

Eiropas Savienības dalībvalstu prakse par mehānismiem komercmediju atbalstam

Zvērinātu advokātu birojs
“PricewaterhouseCoopers Legal”
2020.gada 11.decembrī, Rīgā



Datu ievākšanas metodoloģija

Sagatavojot Pētījumu, PwC Legal vadījās no Pētījuma pasūtītāja noteiktā uzdevuma (turpmāk tekstā – “**Uzdevums**”). Uzdevuma darba aprakstā tika noteikta prasība izpētīt vismaz 15 (piecpadsmit) Eiropas Savienības dalībvalstu praksi attiecībā uz mehānismiem komercmediju atbalstam. Ņemot vērā Uzdevumā norādīto, kā arī Pētījuma pasūtītāja papildus norādījumiem, ka nav nepieciešams veikt izpēti par Latvijas Republiku, informācija tika izpētīta par šādām valstīm:

Kategorija	Nr.	Valsts
Baltijas valstis	1.	Igaunija
	2.	Lietuva
-	3.	Vācija
Vismaz 5 (piecas) citas Austrumeiropas valstis, kuras ir Eiropas Savienības dalībvalstis	4.	Bulgārija
	5.	Polija
	6.	Slovākija
	7.	Čehija
	8.	Rumānija
Visas Ziemeļvalstis, kuras ir Eiropas Savienības dalībvalstis	9.	Somija
	10.	Dānija
	11.	Zviedrija
Citas dalībvalstis, kuras izvēlējās PwC Legal, lai sasniegtu Uzdevumā noteikto valstu skaitu.	12.	Īrija
	13.	Francija
	14.	Beļģija
	15.	Austrija

Ņemot vērā, ka Pētījuma izstrādāšanas un informācijas ievākšanas nosacījumi nebija detalizēti aprakstīti Uzdevumā, Pētījuma sagatavošanai PwC Legal formulēja šādus informācijas ievākšanas un atspoguļošanas aspektus:

- Pētījuma sagatavošanai izmantota publiski pieejamā informācija konkrētā laika sprīdī (uz ko norādīts atsaucēs), kas nav vecāka par 2010.gadu, lai atspoguļotu mūsdienīgas atbalsta tendences un sniegtu ieskatu, taču tajā pašā laikā identificējot un atspoguļojot pēc iespējas plašāku valstu praksi. Pētījuma mērķis nav sniegt izsmeltošu uzskaitījumu

par atbalsta veidiem, un Pētījuma pasūtītājs atsevišķi veiks tam interesējošā atbalsta piemēru analīzi un piemērotības vērtējumu;

- Izvērtējot informāciju, PwC Legal aicina ņemt vērā tirgus un valsts ekonomisko stāvokli, piemēram, valsts iekšzemes kopprodukta apmēru, kā arī valsts iekšzemes kopprodukta izmaiņas, kas daļēji atspoguļo arī Covid-19 ietekmi uz dalībvalstu tautsaimniecību un ekonomisko stāvokli. Lūdzam ņemt vērā šī aspekta un citu apsvērumu (piemēram, sabiedrisko mediju nozīmība valstī, kultūra un tautsaimniecība) ietekmi uz Pētījumā iekļautās informācijas attiecināmību savā lēmumu pieņemšanā;
- Ja informācijas avots netika publicēts angļiski, izmantotas tiešsaistē pieejamās tulkošanas metodes, lai vispārīgi noteiktu atbalsta formas, taču PwC Legal nepārliedzinājās par tulkojuma pilnīgu atbilstību;
- Ņemot vērā, ka Uzdevumā nebija noteikts, ka Pētījums jāveic tieši saistībā ar vīrusa Covid-19 izplatību, PwC Legal atsevišķi neizvērtēja ar kādu mērķi un kādos apstākļos atbalsta mehānismi pieņemti;
- PwC Legal neveica atsevišķu pārbaudi par pētījumos un avotos norādītajiem faktiem;
- Ņemot vērā Uzdevumu, PwC Legal nevērtēja tieši dalībvalstu sniegto valsts atbalstu, kas definēts Līguma par Eiropas Savienības darbību 107.panta 1.punktā, proti, atbalstu, ko piešķir dalībvalstis vai ko jebkādā citā veidā piešķir no valsts līdzekļiem un kas rada vai draud radīt konkurences izkropļojumus, dodot priekšroku konkrētiem uzņēmumiem vai konkrētu preču ražošanai, ciktāl tāds atbalsts iespaido tirdzniecību starp dalībvalstīm;
- PwC Legal pieņēma par pareizu to informāciju, kas, aprakstot atbalsta mehānismu, tika norādīta informācijas avotā, atsevišķi nevērtējot šī mehānisma spēkā esamību, piemērotību un aktualitāti konkrētajā valstī;
- Ņemot vērā noteiktā Uzdevuma aprakstu un izpildes termiņu, PwC Legal neizvērtēja pilnīgi visus konkrētajā valstī pieejamos vai sniegtos atbalsta veidus, bet gan tikai tos, par kuriem publiski bija pieejama informācija;
- Pētījuma ietvaros tika izvērtēti tikai atbalsta mehānismi attiecībā uz privātajiem komercmedijiem, proti, saimnieciskās darbības veicējiem, kuros valsts vai pašvaldība tieši vai netieši nerealizē līdzdalību un kuru pamatdarbība ir dažāda informatīva un izklaidējoša satura izstrāde un publicēšana peļņas gūšanas nolūkā.

Saturs

1. Vispārīgs apraksts par atbalsta veidiem komercmedijiem	5
1.1. Netieši atbalsta pasākumi	6
1.2. Tieši atbalsta pasākumi	6
2. Atbalsts mediju kategorijās	8
2.1. Drukātie mediji	8
2.2. Televīzija un radio	8
2.3. Digitālie mediji	9
3. Atbalsta veidi medijiem	9
3.1. Nodokļu politika	9
3.2. Satura veidošanas atbalsts	11
3.3. Darbības atbalsts	12
3.4. Piegādes atbalsts	13
3.5. Citi atbalsta mehānismi	13
4. Atbalsts Eiropas Savienības dalībvalstīm	14
4.1. Igaunija	14
4.2. Lietuva	14
4.3. Vācija	15
4.4. Zviedrija	16
4.5. Somija	17
4.6. Dānija	17
4.7. Polija	18
4.8. Bulgārija	18
4.9. Rumānija	19
4.10. Čehija	20
4.11. Slovākija	20
4.12. Īrija	21
4.13. Francija	21
4.14. Beļģija	23
4.15. Austrija	24
5. Izmantotie avoti	26

1. Vispārīgs apraksts par atbalsta veidiem komercmedijiem

Vispārīgi mediju atbalsts tiek definēts kā finansiāli vai nefinansiāli līdzekļi, kurus piešķir valsts vai privātās personas mediju organizācijām, mediju nozarei vai tās daļām, lai veidotu to struktūru un uzvedību.¹ Atbalsts medijiem īpašu aktualitāti ieguva aizvadītās desmitgades vidū, laikā, kuru mediju nozarē apzīmē ar “mediju krīzi”². Valsts atbalsta mehānismi var veicināt medijus nodrošināt saturu ar pievienotu vērtību, kompensēt tirgus nepilnības, atbalstot mazākos medijus, un sasniegt mērķus, kurus nevar sasniegt tikai ar tirgus palīdzību, piemēram, veicināt sociālo vienlīdzību.³

Vispārīgi mediju atbalsta pasākumus var iedalīt tiešos vai netiešos, vispārīgos vai selektīvos⁴, kā arī finanšu vai nefinanšu⁵.

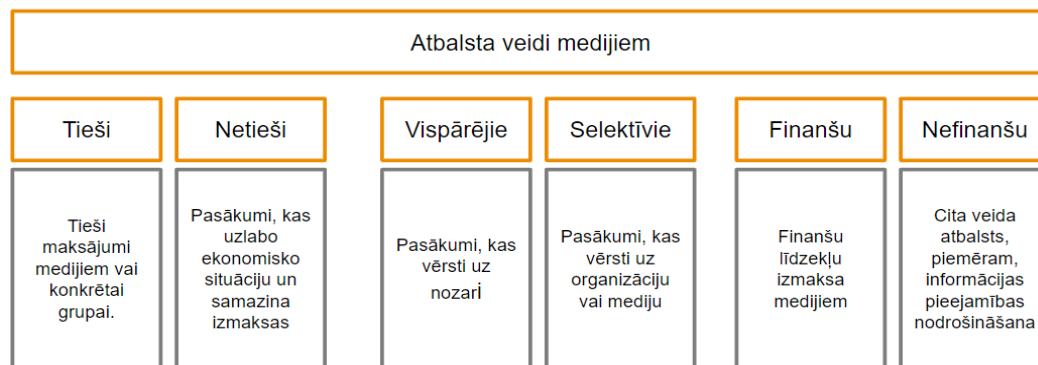
Tiešais atbalsts izpaužas tiešos maksājumos medijiem. Netiešais atbalsts ietver pasākumus, kas palīdz radīt labvēlīgu ekonomisko situāciju medijiem (piemēram, nodokļu atvieglojumi) un samazināt izmaksas.

Vispārējie pasākumi dod priekšroku visiem nozares pārstāvjiem (piemēram, visiem laikrakstu izdevējiem), turpretī selektīvie pasākumi vērsti uz noteiktām mediju organizācijām, kuras izpildījušas konkrētus atbalsta piešķiršanas kritērijus.

Savukārt finanšu atbalsts izpaužas mediju finansiālā atbalstīšanā, taču atbalsts var būt arī nefinanšu. Nefinanšu atbalsts izpaužas netieši, palīdzot medijiem samazināt izmaksas, piemēram, nosūtot medijiem ziņojumu vai runu kopijas, organizējot preses konferences, lai to laiks atbilstu ziņu izlaiduma laikam, uzaicinot medijus uz produktu palaišanas pasākumiem vai nodrošinot iestādes preses paziņojumus medijiem izmantojamā valodā.⁶

Daudzas valstis izmanto netiešos atbalsta mehānismus (netiešās subsīdijas), lai atbalstītu medijus, jo netiešo subsīdiju ieviešana nav uzskatīta par tik pretrunīgu kā tiešās subsīdijas. Tomēr tiešās subsīdijas, kas atbalsta finansiālās grūtībās nonākušus medijus, ir piemērotākas, lai saglabātu mediju daudzveidīgumu un konkurenci.⁷

Atbalsta piešķiršana tiek ierobežota, nosakot atbalsta piemērotības kritērijus medijiem atbalsta saņemšanai. Kritēriji var attiekties uz mediju saturu, tirgus stāvokli vai medija organizāciju. Ņemot vērā šos kritērijus, tiek panākta konkrētu mērķu izpilde, kā, piemēram, atbalstītas avīzes ar zemāku apgrozījumu vai mazāki izdevēji, kas publicē avīzes minoritāšu valodās, nodrošinot konkurenci un mediju plurālismu.⁸



1.1. Netieši atbalsta pasākumi

Netiešās subsīdijas medijiem ir viens no plašāk izplatītajiem atbalsta mehānismiem medijiem. Visbiežāk tie izpaužas nodokļu politikā.

Eiropas Savienībā lielākoties valda uzskats, ka nodokļu atvieglojumi ir arī finansiāli visizdevīgākais mediju atbalsta instruments.⁹ Nodokļu atvieglojumi var izpausties dažādos veidos un katra valsts, kurā darbojas atbalsta mehānismi medijiem, piemēro nodokļu atvieglojumus atbilstoši valsts politikai. Tai pat laikā, nodokļu atvieglojumi biežāk izpaužas tieši kā pievienotās vērtības nodokļa (turpmāk tekstā – “PVN”) samazinājums, piemēram, laikrakstu (avīžu un žurnālu) iegādei.¹⁰ PVN samazinājums kā mediju atbalsts uzskatāms par svarīgāko no netiešo subsīdiju veidiem.

Citi instrumenti, ko izmanto, kā netiešo atbalsta mehānismu medijiem ir pazemināti tarifi telekomunikācijām, elektrībai, papīram vai transportam kā arī subsīdijas ziņu aģentūrām, mediju izglītībai (atkarībā no atbalsta formas, atbalsts mediju izglītībai var tikt uzskatīts arī par tiešo atbalstu), žurnālistikas pētniecībai kā arī lasīšanas veicināšana un asociāciju darbībai.

1.2. Tieši atbalsta pasākumi

Tiešās subsīdijas lielākoties izpaužas kā tiešs atbalsts, piemēram, dotācijas, konkrētai mediju organizācijai vai atbalsts konkrētai mediju grupai. Tiešās subsīdijas var izpausties, kā atbalsts mediju izglītības programmām, bieži izplatīts ir arī tiešais ražošanas atbalsts medijiem, kuriem draud vai iestājušās finansiāla rakstura grūtībās. Šāds atbalsts parasti tiek sniegts pamatojoties uz skaidriem kritērijiem.

Tiešās subsīdijas, it īpaši, ja tās ir selektīvas, daudzās Eiropas Savienības valstīs tiek uzskatītas par strīdīgu atbalsta mehānismu, ņemot vērā to, ka tiešās subsīdijas saņem konkrēts uzņēmums vai uzņēmumi, jo selektīvas tiešās subsīdijas tiek piešķirtas atsevišķu mediju uzņēmumiem un tās var diskriminēt citus mediju uzņēmumus, kuri subsīdijas nesaņem. Lielākoties, tiešās

subsīdijas mūsdienās nav absolūti selektīvas, proti, tās saņem vairāku mediju uzņēmumi konkrētā kategorijā, nevis tikai viens konkrēts uzņēmums.

Taču ikvienai dalībvalstij, sniedzot atbalstu uzņēmumiem, jāņem vērā tajās piemērojamais nacionālais regulējums attiecībā uz atbalsta mehānismiem un, piešķirot atbalstu, jāizvērtē, vai tas nevarētu tikt uzskatīts par valsts atbalstu Līguma par Eiropas Savienības darbību 107.panta 1.punkta izpratnē. Jāvērtē, vai izpildās četri kumulatīvie kritēriji, proti, vai tiek izmantoti publiskie līdzekļi, vai tiek sniegta ekonomiska priekšrocība uzņēmumam, atbalsta selektivitāte un ietekme uz konkurenci. Konstatējot, ka atbalsta mehānisms atbilst valsts atbalsta definīcijai un tas var ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm, par valsts atbalsta piešķiršanu jāsniedz informācija Eiropas Komisijai un jāsaņem no tās iepriekšējs apstiprinājums. Ja atbalsts tiks piešķirts, pārkāpjot valsts atbalsta regulējuma normas, tas var tikt uzskatīts par nelikumīgu, kā rezultātā atbalsts būtu atgūstams no atbalsta saņēmēja, atjaunojot situāciju, kas pastāvēja iekšējā tirgū pirms atbalsta izmaksāšanas.¹¹

Valsts	Nodokļu atbalsts	Satura atbalsts	Darbības atbalsts	Piegādes atbalsts
Igaunija	✓	✓		✓
Lietuva	✓	✓		
Vācija	✓	✓		✓
Zviedrija	✓	✓	✓	✓
Somija	✓	✓		
Dānija	✓	✓		
Polija	✓	✓		
Bulgārija		✓		
Rumānija	✓	✓		
Čehija	✓	✓		
Slovākija	✓	✓		
Īrija	✓	✓		
Francija	✓	✓	✓	✓
Beļģija	✓	✓		✓
Austrija	✓	✓	✓	

2. Atbalsts mediju kategorijās

2.1. Drukātie mediji

Netieši drukātie mediji tiek atbalstīti, nosakot samazinātu PVN likmi un piešķirot citus nodokļu atvieglojumus, kā arī nosakot samazinātus tarifus elektrībai, papīram, transportam un pasta pakalpojumiem. Savukārt tiešā atbalsta mērķis ir nodrošināt ir atbalstīt konkrētus medijus, nolūkā uzlabot to lomu reklāmas tirgū un saglabāt mediju daudzveidību.

Izvērtējot iepriekšminētās teorētiskās atziņas attiecībā pret dalībvalstu praksi atbalsta piešķiršanā, var apstiprināt, ka drukātajiem medijiem attiecībā pret citām mediju kategorijām noteikts visplašākais atbalsts, kā arī piedāvāti atbalsta mehānismi dažādās izpausmēs, kā arī PVN atbalsts ir populārākais atbalsta mehānisms.

Gandrīz visās analizētajās dalībvalstīs, izņemot Bulgāriju, drukātajiem medijiem tika piemērota samazināta PVN likme.

Papildus vairākās dalībvalstīs piešķirts atbalsts drukātā izdevuma piegādes atbalsts. Igaunijā tas bija pagaidu atbalsts saistībā ar vīrusa Covid-19 radītajām sekām, savukārt Zviedrijā, Francijā un Beļģijā šis atbalsts jau izpaudās ilgstoši izstrādātā mehānismā. Vienlaicīgi ar piegādes izdevumu segšanu, atsevišķās valstīs (Vācija, Zviedrija, Austrija, Francija) atbalsta mehānismi jau tiek koncentrēti pārejai uz digitālo formātu, piedāvājot drukātajiem medijiem finanšu līdzekļus šādas pārejas veicināšanai.

Kā būtisku drukātā medija mērķi varētu uzskatīt konkrētu cilvēku grupu sasniegšanu, jo gan Somija, gan Čehija sniedz atbalstu minoritāšu valodās rakstošajām avīzēm, savukārt Francija finansē avīžu piegādi franciski runājošajās valstīs. Savukārt Beļģijā un Austrijā tiek atbalstīta avīžu izplatīšana skolās.

Izvērtējot satura veidošanas atbalstu, vairākās dalībvalstīs, (Rumānijā, Francijā, Beļģijā, Austrijā) novērojama tendence drukātajiem medijiem piešķirt finansējumu tieši zinātnisko vai pētniecisko rakstu izstrādāšanai, kā arī rakstiem, kas uzsver būtiskus politiskus un sociālās vienlīdzības aspektus (Dānija).

2.2. Televīzija un radio

Izvērtējot politikas plānošanas dokumentus, secināts, ka raidorganizācijas pārsvarā saņem tiešo atbalstu to darbības nodrošināšanai un konkrētu programmas prasību izpildei, kā arī žurnālistu apmācībai un reģionālo kanālu izveidei, kā arī netiešo atbalstu nodokļu atvieglojumu veidā.¹² Vēl kādā pētījumā secināts, ka kritēriji radio un televīzijas atbalsta piešķiršanai iekļauj

priekšnosacījumus attiecībā uz satura kvalitāti, investīcijām jaunā (digitālā) studijā vai pārejas tehnoloģijās, kā arī satura titrēšanā.¹³

Izvērtējot atbalsta formas praksē, iespējams secināt, ka televīzijā un radio pārsvarā dalībvalstu tiek nodrošināts tikai satura veidošanas atbalsts, un bieži šāds atbalsts tiek piedāvāts līdzfinansējuma veidā. Vairākās valstīs (piemēram, Lietuvā, Rumānijā, Austrijā, Slovākijā, Francijā) ir izveidoti valsts filmu fondi, kuru mērķis ir veicināt filmu, televīzijas seriālu un dokumentālo filmu veidošanu, taču nav atsevišķu fondu tieši radio satura atbalstam.

Konkrētas dotācijas tieši radio darbības izveidošanai un nodrošināšanai norādītas tikai Francijā un Īrijā.

Televīzijai pieejams papildus atbalsts raidījumu titrēšanai, kā arī videomateriālu arhivēšanai, savukārt Slovākijā tiek veicināta arī jaunu platformu izveidošana, kurās izvietot video saturu.

Atšķirībā no drukātajiem un digitālajiem medijiem televīzijai un radio medijiem nav noteiktas samazinātas PVN likmes.

2.3. Digitālie mediji

Vairākas valstis ievieš izmaiņas atbalsta sistēmās, lai esošie mediji varētu attīstīt tiešsaistes klātbūtni un varētu parādīties jauni mediji, kas ekskluzīvi darbojas digitālajā vidē. Dānijā un Zviedrijā, nolūkā nodrošināt vienādas iespējas saņemt atbalstu, pārveidoti atbalsta mehānismi.¹⁴

Salīdzinājumā ar iepriekšējo mediju kategorijām digitālajiem medijiem pieejams visierobežotākie atbalsta mehānismi. Lai gan arī digitālajiem medijiem tiek piemērota samazināta PVN likme, taču vairākās valstīs to nosaka tikai drukātajiem medijiem.

Atbalsts tieši digitālo mediju izveidošanai tiek nodrošināts tikai Zviedrijā, savukārt citās valstīs (Francijā, Vācijā, Austrijā) atbalsts tiek sniegts tieši drukātajiem medijiem pārejai uz digitālā medija platformu.

3. Atbalsta veidi medijiem

3.1. Nodokļu politika

Atbalsta mehānismi nodokļu politikas veidā tika konstatēti gandrīz visām izvērtētajām dalībvalstīm. Vienīgā no vērtētajām dalībvalstīm, kas nav izstrādājusi medijus atbalstošus nodokļu mehānismus ir Bulgārija.

Lai gan nodokļu atbalsts ir plaši izmantots, taču tas nav plaši pieejams un daudzveidīgs, ņemot vērā, ka pārsvarā šis atbalsts saistīts ar samazinātas PVN likmes piemērošanu medijiem, kas

izdod avīžu un periodisko publikāciju izdevējiem (skatīt tabulu Nr.3 pielikumā). Lielākajā daļā dalībvalstu samazināta PVN likme piemērota gan drukātajiem, gan digitālajiem medijiem, taču ir valstis, kurās šāds atbalsts tiek sniegts tikai drukātajiem medijiem (Čehija, Lietuva). Turklāt samazinātas PVN likmes piemērošana var tikt ierobežota, nosakot standarta PVN likmi izdevumiem, kuros noteikts satura apjoms sastāv no reklāmas (piemēram, 50% Slovēnijā) vai kuri satur nepilngadīgām personām kaitīgu saturu (piemēram, Igaunijā). Somijā noteikta samazināta PVN likme tikai tiem izdevumiem, kuri tiek abonēti vismaz vienu mēnesi, tajā pašā laikā nosakot standarta PVN likmi (24%) izdevumiem, kuri tiek tirgoti kioskos.

PVN likmes apmērs, protams, atšķiras atkarībā no valsts īstenotās nodokļu politikas un atsevišķās valstīs mediji tiek atbrīvoti no PVN maksas. Dānijā PVN nav jāmaksā avīžu izdevējiem, Beļģijā PVN nav jāmaksā medijiem, kuru izdevumi tiek publicēti vismaz 48 reizes gadā, savukārt Polija vēl plāno atbrīvojumu ieviešanu.

Kā nevēlama nodokļu atbalsta politikas prakse tiek minēta Rumānija, kurā nodokļu politika izpaudusies nevis normatīvajā regulējumā, bet gan tieši šī regulējuma piemērošanā, ļaujot darboties atsevišķiem medijiem, lai gan tiem konstatēts ievērojams nodokļu parāds.

Komplicētāks nodokļu atbalsta mehānisms izstrādāts Francijā, kur papildus samazinātai PVN likmei drukātajiem un digitālajiem izdevumiem (2.1%) papildus noteikts, ka mediji var tikt atbrīvoti no pašvaldību nodevas, kā arī medijiem attiecināmajiem izdevumiem var tikt piemērots speciāls uzņēmumu nodokļa samazinājums. Mediju finansēšanu veicina arī iedzīvotāju ienākumu nodokļa samazinājums par ziedojumiem medijiem vai atsevišķu mediju abonēšanu.

Gan Francijā, gan Beļģijā pastāv atbalsta mehānismi arī attiecībā uz sociālajām iemaksām. Francijā noteikta 4% sociālo iemaksu likme preses piegādātājiem, samazinājums par žurnālistiem veiktajām sociālajām iemaksām vai pat atbrīvojums no sociālo iemaksu veikšanas korespondentiem nepietiekamu ienākumu gadījumā, savukārt Beļģijā Covid-19 vīrusa izplatības rezultātā izveidots fonds, lai atbalstītu žurnālistikas satura veidošanu, atliekot vai atceļot sociālo iemaksu veikšanu.

PVN likme izdevumiem (%)

Valsts	Avīzēm	Periodiskajiem izdevumiem
Igaunija		9
Lietuva		5 vai 21
Vācija		7 vai 19
Zviedrija	6	0 vai 6
Somija		10 vai 24
Dānija	0 vai 25	25
Polija	8 vai 23	5 vai 8 vai 23
Bulgārija		20
Rumānija		5
Čehija		10 vai 21
Slovākija		10 vai 20
Īrija		9
Francija		2.1 vai 20
Beļģija		0 vai 6 vai 21
Austrija		10

Datu avots:

https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf

3.2. Satura veidošanas atbalsts

Satura veidošanas atbalsts dažādās izpausmēs noteikts gan drukātajiem medijiem, gan televīzijai un radio, turklāt tas noteikts ikvienā izvērtētajā dalībvalstī. Lai atvieglotu atbalsta piešķiršanu, visbiežāk šāds atbalsts tiek izplatīts ar fondu starpniecību, taču kā liecina Polijas un Bulgārijas prakse, satura veidošanas atbalsts nereti tiek piedāvāts balstoties uz necaurspīdīgiem apsvērumiem.

Šis atbalsts dalībvalstu praksē tiek piedāvāts gan dotāciju (Čehija), gan bezprocentu aizdevumu formā (Rumānija), gan jauktā veidā, kas apvieno gan dotāciju, gan aizdevumu (Slovākija). Turklāt, atkarībā no atbalsta programmas, nereti satura veidošanas atbalsts daļēji jāfinansē arī pašam atbalsta saņēmējam, piemēram, Beļģijā tiek piedāvāts līdzfinansējums 50% apmērā, savukārt Īrijā noteikts mainīgs dotācijas apmērs no 85% līdz 95%.

Bieži vien satura veidošanai tiek noteikti konkrēti uzdevumi un mērķi, jo, ņemot vērā, ka satura veidošanas atbalsts ir uzskatāms par tiešo atbalstu, lai to saņemtu, nepieciešams ievērot noteiktus kritērijus un izpildīt satura atbalsta saņemšanai noteiktās prasības.

Dānijā un Slovākijā satura atbalsts tiek ierobežots nosakot, ka atbalstu iespējams saņemt, ja mediju veidotais saturs ir par politiku vai sabiedrībai nozīmīgiem sociāliem aspektiem, kā diskriminācijas, rasisma, ksenofobijas, ekstrēmisma mazināšana un sociālās vienlīdzības veicināšana. Čehijā un Somijā tiek atbalstīta satura veidošana minoritāšu valodā, savukārt Īrijā un Lietuvā uzsvars tiek likts uz vietējās kultūras mantojuma stiprināšanu un attīstīšanu.

Savukārt, Zviedrijā pieejams satura atbalsts tieši ziņu satura veidošanai, bet Īrijā - atbalstītais saturs jāpārraida "*pīķa stundās*", pievienojot subtitrus.

3.3. Darbības atbalsts

Darbības atbalsts netiek piešķirts daudzās dalībvalstīs un pārsvarā šāda atbalsta mehānismi nostiprināti valstīs ar stiprām mediju tradīcijām, kas augstu prioritizē mediju neatkarību un atbalsta inovāciju ieviešanu mediju nozarē, proti Zviedrijā, Francijā un Austrijā. Minētajās dalībvalstīs noteiktais darbības atbalsts nodalāms divās kategorijās – atbalsts esošo mediju darbībai un atbalsts darbības uzsākšanai.

Zviedrija tiek izmaksātas ikmēneša dotācijas, balstoties uz izdevumu apgrozījumu, ar nolūku atbalstīt avīzes (gan drukātās, gan digitālās) un nasegt daļu darbības izmaksu, savukārt Francijā atbalstīti tiek drukātie mediji kuriem ir zemi reklāmu ienākumi, pārdošanas apjomam nepārsniedzot 5 miljonus eiro. Turklāt daudzveidības nodrošināšanai, Francijā pieejams atbalsts arī medijiem, kuru ienākumi no reklāmām nepārsniedz 25% no kopējiem ienākumiem.

Savukārt Austrijā drukātajiem medijiem tiek piešķirta vispārējā dotācija, kas varētu tikt uzskatīta par atbalstu darbības nodrošināšanai, kā arī pieejama ir speciālā dotācija atsevišķiem izdevumiem, kas neatrodas vadošā tirgus pozīcijā.

Atbalsts darbības uzsākšanai Zviedrijā tiek nodrošināts, palīdzot veicināt inovācijas avīzēm - finansējot dažādus pētījumus, satura izveidošanu digitālajos kanālos, digitālo izdevniecību izveidošanu, kā arī tām nepieciešamo uzņēmējdarbības plānu izstrādi, kā arī žurnālistikas jaunuzņēmumiem, turpmākai attīstībai vai inovāciju izpētei. Savukārt Francijā izveidots speciāls fonds jaunizveidotiem mediju uzņēmumiem, kuru mērķis ir sākotnējo izdevumu, tajā skaitā administratīvo un uzņēmējdarbības plāna attīstības izdevumu, segšana pirms uzņēmums saņemis medija reģistrācija sertifikātu no attiecīgās iestādes.

Francijā radio tiek piedāvāts atbalsts gan darbības uzsākšanai, gan turpināšanai, tajā skaitā radio ekipējuma iegādei un apkalpošanai un par specifisku darbību veikšanu kultūras, izglītības, vides aizsardzības, integrācijas veicināšanai.

3.4. Piegādes atbalsts

Līdzīgi kā darbības atbalsts arī piegādes atbalsts nav izplatīts un tā komplicēti mehānismi pārsvarā ir sastopami Rietumeiropas valstīs.

Francijā ir izplatītākais transporta atbalsts, proti, Francijā izveidota struktūra, kurā Valsts maksā ikgadēju dotāciju SNCF (nacionālajai dzelzceļa kompānijai), savukārt tā piemēro samazinātu tarifu mediju kurjeru kompānijām, kas savukārt piedāvā samazinātu piegādes tarifu pašiem medijiem. Papildus, Francijā un Beļģijā noteikti arī samazināti pasta tarifi. Turklāt atbalsts Francijā tiek piešķirts nacionāla mēroga ikdienas politisko izdevumu izplatīšanai, kā arī franču izdevumu izplatīšanai ārzemēs.

Zviedrijā piegādes atbalsts izveidots, lai veicinātu sadarbību starp avīzēm un paplašinātu to izplatīšanas iespējas. Valsts iestāde maksā ikmēneša summu tādiem piegādātājiem, kuri piegādā vismaz divu izplatītāju avīzes, savukārt piegādātāji attiecīgi prasa mazāku samaksu no avīzēm.

Papildus minētajam, piegādes atbalsta mehānismi izstrādāti Vācijā, piešķirot 40 miljonus eiro abonēto avīžu un reklāmžurnālu piegādes atbalstam, kā arī saistībā ar Covid-19 izplatību arī Igaunijā un Zviedrijā, kur Covid-19 rezultātā tika izveidota programma ilgtermiņa attīstībai un par 18 miljoniem eiro tika palielināts finansējums mediju sektoram, lai segtu izplatīšanas izmaksas un paplašinātu mediju tvērumu.

3.5. Citi atbalsta mehānismi

Papildus ierastajiem atbalsta veidiem, kas minēti iepriekš, valstu praksē sastopami arī dažādi citi atbalsta mehānismi, kurus nevarētu ievietot kādā no iepriekšminētajām kategorijām.

Atbalsts fiziskām personām, kas atbildīgas par mediju satura veidošanu, proti, žurnālistiem var tikt uzskatīts arī par pastarpinātu mediju atbalsta veidu. Beļģijā žurnālistiem tiek nodrošinātas bezmaksas vilciena un autobusa biļetes, savukārt Austrijā pieejams arī atbalsts jauno žurnālistu nodarbināšanai un apmācībai, proti, ikdienas un iknedēļas avīzēm tiek atlīdzinātas izmaksas, kas radušās saistībā ar jauno žurnālistu pilna laika nodarbināšanu un apmācību, kā arī ārzemju korespondentu nodarbināšanu. Atbalsts žurnālistiem kļūva jo sevišķi aktuāls saistībā ar vīrusa Covid-19 izplatību, kad valstis piedāvāja dažādus sociālos pabalstus, kā piemēram, Īrijā, kur žurnālisti var saņemt dotāciju 70% apmērā no bruto algas, vai saņemt krīzes bezdarbnieku

pabalstu 350 eiro nedēļā vai Francijā noteiktās kompensācijas žurnālistiem (84% apmērā no neto ienākumiem).

Papildus, minētajam kā atsevišķu atbalsta veidu varētu minēt valsts reklāmas un paziņojumu iegādāšanos (Rumānija, Polija, Igaunija), kā arī Polijā īstenoto praksi, apmaksājot valsts iestāžu un tiesu abonementus atsevišķiem izdevumiem, taču šī atbalsta piešķiršana tiek kritizēta.¹⁵

Kā īpašs atbalsta veids varētu tikt minēts atbalsts inovāciju ieviešanai un digitālās pārejas sekmēšanai, kas ieviests Vācijā, Zviedrijā, Francijā un Austrijā.

4. Atbalsts Eiropas Savienības dalībvalstīm

4.1. Igaunija

Igaunijā valsts nesniedz plašas dotācijas medijiem. Tajā pašā laikā ir iespējams saņemt atsevišķu finansējumu konkrēta mērķa projektam par aktuālām tēmām – radio vai televīzijas programmās, atsevišķos rakstos avīzēs, kā arī valsts iestādēm dažreiz iegādājoties reklāmu, lai publicētu paziņojumus.¹⁶

Līdzīgi kā Latvijā arī Igaunijas medijiem ir pieejamas Ziemeļvalstu Ministru padomes (*Nordic Council of Ministers*) piedāvātās dotācijas mediju satura veidošanai.¹⁷ Turklāt avīzēm un periodiskajiem izdevumiem, kas pārsvarā nesatur reklāmas vai nesatur personīgus paziņojumus vai pornogrāfisku saturu, noteikta samazināta PVN procentu likme – 9%.

Saistībā ar vīrusa Covid-19 izplatību, Igaunijas mediju kompānijas, kurām bija jāsamazina avīžu un žurnālu piegāde, var pieteikties kompensācijai EUR 450 tūkstošu apmērā.¹⁸

4.2. Lietuva

Lietuvā mediju atbalsts tiek nodrošināts ar Preses, Radio un Televīzijas atbalsta fonda (*Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondas*) starpniecību, savukārt galvenie atbalsta nosacījumi un fonda darbība tiek noregulēta fonda rīcības plānā¹⁹. 2021.gada rīcības plānā noteikts, ka fonda piešķirtie līdzekļi jāsadala šādi:

- 25% - Kultūras un mākslas izdevumiem
- 10% - Nacionālie izdevumi
- 25% - Reģionālie izdevumi
- 16% - Nacionālais radio un televīzija
- 8% - Reģionālais radio un televīzija
- 16% - Tiešsaistes mediji

Minētais atbalsts tiek piešķirts satura radīšanai, balstoties uz rīcības plānā noteiktajiem principiem un sasniedzamajiem mērķiem. Saskaņā ar rīcības plānu, mediju atbalsts tiek sniegts trīs nolūkos - kultūras attīstībai, medijpratības un izglītības vecināšanai un publiskās informācijas drošībai, attīstot žurnālistikas kvalitāti un stiprinot publisko telpu. Daži no šī atbalsta nosacījumiem - atbalsts par projektu nedrīkst pārsniegt 80% no projekta izmaksu apmēra; reklāmu apjoms saturā nedrīkst pārsniegt 35%; drīkst pieteikties ne vairāk kā četriem projektiem visu programmu ietvaros un ne vairāk kā diviem projektiem vienas programmas ietvaros.

Tāpat kā Igaunijā un Latvijā, arī Lietuvas medijiem ir pieejamas Ziemeļvalstu Ministru padomes (*Nordic Council of Ministers*) piedāvātās dotācijas mediju satura veidošanai.²⁰ Pazemināta PVN likme noteikta avīzēm un periodiskajiem izdevumiem – 5%.

Saistībā ar vīrusa Covid-19 izplatību Lietuvā pieejams atbalsts kultūras nozarē²¹, kā arī Lietuvas prezidents ierosinājis atbalsta mehānismu medijiem, taču nav publisku ziņu vai šāds mehānisms ir ticis ieviests.²²

4.3. Vācija

Vācijā faktiski nav noteiktas tiešas dotācijas mediju sektoram, jo tiešs atbalsts vairāk izpaužas atsevišķās valdības iniciatīvās, piemēram, piešķirot 40 miljonus eiro abonēto avīžu un reklāmžurnālu piegādes atbalstam²³. Apjomīgākais atbalsts ir pieejams netieši, piemēram, samazināta PVN likme (7%) digitālajām un drukātajām avīzēm un izdevumiem, savukārt izdevumiem, kuru saturs ir kaitīgs nepilngadīgām personām vai sastāv pārsvarā no reklāmas, piemērojama standarta PVN likme – 19%.²⁴

Vācijas konstitūcijā noteikts, ka apraide tiek regulēta individuāli – federālā līmenī. Gandrīz katrā Vācijas federālajā zemē ir sava mediju iestāde, līdz ar to mediju uzraudzību veic 14 dažādas iestādes,²⁵ kuras savstarpēji paraksta Valsts mediju vienošanos (*Medienstaatsvertrag*), taču tajā nav iekļauti vienoti nosacījumi attiecībā uz atbalsta pasākumiem medijiem. Kā piemēru federālā līmeņa atbalsta programmai, var minēt Ziemeļreinas-Vestfālenes žurnālistu atbalsta un inovācijas programmu²⁶ vai šīs pašas zemes izveidoto fondu audiovizuālā satura veidošanas atbalstam.²⁷

Tiešs atbalsts tika nodrošināts saistībā ar vīrusa Covid-19 izplatību - medijiem bija pieejama atbalsta programma 25 miljardu eiro apmērā, ja to ienākumi attiecīgos laika posmos bija samazinājušies par 60% un 50%. Maksimālais izmaksas apmērs vienam uzņēmumam bija 150 tūkstoši eiro uz trīs mēnešiem.²⁸ Papildus medijiem tika piedāvāti 220 miljoni, lai veicinātu digitālo pāreju.²⁹

4.4. Zviedrija

Zviedrija atbalsta gan drukātos, gan digitālos medijus, kuri izstrādā oriģinālu saturu un kuri nebūtu uzskatāmi par tirgus līderiem, tādā veidā kompensējot attiecīgā medija stāvokli tirgū.³⁰

Zviedrijā pieejamas plašas atbalsta programmas dažādiem medijiem³¹:

- Darbības atbalsts – izmaksā ik mēnesi, balstoties uz izdevumu apgrozījumu, ar nolūku atbalstīt avīzes (gan drukātās, gan digitālās) un nosegt daļu darbības izmaksu;
- Satura atbalsts – piešķir ziņu veidošanai vispārīgajiem ziņu medijiem (avīzēm, mājaslapām, apraidēm, aplikācijām u.c.), kuru primārais uzdevums ir sniegt ziņas. Turklāt arī televīzijas un radio mediji var saņemt šādu atbalstu, ja daļa no to satura ir ziņu atspoguļošana;
- Izplatīšanas atbalsts – piedāvā, lai veicinātu sadarbību starp avīzēm un paplašinātu to izplatīšanas iespējas. Atbalstam var pieteikties avīzes, kuru abonēšanas maksa par ne vairāk kā 25% atšķiras no citām līdzīgu kategoriju avīzēm. Valsts iestāde maksā ikmēneša summu tādiem piegādātājiem, kuri piegādā vismaz divu izplatītāju avīzes, savukārt piegādātāji attiecīgi prasa mazāku samaksu no avīzēm.

Papildus minētajam, atbalsts tiek piedāvāts arī vietējiem žurnālistiem, proti, žurnālistiem teritorijās, par kurām ir neliels ziņu atspoguļojums.

Zviedrijas medijiem pieejams arī attīstības atbalsts – nolūkā veicināt inovācijas avīzēm, kā arī spēju pielāgoties mūsdienu tirgus prasībām. Šis atbalsts tiek nodrošināts, finansējot dažādus pētījumus, satura izveidošanu digitālajos kanālos, digitālo izdevniecību izveidošanu, kā arī tām nepieciešamo uzņēmējdarbības plānu izstrādi.

Drukātajiem medijiem tiek piemērota arī samazināta PVN likme – 6%, turklāt pakalpojumi, kas saistīti ar atsevišķu periodisku izdevumu, piemēram, izdevumiem, kurus izdod bezpeļņas organizācijas, izdošanu un izplatīšanu, ir atbrīvoti no PVN maksas.³²

Saistībā ar Covid-19 Zviedrija piedāvāja atbalstu vairāk nekā 47 miljonu eiro apmērā, lai palīdzētu stiprināt satura veidošanas darbības un daļēji kompensētu zaudētos reklāmas ienākumus. 15 miljoni eiro tika sadalīti 200 drukātajām avīzēm, kā arī valsts sedza visas slimības izmaksas laika posmā no 2020.gada marta līdz maijam. Ilgtermiņa attīstībai par 18 miljoniem eiro tika palielināts finansējums mediju sektoram, lai segtu izplatīšanas izmaksas un paplašinātu mediju tvērumu.³³

4.5. Somija

Salīdzinot ar citām ziemeļu valstīm, Somijā atbalsts medijiem nav pārāk plašs. Tiek raksturots, ka atbalsta programmas medijiem ir samazinātas un pašreiz Somijā valsts dotācijas tiek piešķirtas tikai avīzēm, kas tiek publicētas minoritāšu valodā (un to attiecīgajām tiešsaistes versijām), kā arī zviedru valodā raidošajiem ziņu medijiem³⁴. To apliecina arī apstāklis, ka 2015.gadā Somija presei piešķīra 500 tūkstošu eiro, kas ir daudz mazāk nekā Zviedrija (50 miljoni eiro) un Dānija (53 miljoni eiro)³⁵. Drukātajām un digitālajām avīzēm un periodiskajiem izdevumiem noteikta samazināta PVN likme – 10%, taču tikai tādā gadījumā, ja tie tiek pārdoti kā abonētie izdevumi vismaz vienu mēnesi, savukārt izdevumiem, kas tiek tirgoti kioskos piemērojama standarta PVN likme – 24%.

Valsts vēl piedāvā dažas atbalsta programmas, piemēram, valsts dotācijas medijpratības un mediju izglītības attīstībai³⁶ vai Somijas filmu fonda piedāvātās dotācijas audiovizuālā satura radīšanai un izplatīšanai.³⁷ Savukārt, piemēram, pētniecību atbalsta privātais fonds.³⁸

Saistībā ar vīrusa Covid-19 izplatību Somija sniegusi atbalstu avīzēm 5 miljonu eiro apmērā, kā arī 5 miljonus eiro Somijas filmu fondam.³⁹

4.6. Dānija

Dānijā komercmediji saņem atbalstu balstoties uz trīs faktoriem: (1) nodarbināto žurnālistu skaits; (2) lasītāju sociālā dažādība un (3) politiskais un kulturālais saturs, ko tie rada, un to nozīmība demokrātijai. Tālāk tiek nodalīts dotāciju atbalsts satura veidošanai un atbalsts inovācijām. 2013.gadā Dānija mainīja tās tradicionālo tiešā atbalsta sistēmu ziņu medijiem, ieviešot regulējumu, kas nodrošina vienlīdzību visu veidu ziņu medijiem. Tā rezultātā tiešsaistes mediji var saņemt finansējumu uz tāda paša pamata kā drukātie mediji.⁴⁰

Lai saņemtu atbalstu satura veidošanai, vismaz 50% satura jābūt veidotiem par politiku un sabiedrību, vismaz vienai trešdaļai jābūt paša medija radītai un jābūt nodarbinātiem vismaz trīs redaktoriem.

Savukārt inovāciju atbalstu piedāvā žurnālistikas jaunuzņēmumiem, turpmākai attīstībai vai inovāciju izpētei. Dotācijas faktiski nevar saņemt inovācijas projekti, kas veido audiovizuālu saturu.⁴¹

Papildus iepriekšminētajam, ienākumi no avīžu pārdošanas netiek aplikti ar PVN.⁴²

Saistībā ar Covid-19 izplatību komercmedijiem, kuri zaudējuši no 30% līdz 50% ienākumu no reklāmām, kompensāciju veidā tika piešķirti 24 miljoni eiro. Papildus, valsts veicina darbinieku

neatlaišanu, apmaksājot 75% algas, taču papildus arī darbiniekiem jāizmanto vienas nedēļas atvaļinājums.⁴³

4.7. Polija

Polijā atbalsts komercmedijiem pašlaik publiski vairāk tiek vērtēts politiskā aspektā, ņemot vērā, ka valsts mediji Polijā tiek izmantoti politisko interešu veicināšanai, kā arī pašreizējās Polijas valdības izteikums⁴⁴ attiecībā uz privāto mediju ierobežošanu. Neskatoties uz starptautiskās sabiedrības bažām par privāto mediju neatkarību, Polijā ir noteikti arī atsevišķi privāto mediju atbalsta instrumenti, kuru piešķiršanas kritēriji gan tiek vērtēti neviennozīmīgi.⁴⁵ Rakstošajai presei noteikta samazināta PVN likme⁴⁶. Avīzēm un periodiskajiem izdevumiem noteikta PVN likme 8% apmērā, savukārt reģionālajiem periodiskajiem izdevumiem – 5% (standarta likme valstī – 23%). Vēl jo vairāk, pašlaik Polija nosūtījusi pieteikumu Eiropas Komisijai valsts atbalsta pieteikšanai, kā rezultātā avīzēm un periodiskajiem izdevumiem nebūtu nepieciešams maksāt PVN.⁴⁷

Polijas komercmedijiem pieejams arī valsts nodrošinātais satura veidošanas atbalsts. Attiecībā uz medijiem finansējums pieejams radošās nozares attīstībai⁴⁸, satura digitalizācijai⁴⁹, žurnāliem⁵⁰ un audiovizuālajam saturam⁵¹. Kā netiešs atbalsts varētu tikt uzskatīts arī valsts iestāžu un tiesu abonementi atsevišķiem izdevumiem⁵², kā arī valsts apmaksātie paziņojumi, kuru ikgadējā kopsumma var sasniegt pat EUR 500'000. Taču, izvērtējot mediju vidi, tiek raksturots, ka minētais atbalsts tiek piešķirts balstoties uz neobjektīviem apstākļiem, pateicoties saitēm ar politiskajām partijām.⁵³

4.8. Bulgārija

Bulgārijā tiek piešķirts atbalsts medijiem, taču šajā valstī esošā prakse liek secināt, ka nepieciešami ir ne tikai atbalsta mehānismi medijiem, bet šādiem mehānismiem jābūt arī dzan caurspīdīgiem, politiski nesaistītiem un neitrāliem. Atsevišķos apstākļos atbalsts medijiem var tikt izmantots politisko ambīciju īstenošanai.

Bulgārijas atbalsta mehānismi medijiem starptautiskajā vidē tiek raksturoti kā necaurspīdīgi un neobjektīvi, kas bija par pamatu Eiropas Savienības Padomes komisionāra Nila Muižnieka 2015.gada 22.jūnija ziņojumā iekļautajam aicinājumam⁵⁴ Bulgārijas iestādēm būt caurspīdīgākām publiskā finansējuma, tajā skaitā Eiropas Savienības programmu līdzekļu, piešķiršanā, lēmumu pieņemšanā iekļaujot arī mediju pārstāvjus un izvairoties no diskriminējošiem atbalsta piešķiršanas kritērijiem.

Viens no potenciālajiem mediju finansēšanas avotiem var būt valsts organizētās satura veidošanas atbalsta programmas, piemēram, nacionālais fonds “*Kultūra*”⁵⁵, kas sniedz satura veidošanas atbalstu kultūras nozarē, vai Eiropas Savienības programmas “Creative Europe” ietvaros radītā apakšprogramma “*Mediji*”⁵⁶. Tajā pašā laikā, lai gan minētais atbalsts satura veidotājiem ir pieejams, valsts dotācijas privātajiem apraides medijiem, kā arī pētnieciskajai žurnālistikai nav pieejamas⁵⁷, kā arī fondu darbība tiek raksturota⁵⁸ kā valsts līdzeklis mediju kontrolēšanai, fonda līdzekļus piešķirot “draudzīgākiem” medijiem. Turklāt Bulgārijas valdības loma privāto mediju finansēšanā izpaužas tieši sadalot Eiropas savienības fondu līdzekļus.⁵⁹ Par iepriekšminēto liecina arī organizācijas “*Reporters without borders*” veidotais pasaules preses brīvības indekss, kurā Bulgārija ieņem pēdējo vietu starp Eiropas Savienības dalībvalstīm.⁶⁰

Par atbalsta trūkumu medijiem liecina arī apstāklis, ka Bulgārijā atšķirībā no citām izvērtētajām Eiropas Savienības dalībvalstīm nav noteikts samazināts PVN apmērs laikrakstiem vai periodiskajiem izdevumiem.⁶¹

4.9. Rumānija

Atbalsts medijiem Rumānijā, līdzīgi kā citās Eiropas Savienības dalībvalstīs, izpaužas valsts apmaksātās reklāmās, nodokļu izņēmumos un valsts dotācijās.⁶² Nav informācijas par tiešajiem atbalsta mehānismiem medijiem Rumānijā, tā vietā medijiem līdzekļi tiek piešķirti netiešā veidā – valsts reklāmu apmaksāšana, izmantojot mediju aģentūru starpniecību.⁶³

Lai gan atbalsta summa par valsts apmaksātu reklāmu tiek raksturota kā nenozīmīga⁶⁴, taču praksē arī šāds atbalsta mehānisms vairāk tiek izmantots mediju “sodīšanai” par valsts iestāžu kritisku atspoguļošanu.⁶⁵

Attiecībā uz nodokļu politiku, kā neoficiāls atbalsta veids medijiem tiek raksturota nodokļu iekasēšana politika, proti, tiek norādīts uz gadījumiem kad mediju kanāliem ļauj turpināt darboties, lai gan tam ir apjomīgi nodokļu parādi.⁶⁶ Par objektīvāku un politiski neitrālāku atbalsta formu uzskatāma samazinātā PVN likme presei un periodiskajiem izdevumiem – 5%.⁶⁷ Satura veidošanas atbalsts dotāciju veidā varētu tikt piešķirts rakstošajiem medijiem gan drukātajā, gan digitālajā vidē, tajā skaitā žurnālu, publikāciju, tehniski-zinātnisku rakstu publicēšanai.⁶⁸ Savukārt audiovizuālā satura radīšanai pieejams atbalsts bezprocentu kredīta formā vai tiešo maksājumu veidā, ko piešķir Rumānijas Kinematogrāfijas fonds.⁶⁹

4.10. Čehija

Čehijā ir pieejamas valsts dotācijas vairākās mediju atbalsta programmās, dažādiem projektiem⁷⁰:

- Mediju satura popularizēšanai un profesionālajai attīstībai – raidījumiem, konkursiem, konferencēm, kuru mērķis ir atbalstīt un apmācīt žurnālistus, kā arī veicināt pieredzes apmaiņu profesionāļu vidū;
- Periodiskajiem izdevumiem un publikācijām par mediju un audiovizuālo nozari, tajā skaitā digitālajā vidē;
- Izglītībai filmu, audiovizuālajā un mediju jomās, tajā skaitā projektiem medijpratības attīstīšanai;
- Kinematogrāfijas un audiovizuālā satura veidošanai un kinematogrāfijas nozares popularizēšanai.

Atsevišķa valsts dotāciju programma⁷¹ noteikta medijiem, kuri publicē periodiskus izdevumus vai presi, vai rada radio un televīzijas saturu nacionālo minoritāšu valodā. Šādiem medijiem tiek kompensētas pamatotās izmaksas satura veidošanai un izplatīšanai Čehijā.

Papildus minētajam samazināts PVN apmērs (10%) noteikts tikai tiem laikrakstiem vai periodiskajiem izdevumiem, kuros reklāmu apmērs nepārsniedz 50% no izdevuma satura, turklāt nav noteikts samazināts PVN apmērs digitālajiem izdevumiem.

4.11. Slovākija

Slovākijā valsts apmaksātā reklāma medijiem tiek pasūtīta bez specifiskiem nosacījumiem un necaurspīdīgā veidā.⁷² Taču Slovākijā ir pieejams satura veidošanas atbalsts, publicējot periodiskos izdevumus vai laikrakstus, kā arī elektronisko mediju un mājaslapu publicēšanai, ar mērķi veicināt sociālo vienlīdzību – atbalstot cilvēkus ar invaliditāti vai citas grupas, mazinot diskrimināciju, rasismu, ksenofobiju un ekstrēmismu.⁷³

Plašu audiovizuālā satura veidošanas atbalstu sniedz Slovākijas audiovizuālais fonds. Atbalsts pieejams vairākās programmās – audiovizuālu darbu radīšanai (tajā skaitā dokumentālo filmu), šādu darbu izplatīšanai un publicitātes radīšanai, jaunu platformu radīšanai, kurās audiovizuālos darbus varētu izplatīt.⁷⁴ Atbalsts var tikt nodrošināts dotāciju veidā, stipendiju veidā (piemēram, stipendija pētniecības uzdevuma izpildei audiovizuālās kultūras nozarē), kā arī kombinētā dotāciju un aizdevuma formā.⁷⁵

Drukātajām avīzēm un drukātajiem periodiskajiem izdevumiem noteikta samazināta PVN likme (10%). Ja reklāmu apjoms pārsniedz 50%, tad piemērojama standarta PVN likme – 20%.⁷⁶

4.12. Īrija

Īrijā saskaņā ar Īrijas Pārraidēšanas aktu 2009 (*The Broadcasting Act 2009*) izveidots finansēšanas modelis “*Sound & Vision 4*” ar nolūku finansēt publiskās un komerciālās televīzijas un radio saturu, attīstot arī vietējo un kopienas apraidi⁷⁷. Atbalsts tiek piedāvāts šādās programmās:

- Īru kultūras un kulturālā mantojuma attīstīšanai un atspoguļošanai;
- Pieaugušo informācijas uztveres attīstīšanai un plašsaziņas līdzekļu lietotprasmes attīstīšanai;
- Globālo notikumu atspoguļošanai.

Minētā atbalsta piešķiršanai noteiktas papildus prasības, proti, atbalstītais saturs jāpārraida “pīķa stundās”, saturam jāpievieno subtitri, kā arī dotācijas apmērs ir robežās no 85%-95% atkarībā no dotācijas apmēra un medija veida.

Papildus minētajam, izveidotas programmas arī satura arhivēšanai (*Archiving Funding Scheme*)⁷⁸ pētniecībai par apraides vidi (*Media research funding scheme*), kā arī radio staciju apmācībām vai esošo apmācību izvērtēšanai (*Temporary Radio Support Scheme*), turklāt apmācībām un attīstībai tiek izstrādāta arī kopējā politika (*Sectoral Learning & Development Policy*)⁷⁹.

Saistībā ar vīrusa Covid-19 izplatību žurnālisti var saņemt dotāciju 70% apmērā no bruto algas, nepārsniedzot 410 eiro nedēļā. Personas, kuras pandēmijas izraisītās krīzes rezultātā ir zaudējušas darbu, var saņemt krīzes bezdarbnieku pabalstu 350 eiro nedēļā. Minēto krīzes pabalstu līdz šī gada jūnija vidum varēja saņemt arī pašnodarbinātās personas.⁸⁰

Papildus minētajam noteikts samazināts PVN apmērs avīzēm un periodiskajiem izdevumiem gan papīra, gan digitālajā formātā (9%).

4.13. Francija

Francijā noteikti plaši tiešie un netiešie atbalsta pasākumi gan drukātajiem, gan apraides medijiem. Atbalsts medijiem tiek nodrošināts ar vairāku fondu starpniecību:

- Inovācijas un jaunu mediju rašanās fonds (*The Fund to Support Emergence and Innovation in the Press*)⁸¹ – dotācijas jaunizveidotiem mediju uzņēmumiem, kuru mērķis ir sākotnējo izdevumu, tajā skaitā administratīvo un uzņēmējdarbības plāna attīstības izdevumu, segšana pirms uzņēmums saņēmis medija reģistrācija sertifikātu no

attiecīgās iestādes (*Joint Committee on Publications and Press Agencies*). Šī fonda līdzekļi var tikt izmantoti arī pētniecībai un medija attīstībai.

- Stratēģiskais preses attīstības fonds (*Strategic Press Development Fund*)⁸² – inovatīviem projektiem, produktivitātes palielināšanai, redakcionālās formas dažādošanai un Francijas preses ietekmes stiprināšanai valstīs, kurās runā franču valodā. Minētais atbalsts var tikt sniegts gan dotāciju, gan atmaksājamu avansu formā vai abu minēto formu kombinācijā.
- Vietējo sociālās informācijas mediju atbalsta fonds (*Local Social Information Media Support Fund*)⁸³ – atbalsts tiek piešķirts plašsaziņas līdzekļiem, kuri veicina viedokļu apmaiņu un nodrošina iespēju izteikties atsevišķu teritoriju, proti, pilsētu politikās noteiktajām prioritārajām zonu, kā arī lauku apgabalu, iedzīvotājiem.

Papildus minētajam, medijiem ir pieejams arī šāds izplatīšanu veicinošs atbalsts:

- Transportēšanas izmaksu segšana⁸⁴ – valsts maksā ikgadēju dotāciju *SNCF* (nacionālā dzelzceļa kompānija), savukārt tā piemēro samazinātu tarifu mediju kurjeru kompānijām, kas savukārt piedāvā samazinātu piegādes tarifu pašiem medijiem. Papildus noteikti arī samazināti pasta tarifi⁸⁵;
- Mediju modernizēšana⁸⁶ - atbalsts pārdošanas zonas modernizēšanai (mēbeles un aprīkojums, kas saistīts ar medija reprezentāciju), kā arī datortehnikas modernizācija (preses produkcijas aparatūras un programmatūras atjaunošana);
- Izplatīšanas atbalsts – atbalsts tiek piešķirts nacionāla mēroga ikdienas politisko izdevumu izplatīšanai⁸⁷, kā arī franču izdevumu izplatīšanai ārzemēs⁸⁸;
- Izņēmuma atbalsts drukātajiem medijiem, kuriem ir zemi reklāmu ienākumi, un kuru pārdošanas apjoms 2019.gadā bija mazāks par 5 miljoniem eiro.⁸⁹

Francijas medijiem pieejams arī atbalsts mediju daudzveidības nodrošināšanai, stiprinot medijus ar zemākiem ienākumiem, piemēram, atbalsts medijiem, kuru ienākumi no reklāmām nepārsniedz 25% no kopējiem ienākumiem⁹⁰.

Mediju darbību veicina arī Francijā noteiktā nodokļu politika attiecībā uz medijiem. Drukātajai un digitālajai presei noteikts samazināts PVN apmērs – 2.1%⁹¹; mediji var tikt atbrīvoti no pašvaldību noteiktās nodevas (*territorial economic contribution*)⁹²; medijiem attiecināmajiem izdevumiem var tikt piemērots speciāls uzņēmumu nodokļa samazinājums⁹³; iedzīvotāju ienākumu nodokļa samazinājums par ziedojumiem medijiem⁹⁴ vai atsevišķu mediju abonēšanu.⁹⁵ Turklāt pastāv atbalsta mehānismi arī attiecībā uz sociālajām iemaksām, piemēram, noteikta 4% sociālo iemaksu likme preses piegādātājiem⁹⁶, samazinājums par

žurnālistiem veiktajām sociālajām iemaksām⁹⁷ vai pat atbrīvojums no sociālo iemaksu veikšanas korespondentiem nepietiekamu ienākumu gadījumā⁹⁸.

Papildus drukātajiem medijiem piešķirtajam atbalstam, atbalsts tiek piešķirts arī audiovizuālā satura radīšanai, proti, pieejams atbalsts kino un kinematogrāfiskajam mantojumam, kas iekļauj atbalstu pārraides asociācijām, kas palīdz izplatīt dažādu žanru un formātu darbus, tajā skaitā īsfilmas, dokumentālās filmas, multimediju darbus un vēsturiskās filmas.⁹⁹

Savukārt radio atbalsta fonds nodrošina dažāda veida atbalstu radio stacijām¹⁰⁰, proti: dotācijas radio darbības uzsākšanai, dotācijas radio ekipējuma iegādei un apkalpošanai; darbības dotācijas pēc pieprasījuma par specifisku darbību veikšanu kultūras, izglītības, vides aizsardzības, integrācijas veicināšanas, kā arī diskriminācijas novēršanas nolūkos.

Papildus atbalsts noteikts arī saistībā ar vīrusa Covid-19 izplatību – 106 miljonu eiro izmaksa laikrakstu izplatīšanai un ietekmētajām pusēm (avīžu kioskiem, starptautiskajiem izdevējiem, publicistiem), kompensācijas žurnālistiem (84% apmērā no neto ienākumiem), kā arī ilgstoši maksājumi 377 miljonu eiro apmērā, lai atbalstītu mediju sektora digitālo un ekoloģisko pāreju.¹⁰¹

4.14. Beļģija

Beļģijā medijiem pieejams gan tiešais, gan netiešais atbalsts, turklāt atbalsts bieži vien tiek nodalīts divos mediju tirgos - franču vai flāmu valodā runājošiem medijiem.¹⁰²

Netiešais atbalsts izpaužas, piemēram, samazinātā pasta tarifā avīzēm, valdības reklāmas pasūtījumos, bezmaksas vilciena un autobusa biļetēm žurnālistiem, īpaši uzsverot tieši reklāmas pasūtījumu nozīmi uz mediju ienākumiem.¹⁰³ Arī Beļģijas nodokļu politikā noteikti medijus atbalstoši nosacījumi, proti, digitālās un drukātās avīzes un vispārīgu informāciju saturoši ikdienas un iknedēļas izdevumi, kas publicēti vismaz 48 reizes gadā, ir atbrīvoti no PVN maksas, savukārt ikdienas un iknedēļas drukātajām un digitālajām avīzēm un izdevumiem piemērojama samazināta PVN likme – 6%¹⁰⁴. Izdevumiem, kas pārsvarā sastāv no reklāmas materiāliem vai video satura, netiek piemērota samazināta PVN likme.

Tiešais atbalsts izpaužas valsts dotācijās, taču pārsvarā ir vērsts uz drukātajiem un tiešsaistes medijiem, specifiskiem mērķiem, piemēram, avīžu ieviešana skolās, izmeklēšanas žurnālistikai - pētniecības veikšanai, žurnālistu profesionālajām organizācijām, investīciju atbalsts drukāšanas iekārtu iegādei vai atbalsts ziņu programmu arhivēšanai.¹⁰⁵

Attiecībā uz pārraides medijiem atbalsts tiek piešķirts projektiem žurnālistu apmācībām, tehnoloģiskajām inovācijām un ziņu titrēšanai.¹⁰⁶ Satura veidošanas atbalstu Flandrijā piedāvā

Flandrijas audiovizuālais fonds, sniedzot 50% finansējumu televīzijas satura, tajā skaitā seriālu un dokumentālo filmu veidošanai¹⁰⁷

Interesanti, ka attiecībā uz medijiem, kas saturu publicē franču valodā, noteikts ierobežojums – atbalsts pieejams tikai tiem medijiem, kuru darbība atbilst Beļģijas Žurnālistu Ētikas kodeksam, taču šādas prasības izpildes novērtēšana ir apgrūtināta, jo normatīvajā regulējumā nav noteikts kā tieši atbilstība būtu jāvērtē.¹⁰⁸

Saistībā ar Covid-19 izplatību franču valodā runājošajā Beļģijas teritorijā tika piešķirts finansiāls atbalsts 3 miljonu eiro apmērā, turklāt papildus 3 miljoni medijiem tika samaksāti sabiedrības veselības reklamēšanai. Papildus, žurnālistiem bija pieejama kompensācija 70% apmērā no algas, kā arī izveidots fonds (*Le Fonds pour le journalisme*), lai atbalstītu žurnālistikas satura veidošanu, atliekot vai atceļot sociālo iemaksu veikšanu. Flandrijā 57% žurnālistu saņēma valsts vai reģionālās kompensācijas 3000 eiro apmērā.¹⁰⁹

4.15. Austrija

Austrijā atbalstu medijiem primāri regulē Austrijas Preses Dotāciju Akts 2004.

Drukātajiem medijiem tiek piešķirts atbalsts. Ikdienas un iknedēļas avīzēm katru gadu tiek piešķirta vispārējā dotācija. 2012.gadā 2.1 miljons eiro tika piešķirts 14 ikdienas izdevējiem, savukārt 1.8 miljoni eiro 35 iknedēļas izdevējiem. Šo dotāciju var viegli aprēķināt un prognozēt paši izdevēji, jo tā tiek aprēķināta pēc avīžu skaita, kas pārdots abonentiem (līdz 15 tūkstošiem izdevumu gadā). Pastāv ierobežojoši nosacījumi attiecībā uz šīs dotācijas saņēmējiem, piemēram, ikdienas izdevējiem jāizdod vismaz 240 izdevumi gadā; uz pilnu laiku jābūt nodarbinātiem vismaz sešiem žurnālistiem; Austrijā jābūt pārdotiem vismaz 10 tūkstošiem kopiju. Papildus vispārējai dotācijai, atsevišķiem izdevējiem tiek maksāta speciālā dotācija ar nolūku dažādot pieejamo avīžu apjomu. Šāda dotācija tiek piešķirta tikai ikdienas izdevumiem, kuri nepārdod vairāk kā 100 tūkstošus kopiju, neatrodas vadošā tirgus pozīcijā gan attiecībā uz lasītāju, gan uz reklāmas tirgu. 2012.gadā septiņiem izdevējiem tika izmaksāta šī dotācija 5.2 miljonu eiro apmērā.

Papildus iepriekšminētajam atbalstam, Austrijā pieejams arī atbalsts jauno žurnālistu nodarbināšanai un apmācībai, proti, ikdienas un iknedēļas avīzēm tiek atlīdzinātas izmaksas, kas radušās saistībā ar jauno žurnālistu pilna laika nodarbināšanu un apmācību, kā arī ārzemju korespondentu nodarbināšanu.

Lasītāju piesaistīšanai tiek finansētas asociācijas, kuru uzdevums ir izplatīt avīzes skolās. Šādām asociācijām tiek izmaksātas dotācijas, kas sedz 50% no visiem tās izdevumiem. Turklāt

izdevēji, kas nodrošina skolām bezmaksas avīzes var saņemt atmaksu līdz 10% no pārdošanas cenas.

Arī pētniecības projektiem mediju attīstībai tiek piedāvāts finansējums 50% apmērā no projekta kopējām izmaksām, 8-40 tūkstoši eiro par projektu.¹¹⁰ Papildus minētajam, drukātajiem izdevumiem ir noteikta samazināta PVN likme – 10%.¹¹¹

Atbalsts ar Austrijas televīzijas fonda (*FERNSEHFONDS AUSTRIA*) starpniecību tiek piedāvāts arī audiovizuālā satura veidošanai. Katru gadu šis fonds piešķir atbalstu 13.5 miljonu eiro apmērā nolūkā atbalstīt filmu, televīzijas seriālu un dokumentālo filmu veidošanu, pašam satura veidotājam nodrošinot 30% līdzekļu.¹¹²

Saistībā ar vīrusa Covid-19 izplatību tika izstrādāta atbalsta programma 32 miljonu eiro apmērā, no kuras puse tika piešķirta pārraides komercmedijiem, ikdienas avīzes saņēma 12.1 miljonu eiro, savukārt iknedēļas avīzes – 2.7 miljonus eiro. Žurnālistiem tika izmaksātas kompensācijas 80-90% apmērā no neto algas.¹¹³

5. Izmantotie avoti

-
- ¹ Comparative Media Policy, Regulation and Governance in Europe Unpacking the Policy Cycle, pieejams: <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/30508/645611.pdf?sequence=1> [aplūkots 19.11.2020]
- ² Media policy brief 11 Public Funding of Private Media, pieejams: https://www.researchgate.net/profile/Matthias_Kuenzler/publication/305904899_Public_Funding_of_Private_Media/links/5d9c9dfe299bf1c36301dc94/Public-Funding-of-Private-Media.pdf [aplūkots 19.11.2020]
- ³ Skatīt *supra* atsauci 1
- ⁴ Skatīt *supra* atsauci 2
- ⁵ Skatīt *supra* atsauci 1
- ⁶ Turpat
- ⁷ Skatīt *supra* atsauci 2
- ⁸ Turpat
- ⁹ Turpat
- ¹⁰ Skatīt *supra* atsauci 1
- ¹¹ Lūsis R., Grantiņa L. Valsts atbalsts un tā regulējums ES fondu projektu īstenošanā. Jurista Vārds, 12.05.2020., Nr. 19 (1129), 18.-26.lpp., pieejams: <https://juristavards.lv/doc/276580-valsts-atbalsts-un-ta-regulejums-es-fondu-projektu-istenosana/> [aplūkots: 19.11.2020.]
- ¹² Skatīt *supra* atsauci 2
- ¹³ Skatīt *supra* atsauci 1
- ¹⁴ Skatīt *supra* atsauci 2
- ¹⁵ https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/67813/poland_results_mpm_2020_cmpf.pdf?sequence=1&isAllowed=y [aplūkots: 20.11.2020]
- ¹⁶ <https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/f64bd958-d259-4f5d-aeb9-f58a882a316c/mapping-digital-media-estonia-20130903.pdf> [aplūkots 19.11.2020]
- ¹⁷ <https://www.norden.ee/en/about-us/funding/support-for-increased-quality-of-media-content-and-strengthening-of-minority-language-media-production-in-estonia-latvia-and-lithuania> [aplūkots 19.11.2020]
- ¹⁸ <https://news.err.ee/1078950/government-to-support-home-delivery-of-newspapers-magazines-with-450-000>, [aplūkots 19.11.2020]
- ¹⁹ http://www.srtfondas.lt/uploads/Teisniai%20dokumentai/Konkurso_bendruju_salygu_aprasas_2021.doc [aplūkots: 19.11.2020]
- ²⁰ Skatīt *supra* atsauci 17
- ²¹ <https://lrkm.lrv.lt/en/news/information-update-on-measures-for-cultural-and-creative-sectors-affected-by-covid-19-outbreak-2> [aplūkots 19.11.2020]
- ²² <https://www.lrt.lt/en/news-in-english/19/1187040/president-proposes-eur6m-aid-scheme-for-lithuania-s-coronavirus-hit-media> [aplūkots 19.11.2020]
- ²³ https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/67803/germany_results_mpm_2020_cmpf.pdf?sequence=1&isAllowed=y [aplūkots 20.11.2020]
- ²⁴ https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf [aplūkots 07.12.2020]
- ²⁵ <https://www.medienanstalt-nrw.de/about-us/about-us.html> [aplūkots 20.11.2020]
- ²⁶ <https://www.journalismuslab.de/> [aplūkots 20.11.2020]
- ²⁷ <https://www.filmstiftung.de/en/media-region-nrw/contacts-in-nrw/funding/> [aplūkots 20.11.2020]
- ²⁸ <https://europeanjournalists.org/blog/2020/04/01/mapping-covid-19-support-germany/> [aplūkots 02.12.2020]
- ²⁹ <https://europeanjournalists.org/blog/database/covid-19-what-financial-support-has-the-media-and-journalists-received-in-europe/> [aplūkots 02.12.2020]
- ³⁰ Skatīt *supra* atsauci 1
- ³¹ <https://www.mprt.se/stod-till-medier/allmant-om-stod-till-nyhetsmedier/> [aplūkots 20.11.2020]
- ³² Skatīt *supra* atsauci 24
- ³³ Skatīt *supra* atsauci 29
- ³⁴ <https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/d3a7afd8-8636-4b7b-8819-8f7af4e063fb/mapping-digital-media-finland-20140214.pdf> [aplūkots 20.11.2020]
- ³⁵ https://www.press.umich.edu/6943059/media_welfare_state [aplūkots 20.11.2020]
- ³⁶ <https://medialukutaitosuomessa.fi/en/> [aplūkots 20.11.2020]
- ³⁷ <https://ses.fi/en/funding/> [aplūkots 20.11.2020]
- ³⁸ <https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/> [aplūkots 20.11.2020]
- ³⁹ Skatīt *supra* atsauci 29

-
- 40 Skatīt *supra* atsauci 1
- 41 https://www.ecpmf.eu/wp-content/uploads/2020/05/ECPMF-FFM-Scandinavia_2020.pdf
- 42 Turpat
- 43 Skatīt *supra* atsauci 29
- 44 <https://ipi.media/repolonization-poland-again-hints-at-limiting-foreign-media-ownership/> [aplūkots: 20.11.2020], skatīt arī - <https://en.ejo.ch/media-politics/press-freedom/re-polonisation-back-on-the-agenda-for-polands-private-media> [aplūkots: 20.11.2020]
- 45 Skatīt *supra* atsauci 15
- 46 Skatīt *supra* atsauci 24
- 47 <https://iwp.pl/blog/2020/11/04/zerowa-stawka-vat-na-ksiazki-i-prase-wniosek-do-ke/> [aplūkots: 20.11.2020]
- 48 <https://www.gov.pl/web/kultura/rozwoj-sektorow-kreatywnych2> [aplūkots: 20.11.2020]
- 49 <https://www.gov.pl/web/kultura/kultura-cyfrowa2> [aplūkots: 20.11.2020]
- 50 <https://www.gov.pl/web/kultura/czasopisma2> [aplūkots: 20.11.2020]
- 51 <https://www.gov.pl/web/kultura/film2>, skatīt arī <https://www.gov.pl/web/kultura/muzyka2> [aplūkots: 20.11.2020]
- 52 Skatīt *supra* atsauci 15
- 53 Turpat
- 54 Pieejams: [https://rm.coe.int/ref/CommDH\(2015\)12](https://rm.coe.int/ref/CommDH(2015)12) [aplūkots: 30.11.2020]
- 55 <https://ncf.bg/> [aplūkots 30.11.2020]
- 56 <https://creativeeurope.bg/en/about> [aplūkots 30.11.2020]
- 57 Policy report addressing state and non-state actors involved in the design and implementation of media policies supportive of media freedom and independence, the European Union and the Council of Europe September 2012 [aplūkots 24.11.2020.]
- 58 <https://www.ecpmf.eu/archive/files/ecpmf-ffm-bulgaria.pdf> [aplūkots 23.11.2020]
- 59 Skatīt *supra* atsauci 15
- 60 <https://rsf.org/en/bulgaria> [aplūkots 24.11.2020.]
- 61 Skatīt *supra* atsauci 24
- 62 https://cmds.ceu.edu/sites/cmcs.ceu.hu/files/attachment/basicpage/1508/mimromaniafundingfinal_0.pdf [aplūkots 23.11.2020]
- 63 [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/571376/IPOL_STU\(2016\)571376_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/571376/IPOL_STU(2016)571376_EN.pdf)
- 64 Turpat
- 65 Turpat
- 66 Turpat
- 67 Skatīt *supra* atsauci 24
- 68 <https://www.afcn.ro/finantari/proiecte-editoriale.html> [aplūkots 24.11.2020.]
- 69 <http://cncold.gov.ro/wp-content/themes/cnc/pdf/fls-1184.pdf> [aplūkots 30.11.2020.]
- 70 <https://www.mkcr.cz/vyhlaseni-vyberoveho-dotacniho-rizeni-v-oblasti-kinematografie-a-medii-pro-rok-2021-2425.html> [aplūkots 24.11.2020.]
- 71 https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/vyhlaseni-2021-listopad-2021-bb-12754.doc [aplūkots 24.11.2020.]
- 72 https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/67817/slovakia_results_mpm_2020_cmpf.pdf?sequence=1&isAllowed=y [aplūkots 24.11.2020.]
- 73 <https://ds.culture.gov.sk/#edec1777-2277-4a7a-89f3-7c6ff7f358c0;0db3f869-6617-50d6-90b1-f53a2d54240a> [aplūkots 24.11.2020.]
- 74 <http://www.avf.sk/support.aspx> [aplūkots 24.11.2020.]
- 75 http://www.avf.sk/support/structure2021/supportforms_2021.aspx [aplūkots 24.11.2020.]
- 76 Skatīt *supra* atsauci 24
- 77 <http://www.bai.ie/en/download/134843/> [aplūkots 24.11.2020.]
- 78 <http://www.bai.ie/en/download/132914/> [aplūkots 24.11.2020.]
- 79 <https://www.bai.ie/en/broadcasting/funding-development-3/sectoral-development/> [aplūkots 24.11.2020.]
- 80 Skatīt *supra* atsauci 29
- 81 http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/1.1-Presentation-de-la-bourse-pour-les-entreprises-de-presse-emergentes?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- 82 http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/1.-Presentation-du-Fonds-strategique-pour-le-developpement-de-la-presse?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- 83 http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/Fonds-de-soutien-aux-medias-d-information-sociale-de-proximite?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]

- ⁸⁴ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/Les-reductions-tarifaires-de-la-SNCF?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁸⁵ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/Les-tarifs-postaux-preferentiels?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁸⁶ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/L-aide-a-la-modernisation-des-diffuseurs?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁸⁷ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/Aide-a-la-distribution-de-la-presse-Section-1-presse-quotidienne-d-information-politique-et-generale?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁸⁸ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/Aide-a-la-distribution-de-la-presse-Section-2-presse-francaise-a-l-etranger?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁸⁹ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/Aides-a-la-Press/Aide-exceptionnelle-pour-les-editeurs-de-presse?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁹⁰ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/Le-fonds-d-aide-aux-quotidiens-nationaux-d-information-politique-et-generale-a-faibles-ressources-publicitaires?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148, skatīt arī http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/Le-fonds-d-aide-aux-publications-nationales-d-information-politique-et-generale-a-faibles-ressources-publicitaires?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁹¹ Skatīt *supra* atsauci 24
- ⁹² http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/2.-Exoneration-de-CET-pour-les-diffuseurs-de-presse?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁹³ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/3.-Deduction-fiscale-des-investissements-des-entreprises-de-presse?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁹⁴ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/4.-Reduction-d-impot-des-particuliers-pour-dons-effectues-en-faveur-des-entreprises-de-presse?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁹⁵ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/5.-Reduction-d-impots-des-particuliers-pour-souscription-au-capital-des-societes-de-presse?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁹⁶ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/Le-regime-derogatoire-des-taux-de-cotisations-de-securite-sociale-des-vendeurs-colporteurs-et-des-porteurs-de-presse?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁹⁷ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/Le-calcul-des-cotisations-sociales-des-journalistes?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁹⁸ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/aides-a-la-presse/Le-statut-social-des-correspondants-locaux-de-presse?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ⁹⁹ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://mesdemarches.culture.gouv.fr/loc_fr/mcc/requests/INDUS_CINEM_soutien_01/?_CSRF_TOKEN_=7266fd6b-1311-422a-9d19-f034156cef4a?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 25.11.2020.]
- ¹⁰⁰ http://traduction.culture.gouv.fr/url/Result.aspx?to=en&url=https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Audiovisuel/Fonds-de-soutien-a-l-expression-radiophonique-locale-FSER?filter%5Btheme_tag_ids_mi%5D%5B0%5D=148 [aplūkots 24.11.2020.]
- ¹⁰¹ Skatīt *supra* atsauci 29
- ¹⁰² <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/belgium-2019/> [aplūkots 24.11.2020.]
- ¹⁰³ <https://www.newmedia-law.com/news/what-state-subsidies-are-there-for-belgian-media/> [aplūkots 24.11.2020.]
- ¹⁰⁴ Skatīt *supra* atsauci 24
- ¹⁰⁵ Skatīt *supra* atsauci 103

¹⁰⁶ Turpat

¹⁰⁷ <https://www.vaf.be/flanders-audiovisual-fund> [aplūkots 24.11.2020.]

¹⁰⁸ Skatīt *supra* atsauci 103

¹⁰⁹ Skatīt *supra* atsauci 29

¹¹⁰ “Austria: Press Subsidies in Search of a New Design”. Paul Murschetz, Center for Advanced Studies and Research in ICTs & Society, University of Salzburg, Austria; Matthias Karmasin Institut for Media and Communications Universität Klagenfurt, Austria, pieejams:

https://www.researchgate.net/publication/301124573_Austria_Press_Subsidies_in_Search_of_a_New_Design

¹¹¹ Skatīt *supra* atsauci 24

¹¹² https://www.rtr.at/en/ffat/Richtlinien/Guidelines_for_FERNSEHFONDS_AUSTRIA_Version_as_of_1_December_2018.pdf [aplūkots 25.11.2020.]

¹¹³ Skatīt *supra* atsauci 29



*Zvērinātu advokātu birojs PricewaterhouseCoopers Legal, Kr. Valdemāra iela 21, Rīga, LV-1010, Latvija,
LV90010364699,
T: +371 6709 4400, F: +371 6783 0055, www.pwclegal.lv*

©2020 PricewaterhouseCoopers Legal ZAB. Visas tiesības saglabātas. PricewaterhouseCoopers Legal ir Latvijas Zvērinātu advokātu padomē reģistrēts zvērinātu advokātu birojs.