



Kultūras ministrija

Populārās mūzikas stratēģija 2024-2027

Izstrādātājs:

Populārās mūzikas darba grupa

Apstiprināts:

Populārās mūzikas darba grupā 03.05.2023.

Saturs

Lietotie saīsinājumi	3
Populārās mūzikas stratēģijas izstrādes process.....	4
Populārās mūzikas stratēģijas vīzija, mērķis un prioritātes	5
IEVADS.....	7
1.Mūzikas nozares raksturojums	8
2.Populārās mūzikas industrija Latvijā	12
3. Populārās mūzikas sektora organizācijas	18
4. Apbalvojumi populārās mūzikas jomā.....	22
5.Konkursi populārās mūzikas jomā.....	24
6. Izglītība	25
7.Populārās mūzikas industrijas Latvijā SVĪD analīze	26
8.Rīcības virzieni, uzdevumi un aktivitātes līdz 2027.gadam	32

Lietotie saīsinājumi

GESAC Eiropas autoru un komponistu biedrības

ĀM Ārlietu ministrija

CSP Centrālā statistikas pārvalde

EM Ekonomikas ministrija

IKP Iekšzemes kopprodukts

IZM Izglītības un zinātnes ministrija

JVLMA Jāzepa Vītola Latvijas Mūzikas akadēmija

LNKC Latvijas Nacionālais kultūras centrs

KM Kultūras ministrija

LIAA Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra

LKA Latvijas Kultūras akadēmija

LM Labklājības ministrija

VKKF Valsts kultūrkapitāla fonds

MicRec Neatkarīgā ierakstu kompānija „Mikrofons“

LaMPA Biedrība “Latvijas skaņu ierakstu producentu, izdevēju un izplatītāju apvienība”

LaIPA Biedrība „Latvijas Izpildītāju un producentu apvienība”

LRMA Biedrība „Latvijas Rokmūzikas Asociācija”

AKKA/LAA Autortiesību un komunikēšanās konsultāciju aģentūra/ Latvijas Autoru apvienība

FM Finanšu ministrija

NEPLP Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome

VSIC Valsts izglītības satura centrs

Populārās mūzikas stratēģijas izstrādes process

Populārās mūzikas stratēģiju izstrādāja neformāla darba grupa, populārās mūzikas nozares profesionāļi – mūzikas menedžere, uzņēmuma “Every Little Thing” dibinātāja Guna Zučika, biedrības „Latvijas Mūzikas attīstības biedrība/ Latvijas Mūzikas eksports”/ izpilddirektore Agnese Cimuška – Rekke, LalPA izpilddirektore Liēna Edvardsa, radio “Pieci.lv” programmas direktors un biedrības AKKA/LAA padomes priekšsēdētājs Kārlis Kazāks, Latvijas Rokmūzikas Asociācijas valdes priekšsēdētājs Uģis Higo Glāzītis, rokmūziķis, Latvijas Rokmūzikas Asociācijas dibinātājs Jānis Bukums, “L-Tips Agency” valdes loceklis Gints Putniņš, mūziķis, pedagogs, Pašnodarbināto mūziķu biedrības valdes priekšsēdētājs Kaspars Zemītis, mūzikas izdevējs, Latvijas mūzikas izdevējkompanijas MicRec dibinātājs Guntars Račs un mūziķis Arnis Veisbārdis. Populārās mūzikas stratēģijas apspriešanā un sarunās iesaistījās nozares eksperti - Latvijas Nacionālā kultūras centra Kultūrizglītības nodaļas Mūzikas izglītības eksperts Kārlis Jēkabsons, muzikoloģe un žurnāliste Daiga Mazvērsīte, Saldus Mūzikas skolas direktors Mārtiņš Bērtulis, mūziķis un Saldus Mūzikas skolas pasniedzējs Elvis Lintiņš, Privātās mūzikas skolas “BJMK Rokskola” dibinātājs un pasniedzējs Endijs Rožkalns, mūziķis un Mākslu izglītības kompetences centrs “Ventspils Mūzikas vidusskola” pasniedzējs Kaspars Vizulis, mūziķis un Alfrēda Kalniņa Cēsu mūzikas vidusskolas džeza un sitaminstrumentu spēles pasniedzējs Krišjānis Bremšs, mūziķis Edgars Šubrovskis, mūziķis un žurnālists Jānis Žilde. Darbs pie Populārās mūzikas stratēģijas izstrādes aizsākās 2020. gada martā – laikā, kad pasaule tikko sāka apjaust Covid-19 pandēmijas apmērus. Daudzviet, arī Latvijā, saasinājās sabiedrības polarizācija un savstarpējās uzticības krīze. Krievijas pilna mēroga militārais iebrukums Ukrainā mainīja dažādu sabiedrības grupu izpratni, viedokli un attieksmi par ārējiem apdraudējumiem; nacionālās drošības jautājumi nu kļuvuši par valsts prioritāti. Likumsakarīgi, ka arī populārās mūzikas stratēģijas izstrādes darba grupas diskusijās šie izaicinājumi bija klātesoši, domājot gan par preventīviem pasākumiem nozarē un analizējot Krievijas militārās agresijas Ukrainā ietekmi uz populārās mūzikas norisēm, gan Covid-19 pandēmijas radītās sekas, kas brīžiem populārās mūzikas norises apstādināja gandrīz pavisam.

Paturot prātā šos izaicinājumus, darba grupa izvirzīja vairākus rīcības virzienus, piemēram, cilvēkresursi un infrastruktūras attīstība, kas ir sevišķi nozīmīgs faktors, lai preventīvi stiprinātu nozari un ārējie ekonomiskie, dabas vai politiskie apstākļi to nespētu spēcīgi ietekmēt. Savukārt kā radošo industriju sastāvdaļai, populārās mūzikas nozares attīstības veicināšanai kā vienu no rīcības virzieniem bija svarīgi izvirzīt nozares konkurētspējas un eksporta veicināšanu. Rūpējoties par jauno mūziķu ataudzi, populārās mūzikas stratēģijas viens no rīcības virzieniem ir uz tirgu orientētas kultūrizglītības veicināšana profesionālajā

mūzikas izglītībā. Populārās mūzikas nozarē līdzās citām mākslas jomām svarīga ir tiesiskā aizsardzība, vienlīdzība un autortiesības, kas arī izceltas stratēģijā. Kā noslēdzošais rīcības virziens noteikts nozares datu uzkrāšana un definīciju pārskatīšana, lai veidotu pamatu nozares arhīvam un sistemātiskai datu uzkrāšanai, vienlaikus nodrošinot nozari ar kvalitatīviem un kvantitatīviem statistikas rādītājiem.

Populārās mūzikas stratēģijas vīzija, mērķis un prioritātes

Populārās mūzikas stratēģija 2024.–2027. gadam ir pirmo reizi radīts vidēja termiņa plānošanas dokuments specifiski populārās mūzikas nozarei. Stratēģijā populārā mūzika tiek skatīta gan kā kultūras nozare, pievēršot uzmanību žanru daudzveidības nodrošināšanai, pieejamībai un populārās mūzikas izglītībai, veicinot citām mākslas nozarēm līdzvērtīgu sasniegumu panākšanu un talantu attīstību, gan kā daļa no radošās industrijas, kas darbojas tirgus apstākļos un nes pienesumu ekonomikai. Nozares stratēģijas izstrāde veicina Latvijas populārās mūzikas attīstību nacionālā un starptautiskā līmenī.

Vīzija

Populārā mūzika ir **līdzvērtīga** citām radošajām un kultūras nozarēm ar attīstītu **eksportspēju** un uz tirgu orientētu **kultūrizglītību**.

Mērķi

- Veicināt labvēlīgus apstākļus populārās mūzikas apvienību un organizāciju ilgtspējīgai darbībai un attīstībai;
- Apliecināt Latvijas populārās mūzikas nozares ietekmi un ieguldījumu ekonomikā;
- Veicināt Latvijas populārās mūzikas starptautisko atpazīstamību, piesaistīt starptautisku auditoriju un sekmēt mākslinieku panākumus pasaulē;
- Veicināt nozares izaugsmi, popularizēt Latvijas māksliniekus un izpildītājus un atbalstīt populārās mūzikas pasākumu rīkošanu;
- Veicināt uz radošo industriju tirgu orientētas kultūrizglītības attīstību;
- Vairojot Latvijas populārās mūzikas nozares daudzveidību un uzturēt augstvērtīgu kvalitāti, veicinot dažādu žanru attīstību un to popularizēšanu;
- Attīstīt inovatīvas un radošas populārās mūzikas izpausmes, veicināt dažādu žanru attīstību, jaunradi un jaunu talantu attīstību.

Prioritātes

Populārās mūzikas stratēģijas 2024.-2027.gadam prioritātes izriet no kultūrpolitikas pamatnostādņēs 2022.-2027.gadam "Kultūrvalsts" un stratēģijā definētajiem mērķiem:

1. Cilvēkresursu un infrastruktūras attīstība populārās mūzikas nozarē;
2. Latvijas populārās mūzikas industrijas konkurētspējas un eksporta veicināšana;
3. Uz darba tirgu orientētas kultūrizglītības veicināšana profesionālajā mūzikas izglītībā;
4. Tiesiskās aizsardzības un vienlīdzības veicināšana populārās mūzikas pārstāvjiem;
5. Definīciju veidošana un datu apkopošana, analīze un uzkrāšana populārās mūzikas nozarē.

IEVADS

Populārās mūzikas stratēģija 2024.-2027. gadam ir viens no Latvijas valsts kultūrpolitikas pamatnostādņu 2022.-2027. gadam "Kultūrvalsts" (turpmāk – „Kultūrvalsts”) izvirzīto mērķu realizāciju iezīmējošiem plānošanas dokumentiem. Tās pamatuzdevums ir noteikt rīcības virzienus, kas atbilstoši "Kultūrvalsts" prioritātēm izvirzīti Latvijas populārās mūzikas nozarē.

Šīs stratēģijas ietvaros termins "populārā mūzika" tiek lietots, iekļaujot visu profesionālās mūzikas nozari (izņemot klasisko (akadēmisko) mūziku un džezu) un tās daudzveidīgos žanrus un stilus kopumā. Stratēģijā populārā mūzika tiek skatīta kā viena no radošajām industrijām, uzsverot tās kultūras un ekonomisko potenciālu, iekļaujot tās infrastruktūru un vērsot uzmanību tās radītajai vērtību ķēdei.

Populārās mūzikas robežu novilkšana ir sarežģīta. No vienas puses, vārdu virknējums "populārā mūzika" iekļauj vārdu "populārs", tātad atpazīstams, uz masveida patēriņu tendēts, bet tā ir tikai viena nozares iezīme. Populāro mūziku no vienas puses raksturo tās komerciālā daba un tā aptver atsevišķus žanrus, kas, kā minēts, ir uz masveida patēriņu orientēti. Tā tiecas uz radošo integritāti un meklē komerciālos panākumus caur popularitātes pieeju. Populārs – plaši pazīstams, plašam sabiedrības lokam zināms un saprotams. Tāds, kas izraisa plašu aprindu interesi, viegli uztverams, saprotams un ir visiem pieejams. Ikdienas lietojumā jēdziens „populārs” liecina, ka kaut kas – persona, produkts, prakse vai ticība – patīk daudziem vai ir guvis apstiprinājumu no lielas auditorijas vai plašas sabiedrības daļas. Populārā mūzika ir komerciāli veidota plaša patēriņa mūzika, kura ir populāra, saprotama un pieejama daudziem cilvēkiem. Populārā mūzika sastāv no stilistiski dažādiem mūzikas žanriem, kas ietver sevī kultūras, ekonomiskās un citas vērtības. Mūzikas teorijā populārā mūzika attiecas uz tādiem mūzikas stiliem kā popmūzika, roks, reps, *hip-hop*, *soul*, *R&B*, deju mūzika, metāls, *punk*, regejs, *garage*, blūzs, kantrī, šlāgeris, folks, *rock&roll*, ska, salsa, *indie*, disko, *house* un *post-house*, pasaules mūzika, gospeli, elektroniskā deju mūzika un džezs. Fokuss galvenokārt tiek likts uz mūziku, kuru cilvēki patērē ikdienā. Mūzika, kas tiek izpildīta festivālos, kuru mēs redzam un dzirdam mūzikas straumēšanas vietnēs un kanālos televīzijā vai radio, kas tiek spēlēta koncertos un izklaides vietās, nakts klubu zālēs, u.t.t. Populārajai mūzikai piemīt subkulturālais aspekts. Populārās mūzikas definīcija mainās, virzoties cauri laikam un telpai. Tā turpina etimoloģisko

vārda „populārs” trajektoriju, ietverot blakus nozīmi – masu, kas nu jau ir kļuvusi par konkrētu „zīmolu” un bieži vien rada nepareizus pieņēmumus – radīts masai, tātad, kaut kas nekvalitatīvs. Atskatoties uz kultūras tradīcijām kopumā un analizējot, kas katrā laikā ir bijis daļa no elites kultūras, var iezīmēt, kas attiecīgajā brīdī ir bijis populārs un klasificējams kā populārā kultūra. Tāpat katru no mūzikas žanriem raksturo specifiska ģeogrāfiskā, sociālā, kultūras un vēsturiskā izcelsme, plaša muzikoloģiskā identitāte un attiecīga stilistikas un starptautiskās izplatīšanās vēsture.

1. Mūzikas nozares raksturojums

Mūzikas nozare ir sarežģīta ekosistēma, kas sastāv no neskaitāmiem faktoriem, nacionālajām tradīcijām un valodas, un tai raksturīga reģionāla dinamika globalizētā tirgū. Mūzikas ekosistēma ir nepārtrauktā attīstībā un to ietekmē vairāki pārvaldes līmeņi, sākot no reģionālā, nacionālā līmeņa līdz starptautiskajam. Populārā mūzika nepastāv viena pati kā atsevišķs veselums visumā, tā ir radošās industrijas sastāvdaļa. Populārā mūzika sastāv no stilistiski dažādiem mūzikas žanriem, kas ietver sevī kultūras, ekonomiskās, vēsturiskā mantojuma un citas vērtības. Eiropas Mūzikas padome norāda, ka visās tās izpausmēs mūzika ir ārkārtīgi vērtīgs Eiropas resurss. Mūzika ir mākslas forma un mūzika var kalpot arī kā rīks, kas veicina individuālo attīstību un rada pārmaiņas sabiedrībā, un mūzika ir dažādu procesu komponents, **veicinot starptautisko tirdzniecību, ekonomikas izaugsmi un darba vietu radīšanu.**¹

Daļība mūzikas procesos rada labsajūtu un veicina pašrealizāciju. Mūzika stiprina saikni ar līdzilvēkiem caur kopīgas identitātes izjūtu un vienotu mērķi. Mūzika var būt nozīmīgs līdzeklis atvērtas un demokrātiskas sabiedrības veidošanā, sekmējot toleranci, identitātes apziņu un veicinot sociālo iesaisti un integrāciju.²

Mūzikas radīšana un patērēšana lielā mērā ir starptautiska, tas nozīmē, ka liela daļa mūzikas, kas komponēta, izpildīta, ierakstīta un izdota kādā konkrētā valstī, nonāk pāri robežām arī citās valstīs, reģionos un kontinentos, kas galvenokārt skaidrojams ar mūzikas straumēšanas platformu milzīgo izrāvienu un popularitātes pieaugumu. Eiropas Komisijas mūzikas eksporta stratēģijā mūzika norādīta kā

¹ Eiropas Mūzikas padome. *European Music Agenda*. https://europeanagendaformusic.eu/wp-content/uploads/2019/07/Eiropas_Muzikas_programma_European_Agenda_for_Music_LV.pdf?fbclid=IwAR3kO9BUfg1p8hplW05H4mlkchKByR9xIDdAMf8cKlp_ZEMe5eXlvukZYxA

² turpat

nozīmīgs kultūras daudzveidības virzītājspēks visur, un kultūras apmaiņa Eiropā ir īpaši vērtīga.³

Kā min Eiropas Komisija, mūzikas industriju virza tehnoloģiju izmaiņas – digitālais pirātisms, fizisko pārdošanas apjomu samazināšanās, jaunu izplatīšanas kanālu popularitāte. Izaicinājumus rada digitālās platformas, jaunu biznesa modeļu un jaunu patēriņa modeļu veidošanās ar mūzikas tūlītēju pieejamību mobilajās ierīcēs, ko nodrošina mūzikas straumēšanas pakalpojumu sniedzēji. Jauno tehnoloģiju attīstība un līdz ar to klausītāju mūzikas patēriņa un uzvedības maiņa sevī ietver iespējas mūzikas industrijām no mazajām un jaunattīstības valstīm atrast savu nišu un noietu globālajā mūzikas industrijas vidē, tādējādi radot ekonomisko pienesumu savam sektoram valsts mērogā.⁴

Eiropas autoru un komponistu biedrības GESAC 2020. gadā veiktā pētījumā tiek uzrādīts, ka pēdējos gados mūzikas sektors kopumā Eiropas valstīs ir ar augošu tendenci. Tiek norādīts, ka mūzika un skatuves māksla radošo industriju kontekstā COVID-19 radītajā krīzē tika ietekmētas vispēcīgāk. Aprēķini liecina, ka kopējie izpildītājmākslas ieņēmumi samazinājušies par 90%, bet mūzikas ieņēmumi – par 76%, ņemot vērā ieviestos mūzikas notikumu un koncertu ierobežojumus no 2020. gada.⁵

Kultūra krīzi izjuta jo īpaši sāpīgi, tās pārstāvētajām nozarēm ieņēmumiem sarūkot par 31% Eiropas līmenī. Tik lieli zaudējumi ir pielīdzināmi vēl tikai avio transporta nozarē pieredzētajiem.⁶ Krīze ir palielinājusi mūzikas nozares nestabilitāti, ko raksturo liels nestandarta darba formu īpatsvars. Lielā mērā profesionāļi šajās nozarēs ir pašnodarbinātie vai mikrouzņēmējdarbības veicēji, vai arī standarta nodarbinātību savieno ar nepilna laika darba līgumiem. Mūzikas industrijā strādājošie dažādo nodarbinātības formu dēļ bieži ir nestabilā pozīcijā, un krīze parādīja, ka mūzikas industrijā strādājošie daudzās Eiropas valstīs bieži “izkrīt” no atbalsta programmu atbalsta saņēmēju loka.⁷ Arī Latvijas mūzikas industriju

³ Eiropas Komisija. *European music export strategy* https://www.emc-imc.org/fileadmin/7_Cultural_Policy/Music_Moves_Europe/European_Music_Export_Strategy_-_MME.pdf

⁴ turpat

⁵ GESAC. *Rebuilding Europe : the cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis* https://1761b814-bf6b-43fc-9f9a-775d1abca7ab.filesusr.com/ugd/4b2ba2_8bc0958c15d9495e9d19f25ec6c0a6f8.pdf

⁶ GESAC. *Annual report 2020- 2021.* <https://authorsocieties.eu/content/uploads/2021/06/gesac-annual-report-2020-21-side.pdf>

⁷ OECD. *Tiešsaistes konference 2022.g.27.-28.janvārī. "Culture & jobs: Rescue, support and unleash, including a Spotlight Session Covid-19's impact on music and the nighttime economy.*

Covid-19 krīze skāra smagi. Lai noskaidrotu Covid-19 krīzes ietekmi uz Latvijas pašnodarbinātajiem mūziķiem, mūzikas producentiem un izpildītājiem, "Pašnodarbināto mūziķu biedrība" un "Latvijas Izpildītāju un producentu apvienība" veica tās pārstāvēto nozares mākslinieku aptaujas, kopumā iegūstot 211 aizpildītas anketas. Iegūtie dati liecināja, ka vairāk kā puse no aptaujātajiem izlases pārstāvjiem nesaņēma finansējumu valsts atbalsta instrumentu ietvaros, nespējot izpildīt kritērijus atbalsta piešķiršanai.

Saskaņā ar visaptverošo kultūras un radošo nozaru kartējumu Eiropā, mūzikas nozarē, kuras pamatā ir mazie un vidējie uzņēmumi, ir nodarbināts vairāk cilvēku nekā filmu nozarē. 2019. gadā mūzikas nozare radīja aptuveni 31 miljardu eiro ieņēmumus, un tā bija nozare, kuru visvairāk ietekmēja COVID-19 pandēmija.⁸ Mūzikas nozare, tās ekonomiskais piensums bieži vien ir nepietiekami mērīts, jo mūzikas nozare ir kompleksa, ietver dažādas ekonomiskās darbības, kuras klasificē skatuves mākslā vai izklaides aktivitātēs un ar to saistītās nozarēs. Tāpat arī mākslinieku un mūziķu statuss Eiropas valstīs ir atšķirīgs un bieži vien netiek atspoguļots tradicionālajās uzņēmējdarbības aptaujās. Piemēram, Eiropas dzīvās mūzikas sektoru veido divi galvenie akтору veidi, mūzikas vietas un mūzikas festivāli. Joprojām nav pieejami visaptveroši dati par mūzikas festivālu ekonomisko ietekmi nedz nacionālā līmenī, nedz starptautiskā līmenī.

Mūzikas industrijas ietvaros tiek runāts par vērtību ķēdi – *value chain*⁹. Tā ir darbību secība, kur jauna produkta attīstības posmā no radīšanas līdz izplatīšanai produktam vai pakalpojumam tiek pievienota vērtība. Pirmais ķēdes posms – radīšana un izpildījums – ietver dziesmas radīšanu un fiksāciju. Komponisti, tekstu autori, producenti un aranžētāji rada mūzikas kompozīcijas, un mūziķi izpilda radītās kompozīcijas.

Otrais posms – ražošana, publicēšana, piegāde – attiecas uz darbībām, ar kuru palīdzību mākslinieku darbs tiek strukturēts un attīstīts kā tirgus produkts vai pakalpojums, un kurā iesaistās mūzikas menedžeri, ierakstu kompānijas.

Trešais ķēdes posms attiecas uz izplatīšanu un tirdzniecību, kad ierakstītais mūzikas skaņdarbs ir pieejams pārdošanai. Tiek organizēta gan darbu fiziska pārdošana,

⁸ GESAC.Rebuilding Europe. The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis.

[January ,2021] https://www.rebuilding-europe.eu/_files/ugd/4b2ba2_1ca8a0803d8b4ced9d2b683db60c18ae.pdf

⁹ International Journal of Academic research. A value flow in Music content Production.2022.g. https://hrmars.com/papers_submitted/16014/value-flow-in-music-content-production-a-case-study.pdf

gan to pārraidīšana radio, TV un interneta vietnēs, un mākslinieki gūst pasīvo autoratīdību maksājumus.

Ceturtais ķēdes posms ir mūzikas dzīvais izpildījums, kurā iesaistās ar to saistītie spēlētāji, piemēram, koncertvietas.

Piektais ķēdes posms attiecas uz palīgdarbībām, precēm un pakalpojumiem, kas nav tieši saistīti ar kultūras saturu, bet gan atvieglo vai dod iespēju kultūras darbu radīšanai, ražošanai, izplatīšanai vai izstādīšanai – tehniskais nodrošinājums, viesmīlība, ēdināšana, mūzikas instrumentu ražošana un pārdošana, u.c.

Mūzikas ekosistēma tiek apskatīta arī pēc mūzikas žanriem, kas veidoti pēc dažādiem kritērijiem, iekļaujot gan fiziskus aspektus (skaņdarba garums, instrumenti), gan ģeogrāfisko izcelsmi, sociālkultūras marķierus (populārā vai mākslas mūzika) un vēsturisko kontekstu (mūzikas attīstību līdz mūsdienām un jaunākās tendences).

Mūzikas ekosistēmu veido gan milzīgas kompānijas un uzņēmumi, gan nevalstiskās organizācijas un pašnodarbināti mākslinieki. Aptvert tik plašu un neviendabīgu ekosistēmu un identificēt tās attīstību ir izaicinoši, tāpēc nepieciešams kompleks skatījums. Arī iespējamās nozares atbalsta shēmas ir daudzveidīgas, ieskaitot finansiālu un nefinansiālu atbalstu, ko sniedz valsts vai sabiedriskas organizācijas. Tās aptver:

- tiešu finansiālu atbalstu mūzikas organizācijām;
- mūzikas nozares kapacitātes stiprināšanu, tostarp prasmju attīstīšanu, atbalstu uzņēmējdarbībai, (inkubatori, tīklojumu un kopienu veidošana) un studentu mobilitātei;
- pieeja finansējumam, piemēram, Radošās Eiropas grantu mērķprogrammas;
- nodokļu atvieglojumi, piemēram, "credit d'impôt musique" Francijā, kas ļauj maziem un vidējiem ierakstu izdevējiem saņemt atpakaļ no nodokļiem līdz 20% izstrādes un ražošanas izdevumiem (līdz 800 000 EUR gadā)¹⁰;
- atbalsts dalībai skatēs, zīmolu veidošanai, mārketinga un reklāmas pasākumiem;
- tiešraižu nodrošināšanas un mākslinieku mobilitātes finansējums;
- atbalsts starptautiskai sadarbībai un eksportam.

Arī populārās mūzikas stratēģijā tiek aplūkoti visi mūzikas industrijas vērtību ķēdes posmi – gan jaunu produktu radīšana un izpildījums, gan problemātika un

¹⁰ European Commission. Analysis of market trends and gaps in funding needs for the music sector. 2020.
https://kreatywna-europa.eu/wp-content/uploads/2020/11/NC0219823ENN.en_.pdf

iespējamie rīcības virzieni ražošanā un izplatīšanā, gan izpildītāju, mākslinieku profesionālo izaugsme un dzīvais izpildījums un ar to saistītie spēlētāji, kopumā atverot iespēju plašam diskusiju un dialoga laukam. Populārās mūzikas stratēģijā tiek mēģināts balansēt starp populārās mūzikas industriju, kuru nosaka tirgus, un populāro mūziku kā kultūras daļu, kurai atsevišķos posmos ir nepieciešams atbalsts līdzās pārējām kultūras nozarēm.

2. Populārās mūzikas industrija Latvijā

Šajā nodaļā ir ieskicēts, cik salīdzinoši jauna ir populārās mūzikas kā patstāvīga, profesionāla žanra attīstība. Izklāstīts, kas veido populārās mūzikas nozari Latvijā, kādas ir atbalsta iespējas populārās mūzikas žanru un izglītības attīstībai, kā arī raksturota tirgus daļa, kurā populārās mūzikas aktori darbojas kā daļa no radošajām industrijām.

Latvijas mūzikas industrijas attīstība ir cieši saistīta ar valsts vēsturisko, politisko, ekonomisko un demogrāfisko situāciju. Mūzikas industrijas izveide Latvijā pēc rietumu standartiem ir sākusies tikai pēc Latvijas neatkarības atgūšanas 1991. gadā, kad notika pāreja no plānotās ekonomikas uz brīvā tirgus ekonomiku. Līdz ar to Latvijas mūzikas industrija salīdzinājumā ar rietumu mūzikas industriju ir relatīvi nesena un tās veidošanās ir bijusi vairāk spontāna, nekā mērķtiecīga un plānveidīga¹¹. Tā joprojām turpina risināt autortiesību jautājumus. Šobrīd, lai arī teorētiski autortiesību likumdošana un administrēšana ir salāgota atbilstoši starptautiskajām prasībām un Latvija ir pievienojusies starptautiskajām autortiesību konvencijām, realitātē šīs dažādās autortiesību attīstības fāzes negatīvi ietekmējušas mūzikas autortiesību aizsardzību un padomju okupācijas laikā dominējošais uzskats „māksla pieder tautai“ nav izskausts, tādējādi neautorizētā mūzikas izmantošana ir bieža parādība. Turklāt, ja autortiesības vairāk vai mazāk tiek ievērotas, blakustiesību termins ir vāji apzināts¹².

Saskaņā ar biedrības Latvijas izpildītāju un producentu apvienība (LaIPA) datiem izmaksātā blakustiesību atlīdzība mūzikas ierakstu izpildītājiem un producentiem (eur):

Blakustiesību izmaksas (EUR) nacionālie un	2018.gads	2019.gads	2020.gads	2021.gads	2022.gads	2023.gads
--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

¹¹ Pētījums "Latvijas mūzikas industrijas eksporta attīstība - sasniegtais un iespējas mainīgajā globālajā mūzikas industrijā" (2015): <http://petijumi.mk.gov.lv/node/2791>

¹² turpat

starptautiskie izpildītāji un fonogrammu producenti						
Mūzikas ierakstu izpildītāji (I)	893 135	875 099	822 745	962 008	873 760	1 036 382
Mūzikas ierakstu producenti (P)	906 153	881 139	792 731	972 240	904 672	1 186 618
Tiesību subjektu skaits – izmaksāta atbildība (I+P)	65112	55743	56224	65410	65410	71410

Avots: Latvijas izpildītāju un producentu apvienība (LaIPA)

Vietējā repertuāra statistika Latvijas radio ēterā (2018-2023)

Tops/ gads	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Latviešu repertuāra skaits top 500	57	59	78	52	49	62
Latviešu repertuāra skaits top 100	12	10	12	7	8	6

Avots: Latvijas izpildītāju un producentu apvienība (LaIPA)

Savukārt radio top 20 statistikā no 2018. līdz 2023. gadam nav ne vienas dziesmas no Latvijā radītā repertuāra; latviešu repertuārs statistikā uzrādās vien top 100 un top 500.

Nedaudz ieskicējot digitālo platformu ietekmi uz mūzikas tirgu Latvijā, jāatzīmē Latvijas tirgus specifika. Ņemot vērā Latvijas nelielo tirgu un zemo digitālo straumēšanas platformu izmantotāju skaitu, salīdzinājumā ar citām Eiropas un pasaules valstīm, pašlaik tādām globālajām platformām, kā *Spotify*, *Apple* vai *Tidal* nav interese veidot Latvijas tirgum specifiskas, platformu veidotus dziesmu atskaņošanas sarakstus (*playlists*). Līdzīga situācija ir daudzās tirgus un patērētāju skaita ziņā salīdzināma lieluma valstīs Eiropā un ārpus tās. Tiešā veidā nav iespējams mainīt šo tirgus specifiku, taču ir iespējams veicināt lokālu tirgum un reģionam (Baltijas valstīm) atskaņošanas sarakstu (*playlists*) veidošanu un šo sarakstu popularizēšanu straumēšanas rīku mārketingu platformās.

Jāpiebilst, ka pēc LaIPA un KANTAR veiktās socioloģiskā aptaujas par Latvijas iedzīvotāju mūzikas patēriņa paradumiem datiem 2023. gadā digitālo straumēšanas platformu izmantošanas paradums Latvijā pieaudzis par 15%. Kopumā 2023. g. starp esošajiem mūzikas patēriņa paradumiem 26% Latvijas

aptaujāto iedzīvotāju izvēlas digitālās straumēšanas platformas. 2019. gadā šis rādītājs sasniedza vien 11%.¹³

Praktiski Latvijā mūzikas vidē pastāv dalījums akadēmiskajā un neakadēmiskajā mūzikā. Savukārt izglītības iestādēs tiek runāts par akadēmisko un mūsdienu ritmisko mūziku, džeza mūziku un populāro mūziku. Dalījums akadēmiskajā un populārajā mūzikā ir raksturīgs valstīm, kas pēc Otrā pasaules kara atradās Padomju Savienības ietekmes zonā, turpretim Rietumeiropas valstīs šāds dalījums nepastāv. Pats termins populārā mūzika ir neviennozīmīgs. Starptautiski par populāro mūziku visbiežāk tiek dēvēta mūzika, kas tiek radīta ar mērķi sasniegt plašu auditoriju un šī mērķa sasniegšanā ir iesaistīta mūzikas industrija. Latvijā, runājot par populāro mūziku, to bieži vien jauc ar mūzikas žanru – “popmūziku”, lai gan tās ir dažādas lietas. Analizējot populārās mūzikas nozari Latvijā, to veido privāti uzņēmumi un biedrības, ierakstu kompānijas, ierakstu studijas, menedžmenta kompānijas, kultūras norišu – koncertu nozare, kā arī pašnodarbināti pārstāvji – mūziķi, autori, izpildītāji, mūziķu apvienības, producenti, menedžeri un amatieru kolektīvi, kā arī ar tiem saistītie uzņēmumi un pakalpojumu sniedzēji, kas nodrošina kopējo nozares vērtību ķēdi. Ar populārās mūzikas nozari saistītie pārstāvji ir kultūras norišu vietas, tehniskā nodrošinājuma kompānijas, ēdināšanas un viesmīlības sektors, mediji, izglītības iestādes, pasākumu rīkotāji, arī tūrisma industrijas pārstāvji u.c. “Pašnodarbināto mūziķu biedrības” (PMB) iegūtie dati par 2020. g. liecina, ka liela daļa Latvijas populārās mūzikas pārstāvju ir pašnodarbināti (29% no 211 aptaujātajiem nozares pārstāvjiem) vai ir nodarbināti kā darba ņēmēji vai saimnieciskās darbības veicēji (62% no 211 aptaujātajiem lauka pārstāvjiem). Daļa pārstāvju ir autoratbildību ņēmēji (18% no 211 aptaujātajiem mūziķiem).

Populārā mūzika ir daļa no radošajām industrijām Latvijā jeb tā kultūras daļa, kas dod vērtīgu pienesumu valsts iekšzemes kopproduktam un tautsaimniecībai. Kultūrpolitikas pamatnostādņēs līdz 2027. “Kultūrvalsts” radošās industrijas ir definētas kā specifiska kultūras apakšnozaru grupa, kuru darbības rezultāts balstās individuālā vai kolektīvā radošā darbībā un kuras rada produktus un pakalpojumus ar augstu pievienoto vērtību, izmantojot intelektuālo īpašumu,

¹³ LaiPA un KANTAR socioloģiskā aptauja par Latvijas iedzīvotāju mūzikas patēriņa paradumiem, www.laipa.org

kuriem raksturīga funkcionalitāte, inovācija un potenciāls jaunu darbavietu radīšanai un sabiedrības labbūtnībai. Kultūrpolitikā radošās industrijas ir tās kultūras apakšnozares un saskarnozares, kas savā darbībā primāri izmanto uzņēmējdarbības modeļus un paralēli kultūras kapitālam rada arī būtisku ekonomisko pienesumu tautsaimniecībai.¹⁴

Ar Kultūras ministrijas atbalstu 2022. gadā Valsts Pētījumu programmas ietvaros - "Kultūras kapitāls kā resurss Latvijas ilgtspējīgai attīstībai"¹⁵ tika veikts pētījums par mūzikas nozari kopumā (kā akadēmisko, tā populāro mūziku) un tās ekonomiskās ietekmes novērtējumu. Pētījuma ietvaros analizēti Latvijas mūzikas nozares makroekonomiskie rādītāji un nozares ekonomiskais devums tautsaimniecībai, sniedzot papildu argumentus kultūrpolitikas veidotājiem diskusijās par kultūras un radošo nozaru nozīmi valsts un sabiedrības attīstībā. Padziļināti vērtēta mūzikas nozares produktivitāte, pievienotā vērtība, nodarbinātības īpatsvars un efektivitāte, salīdzinot tos ar vidējiem valsts rādītājiem. Esošajā pētījumā tika izmantoti kultūras nozares (NACE kods R) kodi, mērot multiplikatora efektu un ietekmi uz Latvijas ekonomiku laika periodā no 2016. līdz 2020. gadam. Pētījuma ietvaros tika secināts, ka kopš 2016. gada uzņēmumu skaits mūzikas nozarē ir palielinājies, un 2020. gadā mūzikas un ar to saistītajās nozarēs bija 2582 ekonomiski aktīvi uzņēmumi. Lielāko daļu (68%) no tiem 2020. gadā veidoja tieši mūzikas nozares uzņēmumi. Mūzikas nozarē lielākais uzņēmumu skaits 2020. gadā bija koda R9001 klasē Mākslinieku darbība (1071 uzņēmums), 477 uzņēmumi darbojās R9002 klasē Mākslas palīgdarbības, bet vismazākais uzņēmumu skaits – tikai 5 uzņēmumi – bija reģistrēti N7722 klasē – Videoierakstu un disku iznomāšana. Apkopotie dati liecina, ka mūzikas nozares pievienotās vērtības īpatsvars kopējā Latvijas iekšzemes kopproduktā (IKP) ir atbilstošs nozares mērogam. Kopumā mūzikas nozare kopā ar saistītajām nozarēm veido apmēram 0,4% no Latvijas iekšzemes kopprodukta. Mūzikas nozares radītā pievienotā vērtība katru gadu ir palielinājusies, lai arī 2020. gadā bija kritums Covid-19 pandēmijas dēļ, tomēr pat 2020. gadā mūzikas nozare radīja lielāku pievienoto vērtību nekā 2016. gadā. Tas liecina par mūzikas nozares izaugsmi un attīstību, spēju nodrošināt veiksmīgu

¹⁴ Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2022.-2027.gadam "Kultūrvasalts". *Radošo industriju attīstība*.

<https://www.km.gov.lv/lv/media/22336/download?attachment>

¹⁵ VPP. Kultūras kapitāls kā resurss Latvijas ilgtspējīgai attīstībai. https://www.lzp.gov.lv/lv/projekts/kulturas-kapitals-ka-resurss-latvijas-ilgtspejigai-attistibai?utm_source=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

ražošanu ar augstāku pievienoto vērtību, kas ir būtiski Latvijas tautsaimniecības attīstībai kopumā.¹⁶



Pēc UNESCO un Pasaules bankas 2021. gadā izstrādātās shēmas mūzikas ekosistēma tiek iedalīta 14 nodarbošanās grupās, kas ir primāras mūzikas nozarē. Taču jānorāda, ka mūzikas industrijas infrastruktūra un mūzikas ekosistēma ir divi dažādi, viens no otra nošķirami raksturlielumi. Šis modelis ietver sevī ražošanas ciklu, kas nozīmē, ka lomas ņemtas no mūzikas industrijas infrastruktūras un sadalītas pēc to funkcijas un nozīmības konkrēta produkta ražošanā. Savukārt pati mūzikas infrastruktūra Latvijā sastāv no 4 blokiem:

1. Mūzikas izpildītājmākslinieku, komponistu, tekstu autoru menedžments, kas sniedz atbalstu mūziķus karjeras attīstībā.
2. Ierakstu industrija. Te galvenais produkts ir ieraksts, tā izplatīšana un mārketingas.
3. Mūzikas izdevniecības, kas darbojas ar komponistiem un tekstu autoriem.

¹⁶ VPP. Kultūras kapitāls kā resurss Latvijas ilgtspējīgai attīstībai. https://www.lzp.gov.lv/lv/projekts/kulturas-kapitals-ka-resurss-latvijas-ilgtspejigai-attistibai?utm_source=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

4. Koncertindustrija. Latvijā visplašāk pārstāvētā, kurā ietilpst viss, kas saistīts ar koncertu organizēšanu, no izpildītāja līdz koncerta organizētājam.

Latvijas specifika, ņemot vērā Latvijas mūzikas nozares nelielo tirgu un zemo pirktspēju, ir apstākļi, ka nereti viena organizācija vai uzņēmums darbojas vairākos no šiem četriem sektoriem vai vairākos UNESCO un Pasaules bankas piedāvātā modeļa sektoros. Tādējādi rodas situācija, kurā organizācijas un uzņēmumi pārstāv tikai vienu mākslinieku, bet apkalpo to visos šajos augstāk norādītajos sektoros. Kopumā Latvijā mūzikas nozares aktori ikdienā pārstāv daudzas jomas un nodarbošanās. Latvijā nav izplatīta starptautisku mūzikas uzņēmumu pārstāvniecība, kas arī ietekmē nozares attīstību, tomēr atsevišķos sektorus pēdējos gados var manīt izmaiņas. Tīrū ienāk ārvalstu ierakstu uzņēmumi, piemēram, *Sony Music*, *Warner*. Taču, ņemot vērā Latvijas nelielo iekšējo tirgu, mūzikas nozarei būtisks ir eksports. Precīzi novērtēt Latvijas mūzikas eksporta apjomus šobrīd nav iespējams, jo nav izstrādāta metodoloģija šādu datu precīzai ievākšanai. Globālās tendences ir ietekmējusi arī dzīvās mūzikas (koncertu) tirgus attīstību Latvijā. Saskaņā ar pieejamajiem datiem dzīvās mūzikas tirgus Baltijā ir aptuveni četras reizes lielāks nekā ierakstu mūzikas tirgus (IQ Magazine, 2019; IFPI, 2021).¹⁷

Populārās mūzikas mākslinieki finansiālu valsts atbalstu var gūt Valsts kultūrkapitāla fonda (VKKF) un Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras (LIAA) konkursu ietvaros. Sadarbībā ar mūzikas nozares profesionāļiem 2019. gadā tika izveidota īpaša mērķprogramma Valsts kultūrkapitāla fondā – “Ārvalstu koncertturneju un neakadēmiskās mūzikas festivālu atbalsts”. Līdz 2020. gada martam programmas ietvaros tika finansēti 13 projekti 50 000 euro apmērā. Savukārt Covid-19 ierobežojumu ietekme lika pielāgot programmas mērķi, ņemot vērā, ka koncertēšanas iespējas ārvalstīs bija ierobežotas, tāpēc 2020. gadā atbalsta programma tika pārdēvēta uz “Neakadēmiskās mūzikas atbalsts”, mainot arī programmas atbalstāmās aktivitātes no atbalsts koncertiem uz atbalstu ierakstiem. 2020. gadā tika atbalstīti 35 projekti 50 000 euro apmērā, stiprinot Latvijas neakadēmiskās mūzikas industrijas kā nozīmīgas radošo industriju konkurētspēju, atbalstot Latvijas mūzikas izpildītājus un veicinot jaunradi. Atbilstoši 2023. gada programmas nolikumam tās virsmērķis ir stiprināt Latvijas neakadēmiskās mūzikas industrijas kā nozīmīgas radošo industriju un

¹⁷ VPP. Kultūras kapitāls kā resurss Latvijas ilgtspējīgai attīstībai. https://www.lzp.gov.lv/lv/projekts/kulturas-kapitals-ka-resurss-latvijas-ilgtspejigai-attistibai?utm_source=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

tautsaimniecības nozares konkurētspēju un eksportspēju, atbalstot ieiešanu ārvalstu tirgos, kā arī atbalstīt Latvijas mūzikas izpildītājus un veicināt jaunradi.

Kultūras ministrija konkursa kārtībā deleģē atsevišķu valsts pārvaldes uzdevumu veikšanu populārās mūzikas jomā nozares pārstāvjiem, slēdzot līdzdarbības līgumu par šo uzdevumu izpildi. Pēdējos gados šāds līgums noslēgts ar biedrību „Latvijas Mūzikas attīstības biedrība/Latvijas Mūzikas eksports”, deleģējot tai uzdevumus izglītot nozares pārstāvjus par jautājumiem, kas saistīti ar populārās mūzikas eksportu un pārstāvēt populārās mūzikas industriju starptautiski, kā arī paplašināt populārās mūzikas eksporta iespējas. 2024. gadā ar biedrību noslēgts jauns līgums par valsts pārvaldes uzdevumu veikšanai, papildinot to ar uzdevumu veikt nozares kvalitātes izvērtējumu.

Par izglītības politikas īstenošanu mūzikas nozarē atbild Kultūras ministrija un Latvijas Nacionālais kultūras centrs (LNKC).

3. Populārās mūzikas sektora organizācijas

Iepriekšējās sadaļās minēts, cik daudzveidīga ir populārās mūzikas nozare un cik dažādi ir tās aktori. Šajā sadaļā apkopotas tās populārās mūzikas organizācijas, kas apvieno nozares pārstāvjus un savas ar savu darbību atbalsta nozares izaugsmi un kopienas attīstību.

Latvijā ir ievērojams ierakstu studiju klāsts, starp tām nozīmīgākās ir “Latvijas radio 1. studija”, kas nodrošina lielu kolektīvu, koru, orķestru un bigbendu ierakstu nodrošinājumu, veiksmīgi sadarbojoties arī, piemēram, ar Holivudas komponistiem, ieskaņojot filmu skaņu celiņus. Kā pirmā atjaunotās republikas neatkarīgā ierakstu kompānija 1991. gadā tika nodibināta ierakstu studija „Mikrofons”. Plaša profila studijas ir “Factory sounds studio”, “G.E.M.”, “Mute studija”, “Studio 55”, “Audioworks”, “Ierakstu māja”, “Bicycle systems”, “Rīgas Skaņu ierakstu studija”, “JUMP studio”, “Studija LAUSKA”, “Auss studio”, “Wolk recording studio”, “TRU music studio”, “Labo ierakstu studija”. Nozīmīgas reģionālās ierakstu studijas ir “Hodilla records” (Valmiera), “Aleja records” (Cēsis), “Siguldas Ierakstu studija” (Sigulda), “No fuss studio” (Tukums) un daudzas citas. Joprojām vērojama tendence ierakstus veidot mājas studijās, kuru skaits Latvijā arī ir ļoti plašs.

- **Latvijas Radio 1. studija**

Latvijas Radio darbību sāka 1925. gadā Latvijas Pasta ēkā Aspazijas bulvāra un Krišjāņa Barona ielas stūrī. Gadu vēlāk Radionams tika pie sava orķestra. 1948. gadā Latvijas Radio ieguva ēku Doma laukumā. Latvijas Radio 1. studijā uzstājās radio simfoniskais orķestris. Radio 1. studijā ir dzimuši kolektīvi, kurus šobrīd pazīst visa pasaule, te mākslinieki veidojušies par latviešu mūzikas zvaigznēm. Te skanējušas Elīnas Garančas, Marinas Rebekas, Aleksandra Antoņenko balsis. Filmas "Pirmā studija" kadros redzams vācu pianists Ralfs Šmids (*Ralf Schmid*), diriģente no ASV Emija Andersone (*Amy Anderson*) un, protams, komponiste Lolita Ritmane, kuras mūzikas celiņš spēlfilmā "Dvēseļu putenis" tika ierakstīts 1. studijā un vēlāk bijis pie pašām ASV Kinoakadēmijas "Oskara" namdurvīm, iekļūstot balvas "Īsajā sarakstā".

- **SIA Mikrofona ieraksti (MicRec)**

1991. gadā tiek nodibināta pirmā atjaunotās republikas neatkarīgā ierakstu kompānija „Mikrofons“ (kopš 1996. gada „Mikrofona ieraksti“), kas iesākumā nodarbojas ar lokālā repertuāra izdošanu. Tajā pašā laikā tirgū darbojās kompānijas „Gailītis-G“ un „Mapl“, kas sākotnēji pārdod nelegālas starptautiskās mūzikas fiziskos ierakstus. Paradoksāla situācija veidojās, kad paralēli nelegālajam biznesam abas kompānijas sāka tirgot arī „Mikrofona ierakstu“ produkciju. Līdz ar starptautisku, lielu ierakstu kompāniju ienākšanu tirgū abas kompānijas pārkvalificējās un sāka legāli izdot latviešu šlageru, kantrī un deju mūzikas nišas ierakstus. Nākamajos gados tika nodibinātas jaunas neatkarīgās ierakstu kompānijas kā „Platforma Records“, „Upe“, u.c.

- **Latvijas Mūzikas producentu apvienība LaMPA**

Biedrība “Latvijas Skaņu ierakstu producentu, izdevēju un izplatītāju apvienība” jeb LaMPA dibināta 1994. gadā ar mērķi iestāties par skaņu ierakstu producentu, izdevēju un izplatītāju tiesību aizsardzību un nodrošināšanu saskaņā ar Latvijas Republikas likumdošanu, par blakustiesību ievērošanu un aizsardzību, tādējādi sekmējot skaņu ierakstu producentu, izdevēju un izplatītāju sekmīgu darbību godīgas konkurences apstākļos, dodot patērētājiem izvēles iespējas. Biedrība ir mūzikas ierakstu gada balvas “Zelta Mikrofons” dibinātāji un organizatori.

- **Biedrība “Latvijas Mūzikas attīstības biedrība/Latvijas Mūzikas eksports”**

Biedrība „Latvijas Izpildītāju un producentu apvienība” (saīsinājumā – LalPA) un biedrība „Latvijas Mūzikas informācijas centrs” (saīsinājumā - LMIC) 2012. gada 12. oktobrī pieņēma lēmumu dibināt biedrību „Latvijas Mūzikas attīstības biedrība/Latvijas Mūzikas eksports” (LMAB/LME).

Biedrības darbības virziens ir radīt labvēlīgus apstākļus, dot iespēju un atbalsta punktu Latvijas izpildītājiem un fonogrammu producentiem¹⁸ – veicināt Latvijā producēto mūzikas ierakstu kvalitāti, piesaistot profesionālus producentus, izglītot tiesību īpašniekus par veidiem, kā pašiem producēt savus ierakstus un kā tos veiksmīgi izplatīt, kā arī par dažādām mārketinga metodēm. Tās virsmērķis ir veicināt valsts mūzikas nozares attīstību, gādāt par starptautisko mārketingu un veicināt Latvijas mūzikas eksportu. “Latvijas mūzikas attīstības biedrība/Latvijas Mūzikas eksports” bija pirmais mūzikas eksporta birojs ne vien Latvijā, bet arī Centrālās un Austrumeiropas valstīs.

Biedrība ir starptautiski atpazīstama un ir iesaistījusies starptautiskajos sadarbības tīklos, kā arī nodrošina ārvalstu sadarbības partneru informētību par mūsdienu populārās mūzikas nozares pārstāvjiem un aktualitātēm. “Latvijas mūzikas attīstības biedrība/Latvijas Mūzikas eksports” ir viena no tīkla *European Music export exchangers* (EMEE) dibinātājorganizācijām. Tā ir Briselē bāzēta bezpeļņas organizācija, kuras sastāvā ir 29 nacionāla un reģionāla līmeņa mūzikas eksporta biroji no 25 valstīm. Biedrība regulāri piedalās starptautiskajās mūzikas industrijas konferencēs un nodrošina Latvijas mūzikas industrijas pārstāvniecību tādos pasākumos kā *Reeperbahn Campus Festival*, *Eurosonic Noordslag*, *Tallin Music Week*, *What’s Next In Music* u.c. Regulāri tiek organizēti izglītojoši pasākumi ar vietējiem un starptautiskās mūzikas industrijas profesionāļiem. Par nozīmīgu nozares notikumu ir kļuvusi biedrības iniciatīva – dziesmu rakstīšanas nometne “RIGaLIVE”.

- **Pašnodarbināto mūziķu biedrība**

Organizācija izveidota ar mērķi aizstāvēt mūziķu intereses. Biedrības dibināšanas iniciatori ir Latvijā pazīstami mūziķi – Aivars Hermanis, Guntars Račs, Jānis Lūsēns,

¹⁸ Saskaņā ar *Autortiesību likuma 1. panta 8. punktu par fonogrammu producentiem ir atzīstamas fiziskas vai juridiskas personas, kuras uzņemas iniciatīvu un ir atbildīgas par izpildījuma skaņu, citu skaņu vai skaņu atveidojuma pirmās fiksācijas veikšanu.*

Mārcis Auziņš, Ralfs Eilands, Kaspars Zemītis, Evilena Protektore, Raimonds Macats un Valdis Skujiņš. Biedrība gan apvieno Latvijas pašnodarbinātos mūziķus (mūziķi, kuri māksliniecisko darbību īsteno kā saimnieciskās darbības veicēji, bez valsts vai pašvaldību dotācijas), gan sniedz konsultācijas ar nozari saistītos juridiskos un ekonomiskos jautājumos, veido un uzturēt kontaktus, dalās pieredzē ar radniecīgām profesionālajām organizācijām Latvijā un ārpus tās, u.c.

- **Biedrība “Latvijas Mūzikas menedžeru forums”**

Latvijas Mūzikas menedžeru forums ir biedrība, kas apvieno populārās mūzikas grupu un mūziķu menedžerus, lai aizsargātu grupu un mūziķu tiesiskās un ekonomiskās intereses. Latvijas Mūzikas menedžeru forums ir daļa no starptautiskas jumta organizācijas – Starptautiskā mūzikas menedžeru foruma, kuru veido mākslinieku un menedžeru nacionālo un reģionālo apvienību apvienības no vairāk nekā 50 valstīm sešos kontinentos.

- **Biedrība “LRMA” (Latvijas Rokmūzikas Asociācija)**

Biedrība dibināta 2017. gadā ar mērķi radīt, uzturēt un popularizēt ilgtspējīgu un starptautiski atzītu kultūras vidi Latvijā, popularizējot Latvijas rokmūziku kā neatņemamu Latvijas kultūras sastāvdaļu, veicinot Latvijas rokmūzikas autoru, izpildītāju un grupu integrēšanās iespējas vietējā un starptautiskajā mūzikas tirgū, kā arī izveidot konkurētspējīgu nozari, kuras pamatuzdevums ir radīt eksporta preci ar augstu pievienoto vērtību (rokmūziku). Biedrība "LRMA" nodrošina divu reģistrētu tiešsaistes mediju darbību populārās mūzikas jomā – "LRMA Rock Magazine" un "LRMA Rock Radio".

Autortiesību kolektīvā pārvaldījuma organizācijas

Par pašmāju un ārvalstu tiesību īpašnieku mantisko tiesību kolektīvo pārvaldījumu Latvijā rūpējas biedrība "Latvijas Izpildītāju un producentu apvienība" (LalPA) un Latvijas autoru biedrība "Autortiesību un komunikēšanās konsultāciju aģentūra/Latvijas Autoru apvienība" (AKKA/LAA).

- **Biedrība “LalPA”**

Biedrība "Latvijas Izpildītāju un producentu apvienība" (LalPA) ir izpildītāju un fonogrammu producentu dibināta bezpeļņas organizācija, kas nodrošina

pašmāju un ārvalstu tiesību īpašnieku mantisko tiesību kolektīvo pārvaldījumu Latvijā. LalPA pārstāv vairāk nekā divus tūkstošus Latvijas un divus miljonus ārvalstu izpildītājus un fonogrammu producentus, pamatojoties uz savstarpējiem pārstāvniecības līgumiem, kas noslēgti ar tiesību īpašniekiem un ārvalstu tiesību organizācijām. LalPA pārstāv arī neatkarīgo fonogrammu producentu un ierakstu kompāniju mantiskās tiesības kā *Sony*, *Warner*, *Universal* un citas.

Saskaņā ar Kultūras ministrijas atļauju, Autortiesību likumu, Autortiesību kolektīvā pārvaldījuma likumu un starptautisko tiesisko regulējumu biedrība izsniedz atļaujas muzikālo darbu ierakstu jeb fonogrammu izmantošanai, nodrošinot tiesību īpašniekiem pienākošās atbildības sadali un izmaksas.

Veicinot labvēlīgus apstākļus izpildītāju un fonogrammu producentu darbībai, 2016. gadā biedrība LalPA izveidoja sociālā atbalsta fondu "Līdzskaņa", kura mērķis ir sniegt gan finansiālu, gan sociālu atbalstu veselības problēmu pārvarēšanai tiem izpildītājiem un fonogrammu producentiem, kuri devuši ievērojamu ieguldījumu Latvijas kultūrā.

- **Biedrība "AKKA/LAA"**

Biedrība "Autortiesību un komunicēšanās konsultāciju aģentūra/Latvijas Autoru apvienība" (AKKA/LAA) ir nevalstiska organizācija, kas apvieno dažādu nozaru autorus, kuri kopā īsteno savas mantiskās tiesības un veido efektīvu sadarbību starp autoriem un viņu darbu izmantotājiem, lai nodrošinātu darbu izmantotājiem ērtu iespēju likumīgi izmantot autoru darbus un autoriem saņemt par to taisnīgu atbildību atbilstoši Autortiesību likumam un Autortiesību kolektīvā pārvaldījuma likumam.

4. Apbalvojumi populārās mūzikas jomā

Katrā nozarē ir svarīgi sekmēt uz izcilību vērstu darbu radīšanu, veicināt radīto mākslas produktu atpazīstamību un izteikt atzinību un novērtējumu nozares pārstāvjiem par to sasniegumiem. Apbalvojumi populārās mūzikas nozarē ir svarīga populārās mūzikas ekosistēmas daļa, veicinot kvalitatīvu produktu radīšanu un sekmējot nozarē radīto produktu eksportspēju.

- **Zelta mikrofons**

Mūzikas ierakstu gada balva ir izveidota 1994. gadā, to organizējot kā gadskārtēju Latvijas mūziķu labāko ierakstu apbalvošanas ceremoniju. 1994. un 1995. gadā tās nosaukums bija "Mikrofona gada balva", 1996. gadā tā pārdēvēta par "Latvijas Mūzikas ierakstu gada balvu", bet kopš 2014. gada balvas nosaukums ir mūzikas ierakstu gada balva "Zelta mikrofons". Gandrīz katru gadu ir mainījies nomināciju formāts, piemēram, 1996. gadā balvas tika pasniegtas 7 kategorijās, katrai izdevējkompānijai atsevišķi. Mūzikas ierakstu gada balva, latviešu *Grammy* balvu ekvivalents, ir vienīgais pasākums latviešu mūzikas dzīvē, kurā tiek apbalvoti visu žanru iepriekšējā gada labākie mūzikas ieraksti, kurus izvērtē profesionāla žūrija. Veiksmīgākie mūziķi ikgadēji tiek apbalvoti greznā koncertceremonijā, kurā uzstājas populārākie mākslinieki, debitanti un viesi, kā arī piedalās sabiedrībā pazīstamas personības. Mūzikas ierakstu gada balvu organizē Latvijas Mūzikas producentu apvienība LaMPA, kuras valdes priekšsēdētāja ir SIA "Mikrofona ieraksti" direktore Elita Mīlgrāve. LaMPAs biedri – Latvijas mūzikas producenti – ikgadējā sanāsmē lemj par kārtējās ierakstu gada balvas norisi, nominācijām, nolikumu un izmaiņām tajā. LaMPA biedri arī ievēl ierakstu vērtēšanas komisiju, kurā tiek pieaicināti profesionāli žurnālisti, mūzikas speciālisti un Latvijas mūzikas biznesa pārstāvji.

- **Austras balva**

Latviešu mūzikas ierakstu balva, kuru kopš 2015. gada pēc mūzikas kritiķu un ekspertu žūrijas lēmuma pasniedz Latvijas labākajam gada albumam. Tās iniciatori bija mūzikas portāla Intro.lv žurnālisti Lauris Anstrauts un Normunds Vucāns, kuri vēlējās nodibināt mūzikas ierakstu gada balvai "Zelta mikrofons" alternatīvu apbalvojumu. Austras balva ir Latvijas ekvivalents britu "*Mercury Prize*", kanādiešu "*Polaris Music Award*" un citām līdzīgām mūzikas balvām, kurās tiek apkopoti labākie attiecīgajā valstī izdotie albumi, neatkarīgi no to popularitātes, žanra vai citiem raksturlielumiem – svarīga ir tikai albumu kvalitāte. 2021. gadā balva tika pasniegta sesto reizi un to ieguva hiphopa mākslinieks Ansis (Ansis Kolmanis) par albumu "Liela māksla". Iepriekšējos gados to ieguvuši tādi mūziķi kā Alise Joste par albumu "Hardships are ships", "Rīgas Modes" ieraksts "Fantastiski", "Satellites LV" ieraksts "Varavīksnes galā", grupas "Polifauna" debija "You look like a lost soul", kā arī "Tribes Of The City" veikums "Rust and Gold".

Nozarē prestiža un atpazīstama ir arī Latvijas Radio 2. kanāla organizētā "Muzikālā banka", kurā papildus ekspertu vērtējuma būtisks svars ir arī klausītāju balsojumam. Tāpat savas balvas izveidojušās arī atsevišķos mūzikas žanros – piemēram, Latvijas Metālmūzikas gada balva, Alternative.lv mūzikas balva.

5. Konkursi populārās mūzikas jomā

Konkursu populārās mūzikas nozarē ir daudz un tie gadu no gada mainās. Šajā sadaļā uzskaitīti tie konkursi, kuriem nav žanrisku robežu un kuriem ir būtiska ietekme uz populārās mūzikas nozares attīstību un eksportspēju.

- **"X faktors"**

Vērienīgs muzikāls šovs, kas tiek translēts TV3 televīzijas kanālā. Ieguvums no uzvaras šovā – līgums ar ierakstu kompāniju "Universal Music Group" un plaša publicitāte. Šovs veidots atbilstoši Saimona Kauela Lielbritānijā izveidotā šova "The X Factor" formātam. 2017. gadā Latvijā norisinājās pirmā "X faktora" sezona un par tās uzvarētāju kļuva Arturs Gruzdiņš.

- **Latvijas Radio 2 aptauja „Muzikālā banka”**

Aptaujas mērķis ir veicināt latviešu populārās mūzikas attīstību un mūziķu veselīgu konkurenci labu skaņdarbu radīšanā ar dziesmu aptaujas starpniecību. Aptauju organizē Latvijas Radio 2 (turpmāk tekstā – LR2), tādējādi veicinot arī šī kanāla atpazīstamību un popularitāti. LR2 ēterā raidījums "Muzikālā Banka" skan trīs reizes nedēļā, un tajā tiek atskaņoti jaunākie latviešu roka un popmūzikas darbi, kā arī mūzikas aktualitātes, intervijas un "dzīvie" priekšnesumi. Katru nedēļu, klausītājiem balsojot, raidījumā tiek noskaidrotas piecpadsmit populārākās, klausītāju visvairāk atbalstītās dziesmas, un reizi gadā notiek dziesmu aptaujas fināls – apbalvošanas ceremonija, kurā klausītāju un ekspertu balsojumā tiek noskaidrota aptaujas gada populārākā (vērtīgākā) dziesma. Dziesmu aptaujā ieņemto vietu sadalījums tiek noteikts pēc klausītāju tiešsaistes balsojuma un ekspertu padomes dziesmu novērtējuma proporcionāla apkopojuma, kā arī telefonbalsojuma apbalvošanas ceremonijas tiešraides laikā. „Muzikālās Bankas” apbalvošanas ceremonija ir vērienīgs šovs ar gada labāko mūziķu un populārāko dziesmu atskaņojumu un tiešraidi gan LR2, gan LTV1.

- **“Supernova” un Eirovīzijas dziesmu konkurss**

“Supernova” ir starptautiskā Eirovīzijas dziesmu konkursa Latvijas nacionālā atlase. Raidījumu veido Latvijas Televīzija, un to raida kanālā LTV1. Pirmā “Supernova” notika 2015. gadā. Šis konkurss aizstāja iepriekšējos atlases formātus – “Dziesma” un “Eirodziesma”. Atlases uzvarētājs pārstāv Latviju Eirovīzijas dziesmu konkursā, kas ir ikgadējs konkurss, kurā piedalās dalībnieki no Eiropas Raidorganizāciju apvienības (EBU) valstīm. Eirovīziju translē visās Eiropas valstīs, kā arī daudzās citās valstīs, tostarp ASV, Austrālijā un Ķīnā. Latvija Eirovīzijā piedalās kopš 2000. gada, kad “Prāta Vētra” izcīnīja 3. vietu. 2002. gada Eirovīzijā uzvarēja Latvijas pārstāve Marija Naumova ar dziesmu “I Wanna”, līdz ar to 2003. gada Eirovīzijas konkurss notika Rīgā.

6. Izglītība

Neraugoties uz to, ka visu līmeņu – profesionālās ievirzes, profesionālās un augstākās – izglītība mūzikas jomā ir tradīcijām bagāta un plaši pieejama visā Latvijā, izglītību populārās mūzikas jomā Latvijā var iegūt tikai kopš 90. gadu sākuma. Pionieris ritmiskās un populārās mūzikas mācību programmu īstenošanā ir Rīgas Doma kora skola.

Šobrīd populārās mūzikas jomā ir iespējams iegūt izglītību visos izglītības līmeņos, kā arī interešu izglītībā. Latvijā profesionālās ievirzes izglītības programmas mūzikā īsteno 121 valsts, pašvaldību un privātpersonu dibinātas izglītības iestādes, un 11 no tām īsteno arī profesionālās ievirzes izglītības programmu “Mūsdienu ritma mūzika”.

Augstākās un profesionālās vidējās izglītības līmenī izglītības programmas populārajā mūzikā īsteno:

- Jāzeps Vītols Latvijas Mūzikas akadēmija;
- Alfrēda Kalniņa Cēsu Mūzikas vidusskola;
- Jāzeps Mediņa Rīgas Mūzikas vidusskola;
- Jelgavas Mūzikas vidusskola;
- Mākslu izglītības kompetences centrs “Latgales Mūzikas un mākslas vidusskola”;
- Mākslu izglītības kompetences centrs “Ventpils mūzikas vidusskola”;
- Mākslu izglītības kompetences centrs “Liepājas Mūzikas, mākslas un dizaina vidusskola”;

- Mākslu izglītības kompetences centra “Nacionālā Mākslu vidusskola” Rīgas Doma kora skola.

LalPA partnerībā ar AKKA/LAA un Kultūras ministriju ar EUIPO (Eiropas intelektuālā īpašuma biroja atbalstu) ir izveidojusi izglītojošu interneta vietni par autortiesību un blakustiesību jautājumiem www.autorskola.lv un vienlaikus īsteno arī izglītojošas aktivitātes par autortiesību un blakustiesību jautājumiem. Projekta ietvaros izstrādāta metodika autortiesību un blakustiesību jautājumu integrēšanai vispārējās izglītības mācību jomās, t.sk. metodiskais materiāls pedagogiem, izglītojoši interaktīvi mācību materiāli 1.-12. klašu grupām, apmācīti 730 pedagogi un 350 skolu jaunieši. Tiek plānots vietni www.autorskola.lv attīstīt, papildinot to ar tēmām un materiāliem par rūpniecisko īpašumu (patenti, preču zīmes un dizaina paraugi), kā arī praktiskiem dokumentu paraugiem – licences, licences līgumi u.t.t.

Par nozīmīgu nozares notikumu ir kļuvusi biedrības “Latvijas Mūzikas attīstības biedrība/Latvijas Mūzikas eksports” iniciatīva – dziesmu rakstīšanas nometne “RIGaLIVE”, kas tiek organizēta divreiz gadā. Nometnes mērķis ir tādu skaņdarbu radīšana, kas spētu uzrunāt vietējo klausītāju un nonākt radio aprītē un mūzikas atskaņošanas topos. Nometne veicina dziesmu mūzikas un teksta autoru, kā arī mūzikas producentu savstarpēju sadarbību, profesionalitātes līmeņa paaugstināšanu, kā arī potenciālu mūzikas produktu radīšanu un attīstīšanu. 2020. gadā norisinājās jau sestā dziesmu rakstīšanas nometnes “RIGaLIVE” sesija, kurā tika radītas 18 dziesmas. Kopumā kopš nometnes dibināšanas izdotas vairāk kā 40 nometnē radītas dziesmas.

7.Latvijas populārās mūzikas SVID analīze

Stiprās puses	Vājās puses
<p>Cilvēkresursi un infrastruktūra populārās mūzikas nozarē:</p> <p>- Populārās mūzikas pārstāvji ir plaša profila speciālisti, kuri spēj gan nodrošināt mūzikas menedžmentu, gan uzturēt radošo darbību</p>	<p>Cilvēkresursi un infrastruktūra populārās mūzikas nozarē:</p> <p>- Infrastruktūras trūkums, kā rezultātā mākslinieki vietējā tirgus līmenī nespēj atļauties algotu menedžmentu (trūkst</p>

<p>(lielākoties viena cilvēka komandas uzņēmumi/organizācijas);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Populārās mūzikas nozarē ir vērojama izaugsme ar tendenci veidoties jaunām spēcīgām organizācijām, kas apvieno dažādus mūzikas sektorus; - Veiksmīgi funkcionē tiesību kolektīvā pārvaldījuma organizācijas; - Spēcīgs tehniskā nodrošinājuma piedāvājums Baltijas reģionā. <p>Latvijas populārās mūzikas industrijas konkurētspēja un eksports:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daudzveidīgs populārās mūzikas pasākumu piedāvājums Latvijā; - Aktīva dalība starptautiskos tīklos; - Aktīva Latvijas mākslinieku pārstāvniecība starptautiskos tirgos; - Augsts patērētāju skaits; - Pieaug digitālās straumēšanas platformu lietotāju skaits; - Pastāvīgs vietējā repertuāra pieprasījums koncertos un radio; - Plaša populārās mūzikas žanru daudzveidība. <p>Izglītība:</p>	<p>producēšanas iemaņu, PR, izplatīšanas prasmju, u.t.t.);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trūkst profesionālu pakalpojuma sniedzēju mūzikas menedžmentā; - Latvijā nav tās tirgum specifiskas globālo digitālo straumēšanas platformu (<i>Spotify, Apple, Tidal</i>) veidotas dziesmu atskaņošanas saraksta (<i>playlists</i>); - Jaunām mūzikas grupām grūti izveidot sadarbību ar koncertvietām, augstas prasības, kas jāizpilda jaunām grupām, lai varētu koncertēt; - Trūkst atbalsta programmas mazām un vidējām koncertvietām (klubiem, u.t.t.), kas palīdz jaunajām grupām un māksliniekiem uzsākt koncertdarbību; - Kapacitātes trūkums profesionālajās organizācijās, kas spētu palīdzēt vietējiem māksliniekiem starptautisku projektu un tirgu apgūšanā; - Koncertturneju atbalsta trūkums. <p>Latvijas populārās mūzikas industrijas konkurētspēja un eksports:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mazs vietējais tirgus; - Žanriski sadrumstalota nozare, kurai trūkst vienotības;
--	--

- Spēcīga un starptautiski novērtēta izpildītājmāksliniekus sagatavojoša izglītības sistēma;

- Mūsdienu ritmiskās un populārās mūzikas izglītība ir pieejama visos izglītības līmeņos – profesionālās ievirzes, profesionālajā un augstākajā;

- Izglītības iestādes, kas sagatavo skaņu apstrādes un ierakstu inženierus (MIKC Ventspils mūzikas vidusskola, u.c.);

- Pieejama interešu izglītība mūzikas jomā;

- Profesionāli orientētā vidējā izglītība (Ventspils 1. ģimnāzija, 6. ģimnāzija u.c.).

Definīcijas, dati un statistika populārajā mūzikā:

- Populārās mūzikas piensums ir ekonomiski izmērāms;

- Plaša starptautiskās terminoloģijas bāze.

Mediji populārajā mūzikā:

- Populārajā mūzikā dominē valsts valoda;

- Populārā mūzika tiek atspoguļota medijos (žurnālā Mūzikas saule, recenzijas atsevišķos žurnālos un laikrakstos, LR2, atsevišķi Latvijas mūzikai veltīti raidījumi citos radio kanālos).

- Trūkst atbalsta programmu populārās mūzikas mobilitātei, koncertturneju nodrošināšanai un ārvalstu sadarbības veicināšanai;

- Netiek nodrošināta vietējā repertuāra aprīte;

- Repertuārs latviešu valodā ierobežo eksporta potenciālu.

Izglītība:

- Esošajā izglītības sistēmā netiek pievērsta pienācīga uzmanība šī brīža aktualitātēm pasaules un Latvijas mūzikas tirgos;

- Latvijas izglītības sistēma nerada mūsdienu mūzikas tirgū konkurētspējīgus profesionāļus ar vispusīgām zināšanām radošajās industrijās;

- Mūzikas un vispārējā izglītībā nav pienācīgi integrēts saturs par intelektuālo īpašumu;

- Mūzikas izglītības sistēma vairāk tendēta uz akadēmiskās mūzikas izpildītāju sagatavošanu, neņemot vērā darba tirgus realitāti;

- Mūzikas izglītības sistēma ir fokusēta uz mūzikas izpildīšanas prasmēm, bet nesagatavo audzēkni kā mākslinieku un autoru;

- Mūzikas izglītībā netiek iekļauta informācija par mūzikas biznesa specifiku un profesijas iespējām populārajā mūzikā;

- Nav valsts konkursu ritmiskajā un populārajā mūzikā, kas veicinātu jauno mūziķu izaugsmi un atpazīstamību;

- Augstākajā izglītībā netiek piedāvātas pielāgotas izglītības programmas muzikologiem un skaņas māksliniekiem.

Definīcijas populārajā mūzikā:

- Trūkst vienojošas nozares profesionālās terminoloģijas latviešu valodā.

Dati un statistika:

- Trūkst statistikas par nozari;

- Trūkst pētījumu nozarē;

- Trūkst informācijas par nozares jautājumiem latviešu valodā.

Mediji populārajā mūzikā

- Atsevišķi žanri netiek iekļauti sabiedrisko mediju piedāvājumā;

- Specializētie mediji pārstāv tikai aktīvākos žanrus.

Vispārīgi:

- Trūkst stratēģiskas plānošanas īstermiņā un ilgtermiņā.

Iespējas

Cilvēkresursi un infrastruktūra populārās mūzikas nozarē:

- Digitālo tehnoloģiju attīstība un tehniskā nodrošinājuma tehnoloģiju attīstība;
- Latvijā tiek ražoti mūzikas industrijai nepieciešamie instrumenti, tehnoloģijas un informācijas nesēji, piemēram, vinila plates;
- Pieejami un sasniedzami Eiropas atbalsta fondi.

Latvijas populārās mūzikas industrijas konkurētspēja un eksports:

- Izdevīgs, koncertdarbībai labvēlīgs ģeogrāfiskais novietojums (ES un Šengenas zona);
- Potenciāls palielināt tirgu, veiksmīgi sadarbojoties Baltijas valstu ietvaros;

Izglītība:

- Attīstīt izglītības programmas, koncentrējoties uz autoru un mūzikas radītāju audzināšanu, veidojot audzēkņu izpratni par mūzikas biznesu;
- Menedžmenta zināšanu un prasmju stiprināšana;
- Radīt apziņu par karjeras veidošanu kā mūzikas biznesā;

Draudi

Cilvēkresursi un infrastruktūra populārās mūzikas nozarē:

- Tehnoloģiju attīstība – mazs digitālo mūzikas platformu lietotāju skaits;
- Latvijā netiek ražoti fiziski mūzikas izplatīšanas produkti (izņemot vinila plates).

Latvijas populārās mūzikas industrijas konkurētspēja un eksports:

- Sadrumstalota sabiedrība – augsts krievu valodas patēriņš;
- Mazs vietējais tirgus;
- Ekonomiskās stabilitātes draudi (inflācija);
- Nelielā Latvijas valsts atpazīstamība ārvalstu mūzikas tirgos;
- Lielo starptautisko tirgu dominance – mūziķiem grūti izcīnīt atpazīstamību, ņemot vērā Latviju kā nelielu valsti ar mazu tirgu.

Izglītība:

- Novecojis skatījums uz mūzikas izglītību, kas neveicina izpratni par mūziku kā tautsaimniecības nozari;
- Jauno profesionāļu izvēle par labu iespējām iegūt augstāko izglītību ārvalstīs.

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Attīstīt izglītības iespējas mūzikas mārketingā, zīmolveidībā un mūzikas biznesā;- Veicināt sasaisti starp izpildītājmākslu un industriju;- Vairo izpratni par populāro mūziku mūzikas skolās nodarbinātajiem pedagogiem. | |
|---|--|

8. Rīcības virzieni, uzdevumi un aktivitātes līdz 2027. gadam

1. Cilvēkresursu un infrastruktūras attīstība populārās mūzikas nozarē				
Atbilstoši Kultūrpolitikas pamatnostādņu "Kultūrvalsts" 2022.-2027. gadam prioritātei – kultūras un radošo nozaru ilgtspējīga attīstība.				
Uzdevumi	Galvenie pasaukumi, aktivitātes	Atbildīgā institūcija	Iesaistītās institūcijas	Finansējuma avots
1.1. Labvēlīgu apstākļu radīšana populārās mūzikas industrijā strādājošajiem un viņu darba novērtējumam	1.1.1. Sekmēt pilnvērtīgu un precīzu autordarbu atdalīšanu no radošā darba, kā arī no citiem darbiem. Precizēt populārās mūzikas profesiju un produktu definīcijas.	AKKA/LAA, LalPA, nozares organizācijas	KM	
	1.1.2. Rosināt grozījumus Radošo personu statusa un profesionālo radošo organizāciju likumā, nodrošinot leģitīmu korelāciju ar Autortiesību likumā definētajiem tiesību subjektiem un to darbu veidiem.	AKKA/LAA; LalPA, nozares organizācijas	KM, Radošo savienību padome, nozares organizācijas	
	1.1.3. Pilnveidot atzinības un apbalvojumu sistēmu par nozīmīgiem sasniegumiem nacionālajā un starptautiskajā līmenī un stiprināt esošos apbalvojumus – Latvijas mūzikas ierakstu gada balva "Zelta	LAMPA	KM, nozares organizācijas	KM, VKKF, no sponsoriem piesaistītais finansējums

	mikrofons". Veicināt uz izcilību vērstu darbu radīšanu populārās mūzikas nozarē.			
	1.1.4. Nodrošināt regulāru atbalstu mūzikas jaunradei.	VKKF	AKKA/LAA, LaIPA, nozares organizācijas	VKKF, LaIPA, AKKA/LAA, nozares organizācijas
	1.1.5. Veicināt nozares mākslinieku profesionālās pilnveides un karjeras izaugsmes iespējas (apmācības, stipendijas, u.c.)	Izglītības iestādes, nozares organizācijas	KM, starptautiski sadarbības partneri	Valsts budžets, nozares organizācijas
1.2. Populārās mūzikas apvienību un organizāciju stiprināšana ilgtspējīgai darbībai	1.2.1. Stiprināt populārās mūzikas atbalsta programmu VKKF, veicinot tai lielāku finansējumu, plašāku aktivitāšu loka aptveršanai (koncertturnejas, albumu ierakstīšanu, pasākumu norisi, mobilitātes iespējas u.c.).	VKKF	Latvijas Mūzikas padome, VKKF, nozares organizācijas	VKKF
	1.2.2. Attīstīt finanšu instrumentus apjomīgu populārās mūzikas projektu atbalstam.	ALTUM, LIAA	KM, nozares organizācijas	ALTUM, LIAA
	1.2.3. Pilnveidot Latvijas Mūzikas padomes sastāvu, nodrošinot pilnvērtīgu mūzikas industrijas pārstāvniecību un veicinot populārās mūzikas pārstāvju daļību tajā.	KM	Latvijas mūzikas padome, nozares organizācijas	

	1.2.4. Stiprināt populārās mūzikas industrijas infrastruktūru, analizējot COVID-19 krīzes atbalsta mehānismu rezultātus un veicinot ilgtermiņa atbalstu.	KM, Latvijas mūzikas padome	Nozares organizācijas	KM
1.3. mērķtiecīga mediju iesaistes sekmēšana sabiedrības izglītošanā un informēšanā par populārās mūzikas procesiem un pasākumiem	1.3.1. Panākt Latvijā radītas populārās mūzikas kvotu ieviešanu raidorganizācijās.	KM	NEPLP, SEPLP, mediji, nozares organizācijas	
	1.3.2. Nodrošināt populārās mūzikas programmu un raidījumu pieejamību sabiedrisko mediju saturā.	SEPLP	KM, nozares organizācijas	SEPLP
	1.3.3. Veicināt specializētu mūzikas nozari dokumentējošu un analizējošu mediju attīstību.	VKKF	KM, nozares organizācijas	VKKF
	1.3.4. Nodrošināt žanru daudzveidību, tai skaitā stiprināt rokmūzikas žanru un veicināt žanra mediju attīstību. Stiprināt "LRMA Rock Magazine" (www.lrma.lv) un radiostacijas "LRMA Rock Radio" (www.rockradio.lv) darbību.	LRMA		LRMA

1.4. Populārās mūzikas pētnieciskās bāzes, fundamentālo un lietišķo pētījumu veicināšana	1.4.1. Attīstīt pētniecību populārās mūzikas nozarē.	Zinātniskās institūcijas, izglītības iestādes	KM, AKKA/LAA, LalPA, nozares organizācijas	Valsts budžets
	1.4.2. Nodrošināt nozares statistikas regulāru uzkrāšanu vienotā platformā, izstrādāt ievācamo datu struktūru.	KM	Nozares organizācijas, AKKA/LAA, LalPA	KM
	1.4.3. Veikt pētījumus par populārās mūzikas piensumu tautsaimniecībai, analizēt mūzikas nozares vērtību ķēdi Latvijā.	KM	Nozares organizācijas, AKKA/LAA, LalPA	KM

2. Latvijas populārās mūzikas industrijas konkurētspējas un eksporta veicināšana

Atbilstoši kultūrpolitikas pamatnostādņu "Kultūrvalsts" 2022.-2027. gadam prioritātei – kultūras un radošo nozaru ilgtspējīga attīstība.

2.1. Latvijas populārās mūzikas industrijas	2.1.1. Nodrošināt populārās mūzikas pārstāvniecību starptautisku mūzikas organizāciju gadatīrgos un konferencēs	KM, VKKF, LIAA	Mūzikas attīstības	KM, VKKF, LIAA
--	---	----------------	--------------------	----------------

starptautiskās atpazīstamības veicināšana	(MIDEM, WOMEX, Frankfurt Musik Messe, Tallin Music Week, The Great Escape u.c.).		biedrība/Latvijas Mūzikas eksports, nozares organizācijas	
	2.1.2. Veicināt Latvijas populārās mūzikas nozares pārstāvju mobilitāti un iesaisti starptautiskās norisēs.	VKKF	Mūzikas attīstības biedrība/Latvijas Mūzikas eksports, nozares organizācijas	VKKF
	2.1.3. Sekmēt populārās mūzikas nozares uzņēmēju ārējo tirgu apgūšanu un sadarbības tīkla veidošanu. Veicināt finanšu atbalsta instrumentu veidošanu populārās mūzikas darbībai starptautiski – koncerttūrēm, promocijas materiālu sagatavošanai, u.c.	LIAA	Mūzikas attīstības biedrība/Latvijas Mūzikas eksports, nozares organizācijas	LIAA
2.2. Latvijas populārās mūzikas eksporta veicināšana	2.2.1. Īstenot seminārus, konferences, kampaņas un citus izglītojošus pasākumus par populārās mūzikas industrijas attīstības jautājumiem un eksporta iespējām.	Mūzikas attīstības biedrība/Latvijas Mūzikas eksports, nozares organizācijas	KM, LIAA	KM, LIAA
	2.2.2. Veicināt eksportspējīgu produktu radīšanu populārās mūzikas industrijā.	Mūzikas attīstības biedrība/Latvi	KM, VKKF, LIAA	KM, VKKF, LIAA

		jas Mūzikas eksports, nozares organizācijas		
	2.2.3. Pilnveidot atbalsta mehānismus populārās mūzikas starptautiskajai sadarbībai, tostarp sniedzot atbalstu populārās mūzikas organizāciju biedra naudas iemaksu veikšanai starptautiskās organizācijās.	VKKF	Latvijas Mūzikas padome, nozares organizācijas	VKKF
2.4. Digitālo tehnoloģiju izmantošanas veicināšana	2.4.1 Izglītot nozares profesionāļus par digitālo tehnoloģiju izmantošanu, lai attīstītu populārās mūzikas industrijas ražošanas un izplatīšanas procesus.	Izglītības iestādes, nozares organizācijas		Valsts budžets
	2.4.2. Veicināt populārās mūzikas nozares digitalizāciju un digitālā pirātisma mazināšanu.	KM, EM, NEPLP, VP	Nozares organizācijas, AKKA/LAA, LaIPA	Valsts budžets
	2.4.3. Veicināt lokālu tirgum un reģionam (Baltijas valstīm) atskaņošanas sarakstu (<i>playlists</i>) veidošanu digitālās straumēšanas platformās un to popularizēšanu platformu mārketinga kanālos.	AKKA/LAA, LaIPA	Nozares organizācijas	

2.5.veicināt atbalstu Latvijas mūzikas pieejamībai	2.5.1. Veicināt Latvijas mūzikas pieejamību reģionos (tostarp nodrošinot telpu un tehniskā nodrošinājuma pieejamību).	Pašvaldība	Nozares organizācijas	
---	---	------------	-----------------------	--

3. Uz darba tirgu orientētas kultūrizglītības veicināšana profesionālajā mūzikas izglītībā

Atbilstoši Kultūrpolitikas pamatnostādņu "Kultūrvalsts" 2022.-2027. gadam prioritātei – talantu ataudze un radošajās nozarēs strādājošo profesionālā izaugsme.

3.1. Mūzikas nozares darba tirgum pielāgotas profesionālās tālākizglītības nodrošināšana	3.1.1. Sagatavot profesionālajā un augstākajā izglītībā nozares profesionāļus, kuri izprot darba tirgu mūzikas nozarē un pārziņa savas kā radošas personas tiesības.	JVLMA, LKA (LKK), profesionālās skolas	LNKC, KM	Valsts budžets
	3.1.2. Stiprināt profesionālajā un augstākajā izglītībā iegūstamās uzņēmējdarbības un digitālās prasmes.	JVLMA, LKA (LKK), profesionālās skolas	IZM, LNKC, KM	Valsts budžets
	3.1.3. Izveidot tālākizglītības programmas nozares profesionāļiem.	LKA (LKK), JVLMA	KM, LNKC	Valsts budžets
	3.1.4. Veicināt iespējas profesionālajā un augstākajā izglītībā apgūt zināšanas un prasmes populārās mūzikas izpildīšanā, veidošanā, ierakstīšanā, izdošanā, menedžmentā un izplatīšanā.	JVLMA, LKA (LKK), profesionālās skolas	KM, LNKC	Valsts budžets

	3.1.5. Veicināt izglītojamo izpratni par mūziķa profesiju.	Izglītības iestādes		Valsts budžets
	3.1.6. Pilnveidot mūzikas izglītības programmas, pedagogu kvalifikāciju un skolu materiāli tehnisko nodrošinājumu, sekojot nozares aktualitātēm.	Izglītības iestādes	KM, LNKC, IZM	Valsts un ES struktūrfondu līdzekļi
3.2. Sabiedrības izpratnes veicināšana par radošo produktu, autortiesībām un blakustiesībām	3.2.1. Integrēt vispārējās izglītības saturā autortiesību un blakustiesību jautājumus.	Izglītības iestādes	IZM, VISC, AKKA/LAA, LalPA	Valsts budžets
	3.2.2. Turpināt attīstīt www.autorskola.lv un īstenot ar to saistītās aktivitātes.	LalPA, AKKA/LAA	KM	Projektu finansējums
	3.2.3. Pilnveidot LalPA un AKKA/LAA materiālus par autortiesību un blakustiesību jautājumiem.	LalPA, AKKA/LAA		
3.3. Regulāras profesionālās pilnveides nodrošināšana atbilstoši mūzikas nozares specifikai un tirgum	3.3.1. Nodrošināt regulāru un aktuālu informāciju par normatīvo regulējumu, kas skar autoru un izpildītāju darbu reģistrēšanu un tiesību izmantošanu.	AKKA/LAA, LalPA	Nozares organizācijas	
	3.3.2. Uzlabot mūzikas nozares profesionāļu finanšu prātību, grāmatvedības iemaņas un administratīvās zināšanas.	Izglītības iestādes, AKKA/LAA, LalPA	LNKC, nozares organizācijas	

4. Tiesiskā aizsardzības un vienlīdzības veicināšana populārās mūzikas pārstāvjiem atbilstoši Eiropas Savienības praksei

Atbilstoši Kultūrpolitikas pamatnostādņu "Kultūrvalsts" 2022.-2027. gadam prioritātei – kultūras un radošo nozaru ilgtspējīga attīstība.

4.1. Pilnveidot nodarbinātības formas nozarē	4.1.1. Veicināt sociālo garantiju nodrošinājumu visās nozarei raksturīgajās nodarbinātības formās.	KM, FM, LM	Nozares organizācijas	
4.2. Autortiesību un blakustiesību aizsardzības nodrošināšana	4.2.1. Nozares tiesiskā regulējumā aktualizēšana, nodrošinot autoriem, izpildītājiem un fonogrammu producentiem iespēju saņemt taisnīgu atlīdzību par katru darba izmantošanas veidu un reizi.	KM	AKKA/LAA, LaIPA	
	4.2.2. Veicināt populārās mūzikas legālā satura izmantošanu.	AKKA/LAA, LaIPA		

5. Definīciju veidošana, datu apkopošana, analīze un uzkrāšana populārās mūzikas nozarē

Atbilstoši kultūrpolitikas pamatnostādņu "Kultūrvalsts" 2022.-2027. gadam prioritātei – kultūras un radošo nozaru ilgtspējīga attīstība.

5.1. Izpratnes veicināšana par profesionalitāti mūzikas nozarē	5.1.1. Precizēt populārās mūzikas definīciju, veikt populārās mūzikas definīciju apkopojumu un izpēti.	Mūzikas padome	Zinātniskās organizācijas, nozares organizācijas	
	5.1.2. Veicināt profesionālas kritikas un recenziju attīstību nozarē.	VKKF	KM, nozares organizācijas	VKKF
	5.1.3. Tulkot nozares informāciju latviešu valodā. Sekmēt jēdzienu "mūzikas produkts" un "profesionāls mūziķis" attīstību un izpratni.	Nozares organizācijas	LZA Terminoloģijas komisija	
	5.1.4 Apzināt profesionalitātes kompetences populārās mūzikas nozarē.	Kultūrizglītības padome	Latvijas mūzikas padome, nozares organizācijas	