



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO  
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā 2019.gada 5.decembrī

**LĒMUMS Nr.226**

**Par grozījumu apstiprināšanu  
Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma plāna  
sagatavošanas vadlīnijās 2019.–2021.gadam un uzdevumos 2020.gadam**

Pamatojoties uz Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 62.panta pirmo un otro daļu un 71.panta pirmo daļu un, ņemot vērā 2018.gada 2.oktobra Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (turpmāk – Padome) sēdē ar lēmumu Nr.126 apstiprinātās Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma plāna sastādīšanas vadlīnijas 2019.–2021.gadam un uzdevumus 2019.gadam un 2019.gada 5.decembra Padomes sēdē ar lēmumu Nr.195 apstiprinātos Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma uzdevumus 2020.gadam un plāna sagatavošanas vadlīnijas 2019.–2021.gadam konsolidētā redakcijā, kā arī ņemot vērā VSIA “Latvijas Radio” iesniegto informāciju par pētījumu centra “SKDS” pētījuma rezultātiem (bāzes vērtībām) Padome

**nolemj:**

1. Apstiprināt grozījumus Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma plāna sagatavošanas vadlīnijās 2019.–2021.gadam un uzdevumos 2020.gadam.
2. Apstiprināt Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma plāna sagatavošanas vadlīnijas 2019.–2021.gadam un uzdevumus 2020.gadam konsolidētā redakcijā (turpmāk arī – Vadlīnijas).
3. Publicēt Vadlīnijas Padomes tīmekļa vietnē [www.neplpadome.lv](http://www.neplpadome.lv).
4. Nosūtīt Vadlīnijas VSIA “Latvijas Televīzija” un VSIA “Latvijas Radio”.
5. Šī lēmuma izpildes kontroli veic Padomes priekšsēdētāja vietnieks Ivars Āboliņš un Padomes locekle Aurēlija Ieva Druviete.

Pielikumā: Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma plāna sagatavošanas vadlīnijās 2019.–2021.gadam un uzdevumi 2020.gadam konsolidētā redakcijā kopā uz 21 lapas.

*Lēmums sagatavots 3 eksemplāros. Divi eksemplāri izsniedzami sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem.*

**Padomes priekšsēdētāja vietnieks**

**Ivars Āboliņš**

## **Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma plāna sagatavošanas vadlīnijas 2019.–2021.gadam un uzdevumi 2020.gadam**

Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma plāna sastādīšanas vadlīnijas 2019.–2021.gadam (atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālajai stratēģijai 2018.–2022.gadam) un uzdevumi 2019.gadam ir izstrādāti, balstoties uz:

(1) Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (turpmāk – EPLL) 71.panta pirmajā daļā definētajiem 24 sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem, kas nosaka Latvijas sabiedrisko mediju satura tematisko ietvaru, pamatfunkcijas un darbības pamatprincipus.

(2) Konceptijā par Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija izveidi noteiktajiem mērķiem:

- 1) nacionālās identitātes, valodas, kultūras un sociālās atmiņas stiprināšana;
- 2) demokrātiskas un saliedētas sabiedrības veidošana;
- 3) piederības veicināšana Eiropas un starptautiskai kopienai;
- 4) izglītības un zināšanu izplatīšana;
- 5) radošuma un uzņēmības veicināšana;
- 6) bērnu un jauniešu iesaiste.

(3) citiem normatīvajiem aktiem, pētījumiem un dokumentiem, kas sniedz izpratni par Latvijas sabiedrības, sabiedrisko mediju un elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares kopumā attīstības procesiem, sk. pielikumu Nr.2.

(4) Padomes Sabiedriskās konsultatīvās padomes priekšlikumiem.

Sabiedriskā pasūtījuma konceptuālo ietvaru veido divu līmeņu mērķi, kam atbilstoši ir noteiktas sabiedriskā pasūtījuma plāna izstrādes vadlīnijas:

1. Sabiedriskā pasūtījuma veidošana.
2. Sabiedriskā pasūtījuma pārvaldība.

Viss sabiedrisko mediju radītais saturs atbilst sabiedrisko mediju misijai un vismaz vienam sabiedriskā labuma radīšanas mērķim.

Sabiedriskā pasūtījuma galvenie rezultāti un rādītāji, kā arī katra sabiedriskā medija specifiskie sabiedriskā labuma rezultāti un rādītāji auditorijas vērtējumā (mērķa vērtības) kārtējam gadam ir noteiktas kā prognozējamie sasniedzamie rezultāti, neizslēdzot to pārsniegšanu.

Gadījumā, ja minētie rezultatīvie rādītāji kārtējā gadā netiek sasniegti, tad nākamajā gadā attiecīgā uzdevuma rezultatīvā rādītāja noteikšana un tā izpilde tiek padziļināti pārskatīta un uzraudzīta.

Sabiedriskā pasūtījuma konceptuālo ietvaru, kas pamato Latvijas sabiedrisko mediju pozicionējumu, stratēģisku sabiedriskā pasūtījuma plāna izstrādi ar mērķi radīt sabiedrisko labumu, sk. pielikumā Nr.1.

**LR, LTV un portāla LSM.lv kopīgie sabiedriskā pasūtījuma uzdevumi  
2019.–2021.gada plānu izstrādāšanai, lai precizētu programmu un portāla LSM.lv  
saturu un mērķus konkrētam laika periodam**

***Nacionālas nozīmes notikumu atainošana***

Nodrošināt nacionālas nozīmes pasākumu atainošanu, tiešraides un reportāžas no pasākumiem visā Latvijā un ārvalstīs. Sagatavot pārskatu par plānoto pasākumu atainošanu.

***Sabiedriskā pasūtījuma uzdevumi ar mērķi radīt sabiedrisko labumu***

**1. Sabiedrība**

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

1.2. Palielināt bērnu un jauniešu satura īpatsvaru.

1.3. Nodrošināt ārvalstīs dzīvojošo Latvijas iedzīvotāju un piederīgo integrētu iekļaušanu satura veidošanā.

1.4. Turpināt attīstīt sabiedrības iesaisti satura veidošanā, izvērtēšanā un atgriezeniskās saites veidošanā, iespējami reprezentējot to pārstāvniecības daudzveidību.

1.5. Nodrošināt mazākumtautību reprezentāciju un iesaisti satura veidošanā.

1.6. Nodrošināt personu ar invaliditāti un citu mazākuma grupu integrētu iekļaušanu satura veidošanā.

**2. Demokrātija**

2.1. Nodrošināt redakcionāli neitrālu un kvalitatīvu diskusiju un debašu saturu, veicot Latvijas politisko, ekonomisko, sociālo un kultūras procesu izpēti un analīzi Latvijas un starptautiskā kontekstā.

2.2. Palielināt satura apjomu, kas veicina jauniešu izpratni par valsti kā sabiedrības pārvaldības formu un pilsoniskās līdzdalības lomu demokrātiskās valsts pastāvēšanā, Latvijas valstiskumu, vēsturi, kultūru un tradīcijām.

2.3. Nodrošināt mazākumtautību grupu pārstāvniecību un iesaisti, veidojot ziņu un analītisko raidījumu saturu.

2.4. Nodrošināt ārvalstīs dzīvojošo Latvijas piederīgo viedokļu un ekspertīzes atainošanu, veidojot ziņu un informatīvi analītisko saturu.

2.5. Veidot izglītojošu saturu par sabiedrisko mediju pastāvēšanas jēgu un nozīmi.

2.6. Nodrošināt kārtējo Saeimas, pašvaldību, Eiropas Parlamenta vēlēšanu, kā arī tautas nobalsošanu, ja tādas tiek organizētas, neitrālu atainošanu.

**3. Kultūra**

3.1. Iesaistot sabiedrību, nodrošināt satura veidošanu, izzinot un atainojot Latvijas nemateriālo kultūras mantojumu, veicinot zināšanu pārnesi un tradīciju pratību šodienā.

3.2. Nodrošināt sabiedrībā nozīmīgu kultūras notikumu ierakstu veikšanu Latvijā, īstenojot sabiedrisko mediju kā kultūras mantojuma un laikmeta liecību dokumentētāja un arhivētāja funkciju.

3.3. Veicināt latviešu valodas, t.sk. latgāliešu rakstu valodas kā vēsturiska latviešu valodas paveida un lībiešu valodas kā pirmiedzīvotāju valodas saglabāšanu, aizsardzību, attīstību un lietošanu.

3.4. Attīstīt jaunus, inovatīvus, eksperimentālus formātus sadarbībā ar nozares profesionāļiem un audiovizuālās nozares debitantiem kultūras jomā.

#### **4. Zināšanas**

4.1. Attīstīt jaunu satura formātu, kas palīdz jauniešiem atbildīgi integrēties pieaugušo dzīvē, kā arī izvirzīt un sasniegt savus dzīves mērķus.

4.2. Veidojot saturu, integrēt ar Latvijas dabu saistītu tematiku.

4.3. Veidojot saturu, integrēt ar satiksmes drošību saistītu tematiku.

4.4. Nodrošināt mediju un informācijas prasības tematikas atainojumu, praktisko pielietojamību, interaktīvi iesaistot Latvijas iedzīvotājus, veicināt mediju kritiku.

4.5. Veicināt paaudžu sadarbību un zināšanu pārnesi.

#### **5. Radošums**

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

5.2. Veicināt un atainot starpnozaru sadarbību, radot pievienoto vērtību Latvijas kultūras, radošo industriju, valsts pārvaldes, uzņēmējdarbības un inovāciju attīstībā.

5.3. Atainot uzņēmējdarbības pieredzi Latvijā un nodrošināt ekonomikas attīstības procesu analīzi.

5.4. Atainot un veicināt uzņēmību, uzdrīkstēšanos un drosmi lēmumu pieņemšanā iedzīvotāju dzīvēs.

#### **6. Sadarbība**

6.1. Nodrošināt efektīvu sadarbību starp LTV, LR un LSM.lv struktūrvienībām satura veidošanā, attīstīt multimediju satura veidošanu.

6.2. Nodrošināt sadarbību ar Latvijas reģionālajiem medijiem satura veidošanā

6.3. Nodrošināt sadarbību ar diasporas medijiem.

6.4. Nodrošināt sadarbību ar izglītības un kultūras organizācijām satura veidošanā.

6.5. Veicināt sadarbību ar nevalstiskajām organizācijām.

## **2. Sabiedriskā pasūtījuma uzdevumi LR, LTV un portāla LSM.lv 2020.plānu izstrādāšanai**

**LR sabiedriskā pasūtījuma uzdevumi 2020.gada plāna izstrādāšanai, lai precizētu LR programmu saturu un mērķus konkrētam laika periodam.**

1. Turpināt atainot Latvijas valsts simtgades notikumus un aktivitātes.
2. Nodrošināt informāciju vismaz līdzšinējā apjomā par procesiem Baltijas un Ziemeļvalstu reģionā, veidojot saturu par kaimiņvalstu sociāli politiskajiem procesiem, kā arī vairojot auditorijas izpratni par Igaunijā un Lietuvā notiekošo.
3. Stiprināt bērnu un jauniešu izpratni par Latvijas valstiskumu, vēsturi, kultūru un tradīcijām. Populārzinātniskas, izzinošas un izklaidējošas informācijas par Latvijas vēsturi un valstiskumu nodrošināšana, ietverot visplašāko tēmu loku.
4. Palielināt bērnu un jauniešu auditoriju, veidojot šo auditorijas grupu interesējošu saturu. Īpašu uzmanību pievērst tā sauktās Z paaudzes jeb jauniešu līdz 24 gadu vecumam uzrunāšanai.
5. Nodrošināt satura radīšanu par par aktīvu un veselīgu dzīvesveidu.
6. Īstenojot LR digitālo stratēģiju, nodrošināt LR oriģinālsatura radīšanu un izplatīšanu interneta kanālos, kurus mērķauditorija lieto.
7. Nodrošināt informāciju vismaz līdzšinējā apjomā par notikumiem un procesiem Latvijas reģionos un diasporā. Veidot gan jaunus formātus, gan integrēt reģionu un diasporas tematiku kopējā informācijas plūsmā. Attīstīt jaunus satura formātus Latgales studijas darbībā.
8. Nodrošināt Radioteātra darbību un ilgtermiņa attīstību.
9. Konkursa kārtībā nodrošināt neatkarīgo producentu veidotā kultūras satura t.sk. populārās kultūras satura iekļaušanu programmās.
10. Stiprināt mazākumtautību izpratni par valstiskumu un veicināt šīs auditorijas piederības sajūtu Latvijai.
11. Turpināt integrēt sporta tematiku kopējā informācijas plūsmā, nodrošināt pētniecisko informāciju, atspoguļojot ar sporta politiku saistītos procesus. Meklēt jaunus veidus un formātus kā caur ar sporta tematiku saistītajiem notikumiem veicināt iedzīvotāju integrāciju un piederības sajūtu Latvijai.
12. Palielināt informācijas apjomu par remigrāciju saistītajiem notikumiem – meklēt veidus, kā šo informāciju pasniegt jaunus formātos, kā arī caur remigrācijas tematiku veicināt iedzīvotāju piederības sajūtu Latvijai.
13. Ar ārpolitiku un starptautisko politiku saistītas informācijas palielināšana un attīstīšana, šo notikumu konteksta un ietekmes uz Latvijas iedzīvotājiem skaidrošana.
14. Nodrošināt šo un citu tēmu atspoguļošanu *podkāstu* formātā.

**LTV sabiedriskā pasūtījuma uzdevumi 2020.gada plāna izstrādāšanai, lai precizētu LTV programmu saturu un mērķus konkrētam laika periodam.**

1. Turpināt atainot Latvijas valsts simtgades notikumus un aktivitātes.
2. Nodrošināt satura radīšanu bērniem un jauniešiem, iesaistot mērķauditoriju satura veidošanā. Īpašu uzmanību pievērst tā sauktās Z paaudzes jeb jauniešu līdz 24 gadu vecumam piesaistei.
3. Īstenojot LTV digitālo stratēģiju, nodrošināt LTV oriģinālsatura radīšanu un izplatīšanu interneta kanālos, kurus mērķauditorija lieto.

4. Nodrošināt Latvijas reģionu sociālo, politisko un kultūras procesu atainošanu, nodrošinot iedzīvotāju līdzsvarotu reprezentāciju.
5. Palielināt informācijas apjomu par Latvijas diasporu un remigrāciju, attīstot informācijas pieejamību iespējami dažādās satura formās.
6. Veicināt nemateriālā kultūras mantojuma apzināšanu, zināšanu pārnesei un tradīciju pratību šodienā.
7. Nodrošināt satura radīšanu par aktīvu un veselīgu dzīvesveidu.
8. Nodrošināt satura radīšanu par finanšu pratību.
9. Konkursa kārtībā nodrošināt neatkarīgo producentu veidotā kultūras satura t.sk. populārās kultūras satura iekļaušanu programmās.
10. Turpināt nodrošināt satura radīšanu par Baltijas valstīs un Ziemeļvalstu reģionā notiekošajiem izglītības, kultūras, ekonomikas, politikas un citiem sabiedrības attīstības procesiem. Vairot izpratni par kaimiņvalstu sociāli politiskajiem procesiem, īpaši Lietuvā un Igaunijā.
11. Veicināt personu ar īpašām vajadzībām iesaisti satura veidošanā, integrēti radot saturu gan mērķa grupai, gan šo grupu reprezentējot plašākai sabiedrībai. Palielināt satura apjoma pieejamību Latvijas iedzīvotājiem ar dzirdes traucējumiem, nodrošinot subtitrēšanu un surdotulkumus.
12. Izzināt un integrēt saturā Latvijas uzņēmējdarbības, radošo industriju un inovāciju attīstības tematiku.
13. Turpināt dokumentēt personības Latvijā un pasaulē, veidojot pienesumu nacionālās identitātes apzināšanā un kultūras mantojuma saglabāšanā.
14. Turpināt Latvijas kultūras norišu ierakstu veikšanu (vismaz 10 ieraksti gadā) Latvijā, īstenojot LTV kā kultūras mantojuma un laikmeta liecību dokumentētāja un arhivētāja funkciju.
15. Integrēt sporta tematiku kopējā informācijas plūsmā, nodrošināt pētniecisko informāciju, atspoguļojot ar sporta politiku saistītos procesus. Izveidot jaunu formātu ar sporta tematiku saistītiem notikumiem, veicinot iedzīvotāju integrāciju un piederības sajūtu Latvijai.
16. Turpināt attīstīt LTV7 kā aktīva dzīvesveida un sporta kanālu.

**Portāla LSM.lv sabiedriskā pasūtījuma uzdevumi 2020.gada plāna izstrādāšanai, lai precizētu portāla LSM.lv saturu un mērķus konkrētam laika periodam.**

1. Turpināt attīstīt LSM.lv kā Latvijas sabiedrisko mediju vienoto ziņu portālu, palielinot satura apjomu un tematisko daudzveidību latviešu, mazākumtautību un angļu valodas sadaļās.
2. Turpināt satura radīšanu par Baltijas valstīs un Ziemeļvalstu reģionā notiekošajiem izglītības, kultūras, ekonomikas, politikas un citiem sabiedrības attīstības procesiem. Vairot izpratni par kaimiņvalstu sociāli politiskajiem procesiem, īpaši Lietuvā un Igaunijā.
3. Sadarbojoties LTV, LR un LSM.lv, attīstīt Latvijas sabiedrisko mediju multimediju saturu mazākumtautību auditorijai.
4. Palielināt satura apjomu, atainojot sabiedriski nozīmīgu pasākumu, forumu, diskusiju video tiešraides.
5. Turpināt attīstīt veidus un pieejas, kā iesaistīt Latvijas iedzīvotājus un diasporu satura veidošanā.
6. Ietvert saturu par aktīvu un veselīgu dzīvesveidu.

7. Turpināt attīstīt LSM.lv sadaļu bērnu auditorijai, sadarbojoties ar LR.
8. Integrēt un attīstīt LTV un LR projektu saturu portālā LSM.lv.
9. Veicināt interaktivitāti un atgriezenisko saiti ar LSM.lv portāla lietotājiem.
10. LSM.lv platformās veicināt mediju informācijas pratību, it īpaši bērniem un jauniešiem, tostarp iekļaujot informāciju par tehnoloģiju lietošanas paradumiem un to ietekmi.
11. Nodrošināt lietotājiem ērtu satura pieejamību, attīstīt satura meklēšanas funkciju visās LSM.lv platformās.
12. Nodrošinot Latvijas sabiedrisko mediju audiovizuālās krātuves – arhīva vietni (*replay.lsm.lv*), pilnveidojot funkcionalitāti un nodrošinot lietotājam ērtu satura izmantošanas pieredzi.

### **3. Sabiedriskā pasūtījuma galvenie rezultāti un rādītāji sabiedriskajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos**

#### **Vispārējie rādītāji**

Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas 2018.–2022.gadam (turpmāk – Stratēģija) mērķu sasniegšanu un uzdevumu izpildi, nodrošinot sabiedriskā pasūtījuma veidošanu un pārvaldību atbilstoši šīm Vadlīnijām, kā arī tie iesaistās elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares plašāko uzdevumu īstenošanā, veicot:

Stratēģijas 1.prioritārā virziena “Daudzveidīgs, kvalitatīvs nacionālais mediju saturs Latvijas iedzīvotājam un latviešiem pasaulē” vispārējā mērķa “Apmierināt iedzīvotāju vajadzības un intereses pēc nacionāli un reģionāli nozīmīgas informācijas par sabiedrību, valsti, aktuāliem notikumiem un norisēm, izglītības, kultūras un izklaides<sup>1</sup>” īstenošanu, rezultātu un indikatoru sasniegšanu:

<i>Indekss</i>	<i>Rezultatīvais rādītājs</i>	<i>Bāzes vērtība<sup>2</sup></i>	<i>Mērķa vērtība 2020.g.</i>
A-1	LTV1 un LTV7 programmu konsolidētais patēriņš	12,3 (Kantar TNS dati)	15,0
A-2	LR veidoto radio programmu klausīšanai veltītais laiks diennaktī (stundās uz 1 iedzīvotāju)	1	1
A-3	LSM.lv mēneša unikālo lietotāju skaits visās platformās kopā (PC, planšetes, mobilie tālruņi)	380 000	410 000
A-5	Novadu ziņu vidējā televīzijas auditorija ( <i>reach</i> kopā)	130 796	130 796
A-6 (LR)	LR regulāro klausītāju satura apmierinātības indeksa vidējā vērtība	50% (SKDS, 2018)	75

<sup>1</sup> Sabiedriskā pasūtījuma radītā sabiedriskā labuma specifiskie mērķi noteikti šo vadlīniju 1.nodaļā; atbilstošie rezultāti un to rādītāji sniegti turpmākajās nodaļās.

<sup>2</sup> Bāzes vērtības norādītas par 2017.gadu, ja nav norādītas īpašas atzīmes.

A-6 (LTV)	LTV regulāro skatītāju apmierinātības indeksa vidējā vērtība	63% (Civitta, 2019)	65%
--------------	--	------------------------	-----

Stratēģijas 3.prioritārā virziena “Dinamiski, uz attīstību un inovācijām vērsti mediji”: vispārējā mērķa “Tehnoloģiski mūsdienīga, Latvijas apstākļiem piemērota mediju satura ražošanas un piegādes infrastruktūra, kas nodrošina auditorijas mainīgās vajadzības, respektējot paaudžu, reģionu un sociālo grupu intereses un ekonomiskās iespējas” īstenošanu un rezultātu sasniegšanu:

<i>Indekss</i>	<i>Rezultatīvais rādītājs</i>	<i>Bāzes vērtība</i>	<i>Mērķa vērtība 2020.g.</i>
C-1	LTV programmu skaits bezmaksas DVB-T apraidē	2	2
C-4	LTV programmu pieejamība daudzveidīgās platformās (platformu skaits, piemēram, DVB-T, IPTV, OTT, satelīttelevīzija, kabeļtelevīzija)	5	5
C-5	Vismaz vienas LR sabiedriskā pasūtījuma ietvaros veidotas programmas pieejamība radio zemes apraidē (% no teritorijas) <sup>3</sup>	96,8	99,8

Stratēģijas 4.prioritārā virziena “Atbildīgi mediji, zinoša, iesaistīta un ieinteresēta auditorija” vispārējā mērķa “Tehnoloģiski mūsdienīga, Latvijas apstākļiem piemērota mediju satura ražošanas un piegādes infrastruktūra, kas nodrošina auditorijas mainīgās vajadzības, respektējot paaudžu, reģionu un sociālo grupu intereses un ekonomiskās iespējas” īstenošanu un rezultātu sasniegšanu:

<i>Indekss</i>	<i>Rezultatīvais rādītājs</i>	<i>Bāzes vērtība</i>	<i>Mērķa vērtība 2020.g.</i>
D-1	Sabiedrības uzticēšanās sabiedriskajai televīzijai (uzticas/daļēji uzticas no kopējā skaita, kas lieto)	62% (Civitta, 2019)	65%
D-2	Sabiedrības uzticēšanās sabiedriskajam radio (uzticas/daļēji uzticas no kopējā skaita)	82%	84%
D-5	Sabiedrības uzticēšanās LSM.lv (uzticas/daļēji uzticas no kopējā skaita)	62% (Civitta, 2019)	67%

<sup>3</sup> Atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 5.panta otrajai un trešajai daļai un 67.pantam pirmajai daļai pasūtītāja funkciju veic Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome.



## LR rezultāti un rādītāji budžeta programmas (apakšprogrammas) griezumā

	2018.gads (izpilde)	2019.gads (plāns)	2020.gads (projekts)
<b>Nodrošināt radio programmu pārraidīšanu (raidapjomu)</b>			
Kanālā LR1 raidstundas (skaits)	8 808	8 808	8 832
Kanālā LR2 raidstundas (skaits)	8 760	8 760	8 784
Kanālā LR3 raidstundas (skaits)	8 760	8 760	8 784
Kanālā LR4 raidstundas (skaits)	8 760	8 760	8 784
Kanālā LR5 raidstundas (skaits)	8 760	8 760	8 784
Kanālā LR6 raidstundas (skaits)	104	80	80

<b>Nodrošināt auditorijas aptvērumu zemes apraidē</b>			
Kanālam LR1 (% no iedzīvotāju kopskaita)	98,8	99,2	99,3
Kanālam LR2 (% no iedzīvotāju kopskaita)	98,3	98,3	98,5
Kanālam LR3 (% no iedzīvotāju kopskaita)	87,3	87,3	87,3
Kanālam LR4 (% no iedzīvotāju kopskaita)	78,4	78,4	79,7
Kanālam LR5 (% no iedzīvotāju kopskaita)	69,0	73,1	73,1
Kanālam LR6 (% no iedzīvotāju kopskaita)	38,5	38,5	38,5

## Prioritārie politikas pasākumi LR sabiedriskajā pasūtījumā

Pasākums	Izmaiņas pret 2019.gadu (euro)
<b>Izdevumi - kopā</b>	
Prioritāri pasākumi	1 370 852
<i>Sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas tirgus (Latvijas Radio).</i>	1 370 852
Vienreizēji pasākumi	15 656
<i>Transferts no Izglītības un zinātnes ministrijas, lai Latvijas Radio nodrošinātu XII Skolu jaunatnes dziesmu un deju svētku īstenošanu.</i>	9 656
<i>Transferts no Ārlietu ministrijas, lai Latvijas Radio nodrošinātu radio lekciju ciklu Ārlietu dienesta simtgadei "Nepārtrauktība. Latvijas ārlietu dienestam 100".</i>	6 000

## LR specifiskie sabiedriskā labuma rezultāti un rādītāji auditorijas vērtējumā

INDIKATORS	BĀZES RĀDĪTĀJS	MĒRĶA VĒRTĪBA 2020.G.
1. Sabiedrība.		
1.1. LR nodrošina vietu sabiedrības diskusijām	2018.gada bāze 79,8%	79,8%
1.2. LR reģionālās informācijas daudzveidība	2018.gada bāze 70,6%	75%
1.3. LR nodrošina iespēju paplašināt redzesloku, iegūt vai papildināt zināšanas	2018.gada bāze 83,3%	83,3%
1.4. LR pārstāv sabiedrības intereses	2018.gada bāze 55,1%	> 75%

1.5. LR klausītāju apmierinātība ar saturu	2018.gada bāze 77,7%	≥ 80%
2. Demokrātija.		
2.1. LR stiprina Latvijas nacionālo kultūru	2018.gada bāze 84,4%	84,4%
2.2. LR piedāvā daudzveidīgu raidījumu programmu	2018.gada bāze 80,9%	80,9%
2.3. LR klausītāju apmierinātība ar ziņu un aktuālās informācijas raidījumu saturu	2018.gada bāze 81%	81%
2.4. LR ziņu un aktuālās informācijas raidījumi palīdz saprast kopsakarības starp dažādiem notikumiem un procesiem Latvijā un pasaulē	2018.gada bāze 79,1%	79,1%
2.5. LR veicina izpratni par Latvijas valstiskumu, vēsturi, kultūru un tradīcijām dažādās vecuma grupās	2018.gada bāze 80,3%	80,3%
3. Kultūra.		
3.1. LR ir vadošais radio kultūras satura veidotājs Latvijā	2019.gada bāze (oktobris) 53%	≥ 50%
3.2. LR rosina interesi par kultūras procesiem un notikumiem	2019.gada bāze (oktobris) 53%	≥ 58%
3.3. Auditorijas apmierinātība ar kultūras raidījumu saturu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.4. Kultūras raidījumu oriģinalitāte	2019.gada bāze (oktobris) 48%	≥ 55%
3.5. LR stiprina Latvijas nacionālo kultūrtelpu, saglabā un attīsta latviešu valodu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.6. LR sekmē nacionālās identitātes apzināšanos	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.7. LR sekmē Latvijas kultūras mantojuma izzināšanu un saglabāšanu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
4. Zināšanas.		
4.1. LR saturs sniedz jaunas zināšanas dažādās dzīves jomās, atklāj ko jaunu	2019.gada bāze (oktobris) 49%	≥ 54%
4.2. LR saturs aicina kritiski domāt, spriest, izvērtēt	2019.gada bāze (oktobris) 46%	≥ 51%
4.3. LR saturs palīdz izprast citus, viņu skatījumu uz dzīvi)	2019.gada bāze (oktobris) 49%	≥ 54%
5. Radošums.		
5.1. LR piedāvā oriģinālu saturu	2019.gada bāze (oktobris) 52%	≥ 55%

5.2. LR izmanto un parāda jaunākās zinātnes attīstības tendences un tehnoloģijas	2019.gada bāze (oktobris) 31%	≥ 36%
5.3. LR sniedz pieredzi un iedvesmo radošai darbībai	2019.gada bāze (oktobris) 40%	≥ 45%

LR indikatorus paredzēts mērīt ne biežāk kā reizi divos gados, izņēmums, ja kāds no indikatoriem ir zemāks nekā 15%.

### LTV rezultāti un to rādītāji budžeta programmas (apakšprogrammas) griezumā

	2018.gads (izpilde)	2019.gads (plāns)	2020.gads (projekts)
1. LTV1 un LTV7 kopējā skatīšanās laika daļa auditorijā CSOV %4+	17,2	15,5	15,0
2. LTV1 un LTV7 kopējā skatīšanās laika daļa auditorijā (Avg)	50%	45%	45%
3. Auditorijas virszemes televīzijas apraides aptvērums (% no iedzīvotāju kopskaita)	99,6	99,8	-
4. Sporta spēļu translāciju un raidījumu stundas LTV programmā (raidstundās)	911	600*	800*

LTV programmu apraide tiek nodrošināta 24 h diennaktī.

\*Sabiedriskā pasūtījuma plānotās stundas sporta žanrā.

### Prioritārie politikas pasākumi LTV sabiedriskajā pasūtījumā

Pasākums	Izmaiņas pret 2019.gadu
Prioritāri pasākumi	4 129 148
<i>Sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas tirgus (Latvijas Televīzija).</i>	4 129 148
<i>Transferts no Izglītības un zinātnes ministrijas, lai Latvijas Televīzija nodrošinātu XII Skolu jaunatnes dziesmu un deju svētku atspoguļošanu.</i>	241 274

### LTV sabiedriskā pasūtījuma specifiskie sabiedriskā labuma rezultāti un rādītāji auditorijas vērtējumā

INDIKATORS	BĀZES RĀDĪTĀJS	MĒRĶA VĒRTĪBA 2020.G.
1. Sabiedrība.		
1.1. LTV sniedz informāciju par Latvijas sasniegumiem un veiksmes stāstiem	40% (Civita, 2019)	45%
1.2. LTV piedāvā saturu par ārvalstīs dzīvojošajiem Latvijas iedzīvotājiem un piederīgajiem	38% (Civita, 2019)	43%
1.3. LTV piedāvā saturu Latvijas mazākumtautībām	45%	50%

	(Civita, 2019)	
1.4. LTV ceļ pašapziņu un lepnumu par Latvijas valsti	52% (Civita, 2019)	57%
1.5. LTV ietekmē procesus Latvijā	41% (Civita, 2019)	43%
1.6. LTV sekmē jaunatnes izpratni par sabiedrību	38% (Civita, 2019)	43%
2. Demokrātija.		
2.1. LTV ziņu un aktuālās informācijas raidījumu mēneša sasniegtā auditorija:		
a) visi iedzīvotāji;	48% (Civita, 2019)	50%
b) auditorija, kas interesējas par politikas un ekonomikas ziņām	61% (Civita, 2019)	62%
2.2. LTV ziņu un aktuālās informācijas raidījumi kopumā sniedz patiesu priekšstatu par apkārtējo pasauli	51% (Civita, 2019)	53%
2.3. LTV ziņu un aktuālās informācijas raidījumi palīdz saprast kopsakarības starp dažādiem notikumiem un procesiem Latvijā un pasaulē	53% (Civita, 2019)	55%
2.4. LTV ziņu un aktuālās informācijas raidījumi nodrošina viedokļu daudzveidību	49% (Civita, 2019)	55%
2.5. LTV ziņu un aktuālās informācijas raidījumi nodrošina daudzveidīgu, objektīvu un līdzsvarotu informāciju	54% (Civita, 2019)	59%
2.6. Skatītāju apmierinātība ar ziņu un aktuālās informācijas raidījumu saturu	53% (Civita, 2019)	55%
2.7. Ziņu un aktuālās informācijas raidījumu oriģinalitāte	49% (Civita, 2019)	54%
3. Kultūra.		
3.1. LTV kultūras satura mēneša sasniegtā auditorija:		
a) visi iedzīvotāji;	16% (Civita, 2019)	18%
b) auditorija, kas interesējas par kultūras saturu medijos	27% (Civita, 2019)	30%
3.2. LTV rosina interesi par kultūras procesiem un notikumiem	11% (Civita, 2019)	14%
3.3. LTV ir nozīmīgs dalībnieks Latvijas kultūras un radošajā jomā	11% (Civita, 2019)	14%
3.4. Skatītāju apmierinātība ar kultūras raidījumu saturu	15% (Civita, 2019)	18%
3.5. Kultūras raidījumu oriģinalitāte	14% (Civita, 2019)	17%
3.6. LTV stiprina Latvijas nacionālo kultūrtelpu, saglabā un attīsta latviešu valodu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.7. LTV sekmē nacionālās identitātes apzināšanos	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.8. LTV sekmē Latvijas kultūras mantojuma izzināšanu un saglabāšanu	Bāzes vērtību plānots noteikt	

4. Zināšanas.		
4.1. LTV saturs sniedz jaunas zināšanas, atklāj ko jaunu	55% (Civita, 2019)	60%
4.2. LTV saturs aicina domāt, spriest, izvērtēt	54% (Civita, 2019)	57%
4.3. LTV saturs palīdz izprast citus, viņu skatījumu uz dzīvi	53% (Civita, 2019)	56%
5. Radošums.		
5.1. LTV piedāvā oriģinālu saturu	50% (Civita, 2019)	53%
5.2. LTV izmanto un parāda jaunākās tendences un tehnoloģijas	49% (Civita, 2019)	54%
5.3. LTV piedāvā daudzveidīgu, daudzpusīgu saturu	42% (Civita, 2019)	47%
5.4. LTV saturs ir interesants un saistošs	42% (Civita, 2019)	47%

### Sabiedrisko mediju interneta platforma "LSM.lv" sabiedriskā pasūtījuma galvenie rezultāti un to rādītāji

	2018.gads (izpilde)	2019.gads (plāns)	2020.gads (projekts)
1. Interneta platformas LSM.lv mēneša unikālo apmeklētāju skaits	451 860	400 000	410 000
2. Mēneša apmeklētāju skaits (bērni un vecāki ar bērniem)	-	40 000	90 000

LSM.lv sabiedriskā pasūtījuma specifiskie sabiedriskā labuma mērķi, to rezultāti un rādītāji auditorijas vērtējumā

INDIKATORS	BĀZES RĀDĪTĀJS	MĒRĶA VĒRTĪBA 2020.G.
1. Sabiedrība		
1.1. LSM.lv nodrošina vietu sabiedrības diskusijām	Bāzes vērtību plānots noteikt	
1.2. LSM.lv reģionālās informācijas daudzveidība	Bāzes vērtību plānots noteikt	
1.3. LSM.lv nodrošina iespēju paplašināt redzesloku, iegūt vai papildināt zināšanas	Bāzes vērtību plānots noteikt	
1.4. LSM.lv pārstāv sabiedrības intereses	Bāzes vērtību plānots noteikt	
1.5. LSM.lv auditorijas apmierinātība ar saturu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
1.6. LSM.lv ir līderis medijpratības veicināšanā interneta portālu vidē Latvijā	Bāzes vērtību plānots noteikt	
2. Demokrātija		

2.1. LSM.lv nodrošina iespēju iegūt informāciju, uzzināt jaunumus par Latvijā un pasaulē notiekošo	Bāzes vērtību plānots noteikt	
2.2. LSM.lv piedāvā viedokļu daudzveidību	Bāzes vērtību plānots noteikt	
2.3. LSM.lv auditorijas apmierinātība ar ziņu un aktuālās informācijas raidījumu saturu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
2.4. LSM.lv ziņu un aktuālās informācijas slejas palīdz saprast kopsakarības starp dažādiem notikumiem un procesiem Latvijā un pasaulē	Bāzes vērtību plānots noteikt	
2.5. LSM.lv veicina izpratni par Latvijas valstiskumu, vēsturi	Bāzes vērtību plānots noteikt	
2.6. LSM.lv ataino uzskatu daudzveidību	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3. Kultūra		
3.1. LSM.lv ir nozīmīgs kultūras satura portāls Latvijā	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.2. LSM.lv rosina interesi par kultūras procesiem un notikumiem	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.3. Auditorijas apmierinātība ar kultūras raidījumu saturu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.4. Kultūras satura oriģinalitāte	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.5. Veicina izpratni par kultūru un tradīcijām dažādās vecuma un sabiedrības grupās	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.6. LSM stiprina Latvijas nacionālo kultūru	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.7. LSM.lv saglabā un attīsta latviešu valodu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.8. LSM.lv sekmē nacionālās identitātes apzināšanos	Bāzes vērtību plānots noteikt	
3.9. LSM.lv sekmē Latvijas kultūras mantojuma izzināšanu un saglabāšanu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
4. Zināšanas		
4.1. LSM.lv saturs sniedz jaunas zināšanas dažādās dzīves jomās, atklāj ko jaunu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
4.2. LSM.lv saturs aicina kritiski domāt, spriest, izvērtēt	Bāzes vērtību plānots noteikt	
4.3. LSM.lv saturs palīdz izprast citus, viņu skatījumu uz dzīvi	Bāzes vērtību plānots noteikt	
5. Radošums		
5.1. LSM.lv piedāvā oriģinālu saturu	Bāzes vērtību plānots noteikt	
5.2. LSM.lv tiecas izmantot un parādīt jaunākās zinātnes attīstības tendences un tehnoloģijas	Bāzes vērtību plānots noteikt	
5.3. LSM.lv sniedz pieredzi un iedvesmo radošai darbībai	Bāzes vērtību plānots noteikt	

## **Rezultatīvo rādītāju un indikatoru izvērtēšanas metode**

### SABIEDRISKĀ PASŪTĪJUMA IZVĒRTĒJUMS

Sabiedriskā pasūtījuma vispārējo rezultātu izvērtējumu reizi 3 gados veic neatkarīgs vērtētājs. Izvērtējumā ietver informāciju par:

- indikatoru faktiskajām vērtībām, galvenajām aktivitātēm un dinamiku pārskata periodā;
- resursu izlietojuma apjomu un dinamiku;
- vērtējumu par iespējām turpmāk sasniegt plānotos mērķus un, nepieciešamības gadījumā, ieteikumus grozīt indikatoru vērtības;
- vērtējumu par notikušajām izmaiņām mediju vidē, ja tās var būt par pamatu, lai veiktu plānoto rezultātu un rādītāju korekciju;
- ieteikumus par nepieciešamajām izmaiņām sabiedriskā pasūtījuma jomā.

### SABIEDRISKĀ PASŪTĪJUMA REZULTĀTU IZVĒRTĒJUMS BUDŽETA IZPILDES GRIEZUMĀ

Revīzijas komisijas atbilstoši revīzijas komisiju nolikumiem:

- pārbauda Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas sabiedriskā pasūtījuma izpildi;
- pārbauda un apstiprina Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas valsts budžeta dotācijas izlietojumu programmu veidošanai un izplatīšanai (sabiedriskā pasūtījuma izpildei);
- sniedz ziņojumus Padomei.

### SABIEDRISKĀ PASŪTĪJUMA UZDEVUMU IZPILDES REZULTĀTU IZVĒRTĒJUMS

I. Sabiedriskā pasūtījuma sniegtā sabiedriskā labuma komplekss izvērtējums tiek veikts reizi 3 gados. Tā nolūks ir noskaidrot, kā sabiedrība vērtē sabiedriskā pasūtījuma programmas un pakalpojumus, un kādu labumu tie sniedz.

Izvērtējumu Padomes uzdevumā veic neatkarīgs vērtētājs.

Tiek novērtēts,

- 1) cik plašu auditoriju un kādas mērķgrupas ir sasniegtas (*share, reach* programmu, pakalpojumu, platformu izvērsumā, vai sasniegtas un aptvertas visas sabiedrības mērķa grupas, t.sk. mazākumgrupas, nodrošinot satura pieejamību);
- 2) kāda ir sabiedriskā pasūtījuma kvalitāte (sabiedrības uzticamības rādītāji un apmierinātības rādītāji ar programmām un pakalpojumiem tematisko jomu šķērsgriezumā, t.sk. sabiedrības, demokrātijas, kultūras, zināšanu, radošuma un sadarbības jomā);
- 3) apmierinātības rādītāji ar zīmolu kopumā;
- 4) pakāpe, kādā tiek apmierinātas sabiedrības gaidas oriģinalitātes, aktualitātes, inovāciju aspektos;
- 5) saņemtās atzinības un apbalvojumi, ekspertu viedokļi;
- 6) ietekme uz auditoriju (sabiedrības uztveres rādītāji par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ietekmi uz viņu rīcību, izvēlēm un iesaisti, kā arī norisēm sabiedrībā kopumā);

- 7) izmaksu efektivitāte (vērtē, ņemot vērā saražotā sabiedriskā pasūtījuma vidējās izmaksas par stundu, vidējās izmaksas par vienu auditorijas vienību (nedēļas/mēneša reach));
- 8) auditorijas viedoklis par pakalpojuma vērtību kopumā.

II. Sabiedriskās raidorganizācijas, ievērojot lietderības apsvērumus, periodiski pasūta darbam nepieciešamos sabiedriskā labuma izvērtējumus, tajos ietverot sabiedriskā labuma mērķu sasniegšanas izvērtējumu.

Uzdevumi sabiedriskā pasūtījuma pārvaldības mērķu sasniegšanai tiks noteikti 2020.gada LR un LTV valdes mērķos un uzdevumos.

*Pielikumā:*

*Nr.1. Sabiedriskā pasūtījuma konceptuālais ietvars uz 3 lapām.*

*Nr.2. Normatīvie akti, pētījumi un citi dokumenti, kas ir ņemti vērā Latvijas sabiedrisko plašsaziņas līdzekļu 2019.–2021.gada sabiedriskā pasūtījuma konceptuālā ietvara un 2020.gada sabiedriskā pasūtījuma plāna sastādīšanas vadlīniju izstrādē uz 3 lapām.*

*nr.3 Valstiski nozīmīgi nozaru notikumi un pasākumi 2020.gadam uz 10 lapām.*



Sabiedriskā pasūtījuma konceptuālais ietvars raksturo sabiedrisko mediju pozicionējumu, mērķus un uzdevumus, plānojot un īstenojot sabiedrisko pasūtījumu.

### **Latvijas sabiedrisko mediju pozicionējums**

Latvijas sabiedriskie mediji ir Latvijas sabiedrības zināšanu, izaugsmes un radošuma veicinātājs demokrātiskā un tiesiskā valstī. Latvijas sabiedriskie mediji veido uzticamāko, aktuālāko un kvalitatīvāko saturu Latvijas iedzīvotājiem un piederīgajiem visā pasaulē. Sabiedrisko mediju darbību un attīstību raksturo tādas pamata vērtības kā:  
(1) neatkarība un atbildība; (2) profesionalitāte un izcilība; (3) radošums un sadarbība.

#### *Jēdzienu izpratnes*

Zināšanu veicinātāji – sabiedriskie mediji uzkrāj, rada, analizē zināšanas un to pielietojamību dzīvē.

Izaugsmes veicinātāji – sabiedriskie mediji veicina demokrātiskas un tiesiskas Latvijas valsts attīstību, veicina labklājību un dzīves kvalitāti, analizē sabiedrības attīstības vīzijas un scenārijus – kas ir Latvija pēc 5, 10, 50 un vairāk gadiem?

Radošuma veicinātāji – sabiedriskie mediji veicina starpnozaru sadarbību, zināšanu pārnesei, inovāciju attīstību, dizaina domāšanu, jaunradi, eksperimentēšanu.

Lai arī LTV, LR un portālam LSM.LV ir atsevišķas attīstības stratēģijas / koncepcijas, šajā dokumentā definētais sabiedrisko mediju pozicionējums pamato izpratni par Latvijas sabiedrisko mediju pakalpojuma pastāvēšanas jēgu un nozīmi kopumā un nav pretrunā ar jau esošajiem konceptuālajiem uzstādījumiem.

### **Latvijas sabiedrisko mediju stratēģiskais virsmērķis**

Latvijas sabiedriskie mediji izzina Latvijas sabiedrību un tajā notiekošos kultūras, sporta, ekonomikas, sociālos un politiskos procesus, un, informējot, izglītojot, izklaidējot un iesaistot:

- bagātina iedzīvotāju dzīves,
- veido dialoga platformu un stiprina piederības sajūtu Latvijai,
- veicina radošumu, uzņēmību, jaunradi un individuālo pašizaugsmi,
- stiprina kultūras mantojuma un latviešu valodas saglabāšanu un attīstību.

Definīcijā ietvertais jēdziens *izziņa* raksturo zināšanu iegūšanu, analīzi un reprezentāciju pagātnes, tagadnes un iespējamo nākotnes scenāriju kontekstā.

Sabiedriskajiem medijiem ir jānodrošina to darbības atbilstība arī Eiropas Raidorganizāciju apvienības (EBU) definētajiem **sabiedrisko mediju darbības pamatprincipiem**:

- (1) nodrošināt satura kvalitāti;
- (2) nodrošināt viedokļu un uzskatu daudzveidību;
- (3) sekmēt satura pieejamību;
- (4) veicināt satura oriģinalitāti, radošumu;
- (5) sekmēt mediju un informācijas pratību.

## 1. Sabiedriskā pasūtījuma veidošana

Sabiedriskie mediji īsteno sabiedrisko pasūtījumu, radot sabiedrisko labumu atbilstoši sešiem pamata **sabiedriskā labuma radīšanas mērķiem**. Vadlīnijās tiek noteikti uzdevumi trīs gadu periodam.

### Sabiedriskā labuma radīšana

1. **Sabiedrība:** daudzpusīga pašizziņa; izziņāt un reprezentēt iedzīvotāju (un piederīgo) daudzveidību, viedokļu un uzskatu daudzveidību, minoritātes, dzīvesveidus, nodarbošanās, hobijus, sasniegumus un talantus, vērtīborientācijas, vēsturisko attīstību un nākotnes vīzijas. Nodrošināt iedzīvotāju iesaisti satura veidošanā, veicinot līdzdalības un jaunrades kultūru Latvijas sabiedrības attīstības procesos; kļūt par vadošu dialoga un sarunu platformu, izziņot un atainojot sabiedrības pastāvēšanā un attīstībā nozīmīgu tematiku.
2. **Demokrātija:** daudzpusīga informatīvi analītiska satura veidošana; politisko, ekonomisko, sociālo un kultūras procesu analīze Latvijas un starptautiskā kontekstā, Latvijas kā demokrātiskas, tiesiskas un sociāli atbildīgas valsts pārvaldības stiprināšana, pilsoniskā līdzdalība, valstiskuma pamatprincipu apzināšanās, patriotisms, mediju pratība.
3. **Kultūra:** nacionālās identitātes izziņa, nemateriālā kultūras mantojuma izziņa un pielietojums šodien, kultūras norišu un attīstības atainošana, kultūru daudzveidības reprezentācija, valoda, daba, laikmeta liecību dokumentēšana, arhivēšana.
4. **Zināšanas:** zinātne, izglītība, mūžizglītība, paaudžu sadarbība, pasaules pieredze un zināšanas, dzīves kvalitātes uzlabošana ikdienā.
5. **Radošums:** kultūras un radošās industrijas, radošā ekonomika, sadarbība, zināšanu pārnese, jaunrade, inovācijas, IT; sabiedriskie mediji kā radošuma un inovāciju attīstītāji mediju nozarē.
6. **Sadarbība:** attīstīt redakcionāli neatkarīgas sadarbības attiecības ar publiskā, nevalstiskā un privātā sektora organizācijām, radot pievienoto vērtību sabiedriskā labuma mērķu sasniegšanā.

## 2. Sabiedriskā pasūtījuma pārvaldība

Sabiedriskā pasūtījuma pārvaldības mērķi un uzdevumi raksturo vadības procesu, ļauj nodrošināt un izvērtēt sabiedriskā labuma radīšanu saskaņā ar noteiktajām sabiedriskā pasūtījuma programmu plāna veidošanas vadlīnijām. Tie ikgadēji tiek noteikti Padomes apstiprinātajos valdes mērķos un uzdevumos. Sabiedriskā pasūtījuma pārvaldības mērķi 2019.gadam tiks noteikti nākamā gada LR un LTV valdes mērķos un uzdevumos.

## Sabiedriskā pasūtījuma pārvaldības procesi

1. Stratēģiska sabiedriskā pasūtījuma īstenošanas un atskaitīšanās vadība: sabiedriskā labuma radīšanas izvērtējums.
2. Efektīva un atklāta resursu pārvaldība: caurskatāma finanšu, tehnisko resursu, cilvēkresursu nodrošināšana, īstenojot sabiedrisko pasūtījumu.
3. Saturs kvalitātes vadības sistēmas: nodrošināt un uzraudzīt satura kvalitātes atbilstību žurnālistikas profesionalitātes standartiem.
4. Satura izplatīšana tiek īstenota tādos kanālos un platformās, lai nodrošinātu satura pieejamību un sasniegtu iespējami lielāku Latvijas iedzīvotāju daļu atbilstoši iedzīvotāju mediju un informācijas lietošanas paradumiem.
5. Personāla profesionālā attīstība, nodrošinot profesionālu un kvalitatīvu sabiedriskā pasūtījuma īstenošanu.

## Latvijas sabiedrisko mediju programmu pozicionējumi

**Latvijas Radio 1** – informējoša, analizējoša, kompetenta programma visplašākajai sabiedrībai, akcentējot demokrātiskās, nacionālās identitātes un sabiedrības saliedētības vērtības.

**Latvijas Radio 2** – latviešu mūzikas programma („Dziesmas dzimtajā valodā”) ar tajā ietvertiem satura raidījumiem. Saturs – praktisks, dzīves kvalitāti veicinošs un izklaidējošs, veicinot atbildību par līdzcilvēkiem, piederību latviskajai kultūras telpai, līdzdalību un sadarbību kopējo vērtību uzturēšanā.

**Latvijas Radio 3 (Klasika)** – kvalitatīva kultūras programma, atspoguļojot nozīmīgākos kultūras notikumus, sasniegumus un kultūrvēsturisko mantojumu. Latviešu un pasaules klasiskās mūzikas aptvērums.

**Latvijas Radio 4 (Doma laukums)** – informējoši izglītojoša mazākumtautību programma. Latvijas notikumi un aktualitātes. Vērsta uz integrācijas veicināšanu un piederības izjūtas Latvijai veidošanu.

**Latvijas Radio 5 (Pieci.lv)** – populārās Latvijā radītās mūzikas multiplatformu programma ar tajā ietvertiem satura raidījumiem. Maksimāls formātam atbilstošas latviešu un Latvijā radītas mūzikas aptvērums. Aktīvs un dinamisks formāts, kas sniedz gan izklaidējošu saturu, gan izglītojošu informāciju. Veicina jauniešu piederības sajūtu latviskajai kultūras telpai.

**Radio NABA** – Atspoguļo kultūras, urbānās vides un alternatīvā dzīvesveida procesus un norises kvalitatīvā, dzīvē un dinamiskā veidā. Aptver iedzīvotājus visās vecuma grupās.

**LTV1** – vispārējo interešu kanāls / 4+

**LTV7** – aktīva dzīvesstila un sporta kanāls.

**LSM.lv** – sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu vienotais ziņu portāls.

***Normatīvie akti, pētījumi un citi dokumenti, kas ir ņemti vērā Latvijas sabiedrisko plašsaziņas līdzekļu 2019.–2021. gada sabiedriskā pasūtījuma konceptuālā ietvara un sabiedriskā pasūtījuma plāna sastādīšanas vadlīniju izstrādē.***

***Normatīvie akti, dokumenti***

1. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums. *Latvijas Vēstnesis*, 118 (4310), 28.07.2010. Sk.: <https://likumi.lv/ta/id/214039>
2. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģija 2018.–2022.gadam. *Latvijas Vēstnesis*, 74 (6160), 13.04.2018. Sk.: <https://likumi.lv/ta/id/298336>
3. Konceptija par Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija izveidi, 2013, NEPLP. Sk.: Sk.: [https://neplpadome.lv/lv/assets/documents/sabiedriskais%20pasutijums/KMKoncp\\_030613\\_LSEM.pdf](https://neplpadome.lv/lv/assets/documents/sabiedriskais%20pasutijums/KMKoncp_030613_LSEM.pdf)
4. Latvijas mediju politikas pamatnostādnes 2016.–2020.gadam. *Latvijas Vēstnesis*, 221 (5793), 11.11.2016., Sk.: <https://likumi.lv/ta/id/286455>
5. LTV (2017). VSIA “Latvijas Televīzija” vidēja termiņa darbības stratēģija 2017.–2019.
6. Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030.gadam. Sk.: <http://polsis.mk.gov.lv/documents/3323>
7. NEPLP. Latgales elektronisko mediju programma, 02.04.2015., Sk.: [https://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Lemumi/02.04.2015\\_Lemums\\_52.pdf](https://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Lemumi/02.04.2015_Lemums_52.pdf)
8. Kultūras ministrija. Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.–2020.gadam “Radošā Latvija”. Sk.: [www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/KM\\_dokumenti/Radosa\\_Latvija.pdf](http://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/KM_dokumenti/Radosa_Latvija.pdf)
9. MK 09.02.2016. noteikumi Nr.95. Kartība, kādā tiek vērtēti darbības rezultāti un finanšu rādītāji kapitālsabiedrībai, kurā valstij ir izšķirošā ietekme. *Latvijas Vēstnesis*, 29 (5601), 11.02.2016. Sk. <https://likumi.lv/ta/id/280193>
10. Nacionālās identitātes, pilsoniskās sabiedrības un integrācijas politikas pamatnostādņu plāns 2019.-2020.gadam. *Latvijas Vēstnesis*, 143 (6229), 20.07.2018. Sk.: <https://likumi.lv/ta/id/300483-par-nacionalas-identitates-pilsoniskas-sabiedribas-un-integracijas-politikas-istenosanas-planu-2019-2020-gadam>
11. UNESCO konvencija par kultūras izpausmju daudzveidības aizsardzību un veicināšanu. *Latvijas Vēstnesis*, 83 (3659), 24.05.2007., *Ziņotājs*, 12, 28.06.2007. Sk.: <https://likumi.lv/doc.php?id=157644>
12. Par Latvijas Nacionālo attīstības plānu 2014.–2020.gadam. *Latvijas Vēstnesis*, 6 (4812), 09.01.2013. Sk.: <https://likumi.lv/doc.php?id=253919>

## *Pētījumi par sabiedrības un elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstību*

1. SKDS. (2016). Latvijas iedzīvotāju aptaujas dati 2016. gada oktobris–novembris. Pasūtītājs – NEPLP. Sk. kopsavilkumu šeit: [http://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/TV%20auditorijas%20pe%CC%84ti%CC%84jums\\_2016.pptx](http://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/TV%20auditorijas%20pe%CC%84ti%CC%84jums_2016.pptx) (01.08.2017.).
2. SKDS. (2016). TV auditorijas pētījums - Fokusa grupu diskusiju kopsavilkums 2016. gada oktobris-novembris. Pasūtītājs – NEPLP. Sk. kopsavilkumu šeit: [http://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Atskaite\\_NEPL\\_12\\_2016.pdf](http://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Atskaite_NEPL_12_2016.pdf) (01.08.2017.).
3. GFK. (2016). VSIA „Latvijas Televīzija” un VSIA „Latvijas Radio” zīmolu, raidījumu un auditorijas pētījums | 2016.gada februāris – marts.
4. Centrālās statistikas pārvaldes dati, kas raksturo Latvijas iedzīvotāju demogrāfiskos rādītājus un sociālos procesus, ienākumus, nodarbinātību, sociālo drošību. Sk.: <http://data.csb.gov.lv>.
5. Gemius Audience pieejamie dati par Latvijas iedzīvotāju mediju lietojuma paradumiem interneta vidē: (1) interneta lietotāju dinamika: datori, mobilie telefoni, planšetes, 2016-2017, 7-74, %; (2) Kantar TNS Digital. Pavasaris 2013 – Pavasaris 2017, 15 – 74, %.
6. Kantar TNS radio un televīzijas auditorijas pētījumi.
7. Latvijas Fakti. (2017). Latvijas iedzīvotāju medijpratība. Kvalitatīvais pētījums. Sk.: <http://ejuz.lv/medijpratibaspetijums>, rezultātu apkopojumu sk. <http://ejuz.lv/medijpratibakopsavilkums2017> (01.08.2017.).
8. Daudzveidīgās un mainīgās Latvijas identitātes. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 2014. Sk.[http://www.szf.lu.lv/fileadmin/user\\_upload/szf\\_faili/Petnieciba/sppi/demokratija/Daudzveidigas\\_un\\_mainigas\\_Latvijas\\_identitates.pdf](http://www.szf.lu.lv/fileadmin/user_upload/szf_faili/Petnieciba/sppi/demokratija/Daudzveidigas_un_mainigas_Latvijas_identitates.pdf) (01.08.2017.).
9. Beitika, I. (2015). Sabiedriskais medijs un sabiedriskais labums: Latvijas pieredzes analīze. Promocijas darbs.
10. Projekta “Kultūras patēriņa un kultūras aktivitāšu auditoriju izpēte” rezultāti. Kultūras auditorija Latvijā: situācija, procesi, tendences. Pasūtītājs – CultureLab. Finansētājs – VKKF. 2016.
11. Sk.: <https://culturelablv.files.wordpress.com/2017/01/kultc5abras-auditorija-latvijs481-2016.pdf> (01.08.2017.)
12. EBU (2017). Pētījums “Perfect Storm. The multiple challenges facing Public Service News, and why tackling them is vital for democracy”. Sk.: <https://www.ebu.ch/publications/perfect-storm> (01.08.2017.).
13. EBU. (2016). Legal Focus. PSM Remit Principles for the Digital Age” / Dr. Richard Burnley.
14. EBU. (2016). Young People and Optimism a pan-European View National Reports. Sk.: [http://www.generation-what.eu/ebook\\_generation.pdf](http://www.generation-what.eu/ebook_generation.pdf) (01.08.2017.)
15. Eiropas Digitālā progresa ziņojums. (2017). Valsts profils. Latvija. Sk.: [http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc\\_id=44317](http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44317)
16. Kantar TNS (2017). TV skatīšanās tendences. TV auditorijas pētījuma rezultāti. 01.01.2014.-30.06.2017.
17. Kantar TNS. (2017). Radio patēriņš dažādās platformās un attīstības prognozes. Latvijas iedzīvotāju aptauja. 2017.gada decembris.
18. Standard Eurobarometer 88. 2017. Public Opinion in the European Union. Fieldwork November 2017. Annex. Sk.: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/surveyKy/2143>
19. Reporters without borders. 2018. World Press Freedom Index. Sk.: <https://rsf.org/en/ranking>
20. Kantar TNS. (2018). 2017.gada decembris, reprezentatīva iedzīvotāju aptauja internetā: n=1618.
21. Kantar TNS. (2017). 2016.gada novembris, reprezentatīva iedzīvotāju aptauja respondentu dzīves vietās: n=501.

22. Kantar TNS. (2014). 2014.gada maijs, reprezentatīva iedzīvotāju aptauja respondentu dzīves vietās: n=506.
23. Latvijas Fakti. (2017). Latvijas iedzīvotāju medijpratība. Kvantitatīvais pētījums. Sk.: <http://ejuz.lv/medijpratibaspetijums>
24. European University Institute. (2017) Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2016 in the European Union, Montenegro and Turkey. 2017 Policy Report. Sk.: [http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/46786/CMPF-MPM\\_PolicyReport2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/46786/CMPF-MPM_PolicyReport2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
25. Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultāte UNESCO Medijpratības katedra. (2017). Pētījums par 9 līdz 16 gadus vecu bērnu un pusaudžu medijpratību Latvijā. Sk.: [https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/mediju\\_politika/medijprat%C4%ABba/petijums/2018/Bernu%20un%20pusaudzu%20medijpratibas%20petijuma%20rezultati.pdf](https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/mediju_politika/medijprat%C4%ABba/petijums/2018/Bernu%20un%20pusaudzu%20medijpratibas%20petijuma%20rezultati.pdf)
26. Kultūras ministrija, Latvijas Universitāte, Latvijas Universitātes Diasporas un migrācijas centrs. (2017). Vienojošas nacionālās identitātes un Latvijas kultūrtelpas nostiprināšana. Priekšlikumi sabiedrības integrācijas plānam 2019.–2025.gadam. Ekspertu ziņojums. Sk.: [https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/Sabiedribas\\_integracija/Petijumi/Expertu%20zinojums%20vienojosas%20nacionalas%20identitates%20un%20kulturaltelpas%20nostiprinasanai.pdf](https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/Sabiedribas_integracija/Petijumi/Expertu%20zinojums%20vienojosas%20nacionalas%20identitates%20un%20kulturaltelpas%20nostiprinasanai.pdf)
27. Kultūras ministrija, Latvijas Universitātes Filozofijas un socioloģijas institūts, Latvijas Universitāte. (2017). Mazākumtautību līdzdalība demokrātiskajos procesos Latvijā. Analītiskais ziņojums. Sk.: [https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/Sabiedribas\\_integracija/Petijumi/Mazakumtautibu%20lidzdaliba%20petijuma%20zinojums%202017\(1\).pdf](https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/Sabiedribas_integracija/Petijumi/Mazakumtautibu%20lidzdaliba%20petijuma%20zinojums%202017(1).pdf)
28. SIA Corporate Consulting. (2017). Tirdzniecības izpētes ziņojums. Latvijas Nacionālā bibliotēka. Sk.: [https://academia.lndb.lv/ftp/251/tirdzniecibas\\_izpetes\\_zinojums\\_gala\\_versija.pdf](https://academia.lndb.lv/ftp/251/tirdzniecibas_izpetes_zinojums_gala_versija.pdf)
29. *Civitta* Latvijas televīziju zīmolu, raidījumu un auditorijas pētījums