

**Kultūras ministrijas
Mediju politikas konsultatīvās padomes
sēde
Protokols Nr.3**

Rīga, 2024. gada 5. novembris.

Kultūras ministrijas lielā zāle, Kr. Valdemāra iela 11a un attālināti MS Teams.

Sēde sākas plkst. 09.00.

Sēdi vada: **Zane Vāgnere**, Kultūras ministrijas Valsts sekretāra vietniece starptautisko lietu, integrācijas un mediju jautājumos.

Piedalās:
Padomes locekļi: **Jānis Siksnis**, Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes priekšsēdētājs;
Baiba Liepiņa, Latvijas Reklāmas asociācijas valdes priekšsēdētāja;
Ingemārs Vekteris, Latvijas Raidorganizāciju asociācijas izpilddirektors;
Ieva Kalderauska, Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes locekle;
Andis Mizišs, TV Neatkarīgo producentu asociācijas valdes loceklis;
Arta Ģiga, Latvijas žurnālistu asociācijas valdes locekle;
Gunta Līdaka, biedrības „Par legālu saturu” valdes locekle;
Ilze Pelše, Latvijas Darba devēju konfederācijas pārstāve;
Normunds Zalpēteris, Latvijas Informācijas un komunikācijas tehnoloģijas asociācijas eksperts;
Indulis Bērziņš, Biedrības „Latviesi.com” pārstāvis.
Imants Liepiņš, Latvijas Žurnālistu savienības valdes loceklis;
Sabīne Sīle, Media Hub Riga vadītāja;
Ivonna Plaude, Reģionālo mediju asociācijas valdes priekšsēdētāja.

Uzaicinātās personas: **Kristers Pļešakovs**, Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļas vadītājs;
Kārlis Dagilis, Kultūras ministres ārštata padomnieks mediju jautājumos;
Lita Kokale, Kultūras ministrijas Sabiedrisko attiecības nodaļas vadītāja;
Uldis Salmiņš, Latvijas Reģionālo mediju asociācijas un Latvijas Preses izdevēju asociācijas valdes loceklis.

Protokolē: **Agnese Berga**, Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļas eksperte.

Darba kārtība:

1. Mediju Atbalsta fonds (MAF) 2025. gadā;
2. Dažādi.

Z.Vāgnere: Iepazīstina ar darba kārtību. Vai ir priekšlikumi pievienot vēl kādu darba kārtības punktu? Ja nav iebildumu, tad apstiprinām darba kārtību.

1. Mediju Atbalsta fonds (MAF) 2025. gadā;

K.Dagilis: Nosakot principus, esam ņēmuši vērā tos, kas iestrādāti jaunajās Mediju politikas pamatnostādņēs. Saglabāt mediju daudzveidību, dažādību un ģeogrāfisko tvērumu. Mediju vide būs tik stipra, cik stiprs ir tās vājākais posms. MAF 2025 ir izvirzīti 5 virsmērķi – 1) reģionālie mediji un reģionālais saturs nacionālos medijos, arī diasporas mediju; 2) Institucionālais atbalsts, tur kur zemāka pašpietiekamība; 3) Latviešu valodas stiprināšana – gan mūzikas, gan ziņas mazākumtautību auditorija; 4) Mediju savstarpēja sadarbība un 5) Kvalitatīvs un sabiedrībai nozīmīgs saturs (konkurence).

K.Pļešakovs: Iepazīstina ar MAF 2025. gada jaunajiem nosacījumiem un galvenajām izmaiņām (prezentāciju skatīt pielikumā).

I.Bērziņš: Vai saprotu pareizi, ka diasporas medijs iesniedz projektu un nacionālais medijs ir tikai partneris?

K.Pļešakovs: Jā.

I.Vekteris: Prezentācija ir atšķirīga, nekā bija iepriekš. Asociācijā vēl izskatīsim. Iepriekš biju piefiksējis, ka nacionālajiem medijiem budžets faktiski tiek samazināts gandrīz par 400 tūkstošiem. Protams, finansējums ir ietverts sadarbības projektos, kas praksē tomēr nav tik būtisks. Vēršu uzmanību, ka nacionāliem medijiem nākamā gadā ir būtisks projekts satura pieejamībai un pieklūstamībai, šajā gadījumā, noņemot naudu saturam MAF, medijiem ievērojami samazinās iespējas šādu darbību veikt no saviem līdzekļiem. Lielai daļu EPL ir jānodrošina darbības nepārtrauktība, kas nozīmē būtiskas investīcijas infrastruktūrā, kas no valsts puses nav atbalstītas. Šobrīd tiek prasīts, lai mediji saņem kategorijas, jo visi to nevēlas, bet pēc šāda finansējuma samazinājuma, domāju, ka arī tie mediji, kas tās ir saņēmuši, varētu atteikties no šīs kategorijas, kas nozīmētu lielus riskus informatīvajai telpai. Nav iebilžu, ka neatkarīgie producenti var piedalīties konkursā. Šogad faktiski reģionālajām televīzijām ir noņemti 240 tūkstoši eiro. Ir izcīnīts CFLA finansējums, par finansējumu nenāktos sūdzēties. Mēs runājam par mediju daudzveidību, bet netiek izvērtēti sasniedzamie rezultāti. Var rasties situācija – daudz mazu mediju bez auditorijas. Nolikumos būtu jāprasa pārbaudāmi rezultāti.

I.Kladerauskā: Vai novadu ziņu projektā ir arī sadarbībā ar sabiedrisko mediju?

K.Dagilis: Nē, šis finansējums ir tikai komerciāliem medijiem. Bet arī sabiedriskie mediji turpinās sadarboties ar reģionālajām televīzijām novadu ziņu veidošanai. Reģionālām televīzijām ir palielināts finansējums, ne samazināts.

U.Salminš: Atskaitēs tiek prasīta birokrātija – atgriezeniskās saites u.c, kas mākslīgi tiek sarakstītas. Kantar TNS datus reģionos nepērķ, jo tas ir dārgi un tie, kas vēlas likt reklāmu reģionālos medijos, to arī liek, jo vēlas sasniegt konkrētu reģionu. Reģionālie mediji nevar atļauties šos pētījumus. Nepiekrītu I.Vektera paustajam. Aicinu KM neprasīt atskaites liekas birokrātijas.

I.Liepiņš: Atbalstam ir jābūt uz kvalitatīvu saturu, ne kvantitāti.

I.Pelše: Ievadā runāja par daudzveidību un kvalitāti, bet tomēr publiskās personas nevar piedalīties konkursā. Tas ir pretstatā ar MAF mērķiem. Iepriekš bija šis kompromiss, ka publiskas personas var būt partneris. Vēlos precizēt: Vai publiskās personas MAF 2025 konkursā var būt kā partneris?

K.Dagilis: Ņemot vērā situāciju, kas izveidojās digitalizācijas konkursā, tas ir nozares iekšējais jautājums. Mūsu pusē nav problēmu ļaut, bet jautājums vai nozare to pieņem. Mēs piefiksējam šo jautājumu.

B.Liepiņa: Nepiekrītu visam, ko saka I.Vekteris. Tas ir tiesa, ka reģionālie mediji neiegādājas Kantar datus. Reklāmas pērk, bet ne pēc auditorijas. Pēc būtības ir svarīgi mērīt auditoriju, ja ir šis institucionālais atbalsts. Kā tas tiek darīts, par to ir jādomā. Bet ir arī racionālā puse – cik šis atbalsts ir efektīvs. Tomēr ir jāskatās samērība.

K.Dagilis: Mums ir arī no FM aicinājums izvērtēt mediju atbalsta fondu un sasniedzamos rezultātus.

G.Līdaka: Galvenais jautājums ir, kā reģionālie mediji attīstās, kad viņiem tiek piešķirta nauda?

I.Plaude: Vēlos iebilst I.Vekterim un I.Liepiņam. Ir zināms, kā tiek mērīta auditorija. Visiem ir multimedijāls saturs, ir arī podcast formāti, ir sadarbības ar televīzijām. 21-23 medijos ir regulāri strādājošas redakcijas, kur 2-3 cilvēki katru dienu veido saturu. Reģionālie mediji ir vienīgais varas līdzsvarotājs reģionos.

U.Salmiņš: Auditorijas dati ir pieejami, katrā projektā iesniedzam Latvijas Pasta datus un Preses servisa datus, kas ir vienīgais, kas nodarbojas ar preses mazumtirdzniecību. Portālam ir bezmaksas rīki, kur var redzēt auditorijas datus. Valsts īsteno mediju politiku, ir sabiedriskais pasūtījums, ir komercmediji, kāpēc valsts uzņēmumam ir jākonkurē ar medijiem. Tas ir jocīgi. Ir jādomā, kā aizpildīt mediju tuksnešus. Nav korekti Lattelecom, Latvenergo, pašvaldībām konkurēt ar medijiem.

A.Giga: Vai ministrija nevar nopirkt datus un nenoslogot katru reģionālo mediju ar pieprasījumiem par datiem. Tad būtu objektīvi dati? Vai pareizi saprotu, ka atstājāt iesniedzamo projektu skaitu?

K.Plešakovs: Jautājums vēl ir atvērts.

A.Giga: Es vēlētos lobēt, ka tomēr ir iespēja iesniegt vairāk projektu, un tikai 3 saņemt. Aizliegums iesniegt biedrībām nav pamatots, jo jebkura biedrība var kļūt par SIA. Vērtējot ir jāņem vērā veselais saprāts.

I.Kalderauska: Vai Nacionāls/ reģionāls medijs tiek vērtēts pēc apraides atļaujas vai būtības? Un vai Rīgā reģistrēta radio programma ir reģionāla programma?

K.Plešakovs: Pēc būtības.

I.Liepiņš: Kāds būs *deminimis* sliekšnis?

K.Plešakovs: Nebūs *deminimis* sliekšnis. Esam saskaņojuši, ka atbalsts medijiem nav valsts atbalsts.

I.Plaude: Ir skaidrs zināms, kas ir medijs. Ar avīzēm ir vienkārši, ir regulāri jāiznāk, tas ir jāpārdod utt.. Mūsu reģionā uzvarēja viens cilvēks ar kameru. Viņš izpilda citu platformu uzdevumus un vienu reizi mēnesī uztaisa sižetu – vai šis ir uzskatāms par mediju. Ir jābūt redakcijai, darbiniekiem un regulāri veidotam saturam.

I.Vekteris: Piekrītu par redakcijām, tas ir rādītājs, ka medijs spēj veikt ikdienas darbu, nevis apgūt Eiropas vai fonda līdzekļus. Mums pašiem ir jāsaprot auditorijas, kuras auditorijas tiek uzrunātas.

I.Pelše: Atkāroti jautāju. Vai publiska persona var piedalīties kā partneris?

K.Pļešakovs: Šī brīža redakcijā, jā.

I.Pelše: Mēs esam komercmedijs, mēs konkurējam ar citiem medijiem, mēs neesam labākā stāvoklī kā citi mediji. MAF ir veidots kā atbalsts kvalitatīvam saturam. Valsts šiem medijiem naudu nedod. Mēs konkurējam tirgū. Aicinām saglabāt, kā tas ir bijis līdz šim, kad šie EPL var būt partneri.

I.Kalderauska: Helio pēc būtības ir komercuzņēmums, kas konkurē ne tikai Latvijā, bet arī Eiropā. Viņi iegulda savu nopelnīto naudu. Viņi konkurē tāpat kā citi. Viņiem netiek dota valsts nauda. Salīdzinājumā – Igaņu miljonāram pieder 3 mediji Latvijā, vai viņi būtu jāatbalsta?

K.Dagilis: Esam piefiksējuši jautājumu un to izskatīsim.

K.Pļešakovs: Konkurss novadu ziņām ir jāapstiprina decembrī, lai janvārī var sākt veidot saturu. Pārējos konkursus varam apstiprināt janvārī, SIF Padomes sēdē, jo esošo projektu īstenošana ilgs līdz maija/jūnijam. Priekšlikumus aicinām iesūtīt nedēļas laikā.

Z.Vāgnere: SIF Padomes locekļi ir izteikuši vēlmi iepazīties ar projektu un tas tiks prezentēts arī viņiem.

2.Dažādi.

Z.Vāgnere: Jautājumi pie dažādi nav. Skatīsimies pēc iesūtītajiem priekšlikumiem, vai būs nepieciešams sasaukt vēl vienu konsultatīvās padomes sēdi. Ja ir kādi citi jautājumi, kurus vēlaties iekļaut konsultatīvās padomes sēdē, tad lūgums par to mūs informēt.

Sēde beidzas: plkst. 10.30

Pielikumā K.Pļešakova prezentācija uz 16 lapām.

Padomes priekšsēdētāja

(paraksts*)

Z.Vāgnere

* Dokuments ir parakstīts ar drošu elektronisko parakstu