



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO  
PLĀSSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā,

2015.gada 22.oktobrī

**Lēmums Nr.157**

**Par nolikuma „Nolikums par sabiedriskā pasūtījuma daļas, kuru pilda komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, veidošanas kārtību un vērtēšanas principiem” apstiprināšanu jaunā redakcijā**

Pamatojoties uz Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 71.panta pirmo, otro, ceturto un piekto daļu,

Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome nolemj apstiprināt nolikumu „Nolikums par sabiedriskā pasūtījuma daļas, kuru pilda komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, veidošanas kārtību un vērtēšanas principiem” šā lēmuma pielikumā noteiktajā redakcijā.

Pielikumā: nolikums „Nolikums par sabiedriskā pasūtījuma daļas, kuru pilda komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, veidošanas kārtību un vērtēšanas principiem” un tā pielikumi, kopā uz 6 lpp.

**Padomes priekšsēdētāja p.i.**

**A.Dulevska**

G.Keistere, t.67221848

*Gīta Keistere*  
Nacionālās elektronisko  
plašsaziņas līdzekļu padomes  
juriskonsulte  
*2015.10.15.*

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, Kodis: TREL22  
Konts: LV08TREL2470623009000

**Nolikums**  
**par sabiedriskā pasūtījuma daļas, kuru pilda komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi,**  
**veidošanas kārtību un vērtēšanas principiem**

1. Nolikums par sabiedriskā pasūtījuma daļas, kuru pilda komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, veidošanas kārtību un vērtēšanas principiem (turpmāk – Nolikums) izstrādāts, pamatojoties uz:
  - Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (turpmāk – EPLL) 71.panta otro daļu, kas noteic, ka sabiedrisko pasūtījumu pilda sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, bet atsevišķu raidījumu vai programmu veidošanu atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālajai stratēģijai Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – NEPLP) var konkursa kārtībā nodot citiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, ja kopējā izmaksu summa šiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem sabiedriskā pasūtījuma izpildei attiecīgajā kalendārajā gadā nepārsniedz 15 procentus no sabiedriskā pasūtījuma īstenošanai piešķirtajiem līdzekļiem;
  - EPLL 71.panta piekto daļu, kas noteic, ja tīklā, kurā notiek bezmaksas televīzijas programmu izplatīšana ar zemes raidītājiem, ir brīvas televīzijas programmu vietas, NEPLP sabiedriskā pasūtījuma ietvaros rīko konkursu uz brīvajām televīzijas programmu vietām.
  - NEPLP 2015.gada 18.februārī apstiprinātajiem Principiem sabiedriskā pasūtījuma daļas piešķiršanai komerciālajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem<sup>1</sup>.
2. Šis nolikums (turpmāk – Nolikums) paredz kārtību, kādā veidojama sabiedriskā pasūtījuma daļa komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu īstenošanā sabiedriskā pasūtījuma vērtēšanas principus.
3. Atbilstoši EPLL 71.pantam sabiedriskais pasūtījums tiek veidots:
  - pārraidīšanai nacionālā komerciālā elektroniskajā plašsaziņas līdzekļa programmas ietvaros, kas tiek raidīta zemes apraidē ciparu formātā neaizsargāta jeb nekodēta pakalpojuma veidā (bez maksas) visā Latvijas teritorijā;
  - pārraidīšanai citu komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās.
4. Sabiedriskā pasūtījuma apjoms elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, kas nav sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, atbilst ikgadējā valsts budžeta apakšprogrammā piešķirtajiem līdzekļiem. Par šā sabiedriskā pasūtījuma izpildi tiek slēgts līgums uz laiku, kas nepārsniedz vienu saimniecisko gadu, izņemot Nolikuma 3.punkta pirmajā apakšpunktā minēto gadījumu.
5. Sabiedriskā pasūtījuma uzdevumi ir noteikti EPLL 71.panta pirmajā daļā.
6. Detalizētas prasības attiecībā uz dalību Nolikumā minētajos konkursos, kā arī citas prasības atbilstoši Konkursa mērķim, NEPLP nosaka konkursa nolikumā.

<sup>1</sup>[http://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/sabiedriskais%20pasutijums/18\\_02\\_2015\\_principi%20SP%20pieskirsanai%20komercEPL.pdf](http://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/sabiedriskais%20pasutijums/18_02_2015_principi%20SP%20pieskirsanai%20komercEPL.pdf) (www.neplpadome.lv, "Normatīvie akti", "Nozari regulējošie NEPLP lēmumi")



7. NEPLP konkursa pieteikumu izvērtēšanai var piesaistīt attiecīgās jomas ekspertus.
8. Lai paredzētu sabiedriskā pasūtījuma daļas, kuru pilda komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, apjomu, NEPLP, ņemot vērā EPLL 71.panta pirmajā daļā noteiktos sabiedriskā pasūtījuma uzdevumus un noteikto dotācijas apjomu nākamajam gadam, izstrādā attiecīgā gada sabiedriskā pasūtījuma daļas, kuru pilda komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, gada plānu.
9. NEPLP atbilstoši EPLL 63.panta pirmajai daļai un NEPLP Sabiedriskās konsultatīvās padomes (turpmāk – SKP) nolikumam var piesaistīt SKP kā padomdevēju gan Nolikuma 8.punktā minētā plāna izstrādē, gan sabiedriskā pasūtījuma izpildes novērtēšanā.
10. Konkursa pieteikumos, ko komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi iesniedz NEPLP atbilstoši konkursa nolikumam, jāietver šāda informācija:
  - 10.1. raidījuma atbilstības pamatojums sabiedriskā pasūtījuma mērķiem;
  - 10.2. īss raidījuma satura izklāsts vai koncepcija;
  - 10.3. mērķauditorijas definējums;
  - 10.4. prognozētais kopējās auditorijas apjoms, prognozētais tiešās mērķauditorijas apjoms;
  - 10.5. kritēriji raidījuma veidotāju kvalifikācijas atlasei;
  - 10.6. pamatojums un plāns, kā raidījums veicinās dažādu sabiedrības grupu pārstāvju līdzdalību raidījuma satura veidošanā un kā tiks veidota atgriezeniskā saite ar auditoriju, plānā ietverot pasākumus, kādi tiks realizēti katra raidījuma atgriezeniskās saites nodrošināšanai ar auditoriju sociālos medijos, interneta medijos vai kādā citā formā;
  - 10.7. raidījuma kopējais budžets un izmaksu pamatojums;
  - 10.8. pasākumu plāns, kādi tiks veikti raidījuma kvalitātes novērtējumam;
  - 10.9. plāns, kā tiks nodrošināta raidījuma un tā daļu pieejamība dažādās mediju platformās;
  - 10.10. u.c. informācija, kas, ņemot vērā konkursa mērķi, ir noteikta konkursa nolikumā.
11. Konkursa uzvarētājs konsultējoties ar NEPLP, sabiedriskā pasūtījuma izpildes novērtēšanai un kvalitatīvas sabiedriskā pasūtījuma izpildes nodrošināšanai pasūta kvalitatīvu neatkarīgu ekspertu vērtējumu vai atzinumu par sabiedriskā pasūtījuma izpildes kvalitāti, atbilstību EPLL 71.panta pirmajā daļā noteiktajiem uzdevumiem un sabiedrisko labumu. Detalizēti kritēriji, pēc kuriem veicams īstenotā sabiedriskā pasūtījuma vērtējums, noteikti Nolikuma 1.pielikumā. Papildu kritēriji var tikt noteikti konkursa nolikumā un/vai konkursa ietvaros noslēgtajā līgumā.
12. Nolikumā noteiktā sabiedriskā pasūtījuma veidošanas kārtība un tā vērtēšanas principi attiecināmi arī uz gadījumiem, kad komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi plāno izmaiņas attiecīgajā sabiedriskā pasūtījuma daļā, par vēlamajām izmaiņām, informējot NEPLP un tās saskaņojot.
13. Nolikums par sabiedriskā pasūtījuma daļas, kuru pilda komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, izlietojuma principiem ir pievienots kā 2.pielikums.

Pielikumā:

1. Sabiedriskā pasūtījuma novērtēšanas kritēriji, uz 1 lpp.;
2. Nolikums par sabiedriskā pasūtījuma daļas, kuru pilda komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, izlietojuma principiem, uz 3 lpp.



### Sabiedriskā pasūtījuma novērtēšanas kritēriji

UNIVERSĀLIE KRITĒRIJI	
Atbilstība sabiedriskā pasūtījuma prioritātēm un plānam	Satura ietekme (mērāma pēc citējamības)
Atbilstība raidījuma mērķiem	Pieejamība dažādās mediju platformās
Saturs veicinājis sociāli ekonomiskas un/vai politiskas izmaiņas (ja ir iespējams piemērot)	Sasniegtās mērķa auditorijas profils
Satura rezonanse sociālajos tīklos	Satura mērķa auditorijas kvantitatīvais vērtējums (TNS dati)
Auditorijas attieksme pret konkrētā produkta saturu (tirgus pētījumi)	
SATURA KRITĒRIJI	
Redaktora darba kvalitāte	Producēšanas kvalitāte
Interaktivitātes izmantojums	
FORMAS KRITĒRIJI	
Atbilstība formātam	Režijas kvalitāte
Scenārija dramaturģijas kvalitāte	Operatoru darba kvalitāte
Vēstījuma dinamika (tās atbilstība mērķiem, scenārijam, formātam)	Tehnisko risinājumu kvalitāte
Vizuālā materiāla atbilstība tematam, žanram un formātam	Studijas iekārtojums, tā piemērotība formātam
Grafiskā noformējuma oriģinalitāte un kvalitāte	
MENEDŽMENTA KRITĒRIJI	
Satura vērtība	Autora/u zināšanas un kompetence
Satura oriģinalitāte	Valodas lietojuma kvalitāte
Raidījuma saturiskā kvalitāte	
VADĪTĀJI: PROFESIONĀLĀS ĪPAŠĪBAS/AKTIVITĀTES	
Personības profesionālās darbības oriģinalitāte (harizma)	Spēja reaģēt neordinārās situācijās
Prasme uzrunāt, ieinteresēt, piesaistīt auditorijas uzmanību	Spēja nodrošināt stabilu profesionālo kvalitāti
Sniegtās informācijas vērtība (atbilstoši projekta mērķiem un uzdevumiem)	Līdzdalība satura komunikācijā
VADĪTĀJI: PROFESIONĀLĀS IEMAŅAS	
Prasme vadīt intervijas, sarunas, diskusijas	Prasme strādāt tiešraidē
Ķermeņa valodas prasme	Zināšanas un kompetence
Improvizācijas prasme	Iepriekšējās sagatavotības līmenis pirms katra izlaiduma