



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO  
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā,

2016.gada 28.janvārī

**Lēmums Nr.17**

**Par sabiedriskā pasūtījuma daļas, ko 2016.gadā īsteno sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis valsts SIA „Latvijas Televīzija”, apstiprināšanu**

Pamatojoties uz Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 62.panta pirmo daļu un 71.panta pirmo un otro daļu, kā arī ņemot vērā valsts SIA “Latvijas Televīzija”, turpmāk – Latvijas Televīzija, 2016.gada 27.janvāra vēstuli Nr.12/1-4 “Par papildināta LTV sabiedriskā pasūtījuma nosūtīšanu” un 2016.gada 28.janvāra vēstuli Nr.13/1-4 “Par Lsm.lv sabiedrisko pasūtījumu”, kurai pievienots Latvijas Televīzijas (t.sk., Lsm.lv) 2016.gada sabiedriskā pasūtījuma daļas plāns, Padome

**nolemj:**

1. Lēmuma pielikumā esošajā redakcijā apstiprināt Latvijas Televīzijas sabiedriskā pasūtījuma daļu, ko tā īsteno 2016.gadā.
2. Padomes apstiprinātajai sabiedriskā pasūtījuma daļai 2016.gadam pievienot Padomes Sabiedriskās konsultatīvās padomes 2016.gada 25.janvāra ieteikumus kā rekomendāciju darbībai, veidojot sabiedrisko pasūtījumu.
3. Uzdot Latvijas Televīzijai nodrošināt Padomes apstiprinātās sabiedriskā pasūtījuma daļas 2016.gadam izpildi.
4. Uzdot Latvijas Televīzijai līdz 2016.gada 1.jūlijam veikt Padomes apstiprinātās sabiedriskā pasūtījuma daļas 2016.gadam saturiskos un finansiālos precizējumus, ņemot vērā multimediju sadaļas un kopprojektu attīstību.

Pielikumā: Sabiedriskā pasūtījuma daļa, ko 2016.gadā īsteno Latvijas Televīzija, uz 61 lpp.

**Padomes priekšsēdētāja**

**A.Dulevska**

Gita Keistere  
Nacionālās elektronisko  
plašsaziņas līdzekļu padomes  
juriskonsulte

28.01.2016.

Keistere, t.67221848

Doma laukums 8A  
Rīga, LV-1939, Latvija  
www.neplpadome.lv

T. +371 6722 1848  
F. +371 6722 0448  
E. neplpadome@neplpadome.lv

Reģistrācijas Nr.: 90000081852  
Valsts kase, Kods: TREL22  
Konts: LV08TREL2470623009000



**LATVIJAS TELEVĪZIJA**

SABIEDRISKAIS PASŪTĪJUMS

2016. gadam

Rīga, 08.01.2016.

## SATURS

SATURS .....	2
IEVADS.....	3
MĒRĶA AUDITORIJAS .....	5
LTV KANĀLU ATTĪSTĪBAS STRATĒGIJA 2016. – 2019.....	13
LTV SATURA KVALITĀTES VADĪBA.....	21
LTV KANĀLU RAIDĪJUMU SATURA UN TĒMU PRIORITĀTES .....	23
IEPIRKTI UN ADAPTĒTI RAIDĪJUMI.....	30
SUBTITRI UN SURDOTULKOJUMI LTV.....	33
LATVIJAS TELEVĪZIJAS UN LATVIJAS RADIO SADARBĪBAS PROJEKTI SATURA JOMĀ.....	34
LTV RAIDĪJUMU HRONOMETRĀŽA UN CIKLISKUMS.....	35
RAIDĪJUMI, KURI LTV ĒTERĀ NETIKS TURPINĀTI 2016.GADĀ. ....	38
LTV ORIGINĀLSATURA APJOMS UN KOPĒJAIS RAIDLAIKS.....	39
LTV SATURA BUDŽETS (EUR) .....	42

## IEVADS

Tuvojoties valsts simtgadei, Latvija var lepoties ne tikai ar savu neapstrīdamo un unikālo klātbūtni Eiropas politiskajos un kultūras procesos, bet arī ar spēcīgu, Eiropas vērtībās balstītu sabiedrisko televīziju. Sabiedriskā televīzija vienlaikus ir gan sargsuns, gan kultūras nesējs, un dzīva, nobriedusi demokrātija nav iedomājama bez šāda sabiedrības interesēs balstīta medija. Nebūdamā komerciālu panākumu motivēta, sabiedriskā televīzija spēj nodrošināt pastāvīgu platformu kvalitatīvai sabiedriskai diskusijai un procesu analīzei, tā veido telpu nacionālās kultūras un tradīciju izpausmēm, veido bērnu un jauniešu kultūras atsauču kopumu, kā arī piedalās nācijas kopējā naratīva veidošanā. VSIA Latvijas Televīzija (LTV), valsts simtgadei tuvojoties, ir nostiprinājusi pozīciju tirgū, jūtami palielinājusi Latvijā ražotā satura apjomu un kvalitāti, un izkopusi tēlu – tā ir atbildīga, uzticama un draudzīga televīzija, kas kalpo savam darba devējam – Latvijas sabiedrībai. Atbildība auditorijas priekšā ir turpmākās LTV attīstības stūrakmens.

LTV ir nostiprinājusi arī drosmīgu jauninājumu ieviesēja un kultūras nesēja lomu. Sadarbībā ar Latvijas Radio piešķirts jauns svars un zīmola atpazīstamība balvai "1kg kultūras", godinot labākos mūzikā, vizuālajā mākslā, literatūrā, kino un teātrī; LTV veidotie kultūras personību portreti kļuvuši par daļu no nācijas sarunas par šodienas Latvijas kultūru. Turpinot koncerta "Born in Riga" iesākto tradīciju, Alvijs Hermaņa, Pēteris Vaska un nākotnē arī citu spilgtāko Latvijas kultūras talantu portretējumi tiks veidoti ne tikai Latvijas, bet arī visplašākajam skatītāju lokam ārvalstīs. Plašā un daudzveidīgā klātbūtne gan Baltijas un Ziemeļvalstu dziesmu svētkos, gan Skolu jaunatnes dziesmu un deju svētkos, stiprināja kopības un piederības sajūtu. Drosme mainīties un mērķtiecīgs darbs ar jaunajiem talantiem ļāva Latvijai iegūt augstu vietu Eiropas dziesmu konkursā. Esošo zīmolu stiprināšana un jaunu formātu un talantu izkopšana ir panākumu atslēga arī turpmākajā darbā.

LTV sevi pierādīja arī kā daudzvalodīga multiplatformu satura līderis – daudzkārtīgi pieaugusī interneta auditorija tagad jau zina, ka portāls lsm.lv un jaunais interneta pleijers RE! tai piedāvās ne tikai operatīvas un daudzveidīgas ziņas un raidījumu arhīvu, bet arī ekskluzīvu saturu, kas ļauj sekot notikumiem klātienē vai piedāvā alternatīvus multimediju produktus, bagātinot zīmola raidījumus ar divekrānu tiešraides pieredzi vai daudzveidīgiem aizkadra stāstiem.

Diemžēl, vērtējot pēc sabiedriskajiem medijiem piešķirtā finansējuma dinamikas, valsts neatbalsta to centienus kļūt par uzticamas un objektīvas informācijas līderiem un Latvijas informatīvās telpas stiprinātājiem. Latvijas sabiedrisko mediju finansējums % no IKP ir divreiz zemāks par ES vidējiem rādītājiem. Neskatoties uz to Valsts finansējums 2016. gadā ir par 1,78 mlj. EUR mazāka nekā 2014. gadā un par 0,34 mlj. EUR mazāka nekā 2015. gadā. Šāds finansējuma samazinājums nevar neatsaukties uz LTV veidotā oriģinālsatura apjomu, kas ar 3207h 2016. gadā atgriezīsies 2014. gada līmenī un būs par 244h vai 7% mazāks nekā 2015. gadā. Tomēr arī turpmāk LTV veidotā satura stūrakmeņi būs tādas vērtības kā radošums, analītiskā domāšana, klātbūtnes efekts un drosme. Šo raksturlielumu kombinācija ļaus Latvijas sabiedriskajai televīzijai turpināt būt par standartu noteicēju kvalitatīvai, sabiedrības interesēs balstītai žurnālistikai Latvijā.

## VĪZIJA

Latvijas Televīzija ir atbildīgs, neatkarīgs un izcils uzņēmums, kurš iedvesmo, informē, izglīto un izklaidē sabiedrību.

## MISIJA

Kalpot Latvijas sabiedrības interesēm.

## VĒRTĪBAS UN PRINCIPI

### Atbildība

- Mēs esam godīgi
- Mēs kalpojam sabiedrībai
- Mums ir svarīga ilgtermiņa sadarbība ar sabiedrību

### Izcilība

- Mēs esam radoši
- Mēs veidojam kvalitatīvu produktu
- Mēs esam vērsti uz izaugsmi

### Neatkarība

- Mēs rīkojamies atklāti
- Mēs ieklausāmies citu viedoklī un spējam argumentēti paust savu viedokli
- Mēs esam ar stingru mugurkaulu

## MĒRĶI

1. Nacionālās identitātes, valodas, kultūras un sociālās atmiņas stiprināšana.
2. Demokrātiskas un saliedētas sabiedrības veidošana.
3. Piederība Eiropas un starptautiskai kopienai.
4. Izglītības un zināšanu izplatīšana.
5. Radošuma un uzņēmības veicināšana.
6. Bērnu un jauniešu iesaiste.

## LTV UZDEVUMI 2016. GADAM

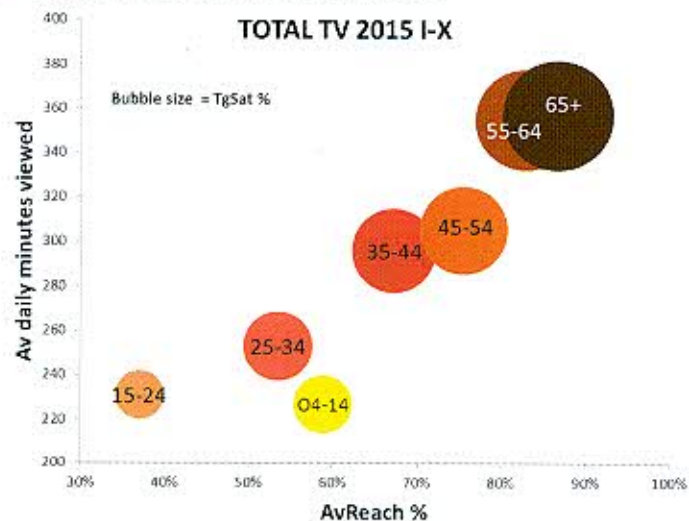
1. LTV kanālu kopējo skatīšanās laika daļa (CSOV%, 4+) virs 16%.
2. LTV1 kanāla skatīšanās laika daļu auditorijā 35-64 virs 8%.
3. Interneta platformas lsm.lv vidējais mēneša unikālo apmeklētāju skaits virs 220 000.
4. LTV skatītāju apmierinātība ar satura kvalitāti virs 70%.
5. LTV reklāmas ieņēmumi 2015. gada apjomā.

# MĒRĶA AUDITORIJAS

## Televīzija

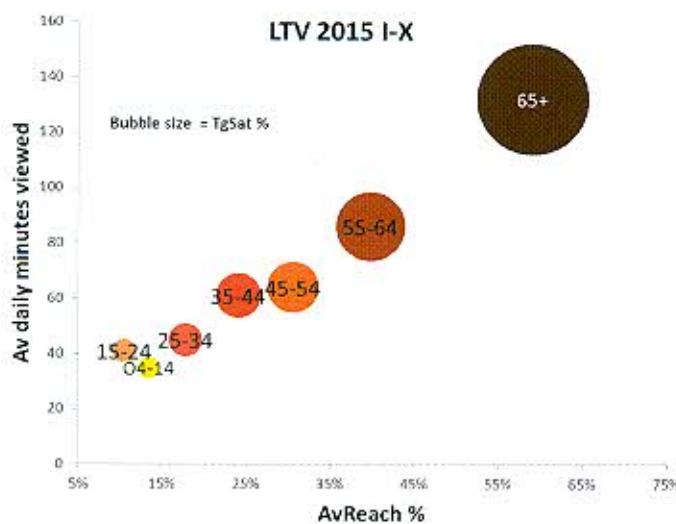
LTV ikdienas skatīšanās paradumi dažādās vecuma grupās sakrīt ar globālajām televīzijas skatīšanās tendencēm. Lielākā daļa tv skatītāju ir vecumā no 45 gadiem. Zemākie rādītāji ikdienas sasniegtajā auditorijā, kā parāda grafiks nr.1, ir jauniešu auditorijā vecumā no 15-24 gadiem, kur šis rādītājs ir zem 40%. LTV kanālu skatīšanās paradumos dažādās vecuma grupās šī atšķirība redzama vēl spilgtāk – ikdienas sasniegtā auditorija vecumā līdz 34 gadiem ir zem 25% (skat. grafiku nr.2).

Grafiks Nr. 1. Visas televīzijas Latvijā dienas sasniegtā auditorija – AvReach%, viena TV skatītāja pie TV ekrāna pavadītais laiks minūtēs (AvAud(View)) un mērķa grupas īpatsvars 2015. gada janvārī – oktobrī dažādās vecuma grupās.



Avots: TNS, TV Metri, 2015 (01.01.2015 - 31.10.2015)

Grafiks nr.2. LTV dienas sasniegtā auditorija – AvReach%, viena TV skatītāja pie TV ekrāna pavadītais laiks minūtēs (AvAud(View)) un mērķa grupas īpatsvars 2015. gada janvārī – oktobrī.



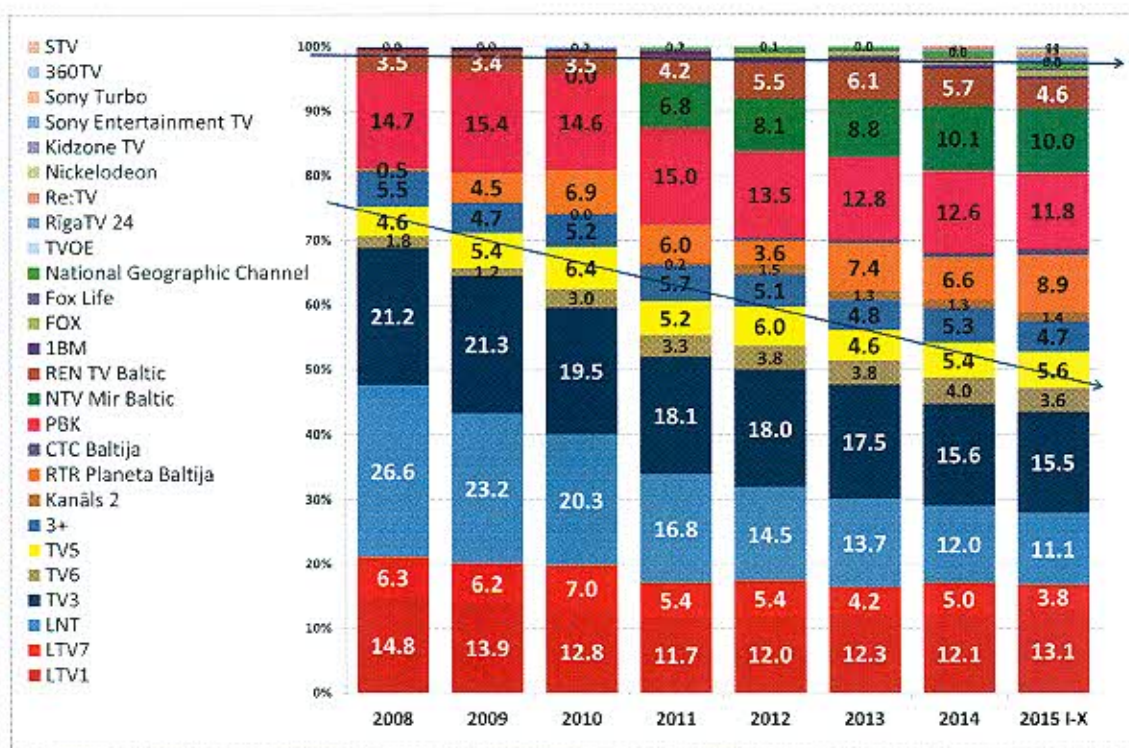
Avots: TNS, TV Metri, 2015 (01.01.2015 - 31.10.2015)

2014. gadā LTV kanāli skatīšanās laika daļu starp komerckanāliem palielināja par 4%, kā redzams grafikā nr.3, tas galvenokārt pamatojams ar LTV7 kanāla *share comm.* pieaugumu.

Krievu valodā translēto kanālu *share comm.* kopā pa visiem kanāliem gadu no gada palielinās. 2014. gadā krievu valodā translēto kanālu kopējā skatīšanās laika daļa starp komerckanāliem bija 47.1%, kas ir par 3% vairāk nekā 2013. gadā (45.8%).

2015. gadā (janvāris – oktobris) krievu kanālu *share comm.* (46.8%) ir nedaudz samazinājies salīdzinājumā ar 2014. gadu - 47.1% (skat. grafiku nr.3).

Grafiks nr.3. Kanālu skatīšanās laika daļu (*share commercial%*) dinamika mērķa grupā Ind.4+.

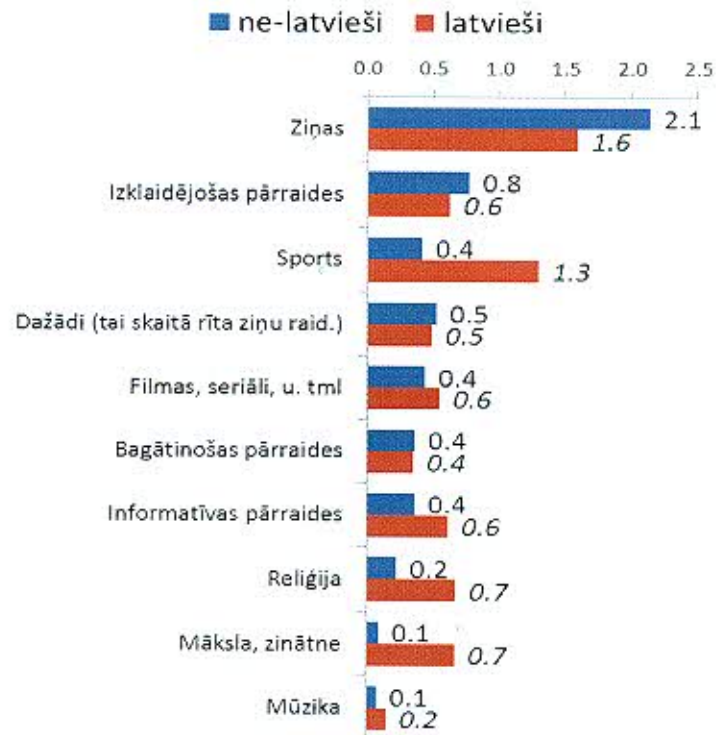


Dati: TNS, TV Metri, 2008-2015 (01.01.2008-31.10.2015)

**Precizējums:** Tā kā grafika nr. 3 mērķis ir attēlot patstāvīgo tv kanālu skatīšanās laika dinamiku, grafikā nr.3 nav iekļauti kanāli NTV Mir (01.11.2010-31.12.2010), MTV Latvia (05.09.2006-31.01.2009), RTR Planeta (30.12.2010-10.02.2011), LZK (+regional) (01.11.2010-31.01.2011), Sony Turbo (no 01.04.2015) - to *share comm.* ievērojami <1% vai arī kanāls mērīts neilgu laiku.

Gan latviešu, gan krievvalodīgo auditorijās pēc vidējā reitinga ziņas ir skatītākais tv žanrs. Krievvalodīgo auditorijā ziņas pēc vidējā reitinga par ¼ skatītākas nekā latviešu auditorijā. Otrs skatītākais žanrs krievvalodīgo auditorijā ir izklaidējošas pārraides, līdzīgi augsts reitings šim žanram ir arī latviešu auditorijā. Taču lielākās atšķirības parādās attiecībā uz sporta un mākslas/ zinātnes tv žanriem, kuriem latviešu auditorijā reitings ir daudzkārt lielāks nekā krievvalodīgo auditorijā. Protams, nevar viennozīmīgi secināt, ka krievvalodīgos sporta, mākslas un zinātnes raidījumi nesaista, jo reitings atkarīgs arī no piedāvāto raidījumu apjoma un kvalitātes attiecīgajā kanālā. (skat. grafiku nr.4).

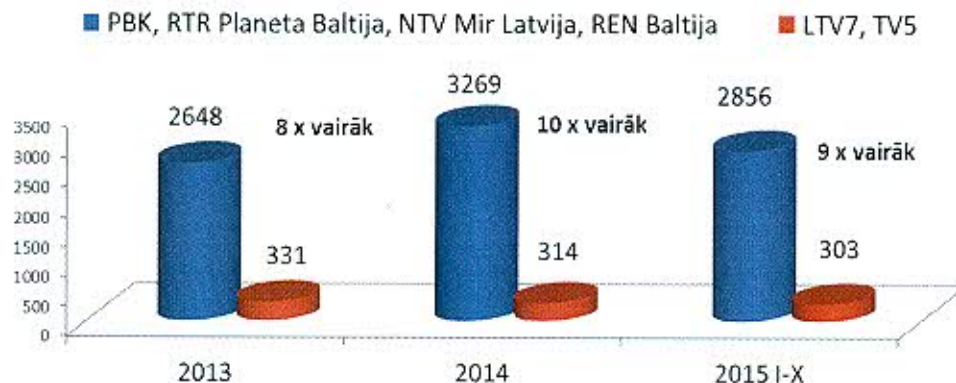
Grafiks nr.4. 2015. gada (I-X) populārākie televīzijas žanri pēc vidējā reitinga % atkarībā no nacionālās piederības.



Dati: TNS, TV Metri, 2015 (01.01.2015-31.10.2015)

Situācija Latvijas informatīvajā telpā attiecībā uz ziņām krievu valodā liecina, ka krievvalodīgo auditorijas iecienītie retranslētie kanāli krievu valodā (PBK, RTR, NTV Mir un REN) ziņas piedāvā 9x reizes lielākā apjomā, nekā vietējie tv kanāli – LTV7 un TV5 (skat. grafiku nr.5).

Grafiks nr.5. Ziņu apjoma (stundas) salīdzinājums starp retranslētajiem kanāliem krievu valodā un vietējiem kanāliem ar ziņām krievu valodā



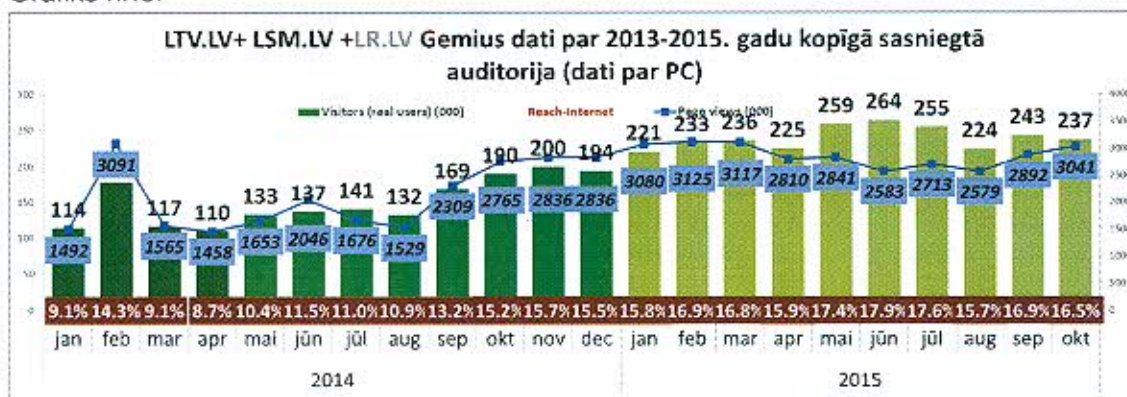
Dati: TNS, TV Metri, 2013-2015 (01.01.2013-31.10.2015)



## Internets

Grafiks nr.6 parāda portāla LSM.LV strauju attīstības dinamiku. 2014. gada septembrī zem domēna LSM.LV tika apvienoti LR.LV un LTV.LV līdz ar to ievērojami palielinājās kopējā sasniegtā auditorija. 2014. gada septembrī LSM.LV ieņēma 17. pozīciju pēc mēneša sasniegtās interneta auditorijas Latvijā, bet šogad tā vidēji jau ir 11. pozīcija.

Grafiks nr.6.



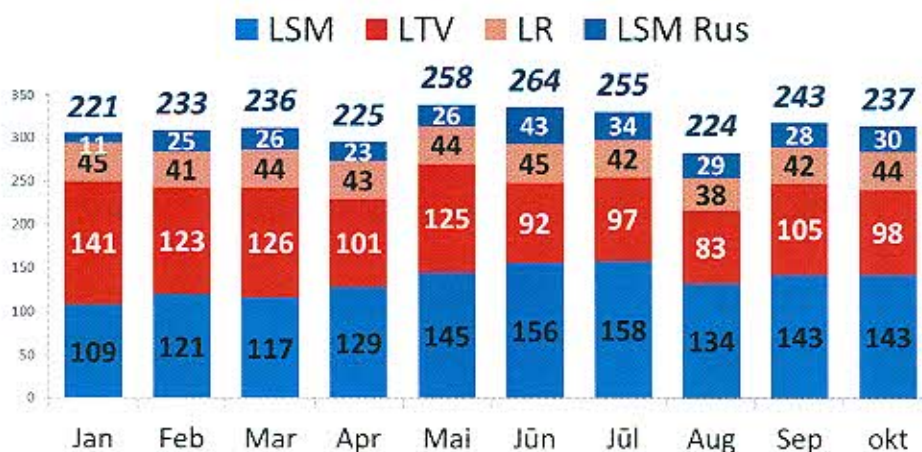
Avots: Gemius Latvia, gemiusAudience, 01.01.2014-31.10.2015

**Precizējums:** LR.LV datos parādās sākot no 09.2014

Grafikā nr.7 var redzēt, ka lielāko portāla apmeklējumu veido ziņu sadaļas – lsm.lv un video arhīva - ltv.lv mēneša auditorijas.

Grafiks nr.7.

### LSM.LV un portāla sadaļu mēneša apmeklētāju skaits (visitors) (000) (dati par PC)



Avots: Gemius Latvia, gemiusAudience, 01.01.2015-31.10.2015

Atšķirībā no televīzijas sabiedriskā medija interneta lietotājs ir vidēji krietni jaunāks. Auditorijas pamatu veido jaunieši un ekonomiski aktīvie iedzīvotāji 15 - 45 gadu vecumā,

