

Nacionālajai elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei

ZIŅOJUMS

“Par Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas
2018.-2022.gadam izpildi”

Jānis Lielpēteris

Rīgā, 2023.gada augustā

Satura rādītājs

Ievads	3
1. Stratēģijas mērķi un uzdevumi	4
1.1. Sabiedrisko mediju pārvaldība.....	5
1.2. Mediju nozares attīstība un uzraudzība	8
2. Stratēģijas rezultatīvo rādītāju izpilde	13
3. Ziņojuma kopsavilkums	15

Ievads

Ziņojums par Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas 2018.-2022. gadam izpildi, tās mērķu, uzdevumu īstenošanu un indikatoru sasniegšanu (turpmāk tekstā arī – Ziņojums) izstrādāts, ievērojot starp Nacionālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomi (turpmāk – NEPLP) un Jāni Lielpēteri (turpmāk arī – Ziņojuma autors) 2023. gada 4. augustā noslēgto līgumu Nr.9/4-10/2023 par eksperta pakalpojumu sniegšanu un Ziņojuma sagatavošanu.

Ziņojuma autors ziņojumu sagatavo atbilstoši savai profesionālajai izpratnei, pieredzei un zināšanām elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozarē. Ziņojuma sagatavošanā izmantota Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālā stratēģija 2018.-2022. gadam (turpmāk – Stratēģija), Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums, 2020.gada novembra ziņojums par “Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālā stratēģijas 2018.-2022. gadam” izpildes gaitu (turpmāk arī – Stratēģijas izpildes starpziņojums), NEPLP 2023.gada 27.jūlija lēmums Nr. 267/1-2 “Par Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas 2018.-2022.gadam rezultātīvo rādītāju izpildes apstiprināšanu”, kā arī citi normatīvie akti, politikas plānošanas dokumenti.

Būtiski, ka izvērtējums neiekļauj pilnīgi visu institūciju darba novērtējumu kopējai elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares darbībai, turklāt Stratēģijas darbības periodā īstenotas vienas no būtiskākajām mediju nozares institucionālā modeļa reformām kopš Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas (turpmāk – AVMPD) pārņemšanas Latvijas normatīvajos aktos. Minēto reformu rezultātā mainījies atbildīgo institūciju, tostarp NEPLP, kompetences tvērums. Nozīmīgi, ka NEPLP kompetence elektronisko plašsaziņas līdzekļu jomā ir ierobežota atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma tvērumam un NEPLP virsmērķu sasniegšanai būtisks ir arī citu publiskās pārvaldes iestāžu aktivitātes konkrētu nozares problēmjautājumu risināšanā.

1. Stratēģijas mērķi un uzdevumi

Atbilstoši Stratēģijā norādītajam, stratēģijai ir četri NEPLP prioritārie virzieni un tiem pakārtotie mērķi:

- 1) Prioritārais virziens **“Vienotā sabiedriskā medija attīstība/iziešana no reklāmas tirgus”**, kura ietvaros NEPLP paredzējusi attīstīt vienota sabiedriskā medija modeli un darbību digitālajā vidē, atbilstoši sabiedriskā pasūtījuma plānam. Nostiprināt kvalitātes vadību sabiedriskā pasūtījuma ietvaros; veicināt sabiedrisko mediju izešanu no reklāmas tirgus.
- 2) Prioritārais virziens **“Konkurētspējīga, ilgtspējīga elektronisko mediju uzņēmējdarbības vide”**, kura ietvaros NEPLP apņēmusies vienkāršot administratīvās procedūras; sniegt elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem (turpmāk – EPL) metodisko atbalstu; uzlabot e-pakalpojumu kvalitāti un pieejamību; veicināt uzņēmumu konkurētspēju, tiecoties saglabāt daudzveidību; uzturēt taisnīgu konkurences vidi; veicināt nozares pašregulāciju un kopregulāciju; sadarbībā ar citām institūcijām veicināt nelegālo audiovizuālo pakalpojumu ierobežošanu; stiprināt valsts valodu informatīvajā telpā; ieviest centralizētu bezmaksas zemes apraides pakalpojuma finansējuma modeli.
- 3) Prioritārais virziens **“Tehnoloģiskā attīstība un sabiedrības vajadzību nodrošināšana”**, kura ietvaros NEPLP apņēmusies plānot un virzīt nozarei nepieciešamo modernizāciju un tehnoloģisko attīstību.
- 4) Prioritārais virziens **“Medijpratības un mediju ētikas attīstība”**, kura ietvaros NEPLP apņēmusies izstrādāt elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda iespējamo darbības modeli, piedalīties starpinstitucionālajās sanāksmēs, lai panāktu vienošanos par ombuda darbības mehānismu. Veicināt 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).

Vienlaikus stratēģijā iekļauti arī trīs nozares prioritārie virzieni un tiem atbilstoši mērķi:

- 1) Prioritārais virziens **“Daudzveidīgs, kvalitatīvs nacionālais mediju saturs Latvijas iedzīvotājam un latviešiem pasaulē”**. Šī virziena ietvaros NEPLP apņēmusies sabiedriskā medija līderību sociāli nozīmīgu ziņu satura un darba kārtības veidošanā; atbalstīt nozīmīga audiovizuālā un audiālā mantojuma saglabāšanu un izmantošanu; stiprināt kvalitatīva satura ražošanu duālas elektronisko mediju sistēmas (sabiedrisko un privāto mediju) ietvaros, ņemot vērā konvergenci un daudzplatformu tehnoloģiskās vides attīstību; attīstīt saturu, kas stiprina saiti ar Latvijas diasporu un sabiedrības saliedētību.
- 2) Prioritārais virziens **“Dinamiski, uz attīstību un inovācijām vērsti mediji”**, kura ietvaros NEPLP apņēmusies veicināt 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.

3) Prioritārais virziens **“Atbildīgi mediji, zinoša, iesaistīta un ieinteresēta auditorija”**.

Iepazīstoties ar Stratēģijas prioritāro virzienu tvērumu, jāpievienojas Stratēģijas izpildes starpziņojumā secinātajam par stratēģijas prioritāšu noteikšanas skaidrību. Lai arī Ziņojuma izstrādes laikā tika noskaidrots, ka NEPLP un nozares mērķu izdalīšana notikusi Valsts kontroles ieteikumu ieviešanas procesā, ir svarīgi precīzi definēt šādu atsevišķu mērķu noteikšanu, jo tie ir savstarpēji cieši saistīti, tomēr jāņem vērā, ka nozares stratēģija iezīmē arī tās spēlētāju attīstības perspektīvas, tamdēļ būtu svarīgi rūpēties, lai stratēģija būtu ērti saprotama ikvienam interesentam.

Tā kā identificētajos NEPLP un nozares prioritārajos virzienos plānotās iniciatīvas savstarpēji pārklājas, Ziņojuma autors izdalīs divus galvenos novērtējuma virzienus – sabiedrisko mediju pārvaldība, kā arī mediju nozares attīstība un uzraudzība, iekļaujot informatīvās telpas stiprināšanu un medijpratību.

1.1. Sabiedrisko mediju pārvaldība

Sabiedrisko mediju pārvaldībā Stratēģijā definētie virzieni ir NEPLP 1.prioritārais virziens **“Vienotā sabiedriskā medija attīstība/iziešana no reklāmas tirgus”** un 1.nozares prioritārais virziens **“Daudzveidīgs, kvalitatīvs nacionālais mediju saturs Latvijas iedzīvotājam un latviešiem pasaulē”**.

NEPLP prioritārajā virzienā “Vienotā sabiedriskā medija attīstība/iziešana no reklāmas tirgus” definēti šādi uzdevumi sabiedrisko mediju pārvaldības jomā:

- a. Attīstīt vienota sabiedriskā medija modeli saskaņā ar Nacionālo attīstības plānu, koncentrējot resursus sabiedriskā medija attīstībai un uzturēšanai;
- b. Sekmēt sabiedriskā medija darbību digitālajā vidē, t.sk. digitālās ziņu satura platformas attīstību uz LSM.LV bāzes;
- c. Radīt priekšnoteikumus sabiedrisko mediju izešanai no reklāmas tirgus, ņemot vērā finanšu un budžeta kompensējošo pasākumu pieejamību.

Nozares prioritārajā virzienā “Daudzveidīgs, kvalitatīvs nacionālais mediju saturs Latvijas iedzīvotājam un latviešiem pasaulē” iekļauti šādi uzdevumi sabiedrisko mediju pārvaldības jomā:

- d. Pilnveidot sabiedriskā pasūtījuma plānošanu un izvērtēšanu daudzplatformu vidē;
- e. Radīt priekšnoteikumus sabiedrisko mediju izešanai no reklāmas tirgus, ņemot vērā finanšu un budžeta kompensējošo pasākumu pieejamību;

- f. Attīstīt sabiedriskā labuma sagaidāmā rezultāta izvērtēšanas (ex ante) praksi jaunajos pakalpojumu veidos un faktiski sasniegto rezultātu (ex post) izvērtējuma veikšanu esošajos sabiedrisko mediju darbības virzienos;
- g. Apzināt VSIA “Latvijas televīzija” un VSIA “Latvijas Radio” audiovizuālo un audio arhīvu mantojumu un veicināt kultūras un vēstures programmu saglabāšanu.

Novērtējuma virziena uzdevumu izpilde

a. Vienota sabiedriskā medija modeļa izstrāde (NEPLP kompetencē līdz 2021. gada 4. augustam)

Kopš 2021. gada 4. augusta vienota sabiedriskā medija modeļa izstrāde atbilstoši Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likuma un citu normatīvo aktu tvērumam ir Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (turpmāk arī – SEPLP) kompetencē, tamdēļ minētā uzdevuma izpilde kopējā Stratēģijas novērtējumā nav attiecināma.

Stratēģijas darbības laikā atbilstoši Stratēģijas leviešanas plānam pēc NEPLP pasūtījuma ir sagatavots juridisks atzinums par dažādiem iespējamiem apvienota sabiedriskā medija institucionāli juridiskiem risinājumiem. Lai arī Stratēģijas darbības periodā nav īstenota sabiedrisko mediju apvienošanas reforma, minētais saistāms ar sabiedrisko mediju pārraudzības funkciju nodošanu SEPLP, tamdēļ apvienota sabiedriskā medija institucionālā modeļa izstrādes uzticēšana SEPLP ir likumsakarīga un pamatota.

b. Sabiedriskā medija darbība digitālajā vidē (NEPLP kompetencē līdz 2021. gada 4. augustam)

2019.gadā izstrādātas un apstiprinātas sabiedrisko mediju “Latvijas Televīzija” (turpmāk arī - LTV) un “Latvijas Radio” digitālās stratēģijas, kas katram medijam definē atsevišķus uzdevumus digitālajā vidē. Lai arī abu stratēģiju izstrāde liecina par definētā uzdevuma izpildi, īpašāks akcents sabiedrisko mediju attīstības kontekstā būtu jāizvirza uz savstarpēju digitālo produktu attīstību.

c. Sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas tirgus (NEPLP kompetencē līdz 2021. gada 4. augustam)

Pēc NEPLP iniciatīvas Saeima 2018. gada jūnijā pieņēma grozījumus Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā (turpmāk – EPLL), kas noteica, ka LTV un LR izies no reklāmas tirgus ar 2021. gada 1. janvāri. Atbilstoši Finanšu ministrijas apkopotajai informācijai 2021.gadā kopumā sabiedriskajiem medijiem bija pieejami 36 miljoni eiro, pietuvinot to finansējuma apmērus Eiropas Savienības vidējam līmenim un sekmējot sabiedrisko mediju attīstību.¹ Ievērojot minēto, NEPLP uzdevumi uzskatāmi par izpildītiem. Lai arī sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas tirgus sekmējusi elastīgākus nosacījumus vietējā reklāmas tirgū, tikvien sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas nespēj atsvērt izmaiņas

¹ 2021. gadā sabiedriskie mediji pilnībā iziet no komercreklāmu tirgus. Pieejams: https://www.fm.gov.lv/lv/2021-gada-sabiedriskie-mediji-pilniba-iziet-no-komercreklamu-tirgus?utm_source=https%3A%2F%2F

reklāmas tirgū, kurā reklāmas devēji aizvien biežāk priekšroku dod ārvalstu sociālajiem tīkliem un citām platformām.²

d. Sabiedriskā pasūtījuma pilnveidošana (NEPLP kompetencē līdz 2021. gada 4. augustam)

Lai arī sabiedriskais pasūtījums aptver arī komerciālos medijus, kuri izpilda sabiedrisko pasūtījumu, lielākā sabiedriskā pasūtījuma daļa attiecināma tieši uz sabiedriskajiem medijiem. Ievērojot Stratēģijas ieviešanas plānā norādīto, kā arī rezultatīvo rādītāju analīzi, Stratēģijā izvirzītie uzdevumi līdz SEPLP pārņēma NEPLP kompetences sabiedrisko mediju jomā, ir uzskatāmi par izpildītiem.

Stratēģijas periodā izstrādāta jauna sabiedriskā pasūtījuma izstrādes modelis – tika izstrādātas vadlīnijas, mainot sistēmu no viena gada uz trīs gadu periodu, paredzot konkrētus mērķus un uzdevumus, sasniedzamos rādītājus atbilstoši konkrētiem sabiedriskā labuma mērķiem. Tādējādi sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijas nosaka sabiedriskā labuma mērķus trīs gadu periodam un Latvijas Televīzijas (LTV), Latvijas Radio (LR) un portāla LSM.LV prioritāros uzdevumus nākamajam gadam. Tāpat tika izstrādāta jauna metodoloģija sabiedriskā labuma izvērtēšanas veikšanai.

Secinājumi un ierosinājumi³:

- 1) Lai arī Stratēģijas darbības laikā līdz NEPLP pilnvaru nodošanai SEPLP nav izdevies ieviest vienota sabiedriskā medija modeli, ir notikusi sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas tirgus, kas uzskatāms par nozīmīgu un līdz ieviešanai ilgi atliktu soli turpmākā sabiedrisko mediju un nozares konkurētspējas attīstībā.
- 2) NEPLP darbības rezultātā notikusi sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas tirgus, ievērojami palielinot sabiedrisko mediju finansējumu no valsts budžeta līdzekļiem. Tādā veidā tostarp tiek sekmēts viens no nozīmīgākajiem NEPLP uzdevumiem komerciālās mediju vides kontekstā – stiprināt Latvijas mediju konkurētspēju.
- 3) Lai arī sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas tirgus ir sekmējusi elastīgāku situāciju vietējā reklāmas tirgū, jāturpina darbs pie komerciālo mediju konkurētspējas uzlabošanas, ievērojot reklāmdevēju tendenci izmantot starptautisku tehnoloģiju uzņēmumu piedāvātās reklāmas iespējas.

² Komerccmediju attīstības veicināšana – vai izmaiņas reklāmas tirgū ir nesušas augļus. Pieejams:

<https://lvportals.lv/viedokli/336798-komerccmediju-attistibas-veicinasana-vai-izmainas-reklamas-tirgu-ir-nesusas-auglus-2022>

³ Ievērojot, ka kopš 2021.gada 4.augusta NEPLP kompetencē vairs neatrodas sabiedrisko mediju pārvaldības jautājumi, autors šajā sadaļā sniedz retrospektīvu novērtējumu un izteiktie ierosinājumi likumsakarīgi var nebūt nozīmīgi tālākā NEPLP darbā, taču izriet no vēsturiski noteiktās NEPLP kompetences un, autoraprāt, var būt noderīgi vēsturisko kompetenču ieviešanas novērtēšanas kontekstā. Vienlaikus jautājums par sabiedrisko mediju iziešanu no reklāmas tirgus saistāms ar turpmākām komerciālo mediju attīstības iespējām, tamdēļ būtiski pievērst uzmanību šādas reformas ietekmei uz faktisko situāciju reklāmas tirgū, to vērtējot, tostarp, kontekstā ar reformas izstrādes laikā veiktajām aplēsēm.

1.2. Mediju nozares attīstība un uzraudzība

Stratēģijā definētie virzieni un uzdevumi mediju nozares attīstībā un uzraudzībā ir:

Padomes prioritārais virziens “Konkurētspējīga, ilgtspējīga elektronisko mediju uzņēmējdarbības vide”:

- a. Uzlabot administratīvā procesa efektivitāti apraides un retranslācijas atļauju pieprasījumu izskatīšanas un PPP paziņojumu pieņemšanas jomā;
- b. Uzlabot komerciālo paziņojumu izvietšanas praksi un tās kontroli;
- c. Ieviest centralizētu bezmaksas zemes apraides pakalpojuma finansējuma modeli;
- d. Samazināt nelegālo TV pakalpojumu izplatību;
- e. Uzlabot nozares uzraudzību un monitoringu, atbilstoši mainīgai mediju videi;
- f. Nodrošināt faktos un pētījumos pamatotu lēmumu un rīcības plānošanu par EPL tirgus darbību;
- g. Nodrošināt efektīvus pašregulācijas un kopregulācijas mehānismus AVMPD paredzētajās jomās (nozares uzņēmumu / nozares līmeņos).

Nozares prioritārais virziens “Daudzveidīgs, kvalitatīvs nacionālais mediju saturs Latvijas iedzīvotājam un latviešiem pasaulē”:

- h. Veicināt viedokļu un ziņu plurālismu, ziņu objektivitāti, precizitāti un neitralitāti;
- i. Attīstīt reģionālo, reģionu iedzīvotājiem un Latvijas diasporai adresētu saturu, kā unikālu konkurētspējas un sabiedrības saliedēšanas elementu;

Padomes prioritārais virziens “Tehnoloģiskā attīstība un sabiedrības vajadzību nodrošināšana”

- k. Izvērtēt nozares vajadzības televīzijas tehnoloģijas jomā un attīstības alternatīvas;
- l. Izvērtēt nozares vajadzības radio tehnoloģijas jomā un attīstības alternatīvas;
- m. Plānot nozares attīstību kopsakarībā ar ES politiku 700 MHz joslā;
- n. Atbalstīt HDTV ieviešanu un TV pakalpojumu tehnoloģiskās kvalitātes uzlabošanu sabiedriskajā un komerciālajā televīzijā;
- o. Organizēt konkursu par maksas televīzijas pakalpojuma sniegšanu no 2022. gada 1. janvāra, sadarbojoties EPLL 72.panta trešajā daļā minētajām institūcijām.

Nozares prioritārais virziens “Dinamiski, uz attīstību un inovācijām vērsti mediji”:

- p. 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;

- q. Veicināt satura izplatību mūsdienīgās formās (inovatīvi biznesa modeļi, sociālo tīklu platformas, blogi, mikroblogi, hibrīdās formas u.c. jaunās satura platformas).

Ievērojot Stratēģijā iekļauto plašo uzdevumu tvērumu, kā arī Izpildes plānā paredzēto pasākumu apjomu, Stratēģijas izvērtējumā tiks izdalīti šādi virzieni: 1. Mediju monitorings un nozares uzraudzība; 2. Nelegālu pakalpojumu ierobežošana; 3. Nozares attīstība; 4. Medijpratība.

1. Mediju monitorings un nozares uzraudzība

Gan Stratēģijas rezultatīvo rādītāju izpilde, gan leviešanas plāns apliecina, ka Stratēģijas periodā būtiski palielināta NEPLP Monitoringa departamenta (turpmāk arī – MD) kapacitāte. Stratēģijas darbības periodā MD uzsācis jaunas funkcijas izpildi – tīmekļa vietņu darbības uzraudzību, kā arī aktīvāku darbu tādu pakalpojumu, kuri sniedz audiovizuālus pakalpojumus prettiesiski, ierobežošanā. Pārskata periodā gan palielināts kopējais NEPLP izskatīto administratīvo pārkāpumu lietu skaits, gan paātrināts administratīvo lietu izskatīšanas laiks, tāpat kopš funkcijas, kas saistīta ar tīmekļa vietņu uzraudzību, īstenošanas uzsākšanas, ik gadu palielinājies tādu tīmekļa vietņu skaits, kurām NEPLP, konstatējot televīzijas programmu prettiesisku retranslāciju, liegusi piekļuvi Latvijas teritorijā, kas liecina, ka nozares uzraudzības kapacitāte kopumā ir palielinājusies. Aplūkojot NEPLP kompetences elektronisko plašsaziņas līdzekļu jomā savstarpējā sakarībā, ir būtiski pievērst pastiprinātu uzmanību tādiem nozares uzraudzības risinājumiem, kas pēc iespējas mazāk negatīvi ietekmē nozares konkurētspēju, vienlaikus sekmējot nozarei noteikto noteikumu ievērošanu, piemēram, pārkāpumu novēršana Administratīvā procesa likuma izpratnē un citi tiesiski risinājumi.

Vienlaikus, pieaugot dažādu tiešsaistes satura patēriņa iespējām, aizvien vairāk uzmanības jāpievērš dažādu tiešsaistes tirgus attīstības tendenču ietekmei uz elektronisko plašsaziņas līdzekļu tirgu. Jau ilgstoši tiek norādīts, ka globālo platformu ietekme uz Latvijas reklāmas tirgu ir būtiska⁴, kā rezultātā pat uzsāktas diskusijas par digitālā nodokļa ieviešanu. Jāņem vērā, ka NEPLP, savas kompetences ietvaros pārraugot norises elektronisko plašsaziņas līdzekļu un mediju tirgū, var visprecīzāk identificēt izaicinājumus uzraugāmo tirgus spēlētāju konkurētspējai.

⁴ Padziļināta izpēte par Latvijas mediju tirgus tendencēm. Pieejams: <https://mediacentre.sseriga.edu/wp-content/uploads/2021/06/Padzil%CC%A7ina%CC%84ta-izpe%CC%84te-par-Latvijas-mediju-tirgus-tendence%CC%84m.pdf>

2. Nelegālu pakalpojumu ierobežošana⁵

Nelegālu pakalpojumu ierobežošana ir viens no būtiskākajiem NEPLP darbības virzieniem. Nelegālu pakalpojumu ierobežošana ir nozīmīga gan satura īpašnieku tiesību aizsardzībai (“pirātiska” satura izplatības ierobežošanā), gan informatīvās telpas drošībai kopumā. Proti, nelegālu audiovizuālo pakalpojumu tirgū esošajiem spēlētājiem nav iespējams piemērot nozari regulējošajos normatīvajos aktos reglamentētos noteikumus, kā arī piemērot atbildību par pārkāpumiem, tādējādi ievērojami ietekmējot arī to pakalpojumu sniedzēju darbību, kas programmu izplatīšanas pakalpojumus sniedz saskaņā ar normatīvajos aktos noteikto. Ņemot vērā, ka satura prettiesiskai izvietojšanai, tālākai izplatīšanai un izmantošanai ir vairāki riski, kas negatīvi ietekmē gan satura veidotājus, gan izplatītājus, gan patērētājus, nelegālu pakalpojumu ierobežošana ir būtiska informatīvās telpas aizsardzībai.

Lai arī Stratēģijas rezultatīvie rādītāji liecina par tādu māsaimniecību, kurās izmantots nelegāls audiovizuālo mediju pakalpojumu piedāvājums, skaita samazinājumu, rādītājs ievērojami atpaliek no Stratēģijā nospraustā mērķa, tamdēļ turpmāk šādu pakalpojumu uzraudzībai pievēršama ne mazāk būtiska vērība. Kā secināms no Ministru kabinetā 2023. gada 24. janvārī apstiprinātā konceptuālā ziņojuma “Par valsts stratēģisko komunikāciju un informatīvās telpas drošību”, viens no būtiskākajiem draudiem ir tieši dažādas hibrīdās informācijas kampaņas, kuru izplatīšana nekontrolēti iespējama tieši nelegālo pakalpojumu ietvaros. Šādā kontekstā satura prettiesiskas izplatīšanas novēršanā īpaši nozīmīga ir NEPLP sadarbība ar citām publiskās pārvaldes institūcijām un nevalstisko sektoru, jo nelegālā tirgus apjoms vienlaikus vērtējams kā godprātīgo nozares spēlētāju apgrūtinājošs aspekts. Stratēģijas darbības periodā kā veiksmīgu var uzsvērt sadarbību ar Valsts policiju un citām tiesībsargājošajām institūcijām un Aizsargāta pakalpojuma likumā izdarītos grozījumus, kas uzlabo publiskās pārvaldes institūciju iespējas īstenot uzraudzības aktivitātes satura prettiesiskas izplatīšanas novēršanai.

3. Nozares attīstība

Nozares tehnoloģiskā attīstība vienlaikus ir gan iespēja, gan izaicinājums. Proti, dažādi tehnoloģiskie risinājumi paver aizvien jaunas iespējas satura veidošanā un izplatīšanā, taču vienlaikus dažādas jaunas mediju formas aktīvi konkurē par patērētāju uzmanību un satura patēriņam veltīto laiku. Ievērojot, ka tiešsaistes vidū pakalpojumu regulācija vai nu nepastāv, vai arī ir sarežģīta izmeklēšanā un piemērošanā, ievērojot tiešsaistes pakalpojumu tehnoloģiskās nodrošināšanas sarežģītos mehānismus, nozares konkurētspējas veicināšanai aizvien lielāka uzmanība jāpievērš tirgus uzraudzības gaitā gūto secinājumu izmantošanai turpmākas nozares attīstības veicināšanai. Proti, lai arī normatīvajos aktos nav paredzētas NEPLP tiesības likumdošanas izmaiņu rosināšanai, EPLL 60. panta pirmās daļas 10. punktā noteikta NEPLP

⁵ Ziņojumā jēdziens “Nelegālu pakalpojumu ierobežošana” lietots kā analogs jēdzienam “satura prettiesiskas izplatīšanas ierobežošana”, kas šobrīd spēkā esošā tiesiskā regulējuma kontekstā uzskatāms par precīzāku un NEPLP kompetencei atbilstošāku formulējumu.

kompetence veicināt Latvijas jurisdikcijā esošo elektronisko plašsaziņas līdzekļu konkurētspēju. Ievērojot minēto, kā arī aplūkojot to kopējā sakarībā ar vietējā satura patēriņa rādītājiem un aizvien pieaugošo interneta lomu mediju patēriņā⁶, NEPLP jāsekmē pēc iespējas tehnoloģiski neitrāla nozares attīstība, tostarp sekmējot regulējošo nosacījumu izlīmeņošanu dažādos mediju satura patēriņa kanālos.

4. Medijpratība

NEPLP kompetencē kopš 2020. gada nogales atbilstoši EPLL 60. panta pirmās daļas 12. punktam ir veicināt medijpratību. Stratēģijas rezultatīvie rādītāji prioritārā virziena “Medijpratības un mediju ētikas attīstība” ietvaros tiek aplūkoti caur diviem praktiskiem uzdevumiem – Ombuda institūta izveide un mediju satura pieejamība personām ar īpašām vajadzībām un integratīvu pieeju (sk. Rezultatīvos rādītājus ar indeksiem DP-1 un DP-2). Vienlaikus Stratēģijas ieviešanas plāns paredz četrus pasākumus identificētajam uzdevumam “Veicināt mediju un informācijpratību sabiedrībā un mediju vidē”.

Lai arī Stratēģijas ieviešanas plāns paredz konkrētus uzdevumus medijpratības veicināšanai, autora ieskatā ir jāizvēlas konkrētāki horizontāli rezultatīvie rādītāji un tiem pakārtoti uzdevumi, kas, pirmkārt, ļauj vērtēt attīstību vairākos plānošanas periodos, kā arī dod iespēju salīdzināt situāciju Latvijā ar situāciju citās valstīs. Lai kopumā vērtētu medijpratības situāciju kontekstā ar situāciju citās valstīs, iespējams izmantot tādus rādītājus kā “Eiropas Medijpratības indekss”⁷ vai citu rādītāju (vai rādītāju kopu), kas pieļauj medijpratības līmeņa salīdzinošo analīzi, tādējādi arī veiksmīgāku uzdevumu plānošanu konkrētu problēmjauditājumu risināšanai medijpratības jomā.

Vienlaikus jāmin, ka medijpratības virziena īstenošanai 2021. gada septembrī NEPLP organizēja augsta līmeņa konferenci “Medijpratība. Ceļakartes”, īstenoja pētījumu par Latvijas iedzīvotāju medijpratību, izstrādāja publiski pieejamu medijpratības datu bāzi, kā arī 2022.gadā īstenoja mediju profesionāļu apmācības astoņās nodarbībās un, iesaistot mediju nozares profesionāļus, izstrādāja metodoloģiju mediju pratības līmeņa noteikšanai Latvijas sabiedrībā⁸.

Ievērojot, ka minētā NEPLP kompetence EPLL iekļauta tikai Stratēģijas ieviešanas laikā, ir saprotami, ka Stratēģijas ieviešanas periodā īstenojamo aktivitāšu tvērums ir limitēts gan no finanšu pieejamības, gan aktivitāšu plānošanas viedokļa, tamdēļ sevišķa uzmanība jāpievērš aktivitāšu plānošanai (īpaši mērķu

⁶ Sk. NEPLP 2023.gada 27.jūlija Lēmumu Nr. 267/1-2 “Par Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas 2018.-2022.gadam rezultatīvo rādītāju izpildes apstiprināšanu” rezultatīvo rādītāju ar indeksu A-1 un pētījuma “Padziļināta izpēte par Latvijas mediju tirgus tendencēm” datus. Pētījums pieejams šeit: <https://mediacentre.sseriga.edu/wp-content/uploads/2021/06/Padzil%CC%A7ina%CC%84ta-izpe%CC%84te-par-Latvijas-mediju-tirgus-tendence%CC%84m.pdf>

⁷ ZAB Sorainen atzinums Latvijas Mediju ētikas padomei “Par risinājumiem nacionālās mediju politikas veidošanā”. Pieejams: https://site-775587.mozfiles.com/files/775587/memo-infodemija-MEP_2021-09-03_lat_sorainen.pdf

⁸ Sk. National reports on the application of the Audiovisual Media Services Directive 2020-2022. LV - Report on Media Literacy Latvia. Pieejams: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/96042>

noteikšanas kontekstā) nākamajos Stratēģijas periodos, izmantojot pirmajā plānošanas periodā jau paveikto turpmākai mērķu noteikšanai.

Secinājumi un ierosinājumi:

- 1) No Stratēģijas ieviešanas plāna secināms, ka virkne Stratēģijā definētu virzienu, kas ir būtiski visai EPL nozarei, pamatā skatīti caur sabiedrisko mediju prizmu. Lai arī minētais saistāms ar NEPLP atbildības tvēruma izmaiņām Stratēģijas darbības periodā, ir nozīmīgi, lai nozares tehnoloģisko un biznesa modeļu attīstību konkurētspējas veicināšanai sekmētu tieši komerciālo EPL vidū, ciktāl to pieļauj NEPLP kompetence.
- 2) Nozares uzraudzības aktivitātēm jādod skaidru priekšstatu par situāciju mediju nozarē šī jēdziena plašākajā izpratnē, lai veicinātu, ka regulēto mediju konkurētspēja saglabājas augsta, tādā veidā dodot iespēju attīstīt uzņēmējdarbību tradicionālo mediju jomā, vienlaikus nodrošinot sabiedrību ar informāciju no sabiedrībai visuzticamākajiem kanāliem – tradicionālajiem medijiem.
- 3) Satura prettiesiskas izplatīšanas ierobežošana ir bijusi un tai arī turpmāk jābūt vienai no galvenajām NEPLP prioritātēm, ievērojot nelegālo televīzijas pakalpojumu negatīvo ietekmi gan uz EPL konkurētspēju, gan potenciāli bīstamām dezinformācijas un propagandas kampaņām, gan kopējo tautsaimniecības attīstību augstā ēnu ekonomikas līmeņa kontekstā.
- 4) Veiksmīgai medijpratības veicināšanas aktivitāšu īstenošanai Stratēģijas rezultatīvo rādītāju definēšanā ir lietderīgi izmantot mērķrādītājus, kas dod iespēju gan novērtēt medijpratības situācijas attīstību vairākos plānošanas periodos, gan gūt priekšstatu par Latvijas situāciju kontekstā ar situāciju citās valstīs. NEPLP savas kompetences ietvaros jāsekmē plašāks dialogs ar citām medijpratības jomā iesaistītām publiskās pārvaldes institūcijām, lai nodrošinātu visaptverošas rīcībpolitikas izstrādi medijpratības jomā.

2. Stratēģijas rezultatīvo rādītāju izpilde

Atbilstoši NEPLP 2023. gada 27. jūlija lēmumam Nr. 267/1-2 "Par Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas 2018.-2022.gadam rezultatīvo rādītāju izpildes apstiprināšanu" kopumā rezultatīvo rādītāju sasniegšana vērtējama 26 dažādās kategorijās (ieskaitot rezultatīvos rādītājus, kas kopš 2021. gada faktiski ir SEPLP kompetencē). Ziņojuma ērtākas pārskatāmības nolūkā autors turpmāk aplūkos tās rezultatīvo rādītāju sadaļas, kurās nav sasniegts plānotais mērķa rādītājs, sniedzot vērtējumu par iespējamām iemesliem un nākotnes izaicinājumiem. Izvērtēti netiek tie rezultatīvie rādītāji, kuri kopš 2021. gada nav NEPLP kompetencē un tādējādi nav attiecināmi uz NEPLP darbu.

1. Nelegālo audiovizuālo pakalpojumu tirgus apjoms (mājsaimniecību skaits). Rezultatīvais rādītājs paredz, ka 2017. gadā bija 100 000 mājsaimniecību, kurās izmantot nelegāls audiovizuālo mediju pakalpojums un noteikts mērķis līdz 2022. gadam šo rādītāju samazināt līdz 55 000 mājsaimniecību. 2021.gada nogales dati liecina, ka nelegālo audiovizuālo pakalpojumu tirgus saglabājies salīdzinoši augsts, kopumā 88 000 mājsaimniecību.

Vērtējot rezultatīvo rādītāju kopējā sakarībā ar iepriekš veikto nelegālā tirgus ierobežošanas iniciatīvu novērtējumu, jāsecina, ka nelegālo audiovizuālo pakalpojumu tirgus apjoma samazinājumam ir jābūt vienai no būtiskākajām NEPLP darba prioritātēm turpmāk. Ņemot vērā aizvien pieaugošo ģeopolitisko saspringumu, satura prettiesiskas izplatīšanas ierobežošanai ir ne tikai būtiska ietekme uz tirgus dalībnieku konkurētspēju, bet arī valsts drošību un informatīvās telpas aizsardzību. Jāņem vērā, ka minētajā jomā NEPLP darbojas ciešā sazobē ar citām publiskās pārvaldes institūcijām, kā arī tiesībsargājošām iestādēm, tamdēļ būtiska ir ne tikai NEPLP, bet arī citu publiskās pārvaldes un tiesībsargājošo institūciju iesaiste jautājuma risināšanā.

2. Latvijā veidoto TV programmu konsolidētais patēriņš (share %). Rezultatīvais rādītājs paredz, ka 2017. gadā Latvijā veidotu TV programmu konsolidētais patēriņš bija 46,6% un noteikts mērķis līdz 2022. gadam šo rādītāju palielināt līdz 47%. Vienlaikus faktiskā vērtība 2022. gadā sasniedza 43%, kā rezultātā noteiktā mērķa vērtība nav sasniegta.

Rezultatīvā rādītāja faktiskā vērtība liecina, ka Latvijā veidoto TV programmu konkurētspēja, skatot to kopējā sakarībā ar kopējo Latvijā pieejamo TV programmu patēriņu, ir pasliktinājusies. Proti, iedzīvotājiem aizvien mazāk izvēloties patērēt Latvijā veidotu TV programmu saturu, var mazināties noturība pret dažādiem informatīvās telpas apdraudējumiem, turklāt mazinās informatīvās telpas drošums kopumā.

Vienlaikus jāņem vērā, ka rezultatīvais rādītājs neatspoguļo pilnībā precīzu ainu, ievērojot, ka aizvien straujākas tiešsaistes mediju patēriņa tendences rezultātā iedzīvotāji Latvijā veidoto TV programmu

saturu patērē ne tikai tādā formātā, kādu uzskaita Kantar (TV Metri) dati, kas izmantoti Stratēģijas rezultātīvo rādītāju noteikšanā. Apsverama iespēja attīstīt rezultātīvā rādītāja skaitliskās vērtības kopumu, kas attēlotu vietējā audiovizuālo mediju satura patēriņa tendenci plašākā kontekstā.

3. Sabiedrības uzticēšanās TV (uzticas/daļēji uzticas no regulāro skatītāju skaita). Rezultatīvais rādītājs paredz, ka 2017. gadā televīzijai kopumā uzticējās 59% regulāro skatītāju un līdz 2022. gadam tika plānots šo rādītāju palielināt līdz 60%. Faktiskā vērtība 2021.gadā ir 58% no regulāro skatītāju skaita, tamdēļ rezultātīvā rādītāja vērtība nav sasniegta.

Minētais rezultātīvā rādītāja faktiskā vērtība liecina, ka sabiedrības uzticēšanās televīzijai ir pasliktinājusies, tomēr pasliktināšanās līmeni nevar vērtēt kā būtisku. Rādītāja pasliktināšanos jāvērtē kopējā sakarībā ar sabiedrības zemo uzticību medijiem, kurā kopumā sabiedrība tradicionālajiem apraides medijiem vēl aizvien uzticas vairāk nekā tiešsaistes ziņu platformām, turklāt faktiskā vērtība ir augstāka nekā caurmērā Eiropas Savienībā⁹. Minētā mērķa rādītāja novērtēšanā tāpat jāņem vērā aizvien pieaugošā iedzīvotāju sastapšanās ar dezinformāciju un viltus ziņām¹⁰, kas var negatīvi ietekmēt kopējo sabiedrības uzticības līmeni plašsaziņas līdzekļiem.

Ņemot vērā, ka absolūtais vairākums Stratēģijā definēto rezultātīvo rādītāju ir izpildīti, Stratēģiju rezultātīvo rādītāju kontekstā var uzskatīt par veiksmīgi ieviestu. Vienlaikus jāņem vērā, ka rezultātīvo rādītāju noteikšanas principus aizvien straujās mediju konverģences, digitālo mediju risinājumu un tiešsaistes informācijas pieejamības kontekstā var būt lietderīgi pārskatīt, lai iegūtu iespējami objektīvāko ainu par identificēto mērķu sasniegšanu. Tāpat jāizsver kombinētu uzdevumu kopumu iespējamo ietekmi uz mērķa rādītāju sasniegšanu.

⁹ Eurobarometrs: ES iedzīvotāji visvairāk uzticas tradicionālajiem medijiem. Pieejams: <https://www.europarl.europa.eu/news/lv/press-room/20220704IPR34401/eurobarometers-es-iedzivotaji-visvairak-uzticas-tradicionalajiem-medijiem>

¹⁰ Turpat.

3. Ziņojuma kopsavilkums

Noslēguma secinājumi

- 1) Kopumā Stratēģija uzskatāma par ieviestu atbilstoši kopējiem Stratēģijas mērķiem un identificētajiem rezultātīvajiem rādītājiem un NEPLP kompetences tvērumam.
- 2) Stratēģijas izpildes periodā veiktas būtiskas elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares regulējuma un institucionālo modeļu reformas, tostarp pašas stratēģijas ieviešanas – NEPLP – atbildības tvērumā, tamdēļ atsevišķu Stratēģijā noteikto mērķu izpilde ir bijusi apgrūtināta vai neiespējama no NEPLP puses.
- 3) Nozīmīgākais paveiktais uzdevums sabiedrisko mediju jomā ir to pārvaldības reformas īstenošana, kuras rezultātā novērsts NEPLP iekšējais konflikts, vienlaikus esot gan sabiedrisko mediju kapitāla daļu turētājam, gan regulatoram ar uzraugošo funkciju, kā arī ieviešot jaunu Sabiedrisko mediju pārvaldnieku – Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomi un Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombudu un panākot sabiedrisko mediju izešanu no reklāmas tirgus. Minētās reformas rezultātā ne tikai uzlabota sabiedrisko mediju finansiālā un pārvaldības situācija, bet arī sekmēta iespēja NEPLP pievērsties tās būtiskāko funkciju – tirgus uzraudzības un attīstības – izpildei un nozares spēlētāju konkurētspējas veicināšanai.
- 4) Elektronisko plašsaziņas līdzekļu vide ir strauji mainīga gan Eiropas Savienības tiesiskā regulējuma kontekstā, gan tehnoloģisko iespēju attīstības un mediju konverģences dēļ. Ievērojot minēto, Stratēģijas tvēruma un izpildes plānu pārskatīšanai jābūt dinamiskai, apzinoties, ka Stratēģijas darbības periodā var būtiski mainīties gan faktiskā tirgus situācija, gan tirgu regulējošie normatīvie noteikumi. Tāpat jāņem vērā, ka pārlietu biežas izmaiņas stratēģijā var apgrūtināt nozares stratēģisko mērķu sasniegšanu, tamdēļ katrā plānošanas periodā ir būtiski identificēt stratēģijas periodā paredzamos izaicinājumus un savlaicīgi plānot tādus nozares attīstības pasākumus, kas atbilst paredzamiem nākotnes izaicinājumiem.
- 5) Viens no būtiskākajiem NEPLP izaicinājumiem kā pārskata, tā turpmākos periodos ir Latvijas jurisdikcijā esošo elektroniski plašsaziņas līdzekļu konkurētspējas veicināšana. Ņemot vērā tradicionālo mediju salīdzinoši augstos uzticības rādītājus vienlaikus ar aizvien sarežģītāku komerciālo situāciju vietējo mediju sektorā, ir svarīgi, lai regulatīvā vide sekmētu vietējā tirgus attīstību un konkurētspējas pieaugumu, tādā veidā ne tikai veicinot vietējā tirgus spēlētāju dzīvotspēju, bet arī sekmējot to attīstību, tostarp ārvalstu tirgu apgūšanā.
- 6) Satura prettiesiskas izplatīšanas ierobežošanai jā saglabājas kā nozīmīgai NEPLP ikdienas darba prioritātei, lai sasniegtu iepriekš nospraustos mērķus nelegālā tirgus apjoma mazināšanā. Nelegālā tirgus mazināšana ir izšķiroši svarīga godprātīgu tirgus spēlētāju konkurētspējas saglabāšanā, kā arī sabiedrības noturībā pret viltus ziņu un dezinformācijas kampaņu izplatību un patērētāju tiesību

aizsardzībā. Ņemot vērā, ka NEPLP funkcijas šajā darbības virzienā ir ierobežotas, ir ļoti būtiski, lai virsmērķu sasniegšanā iesaistās arī citas publiskās pārvaldes institūcijas un privātā sektora pārstāvji.

- 7) Medijpratības veicināšana ir viens no būtiskākajiem NEPLP horizontālajiem darba virzieniem, jo tā ietekme vērtējama caur dažādām prizmām. Medijpratība jāvērtē kā horizontā uzdevumu kategorija, kurā noteikto mērķu sasniegšana var veicināt kopējo sabiedrības medijpratības līmeni un ar to saistīto rādītāju uzlabošanos.

Ierosinājumi turpmākiem Stratēģijas plānošanas periodiem

- 1) Jāpievērš uzmanība stratēģijas konstrukcijai un struktūrai. Skaidri saprotama un nozares izaicinājumiem atbilstoša stratēģija ir būtisks priekšnoteikums, lai stratēģija kalpotu kā nozares attīstības ceļa karte, nevis tikvien kā attiecīgā plānošanas perioda darbu plāna apkopojums.
- 2) Jāsekmē pēc iespējas savlaicīga stratēģijas novērtējuma veikšana, lai secinājumus par aizejošā plānošanas perioda Stratēģijas izpildi varētu iekļaut nākamā perioda plānošanas dokumentos uzreiz pēc novērtējuma izstrādes, tādējādi sekmējot Stratēģijā paredzēto mērķu turpinātību.
- 3) Ir lietderīga tādu rezultātīvo rādītāju izvēle, kas tiešā veidā sekmē gan novērtēšanu starp dažādiem plānošanas periodiem, gan dažādām valstīm. Šādas pieejas izmantošana rezultātīvo rādītāju izvēlē gan dod iespēju vērtēt nozares attīstību ilgākā laika posmā par vienu plānošanas periodu, gan dod atskaites punktu attiecībā pret citu valstu panākumiem, kas ir īpaši svarīgi vienota Eiropas Savienības pārrobežu tirgus kontekstā.
- 4) Aizejošā plānošanas perioda stratēģijas ieviešanas novērtējumā un gaidāmā plānošanas perioda stratēģijas izveidē pēc iespējas plaši jāiesaista elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares spēlētāji. Ir būtiski, lai stratēģija atspoguļo gan tirgus spēlētāju vajadzības, gan faktisko tirgus situāciju, tādā veidā pēc iespējas skaidri identificējot nozares attīstību konkrētajā plānošanas periodā.