

PANEĻDISKUSIJA

Sabiedriskā medija iziešanas iespējas no reklāmas tirgus

Moderators:

asoc. prof. Dr. Anda Rožukalne, Rīgas
Stradiņa universitātes Komunikācijas
studiju katedras vadītāja

RADIO UN TELEVĪZIJAS DIENA



Spiķeru koncertzāle
2015. gada 20. marts

PANEĻDISKUSIJA

Sabiedriskā medija iziešanas iespējas no reklāmas tirgus

- Dalībnieki:
- **Ivars Belte**, Latvijas Televīzijas valdes priekšsēdētājs
- **Ivars Laimonis Embreks**, “Radio Skonto” valdes priekšsēdētājs
- **Dr. Mārtiņš Kaprāns**, Mediju politikas pamatnostādņu projekta izstrādes darba grupas vadītājs
- **Baiba Liepiņa**, Baltijas Dalībnieku asociācijas valdes priekšsēdētāja
- **Alfreds Vanags**, Baltijas Starptautiskā

RADIO UN TELEVĪZIJAS DIENA



Spīķeru koncertzāle
2015. gada 20. marts

PANEĻDISKUSIJA

Sabiedriskā medija iziešanas iespējas no reklāmas tirgus

- **Kāpēc Latvijas sabiedriskajiem medijiem iziet no reklāmas tirgus?**
- Mērķi?
- Ieguvumi? Kam?
- Igaunijā – sabiedriskie mediji nav reklāmas tirgū kopš 2007.gada
- Lietuvā – no 2015.gada.
- Finansējums: 1.5% no ienākumu nodokļa, 1.3% - no akcīzes nodokļa

PANEĻDISKUSIJA

Sabiedriskā medija iziešanas iespējas no reklāmas tirgus

- **Divi iespējamie scenāriji:**
- **Kas notiek, ja sabiedriskie mediji atstāj reklāmas tirgu un kas notiks, ja neiziet no tā?**
- **leguvumi (kam?)?**
- **Riski (kādi?)?**

Kas notiek ar sponsorēšanu, sociālo reklāmu, kultūras un sporta reklāmu, bartera reklāmām starp medijiem?

PANEĻDISKUSIJA

Sabiedriskā medija iziešanas iespējas no reklāmas tirgus

- Kas jā dara, lai sabiedriskie mediji izietu no tirgus?
- Kas jā dara, ja sabiedriskie mediji neiziet no tirgus?
- Kādi ir/varētu būt sabiedrisko mediju ienākumu avoti?