

KĀRTĪBA,
KĀDĀ NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME
IZVĒRTĒ SABIEDRISKO MEDIJU JAUNO PAKALPOJUMU IETEKMI UZ
SABIEDRĪBAS INTEREŠU APMIERINĀŠANU UN TIRGU

Ievērojot,

ka sabiedrisko mediju uzdevums, sniedzot ziņas, aktualitātes un informāciju visdažādākajās izpausmēs, ir nodrošināt sabiedrības intereses visās auditorijās, bagātinot iedzīvotāju dzīvi, kultūru un demokrātiju;

Ņemot vērā,

ka tradicionāli sabiedrisko mediju darbības centrā ir plašsaziņas saturs izveide un izplatīšana visām iedzīvotāju kategorijām;

Ņemot vērā,

ka Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums nosaka, ka, apstiprinot Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālo stratēģiju un veicot citas šajā likumā noteiktās funkcijas, Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome veicina konkurenci elektronisko plašsaziņas līdzekļu tirgū;

Apzinoties,

ka, lai sabiedriskie mediji efektīvi un ilgtspējīgi varētu pildīt savu misiju, kā arī atsaucoties uz Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 66.panta sesto daļu¹;

Atsaucoties

uz Amsterdamas protokolā noteiktajām prasībām un Eiropas Komisijas paziņojumu par valsts atbalsta noteikumu piemērošanu sabiedriskajai apraidei (2009/C 257/01) un jo īpaši tā 80.–95.punktu;

Saskaņā ar

Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālo stratēģiju 2018.–2022.gadam un tās Ieviešanas plānu, īpaši šī plāna 15.uzdevumu,

PADOME NOSAKA KĀRTĪBU, KĀDĀ TIEK IZVĒRTĒTA SABIEDRISKO MEDIJU JAUNO PAKALPOJUMU IETEKME UZ SABIEDRĪBAS INTEREŠU APMIERINĀŠANU UN TIRGU:

I. Principi

¹ Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 66.panta sestā daļa: *Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi sabiedriskā pasūtījuma ietvaros ir tiesīgi sniegt jaunus papildu pakalpojumus neatkarīgi no to piegādes vai finansējuma veida, tostarp interneta vidē. Ja sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis vēlas sniegt pilnvērtīgu būtiski jaunu pakalpojumu, tam pirms šā pakalpojuma sniegšanas uzsākšanas ir nepieciešama Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes atļauja šāda pakalpojuma sniegšanai. Par šīs atļaujas izsniegšanu Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome pieņem lēmumu, kas balstīts uz atklātu sabiedrisko apspriešanu, kurā izvērtēts, vai jaunais pakalpojums apmierina sabiedrības demokrātiskās, sociālās un kultūras vajadzības un vai ir pienācīgi ņemta vērā iespējamā tā ietekme uz masu informācijas līdzekļu tirgu.*

1. Sabiedrisko mediju darbībā ir nepieciešamas inovācijas un jauni pakalpojumi, kas vērsti uz sabiedrības interešu pilnīgāku apmierināšanu, vienlaikus izvērtējot to ietekmi uz konkurences vidi un noskaidrojot sabiedrības ieguvumus no jaunu pakalpojumu ieviešanas.
2. Ņemot vērā sabiedrisko mediju ietekmi mediju tirgū Latvijā, it īpaši starp medijiem valsts valodā, tiem ir stimulējošs iespaids uz mediju un kultūrvides kvalitāti, inovāciju ienākšanu, viedokļu daudzveidību un elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstību. Vienlaikus, ņemot vērā šīs ietekmes mērogu, var veidoties risks konkurences attīstībai, piemēram, jaunajās mediju komercdarbības un tehnoloģiskajās nišās, it īpaši tirgus attīstības sākotnējās stadijās.
3. Sabiedriskajiem medijiem, saņemot valsts budžeta dotāciju, nebūtu jāattīstās tādā veidā, kas apdraudētu samērīgas konkurences vides pastāvēšanu mediju tirgū, kavējot tās attīstību, ieskaitot arī tos sektoros, kuros sabiedriskie mediji īsteno savu misiju. Sabiedrības ieguvumiem to attīstības rezultātā būtu jāatsver tirgus attīstībai radītie riski.
4. Par samērīgu uzskatāma konkurence, kas nerada nepamatotas barjeras investīciju ienākšanai, veicina augstu pakalpojumu kvalitāti patērētājiem un sabiedrībai, veicina tādu cenu politiku, kas nodrošina samērīgu peļņu tirgus dalībniekiem, bet vienlaikus pārmērīgi nesadārdzinot gala produktu patērētājiem.
5. Mediju jomai specifisks kritērijs ir mediju un viedokļu daudzveidības nodrošināšana, jo to loma neaprobežojas vienīgi ar konkurencei pieejamu tirgu, bet attiecas arī uz demokrātiju un kultūru.
6. Izvērtējums veicams ne tikai attiecībā uz principiāli jauniem pakalpojumiem, tehnoloģiskajām un satura platformām, bet arī tajos gadījumos, kad notiek būtiska esošo sabiedrisko mediju darbības jomu paplašināšana, kas tādējādi varētu būtiski ietekmēt konkurences vidi.
7. Veicot ietekmes uz tirgu novērtējumu, vērtējama ir kā ietekme uz tiešo konkurenci mediju tirgū, tā arī iespaids uz konkurenci visos elektronisko plašsaziņas līdzekļu vērtību radīšanas ķēdē visos tās posmos (satura ražošana, apkopošana, iepirkšana, izplatīšana, arhivēšana, mantisko tiesību politika, tehnoloģiju izvēle un iegāde, klientu bāze u.tml.).
8. Sabiedrisko mediju satura veidošanas, nodrošināšanas un izplatīšanas prakse nedrīkst būt diskriminējoša pret citiem mediju tirgus dalībniekiem.

II. Dokumenta mērķis un nolūks

9. Šī dokumenta mērķis ir noteikt kārtību un kritērijus būtiski jauno pakalpojumu definēšanai, kas kalpotu par pamatu jauno pakalpojumu ietekmes uz tirgu būtiskuma noteikšanai un sabiedriskā labuma sākotnējam izvērtējumam (turpmāk – **sabiedriskā labuma tests**), lai novērstu nesamērīgu ietekmi uz konkurenci jomās, kurās pakalpojumus sniedz sabiedriskie mediji.

10. Šī kārtība attiecas vienīgi uz tiem gadījumiem, kad jaunie pakalpojumi atbilst Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā (turpmāk – EPLL) noteiktajam sabiedrisko mediju pilnvarojumam un misijai, un ir uzskatāmi par sabiedrisko pasūtījumu likuma izpratnē.
11. Dokuments neattiecas uz sabiedrisko mediju komercdarbības pakalpojumiem, tādiem kā reklāmas pakalpojumi, nekustamā vai kustamā īpašuma noma un citi komercdarbības pakalpojumi.
12. Dokuments neattiecas uz sabiedriskajā pasūtījumā iekļautajiem līdzšinējiem un/vai tradicionālajiem pakalpojumiem, ciktāl tiem nepiemēro šīs kārtības 6.punktu.
13. Nekas šajā dokumentā nav interpretējams tādā veidā, kas paplašinātu vai sašaurinātu EPLL noteikto regulējumu sabiedriskajiem medijiem.

III. Izvērtējuma ierosināšana, laika ietvars un procedūras

14. Lai ierosinātu jauna pakalpojuma iekļaušanu sabiedriskajā pasūtījumā, sabiedriskais medijs (VSIA “Latvijas Televīzija”, VSIA “Latvijas Radio”) iesniedz Padomei iesniegumu, kas noformēts atbilstoši šīs kārtības VII nodaļai (turpmāk – Iesniegums).
15. Iesnieguma pievienojamā Sabiedriskā labuma testu veic sabiedriskais medijs, tostarp organizējot konsultācijas ar sabiedrību, noskaidrojot tās viedokli un nodrošinot atklātu sabiedrisko apspriešanu, kā arī izvērtējot ietekmi uz tirgu.
16. Iesniegums pievienojams sabiedriskā pasūtījuma vai sabiedriskā pasūtījuma grozījumu projektam, iesniedzams kā jaunās politikas prioritāte, vai arī noformējams kā atsevišķs projekts.
17. Padome izvērtē iesniegto sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa Iesniegumu un lemj par jaunā pakalpojuma iekļaušanu sabiedriskajā pasūtījumā vai par nepieciešamību piesaistīt neatkarīgu vērtētāju/-us (fiziska vai juridiska persona) atzinuma sniegšanai (turpmāk – **eksperta atzinums**) atbilstoši šajā kārtībā noteiktajiem kritērijiem būtiski jauno pakalpojumu definēšanai.
18. Padome, izskatot sabiedriskā pasūtījuma vai tā grozījumu projektu, jaunās politikas prioritātes projektu vai sabiedriskā medija iesniegumu, var ierosināt jaunā pakalpojuma izvērtējumu pēc savas iniciatīvas, lēmumu par izvērtējuma veikšanu noformējot Padomes sēdes protokollēmuma veidā. Šajā gadījumā ir piemēro šīs nodaļas 14.–16.punktā noteikto kārtību.
19. Ja iesniegums par jaunā pakalpojuma izvērtējumu satur komercnoslēpumu, līguma izpildes ietvaros ar neatkarīgo vērtētāju tiek nodrošināta komercnoslēpuma aizsardzība atbilstoši normatīvajiem aktiem, pusēm par to vienojoties rakstveidā.

IV. Sabiedriskā labuma tests

20. Sabiedriskā labuma tests tiek veikts būtiski jauniem sabiedrisko mediju pakalpojumiem, kuri pretendē uz sabiedriskā pasūtījuma finansējumu pirms to ieviešanas uzsākšanas.
21. Pakalpojumam, kuram veic sabiedriskā labuma testu, pēc testa rezultātiem jāatbilst:
 - 21.1. EPLL 66.panta sestās daļas un 71.panta pirmās daļas nosacījumiem;
 - 21.2. Sabiedrības ieguvumiem no pakalpojuma īstenošanas ir jāatsver konkurences tirgum radītie zaudējumi;
 - 21.3. Jābūt saprātīgi novērstai iespējami nelabvēlīgai ietekmei uz konkurenci tirgū.
22. Ietekmes uz tirgu izvērtējumā novērtē iespējamus zaudējumus mediju komercirtgus dalībniekiem un to mērogu, nepieciešamības gadījumā veicot konsultācijas ar komercmediju uzņēmumiem mērķim atbilstošā saprātīgā apjomā.
23. Iespējamo zaudējumu konkurences tirgum aprēķiniem jābūt reālistiskiem un pierādāmiem.
24. Izvērtē jaunā būtiskā pakalpojuma tirgus ietekmes mērogu gan pakalpojuma sākotnējā fāzē, gan arī nākotnē paredzamo ietekmi.
25. Sabiedriskā labuma testa ietvaros sabiedriskais medijs sadarbībā ar Padomi nodrošina iespējas mediju tirgus dalībniekiem izteikt viedokli par sabiedrisko mediju pakalpojuma ieceri, ciktāl tā nesatur komercnoslēpumu, šajā nolūkā publicējot interneta vietnē www.neplpadome.lv pilnu publiskojamo informāciju par būtiski jauno pakalpojumu.
26. Sabiedriskā labuma testa rezultāts ir:
 - 26.1. sabiedriskā medija izvērtējums par jaunā pakalpojuma atbilstību sabiedrisko mediju misijai, mērķiem un kā tas apmierina sabiedrības intereses un vajadzības;
 - 26.2. atzinums par jaunā pakalpojuma ietekmi uz tirgu un tās būtiskuma izvērtējums;
 - 26.3. konsultāciju rezultāti ar sabiedrību un elektronisko mediju tirgu pārstāvošām organizācijām.

V. Kritēriji būtiskam jaunam sabiedrisko mediju pakalpojumam

27. **Būtiski jauns mediju pakalpojums** šā dokumenta izpratnē ir Pakalpojums, kas atbilst vienam, vai vairākiem šajā nodaļā noteiktajiem kritērijiem kā arī ģenerē būtisku ietekmi uz tirgu pēc papildkritērijiem (piemēram, neierobežots laiks, teritorija, būtiski augstāks budžeta līmenis nekā līdzīgiem pakalpojumiem tirgū):
 - 28.1. Jauns, principiāli atšķirīgs pakalpojuma organizēšanas veids, forma, formāts, kas prasa finanšu ieguldījumus vairāk nekā 10% no sabiedriskā medija budžeta iepriekšējā gadā.
 - 28.2. Jauna, atšķirīga pakalpojuma tehnoloģiskā vide, platforma, izplatīšanas vai publicēšanas veids, interaktivitātes iespējas vai jauns auditorijas apkalpošanas

modelis, kas var atstāt būtisku ietekmi uz tiešo konkurentu ilgtspējīgu darbību tirgū un/vai piesaistīt vairāk nekā 380 000 lietotāju vidēji mēnesī gada ietvaros.

28.3. Jauns lietotāju loks pirmajos trīs ieviešanas gados nodrošinot vairāk nekā 100 000 jaunu lietotāju mēnesī vidēji gada ietvaros, mērķauditorijā, kuru līdz tam sabiedriskais medijs nav sasniedzis.

28.4. Tiek izvērtēta atbilstība šādiem papildu kritērijiem:

- a. Pakalpojuma darbības ilgums (ierobežots periods/neierobežots);
- b. Mērogs (teritorialitāte – reģionāls/nacionāls/vietējs);
- c. Investīciju samērojamība ar iespējamām līdzīgiem komerciālo mediju pakalpojumiem (vai investīciju apjoms izslēdz/neizslēdz no konkurences loka pārējos mediju uzņēmumus);
- d. Līdzīgu vai aizvietojamu piedāvājumu klāsts tirgū.

28.5. Citi būtiski kritēriji būtiski jaunam pakalpojumam.

VI. Lēmuma pieņemšana par būtiski jaunu sabiedriskā medija pakalpojumu

29. Iesnieguma izskatīšanu Padome veic 2 mēnešu laikā. Ja nepieciešama papildu izpēte un/vai atbilstoši 17.punktam Padome piesaista neatkarīgu vērtētāju, Iesnieguma izskatīšana un lēmuma pieņemšana ar Padomes protokollēmumu var tikt pagarināta uz laiku līdz 1 gadam.

30. Pieņemot gala lēmumu, Padome vērtē sabiedrības ieguvumus salīdzinājumā ar pakalpojuma potenciālo negatīvo ietekmi uz tirgu.

31. Gala lēmums var būt:

31.1. Pozitīvs, apstiprinot būtiski jaunā pakalpojuma ieviešanas uzsākšanu;

31.2. Pozitīvs ar nosacījumiem, apstiprinot jaunā pakalpojuma ieviešanu pēc lēmumā noteikto izmaiņu izdarīšanas;

31.3. Negatīvs, uzdodot iesniegt precizētu iesniegumu atkārtotai izskatīšanai Padomē;

31.4. Negatīvs, noraidot jaunā pakalpojuma iesniegumu pēc būtības (ieceri).

32. Gala lēmumu un pilnu materiālu apkopojumu, izņemot komercnoslēpumu saturošu informāciju, Padome publicē interneta vietnē www.neplpadome.lv.

VII. Iesniegums jaunā pakalpojuma izvērtēšanai

| Nr. | Sniedzamā informācija par jauno pakalpojumu | Informācija par jauno pakalpojumu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1. | Detalizēta informācija par jaunā pakalpojuma būtību | |
| 2. | Plānotās jaunā pakalpojuma izmaksas un to ietekme uz budžetu (norādot finansējuma avotu) | |
| 3. | Prognozējamie rezultāti un to rādītāji | |
| 4. | Sabiedrības ieguvumu apraksts un izvērtējums (tos pamatojot) | |
| 5. | Paredzamā ietekme uz tirgu un iespējamie pasākumi nelabvēlīgas ietekmes samazināšanai | |

Pielikumā:

1. Sabiedriskā labuma testa rezultāti.
2. Cita informācija, kam pēc sabiedriskā medija ieskatiem ir būtiska nozīme jaunā pakalpojuma izvērtēšanai.