

APSTIPRINĀTA  
Ar Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes  
2018.gada 12.aprīļa lēmumu Nr.63

GROZĪTA  
Ar Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes  
2018.gada 2.augusta lēmumu Nr.122  
2018.gada 26.novembra lēmumu Nr.183  
2019.gada 27.maija lēmumu Nr.106  
2019.gada 19.decembra lēmumu Nr.244  
2020.gada 8.maija lēmumu Nr.162  
2021.gada 6.septembra lēmumu Nr.380/1-2  
2021.gada 23.septembra lēmumu Nr.411/1-2  
2022.gada 27.janvāra lēmumu Nr.57/1-2

## ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU NOZARES ATTĪSTĪBAS NACIONĀLĀ STRATĒGIJA 2018.–2022. GADAM

*Izdota saskaņā ar Elektronisko  
plašsaziņas līdzekļu likuma 60. panta trešo daļu*

### Izmantoto saīsinājumu un terminu skaidrojums

<b>3G</b> ( <i>Third Generation</i> )	Trešās paaudzes mobilo sakaru sistēmas
<b>4G</b> ( <i>Fourth Generation</i> )	Ceturtās paaudzes mobilo sakaru sistēmas
<b>5G</b> ( <i>Fifth Generation</i> )	Piektās paaudzes mobilo sakaru sistēmas
<b>700 MHz josla</b>	694–790 MHz radiofrekvenču josla
<b>ANO</b>	Apvienoto Nāciju Organizācija
<b>AVMPD</b>	Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva (2010/13/ES)
<b>Catch-up TV</b>	Audiovizuāls pakalpojums pēc pieprasījuma, kas noteiktu periodu pēc sākotnējās televīzijas programmu pārraides ļauj piekļūt attiecīgajam saturam
<b>DAB</b> ( <i>Digital Audio Broadcasting</i> )	Ciparu skaņas apraides sistēma
<b>DAB+</b>	Ciparu skaņas apraides sistēma ar uzlabotu skaņas kodējumu
<b>Digitālo inovāciju revolūcija</b> ( <i>digital disruption</i> )	Digitālo tehnoloģiju un inovatīvo biznesa modeļu ietekmēts process, kura rezultātā būtiski tiek izmainītas vērtības, kuras klients sagaida no noteiktām precēm, vai pakalpojumiem
<b>DVB-T</b> ( <i>Digital Video Broadcasting — Terrestrial</i> )	Zemes ciparu televīzijas apraides sistēma
<b>EPG</b> ( <i>electronic programme guide</i> )	Elektroniskais programmu ceļvedis – izvēlne vai lietotne ar īsu informāciju par programmu saturu un laiku

<b>EPL</b>	Elektroniskie plašsaziņas līdzekļi
<b>EPLL</b>	Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums
<b>ES</b>	Eiropas Savienība
<b>HDTV (High-definition television)</b>	Augstas izšķirtspējas televīzija
<b>IP</b>	Interneta protokols
<b>IPTV (<i>Internet Protocol television</i>)</b>	Televīzijas pakalpojums uz Interneta protokola pamata konkrētam lietotāju (abonentu) lokam
<b>Konverģence</b>	Mediju, tostarp apraides un interneta pakāpeniska apvienošanās, platformu saplūšana
<b>LR</b>	VSIA "Latvijas Radio"
<b>LTV</b>	VSIA "Latvijas Televīzija"
<b>Maksas televīzija (<i>Pay TV</i>)</b>	Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nodrošināta piekļuve programmai par samaksu, parasti abonentmaksu
<b>Bezmaksas televīzija</b>	Sabiedrisko un komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu nodrošināta piekļuve programmai lietotājiem bez maksas
<b>Multivides straumēšana (<i>media streaming</i>)</b>	Digitālā audio un video satura piegāde ar nepārtrauktas datu plūsmas palīdzību, nodrošinot tā pieejamību abonenta iekārtā saņemšanas brīdī (bez nepieciešamības veikt iepriekšēju datu lejupielādi)
<b>NEPLP</b>	Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (Padome)
<b>SEPLP</b>	Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome
<b>OTT (<i>Over the Top</i>)</b>	Virspakalpojums, kas nodrošina piekļuvi audiovizuālajam saturam uz atvērta interneta pamata
<b>PPP (<i>video on demand</i>)</b>	Pakalpojums pēc pieprasījuma, nelineārs audiovizuāls pakalpojums vai tehnoloģija, kas ļauj skatītājiem redzēt televīzijas programmas vai filmas jebkurā brīdī izvēlētajā laikā
<b>SKP</b>	Sabiedriskā konsultatīvā padome
<b>Sociālo tīklu platforma</b>	Tīmekļa vietne, kas lietotājiem nodrošina iespēju dalīties ar informāciju un savstarpēji mijiedarboties ar pašu radītu saturu
<b>UNESCO</b>	Apvienoto Nāciju Izglītības, zinātnes un kultūras organizācija
<b>Video koplietošanas platformas</b>	Tīmekļa vietne, kas ļauj lietotājiem augšupielādēt un kopīgot audiovizuālu saturu, padarot to pieejamu citiem platformas lietotājiem
<b>Viedtelevīzija (<i>smart TV</i>)</b>	Televīzijas gala iekārta ar iebūvētu interneta funkcionalitāti
<b>Wi-Fi</b>	Interneta bezvadu savienojums

## Preambula

[1] Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums nosaka, ka elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālā stratēģija regulē televīzijas un radio apraides, kā arī retranslācijas tiesību ieguves un organizēšanas jautājumus; zemes apraidē bez maksas gala lietotājiem izplatāmo programmu kritērijus; sabiedrisko elektronisko mediju darbības jautājumus; nosacījumus sabiedriskā pasūtījuma nodošanai citiem plašsaziņas līdzekļiem (līdz 2021.gadam, ieskaitot) un prasības maksas zemes apraides televīzijas pakalpojumiem.

[2] Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālā stratēģija 2018.–2022.gadam (turpmāk – Stratēģija) ievēro Latvijas Republikas Satversmi, EPLL un citus normatīvos aktus, ņem vērā Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvu (2010/13/ES)<sup>1</sup>, kura tiek pārskatīta ar mērķi modernizēt audiovizuālo mediju pakalpojumu regulāciju Eiropas Savienības iekšējā tirgū. Stratēģija ievēro Latvijai saistošos ES, Eiropas Padomes Ministru komitejas, ANO, UNESCO, citu starptautisku organizāciju tiesību aktus, ņem vērā konvergenci un elektronisko mediju nozares mijiedarbību ar telekomunikāciju jomu, izmaiņas 700 Mhz joslas regulējumā, konkurences vides attīstību, ģeopolitiskās norises un jaunu biznesa modeļu izplatību. Tā vērsta uz Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijas “LATVIJA 2030”<sup>2</sup>, Nacionālā attīstības plāna<sup>3</sup> un Mediju politikas pamatnostādņu 2016.–2020.gadam<sup>4</sup> mērķu sasniegšanu elektronisko plašsaziņas līdzekļu jomā. Stratēģijas mērķis ir veicināt konkurenci elektronisko mediju tirgū.

[3] Stratēģiju ar normatīvajiem noteikumiem apstiprina NEPLP. Stratēģija ir ārējs normatīvs akts. Tā ietver elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares (turpmāk – nozares) un NEPLP darbības, attīstības, regulācijas un uzraudzības būtiskos elementus un ierobežojumus, nodrošinot pēctecību ar Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālo stratēģiju līdz 2018.gadam.<sup>5</sup>

### NEPLP mandāts, darbības virzieni, misija, funkcijas, vērtības

[4] NEPLP ir neatkarīga pilntiesīga autonoma institūcija, kas atbilstoši savai kompetencei pārstāv sabiedrības intereses EPL jomā, uzrauga, lai to darbībā tiktu ievērota Latvijas Republikas Satversme, Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums un citi normatīvie akti. Tā ir atvasināta publiska persona. ES direktīvas 2013/10/ES izpratnē NEPLP ir neatkarīgs regulators.

[5] NEPLP rūpējas par nacionālajām interesēm atbilstošu programmu politiku, veic nozares regulatora funkcijas atbilstoši normatīvajos aktos noteiktajam pilnvarojumam, īsteno

---

<sup>1</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva [ES] Nr. 2010/13/ES (03.10.2010) Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva. *Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis*. 15.04.2010. Nr. 95. Pieejams: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=LV>

<sup>2</sup> Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030.gadam. *Latvijas Vēstnesis*. 28.04.2009. Nr. 65. Pieejams: <https://www.vestnesis.lv/ta/id/191187>

<sup>3</sup> Par Latvijas Nacionālo attīstības plānu 2014.–2020.gadam. *Latvijas Vēstnesis*. 09.01.2013. Nr.6. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=253919>

<sup>4</sup> Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016.–2020. gadam. *Latvijas Vēstnesis*. 11.11.2016. Nr.221. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=286455>

<sup>5</sup> Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālā stratēģija laika periodam līdz 2018. gadam. *Latvijas Vēstnesis*. 11.07.2012. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/268722-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-nozares-attistibas-nacionala-strategija-laika-periodam-lidz-2018-gadam>

uzraudzības iestādes funkcijas Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma<sup>6</sup> izpratnē, pilda sabiedrisko raidorganizāciju LTV un LR valsts kapitāla daļu turētāja un dalībnieku sapulces funkcijas (līdz 2021.gada 4.augustam, kad izveidota SEPLP). Tā nodrošina sabiedriskā pasūtījuma izstrādi sabiedriskajiem un komerciālajiem EPL, kā arī veic sabiedriskā pasūtījuma izpildes pārraudzību (līdz SEPLP izveidei 2021.gada augustā).

[6] NEPLP misija ir attīstīt, atbalstīt un uzraudzīt elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozari Latvijā, radot priekšnoteikumus EPL, to sniegto pakalpojumu un atspoguļoto viedokļu daudzveidībai, atbilstoši sabiedrības dažādo grupu interesēm un vajadzībām, veicināt konkurenci nozares tirgū, sabiedriski nozīmīga, kvalitatīva satura veidošanu, saglabāšanu un pieejamību.

[7] Stratēģijas izstrādē NEPLP sadarbojas ar SKP, citām kompetentām institūcijām un ekspertiem.

[8] Īstenojot likumā noteiktās funkcijas, NEPLP vērtības ir:

- Neatkarība – darbojamies kā neatkarīgs regulators, kas pakļauts likumam un tiesībām;
- Profesionalitāte – darba pienākumu izpildi balstām zināšanās, pieredzē, pierādījumos un pētījumos;
- Atbildīgums – par Latvijas informatīvās telpas ilgtspēju, pārvaldību un resursiem;
- Atvērtība – esam atvērti sadarbībai un idejām, sadarbojamies ar nozari, sabiedrību, institūcijām, starptautiskām organizācijām un ekspertiem, esam atvērti radošām inovācijām un ierosmēm;
- Taisnīgums – esam taisnīgi normatīvo aktu piemērošanā, procedūrās, lēmumos un saskarsmē.

### **Stratēģijas mērķis un ieviešanas instrumenti**

[9] Stratēģijas mērķis ir formulēt nozares prioritātes līdz 2022.gadam, svarīgākos uzdevumus un rezultātīvos rādītājus.

[10] Stratēģiju īsteno ar NEPLP piešķirtajiem valsts budžeta līdzekļiem valsts budžeta programmā 47.resors "Radio un televīzija", veidojot sinerģiju ar citām publiskā finansējuma programmām, partnerorganizāciju un nozares tirgus dalībnieku resursiem. Valsts budžeta līdzekļu plānošanu un izlietojumu NEPLP veic, pamatojoties uz Stratēģijā noteiktajām prioritātēm un uzdevumiem, saskaņā ar valsts budžeta likumu attiecīgajam periodam un citiem spēkā esošiem normatīvajiem aktiem.

[11] Administratīvās un uzraudzības procedūras EPL jomā veic atbilstoši likumiem, Stratēģijai un citiem normatīvajiem aktiem.

---

<sup>6</sup> Informācijas sabiedrības pakalpojumu likums. *Latvijas Vēstnesis*. 17.11.2004. Nr.183. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=96619>

[12] Stratēģijas ieviešanai NEPLP apstiprina un periodiski atjaunina stratēģijas ieviešanas plānu, kurā nosaka veicamos pasākumus, termiņus un rezultātus.

[12<sup>1</sup>] Stratēģijas ieviešanas plāns 5 gadu periodam, NEPLP darbības prioritātes nozares politikas ieviešanā un gada darba plāni nodrošina institūcijas vadības dokumentu kopumu.

### **Nozares raksturojums, attīstības iespējas un prognozes**

[13] 2017.gada beigās Latvijas jurisdikcijā ir 67 televīzijas programmas, kas saņēmušas apraides atļauju, 41 kabeļoperators, kas ir saņēmis retranslācijas atļauju, no kuriem 12 operatori sniedz IPTV pakalpojumu. NEPLP elektroniskajā reģistrācijas sistēmā retranslācijai Latvijā ir reģistrētas 376 televīzijas programmas, saņemti un NEPLP datu bāzē reģistrēti 15 paziņojumi par pakalpojumu pēc pieprasījuma sniegšanu, no kuriem 3 ir OTT pakalpojumu sniedzēji:

#### **1.tabula**

<b>TV apraides atļaujas</b>	
Sabiedriskās	<b>2</b>
Nacionālās	<b>5</b>
Reģionālās	<b>22</b>
Vietējās	<b>5</b>
Kabeļtelevīzijas (apraide savos tīklos)	<b>9</b>
Pārrobežu	<b>24</b>
<b>KOPĀ</b>	<b>67</b>
<b>Pakalpojums pēc pieprasījuma</b>	
Saņemtie paziņojumi	<b>15</b>
<b>Kabeļoperatori</b>	
Retranslācijas atļaujas	<b>41</b>
Reģistrētās programmas	<b>376</b>

[14] Auditorija Latvijā plaši izmanto lineāro televīziju (2017.gadā – lineārās TV mēneša reach 96,5% auditorijā 4+), skatīšanos ar nobīdi laikā šajā vecuma grupā vidēji mēnesī izmantojuši 29,1% iedzīvotāju. Saskaņā ar Kantar TNS globālo pētījumu PPP Latvijā vecuma grupā 16+ 2017.gadā laika posmā no 1.aprīļa līdz 30.jūnijam izmanto 23% iedzīvotāju). Pieaug audiovizuālā satura patēriņš televizoram alternatīvās ierīcēs – planšetēs, viedtelefonos un datoros. Tas ir saistīts ar straujo mobilā 4G tīkla, kas aizstāj 2G un 3G tīklu (2016.gadā 4G tīkls pieejams 91% māsaimniecību) un optiskā interneta attīstību, kā arī Wi-Fi tehnoloģiju izplatību. Šis process atspoguļo un stimulē datu pārraides pakalpojumu pieprasījumu, kas, ieviešot 5G tīklu, nākotnē varētu turpināt pieaugt. 2016.gadā mobilo internetu lietoja 78 no 100 iedzīvotājiem.<sup>7</sup> TV skatītāju procentuālais īpatsvars no iedzīvotāju skaita trīs gadu periodā saglabājas vienmērīgs, salīdzinot 2014.–2017.gada pirmos pusgadus, taču samazinās kopīgais TV skatītāju skaits. Vidēji dienā TV skatīšanai veltītais laiks ir sarucis visos TV pieslēgumu veidos. Ja 2014.gada pirmajā pusgadā vidēji dienā viens skatītājs TV skatīšanai veltīja 5 stundas un 13 minūtes, tad 2017.gada pirmajā pusgadā – 4 stundas un 30 minūtes. Vismazāk skatīšanās laiks ir sarucis starp zemes apraides TV, visvairāk – starp kabeļtelevīzijas skatītājiem. Samazinājusies Latvijā veidoto televīzijas kanālu pārraidīto ziņu skatīšanās laika daļa. Salīdzinoši lielāko skatīšanās laika daļu Latvijā veidoto ziņu pārraidēm velta zemes apraides

<sup>7</sup> Eiropas Digitālā progresa ziņojums (EDPZ) 2017. Valsts profils. Latvija

televīzijas skatītāji (*share* 19,1% 2017.gada pirmajā pusgadā), bet mazāko – kabeļtelevīzijas skatītāji (*share* 7,7% 2017.gada pirmajā pusgadā).<sup>8</sup>

[15] Latvijas jurisdikcijā ir 57 radio programmas, no kurām 35 raida valsts valodā, bet 22 raida svešvalodā, kas savus pakalpojumus nodrošina zemes apraidē un vairumā gadījumu ir pieejamas arī internetā:

## **2.tabula**

<b>Radio apraides atļaujas</b>	
Sabiedriskās	<b>6</b>
Nacionālās	<b>7</b>
Reģionālās	<b>9</b>
Vietējās	<b>33</b>
Pārrobežu	<b>1</b>
Retranslācija (BBC)	<b>1</b>
<b>KOPĀ</b>	<b>57</b>
<b>Radio iedalījums pa valodām</b>	
Latviešu valodā	<b>35</b>
Svešvalodā	<b>22</b>

[16] Radio patēriņa kopējie rādītāji ir stabili, tajā turpina dominēt FM apraide, kam ir lielākā tirgus vara, ņemot vērā pārklājumu, pieejamību un auditorijas ieradumus. Kopumā 2017.gadā klausītājs radio vidēji dienā klausās 4,23 stundas. Ievērojamu un noturīgu FM klausītāju daļu veido autobraucēji un transporta pasažieri, kas saskaņā ar TNS Kantar prognozēm saglabās savu nozīmi visā periodā līdz 2022.gadam. Tradicionālā FM klausīšanās varētu būt sasniegusi augstāko iespējamo patēriņa līmeni un vidējā termiņā tās attīstība atkarīga ne tikai no Latvijas raidorganizāciju savstarpējās konkurences, bet arī no globālā mediju un tehnoloģiju tirgus. Attīstās radio patēriņš internetā un mūzikas straumēšanas servisi, kurus klausītāji lieto dažādās tehnoloģiskajās iekārtās un platformās. Saskaņā ar Kantar TNS datiem, 2017.gadā FM radio kopumā klausījās 94% iedzīvotāju, tajā skaitā automašīnās 73%, radio aparātos 46%, telefonos iebūvētā radio 7%, sabiedriskās vietās, tajā skaitā sabiedriskajā transportā, – 5% iedzīvotāju. Internetā radio klausās 33% iedzīvotāju, tajā skaitā datoros 25%, telefonos 9%, planšetdatoros 4% un televizoros – 2% iedzīvotāju. Dažādojas autobraucēju un sabiedriskā transporta pasažieru radio klausīšanai izmantotās ierīces un formas. Pēc Kantar TNS prognozēm, patēriņa rādītāji kopumā varētu nepieaugt vai pat nedaudz sarukt, tomēr izaugsmes potenciāls ir radio klausīšanai caur internetu mobilajos telefonos, telefonos iebūvētā radio, planšetdatoros un datoros. Pieaugošu konkurenci, īpaši plašpatēriņa (populārās) mūzikas radiostacijām, var radīt starptautiskās video koplietošanas platformas (spēcīgākās pozīcijas tirgū patlaban ir *YouTube*) un mūzikas straumēšanas servisi.<sup>9</sup> Ņemot vērā jaunu tehnoloģiju radītās iespējas, 2017.gadā tehniski sekmīgi tika testēta ciparu radio DAB+ apraide Rīgas reģionā, kuru veica LVRTC kopā ar LR. Ņemot vērā nepietiekamu pieprasījumu pēc šādas tehnoloģijas, interneta attīstību, ieviešanai nepieciešamo investīciju apjomu un gala iekārtu nomaiņas izmaksas klausītājiem, netiek plānota ciparu apraides radio DAB, vai DAB+ tehnoloģiju ieviešana.

[17] Attīstoties internetam Latvijā, sabiedriskie un komerciālie elektroniskie plašsaziņas pakāpeniski aizvien plašāk piedāvā tajā savus pakalpojumus. Līdz ar televīzijas un radio

<sup>8</sup> TV skatīšanās tendences. TV auditorijas pētījuma rezultāti. 2014.01.01–2017.06.30. Kantar TNS

<sup>9</sup> Radio patēriņš dažādās platformās un attīstības prognozes. Latvijas iedzīvotāju aptauja. 2017. gada decembris. Kantar TNS

programmu un raidījumu publicēšanu interneta vidē paralēli attīstās inovatīvas platformas, tajā skaitā integrēts sabiedrisko mediju projekts LSM.LV. Šis medijs ļauj internetā ērti izmantot sabiedriskās televīzijas un sabiedriskā radio saturu, kā arī piedāvā mediju lietotājiem alternatīvu saturu tam, kas pieejams komerciālajos interneta medijos.

[18] Tiesiskā regulējuma jomā Latvija ir to ES dalībvalstu vidū, kuras izmanto AVMPD paredzēto iespēju noteikt sīkāk izstrādātu vai stingrāku nacionālo regulējumu, nekā direktīvā, tai skaitā attiecībā uz alkohola, izložu un azartspēļu reklāmu, kā arī nepilngadīgu personu aizsardzību pret kaitīgu saturu. Ierobežojumi vērsti uz augstāka aizsardzības līmeņa nodrošināšanu iedzīvotājiem, taču vienlaikus tie samazina finanšu resursu veidošanas bāzi Latvijā veidotajām audiovizuālajām programmām, salīdzinot ar vairākām citām ES dalībvalstīm. Tā kā AVMPD darbojas pēc minimālā regulējuma principa, tad Latvijā noteiktie stingrākie ierobežojumi neskar no citām dalībvalstīm retranslētās pārrobežu televīzijas programmas, kas pakļautas savas izcelsmes valsts jurisdikcijai. Latvijā EPL jomā pastāv stingrāki ierobežojumi, nekā interneta medijiem. Tādējādi interneta medijiem ir konkurences priekšrocība. Turklāt nozares uzņēmumiem joprojām tiek piemērotas samērā sarežģītas un laikietilpīgas administratīvās procedūras, tās jāturpina uzlabot un vienkāršot.

[19] Nozares lielākie finansējuma avoti ir ieņēmumi no reklāmas tirgus, valsts budžeta finansējums, tajā skaitā sabiedriskā pasūtījuma līdzekļi sabiedriskajām raidorganizācijām un zemes bezmaksas apraidē esošajām komerciālajām raidorganizācijām, kā arī abonentu maksas, projektu finansējums, sponsoru līdzekļi, ziedojumi un citi avoti. Papildus sabiedriskajam pasūtījumam un Mediju atbalsta fonda programmām, sabiedriskie un komerciālie elektroniskie mediji piesaista finansējumu no valsts institūcijām, pašvaldībām, valstij un pašvaldībām piederošām kapitālsabiedrībām un kapitālsabiedrībām ar valsts vai pašvaldību kapitāla daļu, gūstot to pasūtījumu, sponsorējumu, vai cita mērķfinansējuma veidā. Tā apmērs netiek statistiski apkopots.

[20] 2017.gadā valsts budžeta 47.programmā resoram "Radio un televīzija" nozares vajadzībām ir piešķirti pavisam kopā 26 257 449 *euro*. Sabiedriskajam pasūtījumam sabiedriskajās raidorganizācijās piešķirti 16 153 756 *euro*, bet sabiedriskajam pasūtījumam citās raidorganizācijās 1 789 215 *euro*. Latgales programmai tika piešķirti 71 144 *euro*. Saskaņā ar likumu "Par valsts budžetu 2018.gadam" un likumu "Par vidēja termiņa budžeta ietvaru 2018., 2019. un 2020. gadam", 2018.gadā nozares vajadzībām valsts budžeta 47.programmā resoram "Radio un televīzija" piešķirti 25 524 153 *euro*, 2019.gadā ieplānoti 23 825 457 *euro*, 2020.gadā – 22 949 807 *euro*. Budžeta bāzes finansējums visā šajā laika posmā ir noturīgs, taču sarūk piešķirtā finansējuma kopapjoms. Mainīgo daļu veido atsevišķu pasākumu īstenošanai piešķirtais mērķa finansējums, tostarp Latvijas valsts simtgades atzīmēšanai, jaunās politikas iniciatīvām un sabiedrības saliedēšanas pasākumiem. Līdz ar to attiecīgajā laika posmā ir nepieciešama Latvijā veidotā elektronisko mediju satura samazināšanās riska vadība, nodrošinot kompensējošus pasākumus mediju pārvaldībā un budžeta izstrādē.

[21] Pēc Latvijas Reklāmas asociācijas aprēķiniem, mediju reklāmas tirgus kopapjoms Latvijā reģistrētajiem uzņēmumiem 2016.gadā sasniedza 77,6 miljonus *euro*, no tā radio un televīzijai kopā – 43 459 307 *euro*.<sup>10</sup> Daļa no ieņēmumiem par televīzijai līdzīgiem pakalpojumiem pēc pieprasījuma iekļaujas interneta reklāmas apjomā un nav atsevišķi aprēķināta. Tāpat nav veikti pētījumi par Latvijas reklāmdevēju finansējumu reklāmas izvietojšanai ārvalstu medijos un interneta vietnēs. Noturīga tendence pēdējā desmitgadē ir reklāmas tirgus pieaugums

---

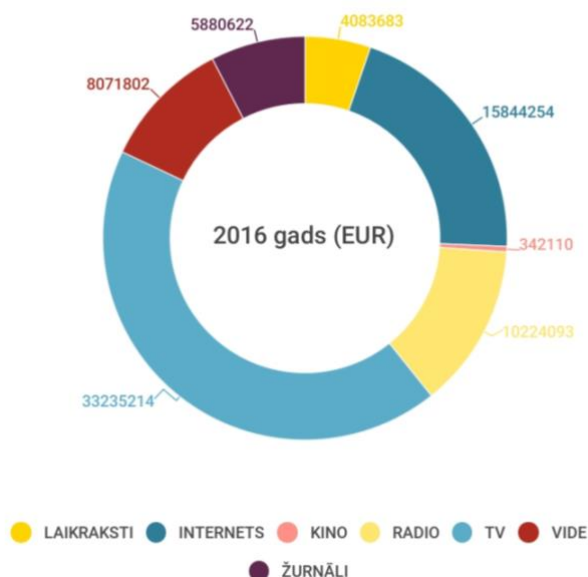
<sup>10</sup> Latvijas mediju reklāmas tirgus apkopojums par 2016.gadu. 2017.gada 27.marts. *Latvijas Reklāmas asociācija*

interneta sektorā, kas konkurē ar tradicionālajiem TV un radio reklāmas formātiem. Paredzams, ka šāda tendence turpinās attīstīties.

[22] Reklāmas tirgus detalizēts sadalījums pa mediju veidiem atspoguļots 1.attēlā un 2.attēlā:<sup>11</sup>

**1.attēls**

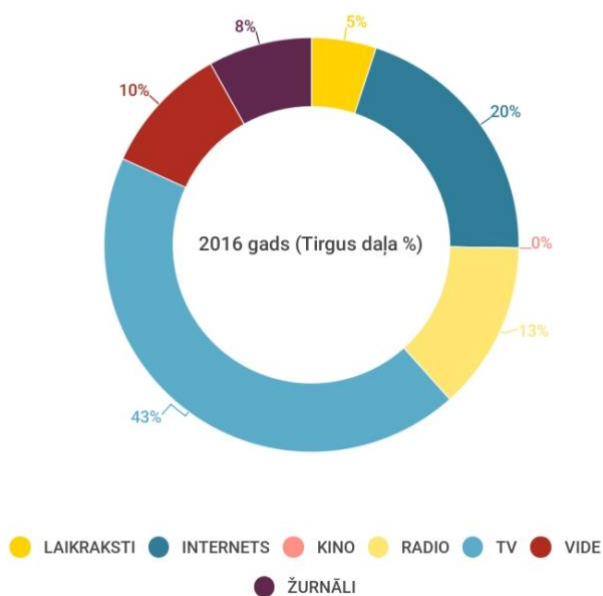
2016 gads (EUR)



Avots: Latvijas reklāmas asociācija

**2.attēls**

2016 gads (Tirgus daļa %)



Avots: Latvijas reklāmas asociācija

<sup>11</sup> Latvijas mediju reklāmas tirgus apkopojums par 2016.gadu. 2017.gada 27.marts. *Latvijas Reklāmas asociācija*



[23] Svarīgākās izmaiņas nozarē 2017.gadā ir saistītas ar MTG grupas uzņēmumu pārdošanas procesa noslēgšanos, par īpašniekiem kļūstot ASV reģistrētajam privāto investīciju fondam Providence Equity Patners LLC. Tā rezultātā izveidots All Media Baltic un tajā ietilpstošais SIA "All Media Latvija". Īpašnieki 2017.gadā nomainījušies arī Avtoradio grupas uzņēmumiem. Radio programmai 1.Bussiness radio mainījies īpašnieks, apraides atļaujas nosacījumi un programmas nosaukums uz jaunu nosaukumu XOfm. Tirgū attīstītās telekomunikāciju jomas un elektronisko plašsaziņas līdzekļu jomas saplūšanas tendence, telekomunikāciju jomas uzņēmumiem aktīvāk pievērsties audiovizuālo pakalpojumu jomai, t.sk. pakalpojumiem pēc pieprasījuma, *catch-up* TV, OTT pakalpojumiem, multivides straumēšanai un pakalpojumiem uz mobilo sakaru platformas, kā arī pašiem kļūstot par audiovizuālā satura veidotājiem. Kabeļtelevīzijas pakalpojumu sniedzēji kopā ar TV biežāk piedāvā abonentiem arī interneta pakalpojumus. Nacionālās raidorganizācijas atsevišķas programmas vai raidījumus izplata, izmantojot Latvijas tīmekļa vietnes, starptautiskās video koplietošanas un sociālo tīklu platformas. Vairākas nozares TV raidorganizācijas plāno tuvākajā vai vidējā termiņā pāriet uz HDTV standartu pašprodukcijas ražošanā.

[24] Šobrīd TV un radio zemes apraides infrastruktūru veido 28 LVRTC torņi un masti visā Latvijā, kā arī 5 citiem operatoriem piederoši torņi un masti. Radio un televīzijas raidošo tīklu, kas atrodas LVRTC pārziņā, sastāvā ir 22 radio un/vai televīzijas raidošās stacijas. No tām 19 raidošās stacijas ir izvietotas LVRTC piederošos objektos, bet 3 izvietotas objektos, kas pieder citiem elektronisko sakaru komersantiem. Turpina uzlaboties televīzijas zemes ciparu apraides (DVB-T) un analogās radio zemes apraides kvalitāte un teritoriālā pieejamība. DVB-T bezmaksas apraide ir pieejama visām iedzīvotāju kategorijām, pildot sociāli nozīmīgas funkcijas un veicinot sabiedrības drošību. Tomēr, lai pilnībā izmantotu televīzijas zemes apraides informatīvo potenciālu visā valsts teritorijā, nepieciešami vēl 5 apraides torņi un daļas raidītāju nomaiņa. Neraugoties uz ierobežotām interaktivitātes iespējām, viena no DVB-T piedāvātajām priekšrocībām ir stabila TV signāla nodrošināšana gan iedzīvotājiem, gan kabeļtelevīzijas pakalpojumu sniedzējiem. Tā nodrošina iespējas piedāvāt kvalitatīvus, ērtus un pieejamus TV pakalpojumus, piemēram, valodu izvēlni un EPG. Plānojot šīs platformas turpmāko attīstību, jāņem vērā, ka ir stājies spēkā Eiropas Parlamenta un Padomes lēmums (ES) 2017/899 par 700 MHz joslas turpmāko izmantošanu ES. Lēmums paredz ES dalībvalstīs no 2020.gada 30.jūnija 700 MHz joslu izmantot mobilo sakaru sistēmām.<sup>12</sup> Valstīm atsevišķos gadījumos ir iespēja prasīt divu gadu pārejas periodu, ko izmanto arī Latvija. Līdz ar to nepieciešams izstrādāt 700 MHz joslas pārplānošanas pasākumu plānu un modeli ciparu televīzijas zemes apraidei pēc 2021.gada.

[24<sup>1</sup>] Saskaņā ar VAS "Elektroniskie sakari" aprēķiniem, saglabājot esošo DVB-T sistēmu, pēc 2021.gada būs pieejami līdz četriem ciparu televīzijas raidošajiem tīkliem, kas bezmaksas zemes apraidē un maksas zemes apraidē kopā varētu nodrošināt piekļuvi līdz 44 standarta izšķirtspējas televīzijas programmām vai mazākam skaitam kvalitatīvākā HDTV standarta programmu. Arī televīzijas zemes apraides ietvaros varētu attīstīties HbbTV (platjoslas hibrīdās televīzijas apraides) pakalpojumi, kuri nodrošina viedtelevīziorā vai citā gala ierīcē ar interneta iespēju, signāla integrētu uztveršanu no televīzijas apraides, interneta un citiem avotiem.

[24<sup>2</sup>] Lai nodrošinātu televīzijas pamata pakalpojumu pieejamību visā teritorijā un visām iedzīvotāju grupām, tajā skaitā reģionu iedzīvotājiem un sociāli mazaizsargātiem iedzīvotājiem,

---

<sup>12</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes Lēmums (ES) 2017/899 (2017. gada 17. maijs) par 470–790 MHz frekvenču joslas izmantošanu Savienībā. *Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis*. 25.05.2017. Nr.138. Pieejams: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?uri=CELEX%3A32017D0899>

plānots izstrādāt centralizētu bezmaksas televīzijas zemes apraides pakalpojuma finansējuma modeli, kurā pasūtītāja funkciju veic viena valsts institūcija. Raidorganizāciju programmu iekļaušana bezmaksas televīzijas zemes apraidē plānojama uz laiku līdz 5 gadiem, rīkojot konkursu. Zemes bezmaksas televīzijas pamata uzdevums ir nodrošināt iedzīvotājiem piekļuvi Latvijas sabiedriskās televīzijas un komerciālo televīziju programmu saturam, lai sniegtu kvalitatīvu un vispusīgu informāciju, izglītības, kultūras un izklaides iespējas, kā arī veicinātu sabiedrības saliedētību.

[24<sup>3</sup>] DVB-T maksas apraide var nodrošināt programmu daudzveidību un plašākas izvēles iespējas. Ņemot vērā, ka pēc 700 MHz pārplānošanas sabiedriskajai televīzijai un bezmaksas zemes apraides programmu apraidei nebūs nepieciešama visa pieejamā frekvenču josla, saskaņā ar EPLL organizējams konkurss par maksas zemes televīzijas pakalpojuma sniedzēju. Maksas zemes televīzijas apraidei jānodrošina auditorijas daudzveidīgu informācijas, izglītības, kultūras, izklaides vajadzību un indivīdu interešu kvalitatīva apmierināšana.

[25] Konkurences vide nozarē kļūst atvērtāka un starptautiskāka. Globālie inovāciju uzņēmumi ne vien nodrošina lietotnes un pakalpojumus lietotāju satura publicēšanai, bet arī paši piedāvā saturu un satura izvietojuma pakalpojumus tradicionālajiem elektroniskajiem medijiem, tādējādi liekot valstīm pārdomāt atbalsta veidus nacionālajai mediju daudzveidībai un satura pieejamībai. Globalizējas kā lietotāju gala ierīču un ražošanas tehnoloģiju, tā arī satura izplatīšanas tirgus. Algoritmu, mākslīgā intelekta izmantošana un satura personalizācija maina veidus, kā saturs nonāk pie mediju lietotājiem, pakāpeniski pārveidojot sabiedrības uztveri un ieradumus. Kļūst aktuālas digitālajai ekonomikai un konverģences apstākļiem piemērotas nacionālo mediju un nacionālā (vietējā) mediju satura definīcijas, kas ļautu precīzāk izmantot valsts atbalsta instrumentus kultūras daudzveidības saglabāšanai vienotā digitālā tirgus ietvaros. Atvērtā ES tirgū izaicinājumus nacionālā (vietējā) televīzijas satura radīšanai un līdz ar to nacionālās kultūras daudzveidības saglabāšanai rada tendence retranslētajos TV kanālos izvietot Latvijas auditorijai paredzētu reklāmu. Tādējādi samazinās Latvijas reklāmas tirgus kapacitāte ģenerēt resursus nacionālā (vietējā) televīzijas satura veidošanai. Nepieciešams AVMPD pārskatīšanas ietvaros vienoties par kompensējošu mehānismu, lai daļu ieņēmumu par retranslētajos ārvalstu kanālos ievietoto lokalizēto reklāmu būtu iespējams novirzīt vietējā satura stiprināšanai (valsts nodevas mehānisms vai īpaša retranslācijas atļauja).

[25<sup>1</sup>] Pēdējos gados pieaug tendence, ka Latvijas iedzīvotāji arvien vairāk patērē citās valstīs veidoto audiovizuālo un audio programmu saturu. To veicina digitālo tehnoloģiju attīstība, ES vienotā audiovizuālā tirgus darbība, valodu barjeru mazināšanās, jaunie uzņēmējdarbības modeļi un citi faktori. Īpaši strauji Latvijā veidoto programmu īpatsvars kopējā patēriņā samazinājās 2008.–2010.gada ekonomiskās krīzes laikā. To ietekmēja ievērojamais vietējā reklāmas tirgus sarukums (2009.gadā samazinājums, salīdzinot ar 2008.gadu, TV par 40%, radio – 39%, bet 2010.gadā TV vēl par 1%, savukārt radio – par 19%), kā arī pārrobežu programmu tehnoloģiskās pieejamības palielināšanās. Latvijā veidoto televīzijas un radio programmu īpatsvars tirgū proporcionāli ievērojami samazinājās, līdz ar to kopumā saruka Latvijas nacionālā informatīvā telpa kā sabiedrībai kopīgs resurss, un šis process joprojām turpinās. Daļa Latvijas iedzīvotāju, t.sk. mazākumtautību iedzīvotāji, maz izmanto Latvijā veidoto televīzijas un radio saturu, kas rada atsvešināšanās risku un var ietekmēt sabiedrības saliedētību kopumā. Pārrobežu satura daudzveidība, plaša un ērtā pieejamība rada pieaugošu nepieciešamību investēt Latvijā ražotā satura kvalitātē, lai būtu iespējams nodrošināt auditorijas piesaisti un apmierinātību, kam pretējā gadījumā var būt tendence samazināties.

[26] Audiovizuālo pakalpojumu tirgu Latvijā negatīvi ietekmē nelegālu televīzijas pakalpojumu izplatība, kas saskaņā ar Rīgas Ekonomikas augstskolas profesora Arņa Saukas pētījumu “Nelegālās maksas televīzijas apraides apjoms Latvijā 2015”<sup>13</sup> varētu skart vismaz 100 000 mājsaimniecību (apmēram 240 000 iedzīvotāju) no kopējām 747 000 mājsaimniecībām, kurās lieto televīzijas pieslēgumus. Saskaņā ar aplēsēm nelegālo pakalpojumu sniedzēji veido apgrozījumu vismaz 12 miljonu eiro gadā, no kura valstij netiek nomaksāti nodokļi. Šo preču un pakalpojumu sniedzēji – uzņēmumi – un to darbinieki darbojas ēnu ekonomikas zonā, radot negodīgu konkurenci un komercpraksi attiecībā pret legālajiem pakalpojumu sniedzējiem. Nepieciešams turpināt nelegālo audiovizuālo pakalpojumu ierobežošanu.

[27] Jauno biznesa modeļu un tehnoloģisko inovāciju straujā ienākšana stimulē digitālā tirgus attīstību, būtiski mainot mediju darbības vidi un vērtību ķēdi. Tā liek uzņēmumiem darboties daudzplatformu apstākļos un piemēroties auditorijas prasībām informācijas ātrumā, uztveramībā, informācijas meklēšanā, izmantošanā, pasniegšanā un personalizācijā. EPL tirgus dalībnieki konkurē sadrumstalotā un pārsātinātā informatīvajā telpā ar globālajiem inovāciju uzņēmumiem, sociālo tīklu platformām, interneta medijiem un medijiem līdzīgām institūcijām un starpniekinstitūcijām. Šo tendenci mēdz raksturot kā digitālo inovāciju revolūciju (*digital disruption*).

[28] Izaicinājumus nozarei un sabiedrībai kopumā rada neuzticamas informācijas un tā saucamo “viltus ziņu” (dezinformācijas) izplatība sabiedrības saziņā, kas aktualizē nepieciešamību stiprināt informatīvi uzticamu un redakcionāli atbildīgu elektronisko mediju vidi. Saskaņā ar “Standard Eurobarometr 88” pētījumu 2017.gadā rudenī Latvijas sabiedrībā radio uzticējās 60 no katriem 100 respondentiem, televīzijai – 59 no katriem 100 respondentiem. Eirozonas valstīs vidēji šie rādītāji bija attiecīgi 61 radio un 51 televīzijai. Gan radio, gan televīzijai sabiedrības uzticēšanās ir augstāka, nekā presei (41) un internetam (35).<sup>14</sup> Lai nodrošinātu uzticēšanos ilgtermiņā, sabiedrībā jābūt pārliecībai par elektronisko mediju neatkarību, brīvību, augstiem žurnālistikas un ētikas standartiem, kas ir saistīti arī ar mediju lomu un atbildību sabiedrības medijpratības stiprināšanā. Tā ir būtiska, lai auditorija spētu kritiski izvērtēt un atpazīt uzticamus informācijas avotus, tādējādi veicinot to patēriņu, ilgtspēju un labo reputāciju. Latvija „Reportieri bez robežām” veidotajā preses brīvības indeksā 2016.gadā bija 28.vietā.<sup>15</sup>

[29] Nozares attīstību Latvijā ietekmē demogrāfiskās tendences, tajā skaitā zemie tautas ataudzes raksturlielumi, vecuma struktūra, migrācija, reģionālās attīstības nevienmērība, ienākumu nevienlīdzība, starptautiskās konkurences spiediens – tiešā konkurence starp mediju nozares uzņēmumiem un netiešā konkurence ar interneta platformām, kas konkurē par auditorijas pārdali.

[30] Nozares detalizēts raksturojums sniegts 2016.gada 8.novembrī Ministru kabinetā apstiprināto Mediju politikas pamatnostādņu 2016.–2020. gadam pielikumā.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Sauka, A., SSE Riga, BASE 2015 “Nelegālās maksas televīzijas apraides apjoms Latvijā 2015. Pieejams: [http://www.parlegalusaturu.lv/media/TV\\_un\\_Internets\\_zinojums\\_FINAL.pdf](http://www.parlegalusaturu.lv/media/TV_un_Internets_zinojums_FINAL.pdf)

<sup>14</sup> Standard Eurobarometer 88. Public opinion in the European Union. Fieldwork November 2017. Annex. Pieejams: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments-/STANDARD/surveyKy/2143>

<sup>15</sup> Reporters without borders. 2017 World press freedom index. Pieejams: <https://rsf.org/en/ranking>

<sup>16</sup> Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņem 2016.-2020.gadam. *Latvijas Vēstnesis*. 11.11.2016 Nr.221. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=286455>

## **Stratēģiskais redzējums, prioritātes, mērķi, rādītāji un uzdevumi**

[31] NEPLP stratēģiskā vīzija ir moderni un spēcīgi sabiedriskie un komerciālie elektroniskie mediji attīstītā mediju un informācijas ekosistēmā, kas nodrošina kvalitatīvu, daudzveidīgu saturu, atspoguļojot un veidojot mūsu demokrātiju, mūsu vērtības un mūsu sabiedrību. Tās kodols un konkurētspējas pamats ir augstvērtīgs, uzticams, daudzveidīgs nacionālais un reģionālais saturs, kas sabiedrībai ir pieejams dažādās tehnoloģiskajās platformās un veidos.

[32] Nacionālie EPL Stratēģijas izpratnē ir Latvijas jurisdikcijā esošas raidorganizācijas un televīzijas programmu izplatīšanas pakalpojumu sniedzēji. Tie, ir redakcionāli atbildīgi EPL, kuru veidoto programmu un raidījumu saturs primāri ir adresēts Latvijas iedzīvotājiem valsts teritorijā vai Latvijas diasporai citu valstu teritorijā un kuri ir noteiktā kārtībā saņēmuši apraides atļauju, vai kuri Latvijā ir saņēmuši retranslācijas atļauju, paziņojuši par pakalpojumu pēc pieprasījuma sniegšanu vai atbilst kādai citai no EPLL 3.pantā minētajām pazīmēm.

[33] Nacionālo mediju saturu un kvalitāti konverģētā informatīvajā vidē nodrošina vienota sabiedriskā medija modelis un attīstīta komerciālo raidorganizāciju sistēma. Valsts un sabiedrība veic pasākumus ar mērķi aizsargāt un vairojot informācijas nesēju daudzveidību Latvijas teritorijā, tostarp, attīstot sabiedrisko raidorganizāciju pakalpojumus un veicinot nacionālā (vietējā) satura veidošanu atbilstoši UNESCO konvencijai par kultūras izpausmju daudzveidības aizsardzību un veicināšanu<sup>17</sup>, šai Stratēģijai un normatīvajiem aktiem.

[34] 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.

[35] Stratēģijai ir četri Padomes prioritārie virzieni un tām atbilstoši mērķi:

### **1. Prioritārais virziens “Vienotā sabiedriskā medija attīstība/iziešana no reklāmas tirgus”:**

Prioritārā virziena “Vienotā sabiedriskā medija attīstība/iziešana no reklāmas tirgus” ietvaros veicināsim sabiedrisko mediju izešanu no reklāmas tirgus un atbilstoša finansējuma piešķiršanu šim mērķim; izstrādāsim vienota sabiedriskā medija modeli un tā attīstību digitālajā vidē.

**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 izešanu no reklāmas tirgus;**

<sup>17</sup> UNESCO konvencija par kultūras izpausmju daudzveidības aizsardzību un veicināšanu. *Latvijas Vēstnesis*, 83 (3659), 24.05.2007., "Ziņotājs", 12, 28.06.2007. Pieejams <https://likumi.lv/doc.php?id=157644>.

## 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 saturs platformas attīstību uz LSM.LV bāzes;
- 1.3. Radīt priekšnoteikumus sabiedrisko mediju iziešanai no reklāmas tirgus, ņemot vērā finanšu un budžeta kompensējošo pasākumu pieejamību;

## Rezultatīvie radītāji:

<i>Indekss</i>	<i>Rezultatīvais rādītājs</i>	<i>Bāzes vērtība 2017.g.</i>	<i>Mērķa vērtība 2022.g.</i>
AP-1	vienota sabiedriskā medija modeļa izstrāde	-	<1
AP-2	sabiedriskā medija digitālo stratēģiju apstiprināšana	-	<1
AP-3	sabiedrisko mediju iziešanai no reklāmas tirgus	-	<1

## 2. Prioritārais virziens “Konkurētspējīga, ilgtspējīga elektronisko mediju uzņēmējdarbības vide”:

Prioritārā virziena “Konkurētspējīga, elektronisko mediju ilgtspējīgai darbībai piemērota uzņēmējdarbības vide” stratēģiskais mērķis radīt priekšnosacījumus, kas motivē elektronisko mediju uzņēmumus veikt uzņēmējdarbību Latvijas jurisdikcijā, samazina nelegālo audiovizuālo un audio pakalpojumu pastāvēšanas bāzi, veicina līdzvērtīgu konkurenci starp tehnoloģiskajām platformām un nodrošina labvēlīgu nozares vidi investīcijām, vienlaikus ņemot vērā Nacionālās drošības likuma 37.pantā<sup>18</sup> paredzētos kontroles pasākumus.

Šā virziena ietvaros vienkāršosim administratīvās procedūras; sniegsim EPL metodisko atbalstu; uzlabosim e-pakalpojumu kvalitāti un pieejamību; veicināsim uzņēmumu konkurētspēju, tiecoties saglabāt daudzveidību; uzturēsim taisnīgu konkurences vidi; veicināsim nozares pašregulāciju un kopregulāciju; sadarbībā ar citām institūcijām veicināsim nelegālo audiovizuālo pakalpojumu ierobežošanu; stiprināsim valsts valodu informatīvajā telpā; ieviesīsim centralizētu bezmaksas zemes apraides pakalpojuma finansējuma modeli.

## Uzdevumi:

- 2.1. Uzlabot administratīvā procesa efektivitāti apraides un retranslācijas atļauju pieprasījumu izskatīšanas un PPP paziņojumu pieņemšanas jomā;
- 2.2. Uzlabot komerciālo paziņojumu izvietojuma praksi un tās kontroli;
- 2.3. Ieviest centralizētu bezmaksas zemes apraides pakalpojuma finansējuma modeli;
- 2.4. Samazināt nelegālo TV pakalpojumu izplatību;
- 2.5. Uzlabot nozares uzraudzību un monitoringu, atbilstoši mainīgai mediju videi;
- 2.6. Nodrošināt faktos un pētījumos pamatotu lēmumu un rīcības plānošanu par EPL tirgus darbību;

<sup>18</sup> Nacionālās drošības likums. *Latvijas Vēstnesis*. 29.12.2000. Nr.473/476. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=14011>

- 2.7. Nodrošināt efektīvus pašregulācijas un kopregulācijas mehānismus AVMPD paredzētajās jomās (nozares uzņēmumu / nozares līmeņos).

**Rezultatīvie rādītāji:**

<i>Indekss</i>	<i>Rezultatīvais rādītājs</i>	<i>Bāzes vērtība 2017.g.</i>	<i>Mērķa vērtība 2022.g.</i>
<i>BP-1</i>	NEPLP ierosināto administratīvo pārkāpumu skaits	27	≤ 27
<i>BP-2</i>	Laiks administratīvo lietu izskatīšanai NEPLP (laiks dienās)	112	70
<i>BP-3</i>	Nelegālo audiovizuālo pakalpojumu tirgus apjoms (mājsaimniecību skaits)	100 000	55 000

**3. Tehnoloģiskā attīstība un sabiedrības vajadzību nodrošināšana**

Prioritārā virziena “Tehnoloģiskā attīstība un sabiedrības vajadzību nodrošināšana” 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.

**Šā virziena ietvaros plānosim un virzīsim nozarei nepieciešamo modernizāciju un tehnoloģisko attīstību;**

**Uzdevumi:**

- 3.1. Izvērtēt nozares vajadzības televīzijas tehnoloģijas jomā un attīstības alternatīvas;
- 3.2. Izvērtēt nozares vajadzības radio tehnoloģijas jomā un attīstības alternatīvas;
- 3.3. Plānot nozares attīstību kopsakarībā ar ES politiku 700 MHz joslā;
- 3.4. Atbalstīt HDTV ieviešanu un TV pakalpojumu tehnoloģiskās kvalitātes uzlabošanu sabiedriskajā un komerciālajā televīzijā;
- 3.5. *(Izslēgts 06.09.2021.)*
- 3.6. Organizēt konkursu par maksas televīzijas pakalpojuma sniegšanu no 2022.gada 1.janvāra, sadarbojoties EPLL 72.panta trešajā daļā minētajām institūcijām.

**Rezultatīvie rādītāji:**

<i>Indekss</i>	<i>Rezultatīvais rādītājs</i>	<i>Bāzes vērtība 2017.g.</i>	<i>Mērķa vērtība 2022.g.</i>
<i>CP-1</i>	TV programmu skaits bezmaksas DVB-T apraidē	5	≥ 6
<i>CP-2</i>	Maksas televīzijas apraides tīklu skaits	6	≥ 2

CP-3	PPP skaits (paziņoto pakalpojumu kopīgais skaits)	15	25
CP-4	Latvijas jurisdikcijā esošo EPL veidotās HDTV programmas (programmu skaits)	-	≥ 4

#### 4. Prioritārais virziens “Medijpratības un mediju ētikas attīstība”

Prioritārā virziena “Medijpratības un mediju ētikas attīstība”, izstrādāsim elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda iespējamo darbības modeli, piedalīsimies starpinstitucionālajās sanāksmēs, lai panāktu vienošanos par ombuda darbības mehānismu. Veicināsim satura pieejamību personām ar īpašajām vajadzībām un integratīvu iesaisti, tai skaitā veicinot finansējuma palielināšanu (mērķdotācija nav mainījies kopš 2014.gada, kas ierobežo šī satura palielināšanas iespējas).

Šā virziena ietvaros analizēsim auditorijas vajadzības; izveidosim elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda mehānismu; uzlabosim EPL pieejamību personām ar īpašām vajadzībām un integratīvu iesaisti mediju saturā; stiprināsim mazākumtautību iekļaušanos nacionālajā informatīvajā telpā.

##### Uzdevumi:

- 4.1. Atbalstīt elektronisko plašsaziņas ombuda mehānisma izveidi;
- 4.2. Uzlabot piekļuvi mediju saturam personām ar īpašām vajadzībām un integratīvu pieeju;
- 4.3. Stiprināt mediju kritiku (pašvērtējums, ekspertu, sabiedrības viedokļi) un mediju ētiku;

##### Rezultatīvie rādītāji:

<i>Indekss</i>	<i>Rezultatīvais rādītājs</i>	<i>Bāzes vērtība 2017.g.</i>	<i>Mērķa vērtība 2022.g.</i>
DP-1	Ombuda institūta izveide	-	≥ 1
DP-2	mediju satura pieejamība personām ar īpašām vajadzībām un integratīvu pieeju	1,61 %	> 3 %

[36] Vienlaicīgi Stratēģija satur trīs nozares prioritāros virzienus un tiem atbilstošus mērķus:

1. **Prioritārais virziens “Daudzveidīgs, kvalitatīvs nacionālais mediju saturs Latvijas iedzīvotājam un latviešiem pasaulē”:**

Šī prioritārā virziena 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.

**sabiedriskā medija līderību sociāli nozīmīgu ziņu satura un darba kārtības veidošanā; atbalstīsim nozīmīga audiovizuālā un audiālā mantojuma saglabāšanu un izmantošanu; stiprināsim kvalitatīva satura ražošanu duālas elektronisko mediju sistēmas (sabiedrisko un privāto mediju) ietvaros, ņemot vērā konvergenci un daudzplatformu tehnoloģiskās vides attīstību; attīstīsim saturu, kas stiprina saiti ar Latvijas diasporu un sabiedrības saliedētību.**

#### Uzdevumi:

- 1.1. Pilnveidot sabiedriskā pasūtījuma plānošanu un izvērtēšanu daudzplatformu vidē;
- 1.2. Radīt priekšnoteikumus sabiedrisko mediju iziešanai no reklāmas tirgus, ņemot vērā finanšu un budžeta kompensējošo pasākumu pieejamību;
- 1.3. Attīstīt sabiedriskā labuma sagaidāmā rezultāta izvērtēšanas (*ex ante*) praksi jaunos pakalpojumu veidos un faktiski sasniegto rezultātu (*ex post*) izvērtējuma veikšanu esošajos sabiedrisko mediju darbības virzienos;
- 1.4. Stiprināt valsts valodas lietojumu un valodas vidi, tajā skaitā latgaliešu rakstu valodas ilgtspēju, kā arī lībiešu valodas iedzīvināšanu;
- 1.5. Veicināt viedokļu un ziņu plurālismu, ziņu objektivitāti, precizitāti un neitralitāti;
- 1.6. Attīstīt reģionālo, reģionu iedzīvotājiem un Latvijas diasporai adresētu saturu, kā unikālu konkurētspējas un sabiedrības saliedēšanas elementu;
- 1.7. Apzināt VSIA "Latvijas televīzija" un VSIA "Latvijas Radio" audiovizuālo un audio arhīvu mantojumu un veicināt kultūras un vēstures programmu saglabāšanu.

#### Rezultatīvie rādītāji:

<b>Indekss</b>	<b>Rezultatīvais rādītājs</b>	<b>Bāzes vērtība 2017.g.</b>	<b>Mērķa vērtība 2022.g.</b>
A-1	Latvijā veidoto TV programmu konsolidētais patēriņš ( <i>share</i> %)	46,6 %	47 %
A-2	Latvijā veidoto radio programmu vidējais klausīšanās ilgums (stundās)	4,3	4,2
A-3	LSM mēneša unikālo lietotāju skaits visās platformās kopā (PC, planšetes, mobilie tālruņi)	380 000	420 000
A-4	Novadu ziņu apjoms televīzijā (saražotais apjoms stundās)	40,1	43,3
A-5	Novadu ziņu vidējā televīzijas auditorija ( <i>reach</i> kopā)	130 796	130 796
A-5 <sup>1</sup>	Novadu ziņu skatījumu skaits interneta vidē	-	86 000



A-6	LTV un LR regulāro skatītāju un klausītāju satura apmierinātības indeksu vidējā vērtība	80,5 %	80
-----	---	--------	----

## 2. Prioritārais virziens “Dinamiski, uz attīstību un inovācijām vērsti mediji”:

Prioritārā virziena “Dinamiski, uz attīstību un inovācijām vērsti mediji” 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.

**Šā virziena veicināsim inovatīvu biznesa modeļu veidošanos un attīstību ar mērķi stiprināt Latvijas elektronisko mediju uzņēmumu izcilību un piemērotību iedzīvotāju vajadzībām pilsētās un laukos, ņemot vērā pakalpojumu kvalitātes, daudzveidības un informatīvās vides drošības aspektus.**

### Uzdevumi:

- 2.1. Attīstīt pakalpojumus pēc pieprasījuma un citas aktuālas audiovizuālo un audio pakalpojumu formas uz slēgta abonentu tīkla pamata (kabeļtelevīzija, satelīttelevīzija, IPTV) un atvērta tīkla (IP protokola pakalpojumi, OTT) pamata;
- 2.2. Veicināt satura izplatību mūsdienīgās formās (inovatīvi biznesa modeļi, sociālo tīklu platformas, blogi, mikroblogi, hibrīdās formas u.c. jaunās satura platformas);

### Rezultatīvie rādītāji:

<i>Indekss</i>	<i>Rezultatīvais rādītājs</i>	<i>Bāzes vērtība 2017.g.</i>	<i>Mērķa vērtība 2022.g.</i>
<i>B-1</i>	DVB-T iekļauto televīzijas programmu pieejamība Latvijas iedzīvotājiem visā valsts teritorijā (% no iedzīvotāju kopskaita)	99,6	99,8
<i>B-2</i>	Nacionālo un reģionālo televīzijas programmu pieejamība daudzveidīgās platformās (platformu skaits, piemēram, DVB-T, IPTV, OTT, satelīttelevīzija, kabeļtelevīzija)	5	≥ 5
<i>B-3</i>	Vismaz vienas LR sabiedriskā pasūtījuma ietvaros veidotas programmas pieejamība radio zemes apraidē (% no teritorijas)	96,8	99,8

### 3. Prioritārais virziens “Atbildīgi mediji, zinoša, iesaistīta un ieinteresēta auditorija”:

Prioritārā virziena “Atbildīgi mediji, zinoša, iesaistīta un ieinteresēta auditorija” 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.

**Šā virziena ietvaros analizēsīm auditorijas vajadzības; stiprināsim sabiedrības uzticēšanos saturam un emocionālo piesaisti sabiedrisko un komerciālo raidorganizāciju zīmoliem; veicināsim atgriezenisko saiti; veicināsim raidorganizāciju aktīvu iesaisti mediju un informācijpratības uzlabošanā sabiedrībā un mediju vidē;**

#### Uzdevumi:

- 3.1. Apzināt auditorijas vajadzības un veicināt mediju pielāgošanos auditorijas vajadzībām (mediji ir tur, kur ir to auditorija);
- 3.2. Veicināt mediju un informācijpratību sabiedrībā un mediju vidē;
- 3.3. Veidot ciešu saikni un dialoga attiecības ar sabiedrību;
- 3.4. Attīstīt gados jaunai auditorijai piemērotu saturu un formas.

#### Rezultatīvie rādītāji:

<i>Indekss</i>	<i>Rezultatīvais rādītājs</i>	<i>Bāzes vērtība 2017.g.</i>	<i>Mērķa vērtība 2022.g.</i>
C-1	Sabiedrības uzticēšanās sabiedriskajai televīzijai (uzticas/daļēji uzticas no kopējā skaita)	72%	74%
C-2	Sabiedrības uzticēšanās sabiedriskajam radio (uzticas/daļēji uzticas no kopējā skaita)	82%	84%
C-3	Sabiedrības uzticēšanās TV (uzticas/daļēji uzticas no regulāro skatītāju skaita)	59 %	60 %
C-4	Sabiedrības uzticēšanās radio (uzticas/daļēji uzticas no regulāro klausītāju skaita)	60 %	61 %
C-5	Sabiedrības uzticēšanās LSM.LV (uzticas/daļēji uzticas no kopējā skaita)	56%	60%

[36<sup>1</sup>] **Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu attīstības prioritārie mērķi ir sabiedriskā pasūtījuma veidošana un sabiedriskā pasūtījuma pārvaldība.**

Sabiedriskā pasūtījuma galvenos uzdevumus sabiedrības, demokrātijas, kultūras, zināšanu, radošuma un sadarbības tematiskajās jomās nosaka sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijās, kuras vidējam termiņam izstrādā Padome, sadarbojoties un konsultējoties ar sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem un SKP (līdz SEPLP izveidei 2021.gada augustā).

[36<sup>2</sup>] Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina šīs Stratēģijas prioritāro virzienu un uzdevumu īstenošanu, kā arī iesaistās integrētu uzdevumu īstenošanā un rezultatīvo rādītāju sasniegšanā:

- **1.prioritārā virziena** uzdevumu izpildi atbilstoši katra sabiedriskā medija vidēja termiņa darbības stratēģijai (1.2.–1.4. un 1.6.–1.9. uzdevums, rezultatīvie rādītāji A-1 līdz A3 un A-5 līdz A-6);
  - **3.prioritārā virziena** uzdevumu īstenošanu atbilstoši katra sabiedriskā medija vidēja termiņa darbības stratēģijai un kompetencei (3.2.–3.6. uzdevums, rezultatīvie rādītāji C-1, C-3, C-4, C-5, C-7);
  - **4.prioritārā virziena** uzdevumu izpildi atbilstoši katra sabiedriskā medija vidēja termiņa darbības stratēģijai un kompetencei (4.1.–4.7. uzdevums, rezultatīvie rādītāji D-1, D-2, D-5).
- Detalizēti indikatīvie pasākumi, darbības rezultāti un rādītāji ietverti Stratēģijas ieviešanas [plānā](#), kas publicēts Padomes tīmekļvietnē.

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārvaldību un sabiedriskā pasūtījuma īstenošanas uzraudzību no 2021.gada 4.augusta veic SEPLP.

[36<sup>3</sup>] Sabiedriskie mediji saskaņā ar normatīvajiem aktiem var sniegt būtiski jaunus pakalpojumus. Šādos gadījumos ir jāveic sabiedriskā labuma tests, ar kura palīdzību tiek noskaidroti prognozējamie sabiedrības ieguvumi, salīdzinājumā ar tirgus attīstībai potenciāli nodarītajiem zaudējumiem (negatīva ietekme uz tirgu). Pēc sabiedriskā medija iesnieguma saņemšanas Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomē sabiedriskā labuma izvērtējuma kritērijus nosaka Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, ietekmes uz tirgu novērtējuma kritērijus nosaka Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, kritērijiem jābūt publiski pieejamiem. Sabiedriskā labuma testa veikšana organizējama šādā kārtībā:

- a) sabiedriskā labuma izvērtējumu veic Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, var tikt piesaistīts ārējs eksperts,
- b) ietekmes uz tirgu izvērtējumu veic Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, var tikt piesaistīts ārējs eksperts,
- c) pēc sabiedriskā labuma izvērtējuma un ietekmes uz tirgu izvērtējuma gala lēmumu par atļauju sabiedriskajiem medijiem sniegt būtiski jaunu pakalpojumu pieņem Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, izvērtējot iespējamus sabiedriskos ieguvumus salīdzinājumā ar tirgus attīstībai potenciāli nodarītajiem zaudējumiem.

[36<sup>4</sup>] Sabiedrisko pasūtījuma daļu, kuru īsteno komerciālie mediji, plāno saskaņā ar šīs Stratēģijas [36<sup>1</sup>] punktu (līdz 2021.gadam, ieskaitot). Tā uzdevums ir bagātināt sabiedrībai pieejamu mediju viedokļu un formu daudzveidību, paplašinot cilvēkiem izvēles iespējas un veicinot mediju plurālismu. Tāpat uzdevums ir paplašināt auditorijas, kas izmanto sabiedriskā pasūtījuma ietvaros pieejamo saturu, ņemot vērā, ka sabiedrisko mediju un komerciālo mediju auditorijas daļēji nepārklājas un ir noturīgi lojālas savām izvēlēm.

[36<sup>5</sup>] Reizi 3 gados tiek veikts komplekss sabiedriskā pasūtījuma sniegtā **sabiedriskā labuma izvērtējums**. Izvērtējumu veic neatkarīgs vērtētājs. Tā nolūks ir noskaidrot, kā sabiedrība vērtē sabiedriskā pasūtījuma programmas un pakalpojumus, un kādu labumu tie sniedz sabiedrībai, t.sk.:

- cik plašu un kādu auditoriju tie sasniedz (*share*, mēneša *reach* – programmu, pakalpojumu, platformu izvērsumā, vai aptvertas visas sabiedrības mērķa grupas, t.sk. mazākumgrupas);

- kāda ir sabiedriskā pasūtījuma kvalitāte (sabiedrības apmierinātības rādītāji ar programmām un pakalpojumiem tematisko jomu šķērsgriezumā, t.sk. sabiedrības, demokrātijas, kultūras, zināšanu, radošuma un sadarbības jomā; apmierinātības rādītāji ar zīmolu kopumā, pakāpe, kādā tiek apmierinātas sabiedrības gaidas oriģinalitātes, aktualitātes, inovāciju aspektos, saņemtās atzinības un apbalvojumi, ekspertu viedokļi);
- ietekme uz auditoriju (sabiedrības uztveres rādītāji par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ietekmi uz viņu rīcību, izvēlēm un iesaisti, kā arī norisēm sabiedrībā kopumā);
- izmaksu efektivitāte (vērtē, ņemot vērā saražotā sabiedriskā pasūtījuma vidējās izmaksas par stundu, vidējās izmaksas par vienu auditorijas vienību (nedēļas/mēneša *reach*), auditorijas viedoklis par pakalpojuma vērtību).

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārvaldību un sabiedriskā pasūtījuma īstenošanas uzraudzību no 2021.gada 4.augusta veic SEPLP.

[36<sup>6</sup>] [Izslēgts ar 23.09.2021. Padomes lēmumu Nr.411/1-2.]

[36<sup>7</sup>] Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu veidotais saturs, ievērojot Publiskas personas finanšu līdzekļu un mantas izšķērdēšanas novēršanas likuma 5.panta otrās daļas 6.punktā noteikto, ir nododams bezatlīdzības lietošanā citiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, ja satura nodošana bezatlīdzības lietošanā sasniegs auditorijas, ko sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi pietiekami nerasniedz, tādējādi nodrošinot maksimāli plašas auditorijas sasniedzamību.

### **Stratēģijas finansēšanas kārtība**

[37] Stratēģijas mērķu un uzdevumu izpildei finansējumu plāno gadskārtējā likumā par valsts budžetu un vidēja termiņa budžeta ietvara likumā. Jaunajām prioritātēm un uzdevumiem NEPLP plāno finansējumu atbilstoši Stratēģijas mērķiem. Stratēģijas ieviešana neizslēdz iespēju piesaistīt mērķa finansējumu atbilstoši Ministru kabineta vai Saeimas lēmumiem, citu finansējumu no valsts un pašvaldību institūcijām un mērķprogrammām, starptautiskajiem partneriem un donoriem, sponsoru finansējumu, kā arī nozares institūciju ieguldīto finansējumu, tajā skaitā privāto finansējumu.

[37<sup>1</sup>] Katru gadu valsts budžeta izstrādes procesā Ministru kabineta noteiktajos termiņos NEPLP aktualizē Stratēģijai nepieciešamo budžeta bāzes finansējumu un finansējumu darbības prioritātēm. Atbilstoši piešķirtajam budžeta finansējumam, NEPLP periodiski aktualizē rezultātus un sasniedzamos rezultātīvos rādītājus, līdz attiecīgā gada 1.martam iekļaujot tos Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes darbības stratēģijā 2020. – 2022.gadam.

[37<sup>2</sup>] Stratēģijas pasākumi, kuru ieviešanai nepieciešams papildu finansējums no valsts budžeta, iekļauti ieviešanas plānā ar attiecīgu norādi. Tos gadskārtējā budžeta sagatavošanas procesā NEPLP aktualizē un noteiktā kārtībā virza kā politikas prioritātes.

[37<sup>3</sup>] No budžeta nefinansētie Stratēģijas pasākumi, to rezultāti un rezultatīvie rādītāji norādīti indikatīvi un tie tiek ieviesti netiešā veidā ar nozares regulējuma palīdzību.

### **Stratēģijas īstenošanas, uzraudzības, aktualizācijas, novērtēšanas, pārskatu sniegšanas process**

[38] Stratēģijas īstenošana ir NEPLP, EPL un citu nozares institūciju uzdevums. Tā nosaka prioritāros virzienus, mērķus, uzdevumus, indikatorus un to mērķa vērtības 2022.gadam, kas kalpo par pamatu nozares budžeta plānošanai un vadībai, kā arī ietvaru cita publiskā finansējuma piesaistei un orientieri privātajam finansējumam.

[39] Būtiska loma Stratēģijas ieviešanas izvērtējumā būs SKP un Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijai. Līdz 2020.gada 1.septembrim NEPLP izstrādās starpposma ieviešanas ziņojumu par Stratēģijas izpildi (turpmāk – starpposma ziņojums). Ziņojums kalpos par novērtējuma instrumentu un pamatu iespējamajiem grozījumiem Stratēģijā.

[40] Stratēģijas ieviešana operatīvā līmenī tiks vadīta ar NEPLP gada darba plānu palīdzību. Katru gadu pēc likuma par valsts budžetu apstiprināšanas NEPLP aktualizēs Stratēģijai pieejamo resursu apjomu un gada plānā iekļaujamos uzdevumus. Informāciju par galveno uzdevumu izpildi NEPLP iekļaus publiskajā gada pārskatā.

[41] Stratēģijas ieviešanas gaitā NEPLP izvērtē nepieciešamību un sagatavo priekšlikumus normatīvo aktu projektiem, lai īstenotu tai noteiktās kompetences ietvaros paredzētos uzdevumus.

[42] Starpposma ziņojuma izstrādē NEPLP iesaistīs neatkarīgu vērtētāju. Ziņojumā tiks ietverta informācija par:

- indikatoru faktiskajām vērtībām un īstenotajām aktivitātēm pārskata periodā;
- resursu izlietojumu apjomu;
- vērtējumu par iespējām sasniegt plānotās mērķa vērtības un, nepieciešamības gadījumā, ieteikumus grozīt indikatoru vērtības;
- vērtējumu par notikušajām izmaiņām vidē un tirgū, ja tās var būt par pamatu, lai veiktu korekcijas Stratēģijā;
- ieteikumus par nepieciešamiem grozījumiem Stratēģijā.

[43] Starpposma ziņojums tiks izskatīts SKP un ar to tiks iepazīstināta Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija.

[44] Līdz 2023.gada 1.septembrim NEPLP izstrādās noslēguma ziņojumu par Stratēģijas izpildi, mērķu, uzdevumu īstenošanu un indikatoru sasniegšanu un iesniegs to Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijai.

#### **Pielikumi:**

1. Apraides tiesību piešķiršanas kārtība uz 9 lapām;
2. Eiropas audiovizuālo darbu uzskaites veidlapa uz 1 lapas;
3. Darbības pamatnosacījumu un paziņojuma par pakalpojumu pēc pieprasījuma sniegšanu veidlapas uz 6 lapām;
4. Izplatīto radio un televīzijas programmu uzskaites žurnāla formas uz 2 lapām;
5. Retranslācijas atļauju izsniegšanas un darbības īstenošanas kārtība uz 6 lapām;
6. Kritēriji sabiedriskā pasūtījuma raidījumu/projektu novērtēšanai uz 3 lapām;
7. Apliecinājums par patieso labuma guvēju uz 3 lapām;
8. Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome – sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi uz 1 lapas.