

motivācijas vēstule

konkursā valsts SIA „Latvijas Televīzija” valdes locekļa amatam.

Lūdzu iepazīties ar manu motivācijas pamatojumu darbam Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija valdes locekļa amatā un viedokli par LTV darbības vīziju īstermiņā un ilgtermiņā kontekstā ar koncepcijas “Par jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija izveidi” projektu un rīcības plānu tā īstenošanai.

Izklāstītais viedoklis balstīts manā līdzšinējā darba pieredzē iegūtajā izpratnē par mediju nozari Latvijā un pasaulē un tās attīstības tendencēm, un demonstrē manu izpratni par moderna, spēcīga un neatkarīga sabiedriskā medija lomu, misiju un uzdevumiem demokrātiskas sabiedrības attīstībā.

Kā zināms, sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu galvenais uzdevums ir sabiedriskā pasūtījuma programmu veidošana un izplatīšana, un sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu pamatkapitālu veido valsts ieguldītā manta. Sabiedrisko mediju rīcībā ir mazāk naudas un nauda, kas ir pieejama, nereti jāsmel no tiem pašiem resursiem, no kuriem tiek finansēta izglītība, veselības aprūpe un infrastruktūra. Tādējādi sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa pienākums ir veikt savu uzdevumu sabiedrības interešu vārdā tik kvalitatīvi, uzticami un efektīvi, ka tiek nodrošināts maksimāls sabiedriskais labums par iespējami mazākiem līdzekļiem.

Lai analizētu iespējamo LTV darbības vīziju īstermiņā un ilgtermiņā, jāņem vērā mediju nozares situācija un tās dalībnieku pozīcijas Latvijā, kur, tāpat kā citur Eiropas Savienībā, ir spēkā elektronisko mediju duāla sistēma, kas izpaužas kā mediju darbība gan sabiedriskajā, gan komerciālajā sektorā.

Situācijas izvērtējums.

1. Pateicoties TV digitalizācijai, moderno tehnoloģiju progresam un interneta attīstībai Latvijā šobrīd mediju lietotājiem brīvā izvēlē ir pieejams faktiski neierobežots dažāda satura TV kanālu skaits, tādējādi ievērojami pieaugot konkurencei TV kanālu starpā. Lai arī LTV Latvijā ir TV kanāls ar vislielāko vēsturisko pieredzi, un tādējādi, būtu iespējams, ar vislielāko lojālo skatītāju apjomu, tomēr, atbilstoši „TNS Latvia” TV pētījuma datiem (01.10.2012.-31.12.2012.) no visa TV skatīšanai veltītā laika (Share%) LTV1 kanālam skatītāji (4+ g.v.) veltījuši tikai 8.9% laika, bet LTV7 – tikai 2.9% laika, kamēr komerckanāliem šis rādītājs ir būtiski augstāks – TV3 – 15%, LNT – 11,4% un PBK – 10.3%. Tāpat arī dienas vidējais sasniegto skatītāju apjoms (AvRch%) minētajā laika periodā gan LTV1 – 28.8%, gan LTV7 – 21.7% ir būtiski zemāks kā jau minētajiem komerckanāliem (TV3 – 36.5%, LNT – 33.9%). Tādējādi nevar apgalvot, ka LTV šobrīd pilnā mērā un pienācīgā kvalitātē realizē nacionālo pasūtījumu. Pat neanalizējot konkrēto produkta kvalitāti, ir skaidrs, ka vēstījums,

kas šobrīd tiek vai tiktu pārraidīts kādā no LTV kanāliem, nerasniedz un tādējādi nav pieejams būtiskai Latvijas sabiedrības daļai.

2. Tāpat arī Valsts SIA „Latvijas Televīzija” darbības galveno finansiālo rādītāju analīze par 2010. un 2011. gadu rāda, ka, neskatoties uz ievērojamo valsts dotāciju vairāk nekā LVL 7milj. gadā, „LTV” jau vairākus gadus strādā ar ievērojamiem zaudējumiem. Tādējādi ir pamats uzskatīt, ka sabiedriskais pasūtījums nav realizēts, sasniedzot maksimālo sabiedrisko labumu un valsts līdzekļi nav tikuši apsaimniekoti pietiekami efektīvi.

Nemot vērā iepriekš minēto, ir skaidrs, ka, lai LTV kā sabiedriska plašsaziņas līdzeklis turpmāk varētu realizēt savus uzdevumus atbilstošāk sabiedrības interesēm, ir nepieciešamas fundamentālas pārmaiņas. Šādas pārmaiņas paredz koncepcijas “Par jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija izveidi” projekts, un, iepazīstoties ar šīs koncepcijas detalizāciju, es uzskatu, ka tā tālredzīga un profesionāla realizācija nodrošinās mediju sabiedrisko pakalpojumu lomu un funkcijas kā sistēmu, kas būtiska demokrātiskas sabiedrības ilgtermiņa attīstībai.

Viedoklis par koncepciju un redzējums par LTV attīstību.

Minētā koncepcija detalizēti apskata jauna Latvijas Sabiedriskā mediju (LSM) izveidošanu - LTV apvienošanu ar LR un jaunizveidotu, spēcīgu interneta mediju. Es uzskatu, ka, ievērojot tradicionālo mediju vides radikālās pārmaiņas t.s. “digitālās revolūcijas” ietekmē, minētā koncepcija ir optimāls un faktiski vienīgais iespējamais veiksmīgais un tālredzīgais risinājums, lai maksimāli efektīvi sasniegtu vislielāko iespējamo sabiedrisko labumu, t.sk. veicinātu moderna, spēcīga un neatkarīga sabiedriskā medija konkurētspējas attīstību. Būtiskākās minētās koncepcijas priekšrocības kā iespējamais modelis LTV attīstībai manā skatījumā ir sekojošas.

1. Jaunie mediju lietošanas paradumi vairs nepiešķir ievērojamu nozīmi tieši kanālam, kurā informācija tiek izplatīta, daudz lielāka nozīme tiek ir informācijas saturam neatkarīgi no tā pārraides veida, kā arī informācijas sasniedzamībai – lietošanas ērtumam, neatkarīgi no medija lietotāja atrašanās vietas Latvijā vai pasaulē. Apvienots medijs spēj vienlīdz efektīvi uzrunāt visas sabiedrības grupas, piemērojoties to mediju lietošanas paradumiem un preferencēm, tā pildot moderna sabiedriskā medija uzdevumu.
2. Jaunā LSM satura kvalitātes un apjomu pieaugums, balstoties uz apvienoto redakciju principu ļaus efektīvi izmanto profesionālos mediju radošo personālu, kas gan mazinās birokrātiju un ietaupīs visu veidu ekonomiskos resursus, gan arī veidojot vienotu un harmonizētu informācijas plūsmu, uzlabos medija lietotāju apmierinātību un tādējādi paaugstinās produkta konkurētspēju.
3. Ievērojama loma LSM attīstības perspektīvā ir žurnālistikas labajai praksei un standartiem, kā arī redakciju un medija kā vienota veseluma politiskajai neatkarībai, un, atsaucoties uz starptautisko mediju ekspertu Gregorijs Lovu, „sabiedriskā apraide ir opozīcijā valsts apraidei, un šī pieeja nepārprotami domāta, lai darbotos pieklājīgā attālumā kā no tirgus, tā no valsts”. Šādu perspektīvu iespējams realizēt, izveidojot profesionālu vadības komandu ar saimniecisku attieksmi, veicinot medija radošā resursa

profesionālo izaugsmi, ievērojot ētisko praksi, izveidojot konkurētspējīgu atalgojuma sistēmu, visam pamatā nodrošinot prognozējamu finansējumu un modernu un mūsdienu tehnoloģijas prasībām atbilstošu materiāli tehnisko bāzi.

Būtiski ir, lai katrs Jaunā sabiedriskā medija darbinieks un/vai sadarbības partneris pamatoti lepotos par savu saistību ar vai piederību LSM.

4. Būtiski uzdevums LSM izveidē ir tā vīzijas ("Stipra Latvijas demokrātija un nacionālā identitāte,") un misijas ("Informēt, izglītēt un iedvesmot katru Latvijas iedzīvotāju. Nodrošināt platformu sabiedrības diskusijām. Būt par vadošo mediju Latvijā.") samērošana ar auditorijas vajadzībām un prasībām, atbilstoši koncepcijai būtiski palielinot ziņu un informatīvi analītisko raidījumu apjomu, kā arī piešķirot ievērojamu vietu bērnu un pusaudžu raidījumu, kā arī kultūras programmu apjomu.

Lai sekmīgi realizētu šo nostādni, koncepcija paredz radošā personāla attīstību, t.sk. LSM Mācību centra izveidi, kā arī būtiskas produkta daļas ražošanu ārpalpojuma, iegādājoties to no neatkarīgajiem producentiem, kuri konkurences apstākļos būs motivēti piegādāt auditorijas uztverei un prasībām piemērotu produktu par ekonomiski izdevīgu cenu, kā arī virkni citu pasākumu.

Papildus minētajiem instrumentiem produkta kvalitātes uzlabošanā un tādējādi auditorijas lojalitātes palielināšanā svarīgi ir arī:

- 1) veicināt visu produkta ražotāju izpratni par auditorijas mērījumu kā viena no produkta kvalitātes kritērijiem nozīmi;
- 2) regulāri izvērtēt LSM produkta kvalitāti, veicot koncepcijā minēto „sabiedriskā labuma testu”, kas gan veicinās LSM produkta kvalitātes attīstību, gan dos instrumentu attiecību regulēšanai ar komercanāliem;
- 3) kritiski izvērtēt esošo reklāmas, sponsorēšanas un televeikalu praksi, acīmredzami nodalot apmaksāto informatīvo materiālu no sabiedrībai patiesi nozīmīgām ziņām, paturot prātā, ka šobrīd tieši neskaidrā robeža šajā aspektā bieži ir auditorijas skepses pamatā.

5. LSM izveidē un ilgtermiņa attīstībā līdz ar pārējiem koncepcijā aprakstītajiem darbības aspektiem, svarīga ir arī LSM zīmola attīstīšana un medija mārketinga komunikācija. Paturot prātā nepieciešamību komunicēt ar gan ar visplašākajiem sabiedrības slāņiem, gan ar nišas grupām, LSM mārketinga darbībā nepieciešams balstīties uz vienotas informācijas dažādo aspektu izcelšanu atkarībā no mērķa grupas interesēm un uztveres, kā arī speciālu, konkretizētu vēstījumu veidošanu tieši konkrēto grupu vajadzībām, mediju lietošanas paradumiem un t.s. „saskares punktiem”, kur konkrētā grupa sastopama. Papildus komunikācijai savos pamatkanālos, ir būtiska katra produkta klātbūtne gan citos tradicionālajos medijos, gan sociālajos tīklos. Šeit, protams, izmantojami sadarbības līgumi, taču vislielākā vērtībai ir ziņai, ko cits medijs vai medija lietotājs ir citējis, atsaucoties uz LSM.

6. Projekta noslēguma daļā aprakstītais jauktais finansējuma modelis, kas sākumā paredz ES ieguldījums, taču ar laiku tiek segts no nacionāliem līdzekļiem, kombinējot subsīdijas no valsts budžeta, plānā paredzēto medija nodevu, profesionāli piesaistītu reklāmas un sponsoru līdzekļu īpatsvaru, kā arī raidlaika apsaimniekošanas jautājumu sakārtošanu sadarbībā ar ārējiem piegādātājiem. Koncepcija paredz LSM attīstība posmos, kur ar laiku ES

investīcijas beidzas un no medija nodevas iegūto ienākumu īpatsvaram jāpieaug, lai tiešās subsīdijas no valsts budžeta varētu samazināt. Lai veicinātu LSM kā neatkarīga medija attīstību, manuprāt, būtiski ir attīstīt arī reklāmas pārdošanas organizāciju, veicinot Latvijas reklāmas nozarē pieejamā finansējuma pārdali par labu LSM. Tādējādi tiks nodrošināti arī papildus finanšu resursi produkta kvalitātes attīstīšanai, nozarē profesionālāko darbinieku piesaistei un motivēšanai, kā arī tālākām investīcijām LSM attīstībā, kas arī ilgtermiņā dos ieguldījumu LSM kā vadošā Latvijas medija attīstībā.

Izvērtējot koncepcijas "Par jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija izveidi" projektu un rīcības plānu tā īstenošanai, es augstu vērtēju šīs koncepcijas izveidē ieguldīto darbu un zināšanas, priecāšos par iespēju piedalīties paredzētajās publiskajās diskusijās, un būšu pagodināta piedalīties šīs koncepcijas realizēšanā, izveidojot un attīstot jauno Latvijas Sabiedrisko mediju šī medija vadības komandas ietvaros kā minēts manā pieteikumā.

Ar cieņu,

Ginta Krivma
Rīgā, 2013.gada ____.