

LATVIJAS SABIEDRISKO MEDIJU ATTĪSTĪBA



Sabiedrisko elektronisko
plašsaziņas līdzekļu
padome

2022

- I **Sabiedrisko mediju pārvaldības pilnveide:** sabiedriskā pasūtījuma izstrādes kārtība, sabiedriskā labuma metodoloģija, sabiedrības iesaiste. 2021.-2022. gads
- II **Vienota sabiedriskā medija izveidošana,** lai izveidotu ilgtermiņa attīstības bāzi efektīvai esošo resursu izmantošanai. 2023.-2024.gads
- III **Palielināt SM finansējumu līdz Eiropas vidējam līmenim;** nostiprināt sabiedrisko mediju patstāvību un ilgtermiņa attīstības plānošanu. 2025.-2027.gads



Kas paveikts sabiedriskā pasūtījuma izpildes uzlabošanā?

1. Ievēlēti LR un LTV galvenie redaktori.
2. Ievēlēts pirmais sabiedrisko mediju ombuds.
3. Izstrādātas jaunas sabiedriskā pasūtījuma izstrādes vadlīnijas un precizēti sabiedrisko mediju uzdevumi.
4. Ieviesta sabiedriskā labuma metodoloģija, lai vērtētu, cik veiksmīgi sabiedriskie mediji rada sabiedrisko labumu.
5. Sabiedriski konsultatīvā foruma izveide.



SABIEDRISKĀ LABUMA INDIKATORI

3



Sabiedrība

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	58%	57%	59%	58%
2021	57%	56%	61%	56%



Demokrātija

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	49%	46%	50%	51%
2021	47%	43%	50%	48%



Kultūra

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	51%	53%	54%	43%



Zināšanas

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	40%	39%	41%	38%



Radošums

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	27%	25%	29%	25%



Sasniedzamība

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	82%	55%	48%	43%
2021		58%	46%	49%



Kvalitāte

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	46%	47%	42%	48%
2021	43%	40%	45%	45%



Ietekme

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	41%	43%	44%	35%
2021	39%	42%	44%	32%



Ieguldīto līdzekļu atdeve

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	57%	51%	60%	62%



Karš Ukrainā

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	45%	45%	46%	45%



1. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no mana.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	62%	60%	63%	65%
2021	63%	61%	69%	62%

2. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) saturā iekļauj viedokļus, kas ataino arī manus uzskatus.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	65%	60%	65%	70%
2021	64%	60%	70%	64%

5. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) stiprina manu piederības sajūtu Latvijai.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	52%	54%	58%	43%
2021	51%	51%	57%	44%

Reizi trijos gados SM sniegumu padziļināti izvērtē eksperti, kvalitatīvā pētījuma ietvaros organizējot fokusa grupu intervijas.



Piedalās 17 NVO un augstskolu pārstāvji no:

Latgales kongresa, Latvijas Universitātes Lībiešu institūta, I.Kozakēvičas Latvijas Nacionālo kultūras biedrību asociācijas, Latvijas Darba devēju konfederācijas, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras, Latvijas Brīvo arodbiedrību savienības, Latvijas Sporta federāciju padomes, Latvijas Radošo savienību padomes, Rektoru padomes, Latvijas Izglītības vadītāju asociācijas, Latvijas Cilvēku ar īpašām vajadzībām sadarbības organizācijas SUSTENTO, Pilsoniskā alianses, Latvijas Jaunatnes padomes, Latvijas Vecāku organizācijas Mammamunteti.lv, Latvijas Universitātes Filozofijas un socioloģijas institūta, Rīgas Stradiņa universitātes Komunikācijas fakultātes, Vidzemes augstskolas.

- **Tikšanās vismaz reizi gadā, lai izvērtētu sabiedrisko mediju sniegumu un izteiktu priekšlikumus,**
- **Pirmā tikšanās 03.11.2022., ieteikumi nosūtīti 2023. gada LR un LTV sabiedriskā pasūtījuma plānu izstrādei.**



Latvijas sabiedrisko mediju sasniegtās auditorijas radio, TV un interneta platformās, EBU dati, 2021

Latvijas Radio - 37,9% (*Daily share*)

(Baltijā: ERR - 26,5%, LRT - 12,7%)

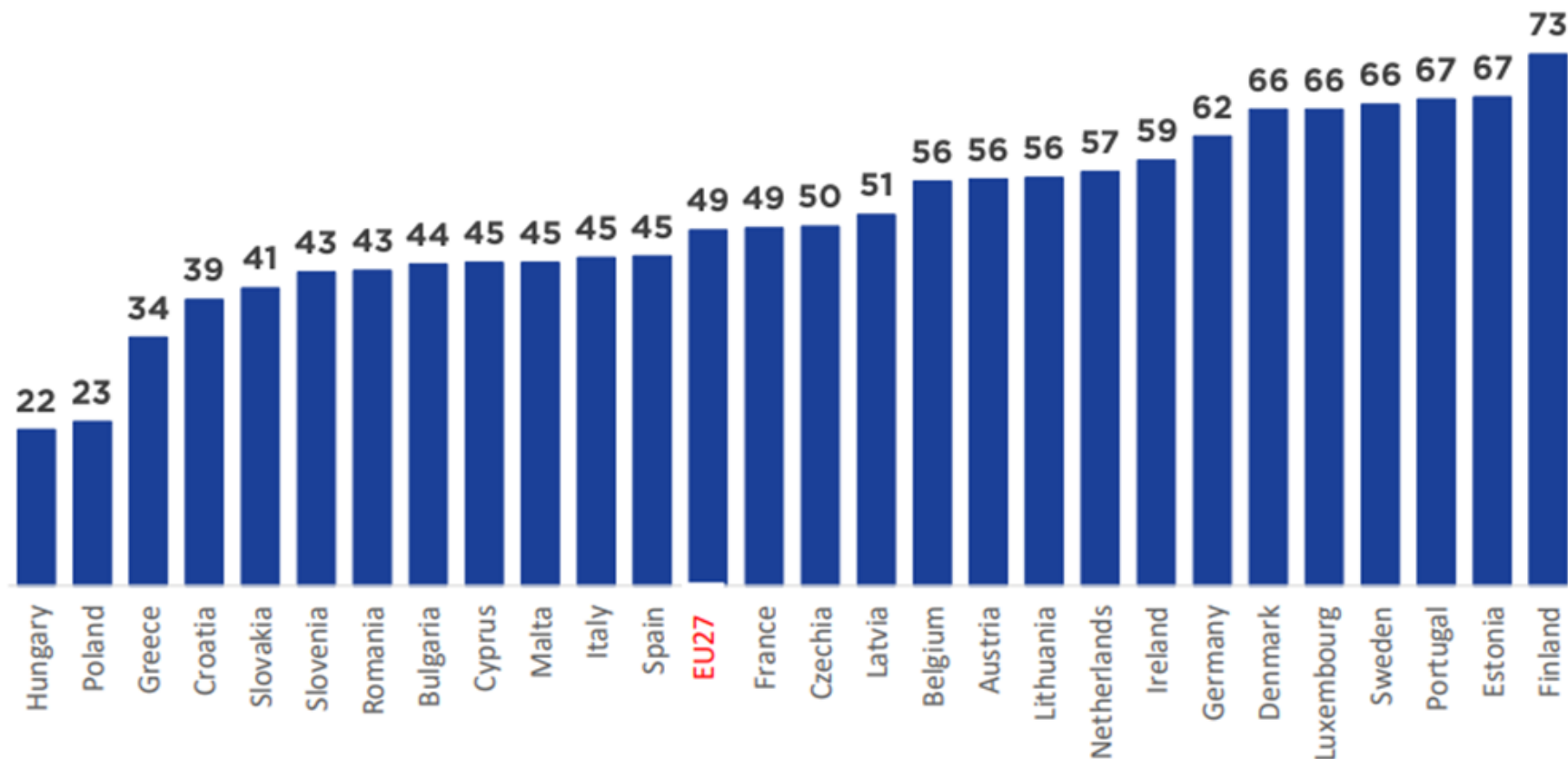
Latvijas Televīzija - 15,2% (*Daily share*)

(Baltijā: ERR - 21,6%, LRT - 15,4%)

LSM.LV - 23,5% (*Real users - weekly*)

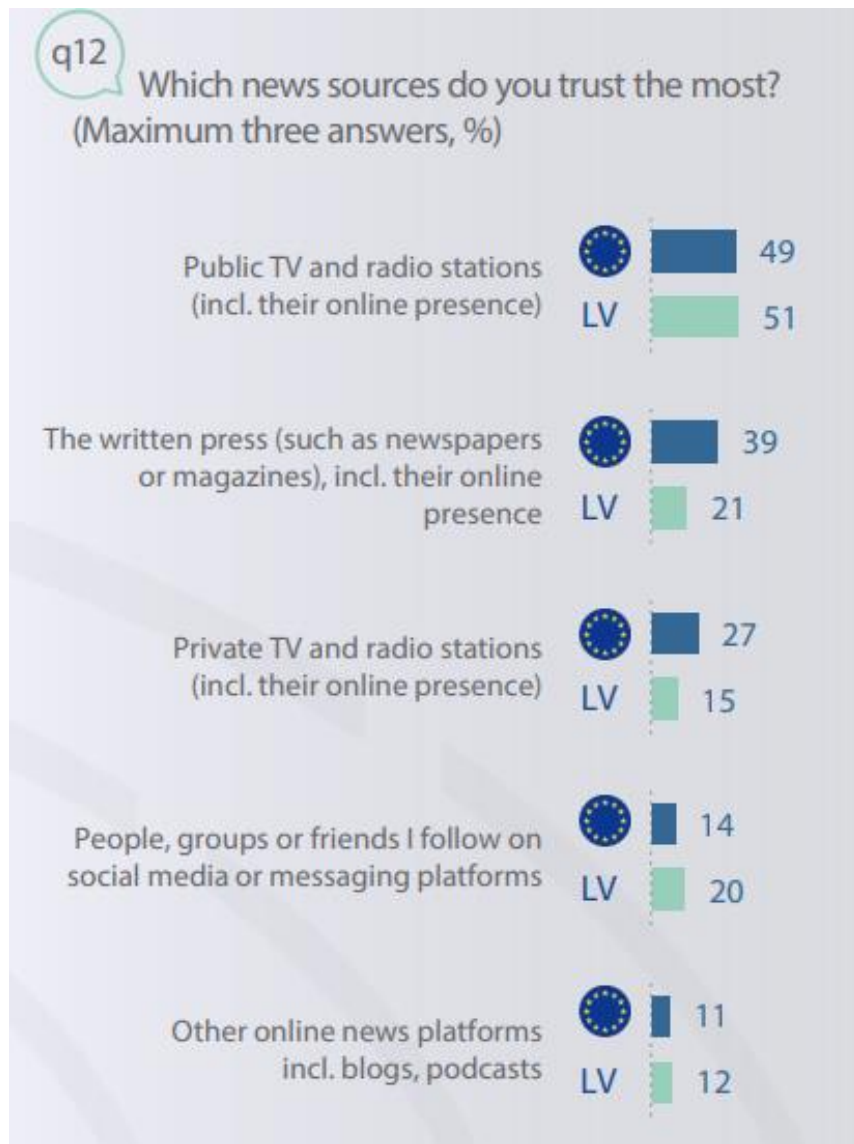
(Baltijā: ERR - n.a., LRT - 44%)





Iedzīvotāju uzticība Latvijas sabiedriskajiem medijiem ir augstāka nekā vidēji ES valstīs (EBU dati, 2021).





82%
SABIEDRISKO
MEDIJU
KOPĒJĀ
SASNIEDZAMĪBA
2022. GADĀ

Sabiedriskā
labuma
metodoloģijas
aptauja, 2022

**Latvijas sabiedriskais
radio un TV bauda
visaugstāko iedzīvotāju
uzticību**

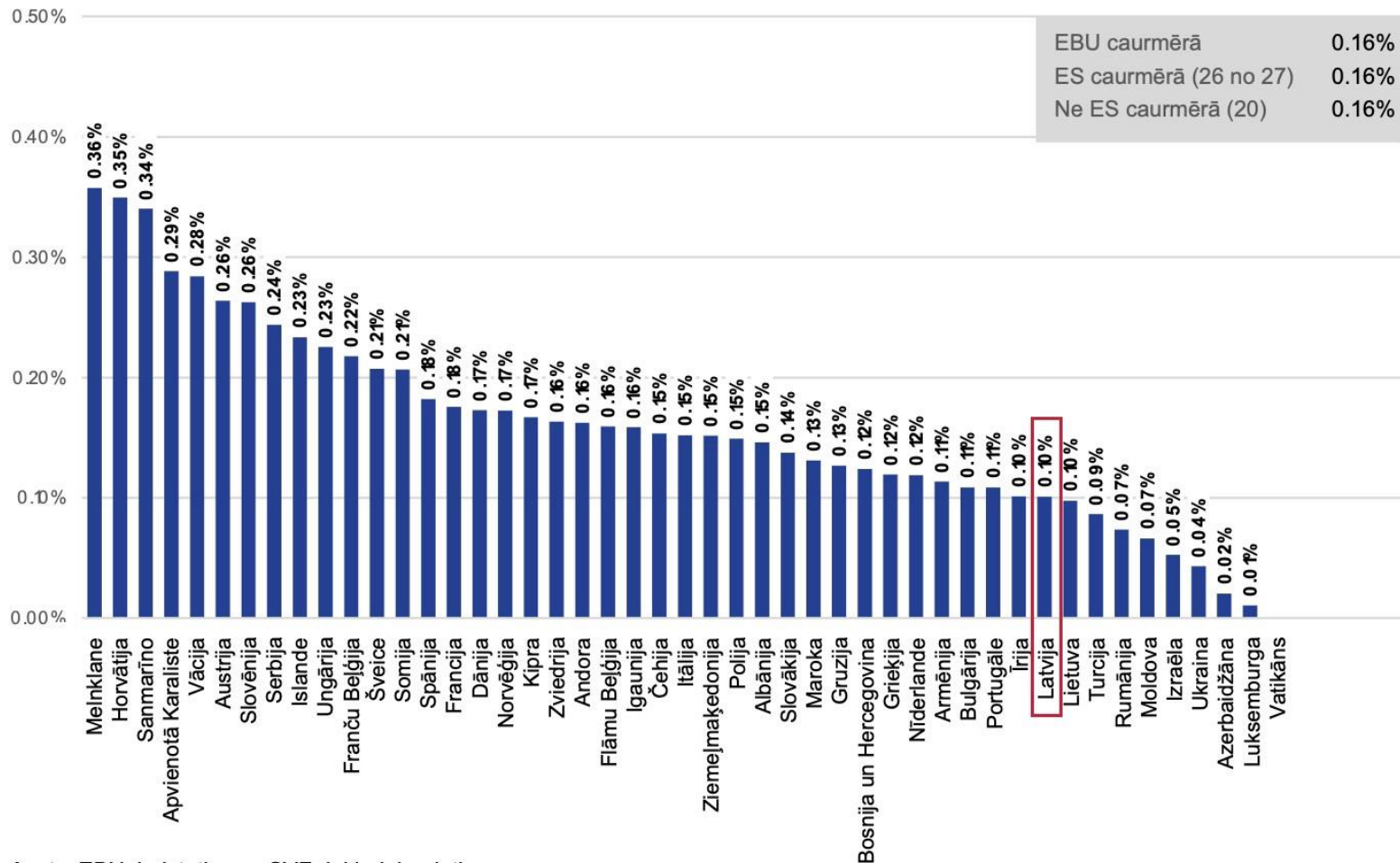
(Eurobarometer Media & News
Survey, 2022)



PROBLĒMA - NEPIETIEKAMS SM FINANSĒJUMS

9

SABIEDRISKO MEDIJU BUDŽETS KĀ % NO IKP (%. 2020)



Latvijas
sabiedrisko mediju
finansējums
ievērojami
atpaliek no Eiropas
vidējā līmeņa

LR/LTV kopējais
budžets 2022.gadā
- ~38 milj. eiro

(EST - 43,5 m; LT -
54,1 m)

Avots: EBU, balstoties uz SVF dalībnieku datiem.

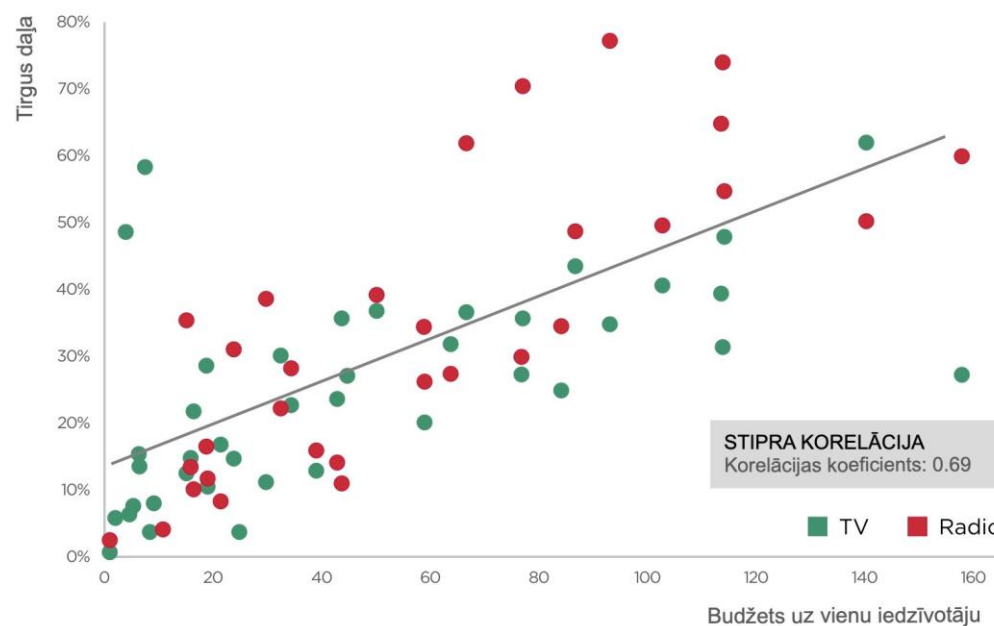


Sabiedrisko elektronisko
plašsaziņas līdzekļu
padome

Bez pietiekama finansējuma var zaudēt auditoriju

Starptautiskā pieredze skaidri apliecina ciešu sakarību starp finansējumu un sabiedrisko mediju sniegumu – **labāk finansēti mediji sasniedz vairāk auditorijas un tiek augstāk novērtēti**

SABIEDRISKO MEDIJU BUDŽETS UZ VIENU IEDZĪVOTĀJU (EUR, 2019) PRET SABIEDRISKO TV UN RADIO TIRGUS DAĻU (% , 2019).

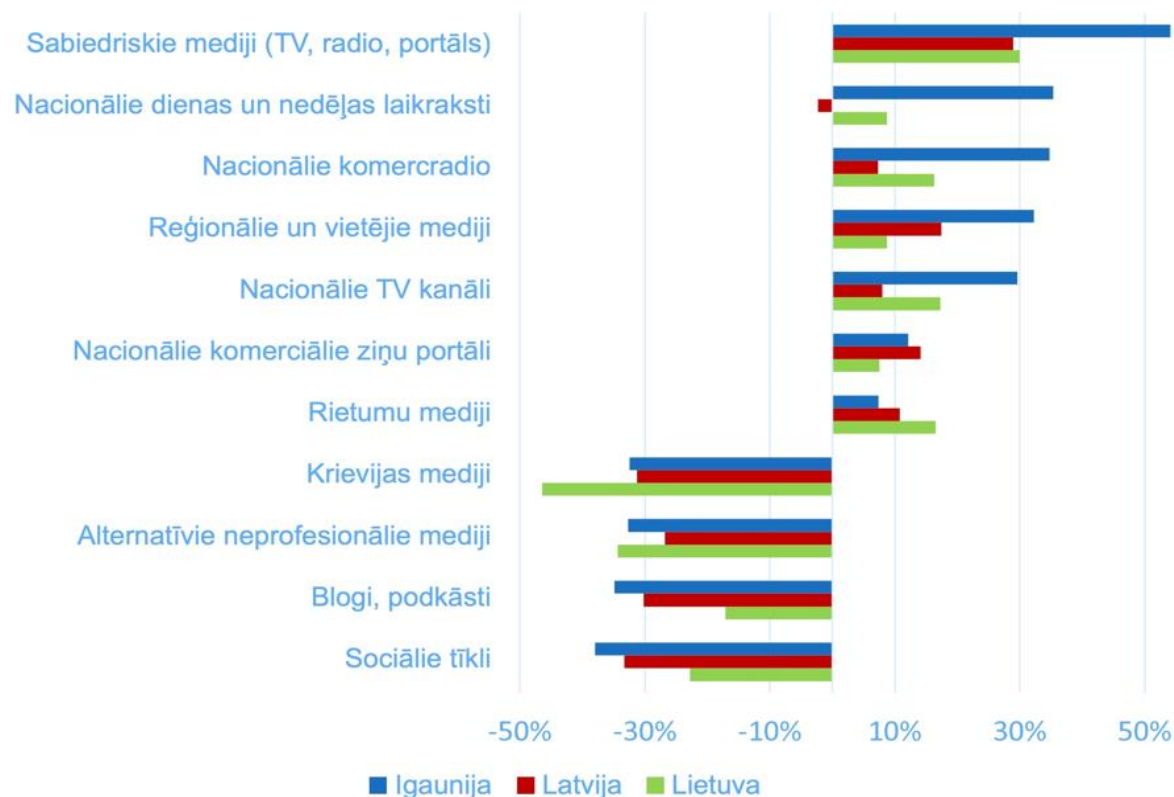


Attēls: EBU dati



Var zaudēt kvalitāti un iedzīvotāju uzticību

- Baltijas mērogā Latvija atpaliek no kaimiņvalstīm, kur sabiedrisko mediju finansējums ir lielāks, īpaši Igaunijā
- Latvijas sabiedriskie mediji sasniedz mazāku jauniešu auditoriju



Attēls: «Cik uzticami, jūsuprāt, bija šie kanāli, informējot par Covid-19 un pandēmiju?»
BCME pētījums 2021



Iemesli LR un LTV apvienošanai:

- Jāattīsta digitālais saturs, ko arvien vairāk patērē visas auditorijas,
- Tehnoloģiskās un infrastruktūras attīstības ilgtermiņa plānošana,
- Resursu koncentrēšana attīstības mērķu efektīvākai sasniegšanai,
- Juridisko šķēršļu noņemšana kopīgu projektu attīstībā (piemēram, LSM.LV izaugsme),
- Redakcionālo un administratīvās pārvaldības struktūru reforma - atbalsta funkciju apvienošana, saglabājot saturisko daudzveidību.



1. Politiskais lēmums Saeimā - 12.2022.-01.2023.

2. SEPLP likuma izmaiņas - **2023.gada marts**

3. Reorganizācijas sagatavošana, vienotās valdes konkurss - **2023.gada beigās;**

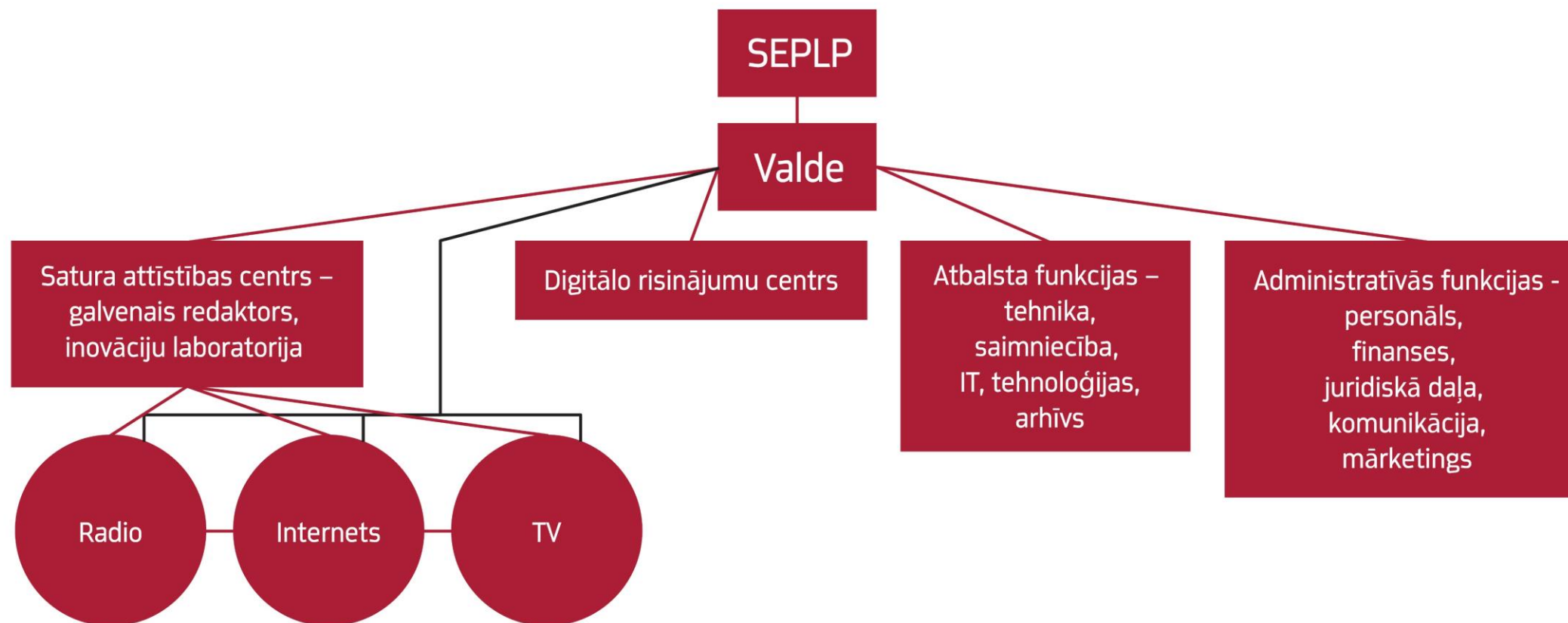
4. Latvijas sabiedriskais medijs sāk darbu **2024.gada janvārī - martā;**

5. Jaunā valde izstrādā detalizētu reorganizācijas plānu - **2024. gada laikā;**

6. Jaunā valde precizē detalizētu ēku risinājumu - **2025. gads;**

7. Reorganizācija pabeigta ne vēlāk kā līdz valdes pilnvaru termiņa beigām 2028.gadā.





Sabiedrisko mediju finansējums Latvijā 2022

37,7 milj. EUR = 0,13% no IKP

Mērķa finansējums 2027. gadā 0,16% no IKP

0,16% no IKP 2027.g. = 54,8 milj. EUR (balstoties uz Starptautiskā Valūtas fonda un vēsturiskā vidējā kāpuma prognozēm)



$(54,8 - 37,7) / 5 \text{ gadi} = 3,43 \text{ milj. EUR gadā}$



Ikgadējo dotāciju nepieciešams palielināt par 3,43 milj. EUR gadā no 2023. g., lai 2027. g. sasniegtu Eiropas vidējo finansējumu

Lai sasniegtu Eiropas vidējo 2019. gada finansējuma līmeni, līdz 2027.gadam jāpiešķir papildus aptuveni 17,1 milj. EUR vai vidēji 3,43 milj. EUR gadā

LR un LTV investīcijas ilgstoši bijušas kritiski zemā līmenī

- Ieguldīt tehnoloģijās un infrastruktūrā;
- Sabiedriskie mediji ir Latvijas kritiskās infrastruktūras daļa;
- Attīstīt jaunus satura formātus;
- Karš Ukrainā ir vēl vairāk saasinājis dezinformācijas problēmu.



- I **Fiksēta valsts budžeta daļa** – 0,37-0,38% no izdevumiem
- II **Daļa no IIN un akcīzes nodokļu ieņēmumiem** – 1,3% no IIN un 2,12% no akcīzes nodokļu kopbudžeta (VKKF un Lietuvas sab.mediju modelis)
- III **Sabiedrisko mediju nodoklis** – 34,53 eur no nodarbinātajiem iedzīvotājiem un 166,18 eur no uzņēmumiem gadā

Stājas spēkā 2027.gadā; pirms tam pārejas periods



Daļa no IIN un akcīzes nodokļu ieņēmumiem

- Visaugstākā neatkarības pakāpe
- Solidaritāte ar valsts ekonomikas attīstību
- Nodrošina mediju ilgtermiņa attīstību
- Veicina mediju atbildību sabiedrības priekšā un sabiedrības piederības izjūtu medijiem
- Citās nozarēs (VKKF) un valstīs (Lietuva) pārbaudīts modelis

Kritērijs	Esošais finansēšanas modelis	Fiksēta daļa no valsts budžeta	Sasaiste ar noteiktu nodokļu ieņēmumiem	Sabiedrisko mediju nodoklis
Neatkarīgs no politiskās un cita veida ietekmes		✓	✓	✓
Godīgs, caurspīdīgs un atbildīgs		✓	✓	
Augstas kvalitātes, daudzveidīgs saturs		✓	✓	✓
Ilgtermiņa attīstības vīzija un iesaiste radošo industriju izaugsmē		✓	✓	✓

Attēls: SEPL finansējuma modeļu izvērtējuma rezultāti



Ko iegūs sabiedrība no SM reformas:

- Pāreja uz digitālo saturu, ko arvien vairāk patērē auditorija,
- Augsta kvalitāte, moderni satura formāti,
- Vairāk satura bērniem un jauniešiem,
- Jāstiprina pretestība dezinformācijai - stiprināt analītisko un pētniecisko saturu,
- Reģionālā un starptautiskā satura stiprināšana,
- Lielāks finansējums sabiedriskajiem medijiem nozīmē lielāku atbalstu kultūrai un radošajām industrijām, palielina abpusēji izdevīgu sadarbību ar komercmedijiem, tādējādi stiprinot visu Latvijas mediju telpu.



PALDIES PAR UZMANĪBU!