



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā 2019.gada 27.maijā

LĒMUMS Nr.106

**Par grozījumiem Elektronisko plašsaziņas līdzekļu
nozares attīstības nacionālajā stratēģijā 2018.–2022.gadam**

Pamatojoties uz Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 60.panta trešo daļu, ņemot vērā ar Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (turpmāk – Padome) 2018.gada 12.aprīļa lēmumu Nr.63 apstiprināto Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālo stratēģiju 2018.–2022.gadam (turpmāk – Stratēģija), Padome

nolemj:

1. Izdarīt Stratēģijā šādus grozījumus:

1.1. Papildināt ar 35¹ punktu šādā redakcijā:

“[35¹] Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu attīstības prioritārie mērķi ir sabiedriskā pasūtījuma veidošana un sabiedriskā pasūtījuma pārvaldība.

Sabiedriskā pasūtījuma galvenos uzdevumus sabiedrības, demokrātijas, kultūras, zināšanu, radošuma un sadarbības tematiskajās jomās nosaka sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijās, kuras vidējam termiņam izstrādā Padome, sadarbojoties un konsultējoties ar sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem un SKP.

Sabiedriskā pasūtījuma gada plānus atbilstoši vadlīnijām un pieejamajam finansējumam izstrādā Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi un iesniedz Padomei apstiprināšanai. To izstrādes gaitā tiek noskaidrotas un izvērtētas sabiedrības intereses un vajadzības, šim nolūkam izmantojot pētījumus vai citas metodes (aptaujas, darbs ar fokusa grupām, vajadzību un interešu kartēšana u.c.)”

1.2. Papildināt ar 35² punktu šādā redakcijā:

“[35²] Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina šīs Stratēģijas prioritāro virzienu un uzdevumu īstenošanu, kā arī iesaistās integrētu uzdevumu īstenošanā un rezultatīvo rādītāju sasniegšanā:

- 1.prioritārā virziena uzdevumu izpildi atbilstoši katra sabiedriskā medija vidēja termiņa darbības stratēģijai (1.2.–1.4. un 1.6.–1.9. uzdevums, rezultatīvie rādītāji A-1 līdz A3 un A-5 līdz A-6);

- 3.prioritārā virziena uzdevumu īstenošanu atbilstoši katra sabiedriskā medija vidēja termiņa darbības stratēģijai un kompetencei (3.2.–3.6. uzdevums, rezultatīvie rādītāji C-1, C-3, C-4, C-5, C-7);

- 4.prioritārā virziena uzdevumu izpildi atbilstoši katra sabiedriskā medija vidēja termiņa darbības stratēģijai un kompetencei (4.1.–4.7. uzdevums, rezultatīvie rādītāji D-1, D-2, D-5).

Detalizēti indikatīvie pasākumi, darbības rezultāti un rādītāji ietverti Stratēģijas ieviešanas plānā, kas publicēts Padomes tīmekļvietnē.

1.3. Papildināt ar 35³ punktu šādā redakcijā:

“[35³] Sabiedriskie mediji saskaņā ar normatīvajiem aktiem var sniegt būtiski jaunus pakalpojumus. Šādos gadījumos ir veicams sabiedriskā labuma tests, ar kura palīdzību tiek noskaidroti prognozējamie sabiedrības ieguvumi, salīdzinājumā ar tirgus attīstībai potenciāli nodarītajiem zaudējumiem. Sabiedriskā labuma testa kārtību un kritērijus nosaka Padome, to publicējot savā tīmekļvietnē.”

1.4. Papildināt ar 35⁴ punktu šādā redakcijā:

“[35⁴] Sabiedrisko pasūtījuma daļu, kuru īsteno komerciālie mediji, plāno saskaņā ar šīs Stratēģijas [35¹] punktu. Tā uzdevums ir bagātināt sabiedrībai pieejamu mediju viedokļu un formu daudzveidību, paplašinot cilvēkiem izvēles iespējas un veicinot mediju plurālismu. Tāpat uzdevums ir paplašināt auditorijas, kas izmanto sabiedriskā pasūtījuma ietvaros pieejamo saturu, ņemot vērā, ka sabiedrisko mediju un komerciālo mediju auditorijas daļēji nepārklājas un ir noturīgi lojālas savām izvēlēm.”

1.5. Papildināt ar 35⁵ punktu šādā redakcijā:

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

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

- kāda ir sabiedriskā pasūtījuma kvalitāte (sabiedrības apmierinātības rādītāji ar programmām un pakalpojumiem tematisko jomu šķērsgrīzumā, t.sk. sabiedrības, demokrātijas, kultūras, zināšanu, radošuma un sadarbības jomā; apmierinātības rādītāji ar zīmolu kopumā, pakāpe, kādā tiek apmierinātas sabiedrības gaidas oriģinalitātes, aktualitātes, inovāciju aspektos, saņemtās atzinības un apbalvojumi, ekspertu viedokļi);

- ietekme uz auditoriju (sabiedrības uztveres rādītāji par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ietekmi uz viņu rīcību, izvēlēm un iesaisti, kā arī norisēm sabiedrībā kopumā);

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

1.6. Papildināt ar 35⁶ punktu šādā redakcijā:

“[35⁶] Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi atbilstoši Padomes apstiprinātajām vidēja termiņa stratēģijām un darba plāniem regulāri veic / pasūta auditorijas mērījumus un izvērtējumus ar mērķi nodrošināt kvalitatīvu sabiedrības vajadzību un interešu ievērošanu savās programmās un pakalpojumos.”

2. Iesniegt Stratēģijas grozījumus publicēšanai oficiālajā izdevumā “Latvijas Vēstnesis” www.lv.lv un Padomes tīmekļvietnē www.neplpadome.lv.

3. Par atbildīgajiem šī lēmuma izpildes kontrolē noteikt Padomes priekšsēdētāju Daci Ķezberi.

Pielikumā: Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas 2018.–2022.gadam konsolidētā redakcija uz 19 lapām.

Padomes priekšsēdētāja

Dace Ķezbere