



Valsts atbalsts plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

2021. gada augusts

Pētījuma gala ziņojums

LATVIJAS REPUBLIKAS
SAEIMA

Par ziņojuma saturu ir atbildīgi tā autori – Visvaldis Valtenbergs, Ilona Beizītere, Inta Krūmiņa, Zanīta Avotniece, Inese Grumolte-Lerhe.

Pārpublicēšanas, citēšanas vai citādas izmantošanas gadījumā atsauce uz ziņojumu, tā autoriem un Latvijas Republikas Saeimu ir obligāta. Nekomerčiālos nolūkos ziņojumu drīkst pārpublicēt vai citādi izmantot bez īpašas saskaņošanas ar Latvijas Republikas Saeimu un ziņojuma autoriem.

Latvijas Republikas Saeima un ziņojuma autori nav atbildīgi par ziņojumā iekļautās informācijas tālāku izmantošanu un tās radītajām sekām.

Ziņojums neatspoguļo Latvijas Republikas Saeimas kā likumdevēja viedokli.

Visas mantiskās tiesības uz ziņojumu pieder Latvijas Republikas Saeimai.

Rīga, 2021

PĒTĪJUMA MĒRĶIS

Novērtēt valsts atbalsta formas plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam.

PĒTĪJUMA UZDEVUMI

1. Apkopot informāciju par plašsaziņas līdzekļiem piešķirtā valsts atbalsta formām, avotiem un līdzekļu apmēru.
2. Analizēt sniegtā atbalsta ieguldījumu mediju plurālisma un kvalitatīva satura piedāvājuma veicināšanā, kā arī Latvijas sabiedrības noturīguma stiprināšanā pret hibrīdapdraudējumiem.
3. Sniegt ieskatu valsts piešķirtā finansiālā atbalsta pilnveides iespējamajos virzienos.

Satura rādītājs

Ievads	4
1. Plašsaziņas līdzekļiem piešķirtais finansējums	5
1.1. Valsts pārvaldes iestāžu plašsaziņas līdzekļiem piešķirtais finansējums	5
1.1.1. Ministriju un to padotībā esošo iestāžu plašsaziņas līdzekļiem piešķirtais finansējums	6
1.1.2. Citu valsts tiešās pārvaldes iestāžu un valsts kapitālsabiedrību plašsaziņas līdzekļiem piešķirtais finansējums	11
1.2. Atbalsta programmas un finansējums plašsaziņas līdzekļiem	12
1.2.1. Valsts kultūrkapitāla fonda administrētās programmas	12
1.2.2. Sabiedrības integrācijas fonda administrētās programmas	16
1.2.3. Valsts reģionālās attīstības aģentūras administrētās programmas.....	17
1.2.4. Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes administrētais finansējums	18
1.2.5. Meža attīstības fonda finansējums.....	21
1.2.6. Atbalsts drukātās preses piegādei.....	22
2. Plašsaziņas līdzekļiem piešķirtā finansējuma ieguldījums plašsaziņas līdzekļu plurālisma, satura kvalitātes un sabiedrības noturības pret hibrīdapdraudējumiem veicināšanā	24
2.1. Plašsaziņas līdzekļu plurālisms	24
2.1.1. Vispārējs situācijas raksturojums un galvenās problēmas	24
2.1.2. Plašsaziņas līdzekļu īpašnieki	29
2.1.3. Plašsaziņas līdzekļu reklāmas tirgus	30
2.1.4. Plašsaziņas līdzekļu patēriņa raksturojums	31
2.2. Satura kvalitāte	32
2.2.1. Vispārējs situācijas raksturojums un galvenās problēmas	32
2.2.2. Reģionālie plašsaziņas līdzekļi	37
2.2.3. Žurnālisti un plašsaziņas līdzekļu darbinieki.....	38
2.3. Sabiedrības noturīgums pret hibrīdapdraudējumiem	39

2.3.1. Vispārējs situācijas raksturojums un galvenās problēmas	39
2.3.2. Iedzīvotāju uzticēšanās plašsaziņas līdzekļiem	39
2.3.3. Informācijas telpu nošķirums atbilstoši valodai.....	40
2.3.4. Plašsaziņas līdzekļu lietotprasme	41
3. Iespējamie uzlabojumi plašsaziņas līdzekļu atbalsta pilnveidei.....	43
Izmantotā literatūra un avoti.....	45
Pielikumi.....	51

GALVENIE SECINĀJUMI

Pētījumā aplūkotas valsts institūcijas un kapitālsabiedrības, kuru kompetencē tieši neietilpst atbalsta nodrošināšana plašsaziņas līdzekļiem, pamatā finansējumu tiem atvēlējušas, lai informētu sabiedrību un veiktu sabiedrisko attiecību funkciju attiecībā uz konkrētiem šo valsts iestāžu definētiem mērķiem vai par konkrēto iestāžu kompetencē ietilpstošām jomām.

Valsts atbalsta finansējuma saņēmēju loks aplūkotajā laikposmā ir bijis plašs. Atbalstu saņēmuši gan sabiedriskie, gan komerciālie plašsaziņas līdzekļi. Dažas plašsaziņas līdzekļu organizācijas un sabiedrisko attiecību aģentūras finansējumu ieguvušas biežāk un atkārtoti, taču vairākums, piemēram, reģionālie plašsaziņas līdzekļi, saņēmuši atsevišķus piešķirumus un salīdzinoši nelielā apmērā.

Dažādu valsts atbalsta programmu finansējums ir veicinājis plašsaziņas līdzekļu plurālismu, tomēr atbalstam galvenokārt ir īstermiņa raksturs. Valsts atbalsta finansējuma sistēmai trūkst ilgtermiņa ietekmes. Plašsaziņas līdzekļu satura daudzveidību ietekmē arī valsts atbalsta programmu ierobežotā tematika.

Saskaņā ar lietpratēju atzinumu profesionālās kvalitātes problēmas pārsvarā raksturīgas komerciālo radio un televīziju (turpmāk arī – TV) veidotajiem Kultūras ministrijas Mediju atbalsta fonda (turpmāk arī – MAF) atbalstītajiem projektiem. Plašsaziņas līdzekļu jomas lietpratēji kopumā atzīst, ka saturs, kas radīts, izmantojot Valsts kultūrkapitāla fonda (turpmāk arī – VKKF), Sabiedrības integrācijas fonda (turpmāk arī – SIF) un Valsts reģionālās attīstības aģentūras (turpmāk arī – VRAA) atbalsta programmas, ir kvalitatīvs un profesionāls, kas arī veicinājis sociālo un tiesisko problēmu risinājumu, politiskās vides izpratni un kultūras izglītību.

Jāņem vērā, ka plašsaziņas līdzekļu plurālismu, satura kvalitāti un sabiedrības noturīgumu pret hibrīdapdraudējumiem nosaka plašāks konteksta faktoru loks nekā tikai piešķirtais finansējums.

Lielo uzņēmumu ienākšana Latvijas plašsaziņas līdzekļu tirgū liecina par šo uzņēmumu interesi gūt peļņu no šā biznesa. Tādējādi mazinās Latvijas politiskās un ekonomiskās elites iespēja ietekmēt šos plašsaziņas līdzekļus, taču pieaug plašsaziņas līdzekļu kvalitāte – ārvalstu īpašnieki ir ieinteresēti saviem plašsaziņas līdzekļiem piesaistīt investīcijas, lai paaugstinātu to vērtību un atpelnītu ieguldījumus. Tomēr vienlaikus pastiprinās plašsaziņas līdzekļu koncentrācija, kas savukārt iezīmē ar plašsaziņas līdzekļu satura kvalitāti saistītus riskus. Šādos apstākļos liela ietekme uz satura objektivitāti un kvalitāti ir vietējā mēroga vadītājiem un redaktoriem. Kā aktuāla problēma joprojām saglabājas arī Krievijā radīta plašsaziņas līdzekļu satura ietekme.

Kopumā Latvijā plašsaziņas līdzekļu lietotprasmes ziņā vērojami uzlabojumi. Salīdzinot situāciju 2017. un 2020. gadā, Kultūras ministrija (turpmāk arī – KM) konstatējusi pozitīvas tendences. Auditorija kopumā vairāk apzinās riskus, kas vērojami informatīvajā vidē, un līdz ar to tā kļūst noturīgāka pret hibrīdapdraudējumiem. Plašsaziņas līdzekļu lietotprasmes veicināšana sabiedrībā bijusi arī viena no MAF prioritātēm. Saskaņā ar lietpratēju ieskatu tas sekmējis dezinformācijas atmakošanai un melu dekonstrukcijai veltīta satura veidošanu.

Pēdējo gadu tendences rāda, ka mazinās auditorijas prasības plašsaziņas līdzekļu kvalitātei un saturam un iedzīvotāji vislabprātāk patērē izklaidējošu un strukturāli vienkāršotā veidā pasniegtu informāciju. Savukārt komerciālie plašsaziņas līdzekļi pielāgojas patērētāju pieprasījumam, kur dominē izklaides žanrs. Lai izkļūtu no šāda slazda, risinājums būtu plašāks valsts finansiālais atbalsts komercmedijiem kvalitatīva satura veidošanai un informācijas sniegšanai.

Ievads

Lai arī plašsaziņas līdzekļu saturs patērētājiem kopumā pieaug, šī nozare sastopas ar daudziem izaicinājumiem. Plašsaziņas līdzekļu tirgu jau ilgstoši raksturo pārmaiņas un centieni rast ilgtspējīgus uzņēmējdarbības modeļus. **Kopš 20. gadsimta deviņdesmito gadu vidus vērojamā plašsaziņas līdzekļu¹ tirgus digitalizācijas tendence un jauno plašsaziņas līdzekļu tehnoloģiju rašanās ir ievērojami ietekmējusi plašsaziņas līdzekļus un to tirgu** ([Grönlund, et al., 2020](#)). Starptautiskā konkurence, patērētāju paradumu maiņa un straujā tehnoloģiju attīstība ir būtiski ietekmējušas plašsaziņas līdzekļu nozari arī Latvijā. Pieaugot interneta plašsaziņas līdzekļu auditorijai, Latvijā ievērojami samazinājusies drukātās preses auditorija ([Spakovska, et al., 2014](#); [Zelče, 2018a](#)), savukārt būtiski palielinājusies tā sauktajiem lielajiem tehnoloģiskajiem ārvalstu uzņēmumiem piederošo interneta platformu lietošana ([Zelče, 2018b](#)).

Izmaiņas plašsaziņas līdzekļu patēriņā jāaplūko mediju ekonomikas izmaiņu kontekstā. Plašsaziņas līdzekļu finansiālo dzīvotspēju negatīvi ietekmēja 2008. gada finanšu un ekonomikas recesija, kā dēļ būtiski samazinājās reklāmas apjoms interneta portālu un drukātās preses reklāmas kategorijās. Latvijā reklāmas ieņēmumi tā arī neatjaunojās pirmskrīzes apmērā, bet 2020. gadā Covid-19 pandēmijas ietekmē vietējais plašsaziņas līdzekļu reklāmas tirgus samazinājās vēl vairāk – par 16,4 procentiem salīdzinājumā ar 2019. gadu ([LRA, 2018, 2020](#)). **Mediju ekonomikas tendences iespaido arī plašsaziņas līdzekļu redakciju darbu.** Sarūkošā tirgus dēļ centieni piesaistīt vairāk līdzekļu ar reklāmas palīdzību no dažādiem avotiem, piemēram, uzņēmumiem, politiskajām partijām, dažādām institūcijām un to sabiedrisko attiecību pasākumiem, var negatīvi ietekmēt redakciju darbu, veicinot slēptās reklāmas izplatību, kā arī tirgus un reklāmas cenzūru ([Baerug, 2017](#)).

Kvalitatīvi plašsaziņas līdzekļi un žurnālistika ir būtiski demokrātijas funkcionēšanai. Apzinoties minētos izaicinājumus, vairākas Eiropas valstis īsteno dažādas intensitātes plašsaziņas līdzekļu atbalsta politikas. Valsts atbalsta piešķiršana plašsaziņas līdzekļiem tiek pamatota arī ar izmaiņām starptautisko attiecību vidē. Arvien vairāk valstu valdību apsver iespējas pastiprināti atbalstīt plašsaziņas līdzekļus un žurnālistiku, lai nodrošinātu uzticamu informāciju dezinformācijas apstākļos. Arī Latvijā kopš 2016. gada iespējams runāt par vienotu mediju atbalsta politiku. 2016. gada 8. novembrī Ministru kabinets (turpmāk arī – MK) pieņēma Latvijas mediju politikas pamatnostādnes ([MK, 2016](#)). Tajās nosaukti pieci Latvijas mediju politikas rīcības virzieni: mediju vides daudzveidība; mediju kvalitāte un atbildīgums; mediju nozares profesionāļu izglītība; medijpratība un mediju vides drošumspēja ([MK, 2016](#)). Vienota mediju atbalsta politika un valsts atbalsta palielināšana medijiem tiek raksturota pozitīvi arī starptautiskajā plašsaziņas līdzekļu brīvības reitingā “Reportieri bez robežām.” Vienlaikus norādīts, ka atbalsts ir nepietiekams situācijas uzlabošanai ilgtermiņā ([RSF, 2021](#)). Latvijā sabiedriskajiem medijiem ilgstoši bijis nepietiekams finansējums, kas ir viens no zemākajiem Eiropas Savienībā (turpmāk arī – ES).

Lai turpmāk nodrošinātu pamatu pārdomāti finansētai plašsaziņas līdzekļu atbalsta politikai, nepieciešams izvērtēt līdz šim piešķirtās atbalsta formas. Jāņem vērā arī tas, ka papildus dažādām valsts atbalsta programmām mediji ir saņēmuši finansējumu no valsts pārvaldes iestādēm sabiedrisko attiecību un sabiedrības informēšanas pasākumiem. Līdz šim nav apkopota informācija par šādu plašsaziņas līdzekļiem piešķirto līdzekļu apjomu, tādēļ pētījuma pirmajā daļā analizēts valsts pārvaldes iestāžu piešķirtais finansējums, kā arī valsts atbalsta programmās piešķirtais finansējums. Savukārt pētījuma otrajā daļā iztirzāts tas, cik lielā mērā plašsaziņas līdzekļiem piešķirtais finansējums ļāvis sasniegt mediju atbalsta politikas mērķus (plašsaziņas līdzekļu plurālisms, saturs kvalitāte un sabiedrības noturība pret hibrīdapdraudējumiem). Trešajā nodaļā aplūkoti iespējamie risinājumi plašsaziņas līdzekļu atbalstam.

¹ Šajā ziņojumā apzīmējumi “plašsaziņas līdzekļi” un “mediji” lietoti ar identisku nozīmi.

1. Plašsaziņas līdzekļiem piešķirtais finansējums

Laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam **ministrijas** (skat. 1. pielikumu) **un to padotībā (pakļautībā un pārraudzībā) esošās iestādes** (skat. 2. pielikumu), **kā arī citas tiešās pārvaldes iestādes un valsts kapitālsabiedrības** (skat. 3. pielikumu) **plašsaziņas līdzekļiem piešķirušas finansējumu galvenokārt nolūkā īstenot sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkciju**. No minētajām iestādēm vienīgi Finanšu ministrija sniedza informāciju par atbalstu konkrēta medija darbībai, proti, 2016. gadā piešķirta dotācija diviem medijiem raidījumu veidošanai (SIA "Vidzemes televīzija" – 15 585 *euro* un AS "TV LATVIJA" – 50 400 *euro*). Atbalstu dažādiem mērķiem piešķirusi arī Kultūras ministrija, piemēram, atbalstu diasporas medijiem un portāliem 2018. un 2019. gadā – 41 473 *euro*. **Daudzveidīgs finansējums plašsaziņas līdzekļiem piešķirts ar Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes** (turpmāk arī – NEPLP), **SIF, VKKF un VRAA starpniecību**.

Jāatzīmē, ka ministriju un to padotības iestāžu visai ierasta prakse ir ārpakalpojuma piesaistīt dažādus neatkarīgos producentus, kuri veido noteiktu pasūtīto produktu (piemēram, filmas). Piemēram, VKKF simtgades mērķprogrammā neatkarīgo producentu produkti saņēma visai plašu atbalstu ([Intervija, KM, 14.01.2021.](#)). Tāpat konkrētu pasūtījumu izpildei bieži tiek piesaistītas sabiedrisko attiecību aģentūras, tāpēc ne vienmēr iespējams precīzi identificēt, cik daudz līdzekļu no piešķirtā sasniedz mediju un cik daudz paliek producenta vai aģentūras rīcībā utt.

Liela daļa pētījumā aplūkoto iestāžu piešķirušas finansējumu sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcijas realizēšanai VSIA "Latvijas Radio" un VSIA "Latvijas Televīzija". Šie sabiedriskie plašsaziņas līdzekļi dod iespēju sabiedrību informēt nacionālā līmenī un sasniedz ģeogrāfiski plašu teritoriju.

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likums ([Saeima, 2020](#)), kas stājies spēkā 2021. gada 1. janvārī, maina situāciju ar finansējuma piešķiršanu informācijas izvietojumam, ko var veikt valsts pārvaldes institūcijas un valsts kapitālsabiedrības sabiedriskajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos. Likumā noteikts, ka "sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi pēc iespējas nodrošina bezmaksas raidlaiku Satversmes pamatvērtības skaidrojošiem vēstījumiem, sabiedriski nozīmīgiem paziņojumiem (sludinājumiem) un aicinājumiem uz labdarību (..)”. Tomēr likumā nav definēts termins "sabiedrībai nozīmīgs paziņojums". Nav noteikts, kādos raidlaikos, apjomā un cik bieži to var translēt sabiedriskajos medijos. Netop arī skaidrs, kā turpmāk finansēt un īstenot apjomīgas sociālas informatīvās kampaņas. Pastāv zināmas bažas, ka, Latvijas sabiedriskajiem medijiem izejot no reklāmas tirgus, ir zaudēta būtiska platforma un potenciāli sasniedzamā auditorija ([Informācijas pieprasījums, CSDD, 20.01.2021.](#)).

1.1. Valsts pārvaldes iestāžu plašsaziņas līdzekļiem piešķirtais finansējums

Šajā sadaļā ir sniegts apskats par ministriju, to padotībā esošo iestāžu, valsts kapitālsabiedrību un citu valsts pārvaldes iestāžu piešķirto finansējumu plašsaziņas līdzekļiem, akcentējot raksturīgāko katras iestādes piešķirumos, pamatojoties uz šo iestāžu sniegto informāciju Saeimai un atbildot uz speciāli sagatavotu informācijas pieprasījumu 2021. gada janvārī.

Pētījuma izstrādes vajadzībām tika iegūta un apkopota informācija par ministriju un to padotībā (pakļautībā un pārraudzībā) esošo iestāžu, valsts tiešās pārvaldes iestāžu un valsts kapitālsabiedrību piešķirtajiem līdzekļiem medijiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam. Pamatojoties uz informācijas pieprasījumu, tika iegūta informācija no 13 ministrijām, 45 to padotībā esošajām iestādēm, divām tiešās valsts pārvaldes iestādēm un 15 valsts kapitālsabiedrībām, kurā norādīts:

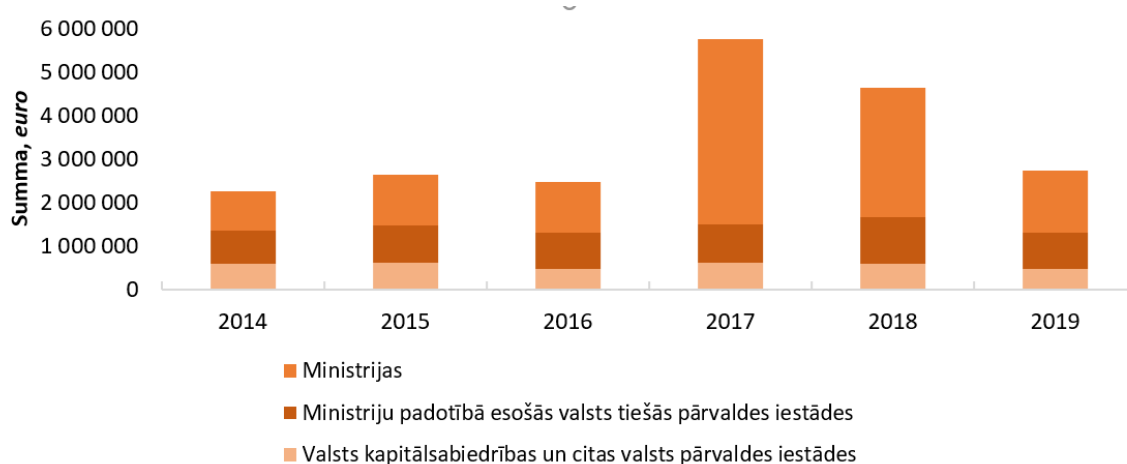
- gads, kurā veikts piešķirums;
- piešķirtā finansējuma mērķi;
- piešķirtā finansējuma apmērs;

- piešķirtā finansējuma saņēmējs un medijs, kurā publicēts/pārraidīts informatīvais materiāls;
- piešķiruma funkcija, atšifrējot, vai konkrētais piešķirums bijis paredzēts attiecīgi sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcijas īstenošanai vai arī atbalsta piešķiršanai konkrēta medija darbībai.

Informāciju tika lūgts sniegt tikai par tādu finansējumu, kurš nav saistīts ar reklāmas raidlaika (laukuma) iegādi vai sludinājumu publicēšanu medijos. Apkopotajos datos netika lūgts ietvert finansējumu, piemēram, par informācijas preseī vai sludinājumu izvietojumu laikrakstos un portālos (baneros), savu informācijas kanālu uzturēšanu, kā arī SIA "LETA" u. c. mediju monitoringa un analīzes pakalpojumiem un finansējumu abonēšanas maksai.

Vairākās saņemtajās atbildēs ir paskaidrots, ka dažkārt apmaksā par informatīvu pasākumu un kampaņas īstenošanu (informācijas izplatīšanu) tika veikta sabiedrisko attiecību pakalpojumu komersantiem, un šādā gadījumā tā finansējuma apjoms, kas sasniedzis konkrētus medijus, precīzi nav nosakāms.

Visu ministriju, to padotībā esošo iestāžu, valsts kapitālsabiedrību un citu valsts pārvaldes iestāžu piešķirtā finansējuma plašsaziņas līdzekļiem summārais apkopojums sniegts 1. attēlā.



1. attēls. Ministriju, to padotībā esošo iestāžu, valsts kapitālsabiedrību un citu valsts pārvaldes iestāžu finansējums plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

Avots: [Informācijas pieprasījums, 2021](#)

1.1.1. Ministriju un to padotībā esošo iestāžu plašsaziņas līdzekļiem piešķirtais finansējums

Saskaņā ar **Ārlietu ministrijas** sniegto informāciju tā ir noslēgusi tikai vienu līgumu ar VSIA "Latvijas Radio" 2019. gada 19. septembrī, kam izlietoti 934,54 *euro*. Finansējuma piešķiruma mērķis – sabiedrības informēšana par Latvijas ārlietu dienesta vēsturi 100 gadu garumā un darbību no tā izveides līdz mūsdienām. Šis pasākums saistīts ar ārlietu dienesta simtgades atzīmēšanu.

Ekonomikas ministrija (turpmāk arī – EM) 2018. un 2019. gadā piešķīra finansējumu informatīvu kampaņu un materiālu sagatavošanai – kopumā 54 103 *euro*. Finansējumu saņēma sabiedrisko attiecību aģentūras SIA "MEDIJU TILTS" un SIA "PR Studio", konsultāciju kompānijas SIA "GatewayBaltic" un SIA "Lejiņa un Šleiers", reklāmas aģentūra SIA "DDB WORLDWIDE LATVIA".

Arī EM padotības iestādes sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcijas ietvaros veikušas dažādu apjomu piešķirumus. **Centrālā statistikas pārvalde** 2019. gadā veikusi vienu

piešķirumu VSIA "Latvijas Radio" 552 *euro* apmērā par translācijām saistībā ar Latvijas statistikas 100 gadu jubileju. **Būvniecības valsts kontroles birojs** izdalījis trīs līdzekļu piešķirumus 2015.–2017. gadā SIA "Nords Porter Novelli" (60 102 *euro*) un vienu 2019. gadā SIA "PR KVADRĀTS" (47 069 *euro*). **Patērētāju tiesību aizsardzības centrs** publicitātes nodrošināšanai 2018.–2019. gadā piešķīris 36 846,30 *euro*. Visapjomīgākais finansējums piešķirts VSIA "Latvijas Radio", SIA "All Media Latvia", AS "Latvijas Neatkarīgā Televīzija", SIA "EHR Mediju grupa", SIA "Star FM", SIA "ACM LV" (šobrīd SIA "D Screens"). **Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra** ir veikusi 41 piešķirumu publicitātes nodrošināšanai Latvijas Republikā reģistrētos plašsaziņas līdzekļos (pārsvarā izdevniecībai "Dienas Bizness", SIA "BIG Media", SIA "Jaunais kapitāls", AS "Latvijas Mediji", SIA "VIDES FILMU STUDIJA", SIA "K2 Production", SIA "Mistrus Media") par kopējo summu 632 682 *euro*.

Finanšu ministrija (turpmāk arī – FM) sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcijai atvēlējusi 654 949 *euro*. No kopējās summas 96 250 *euro* ir finansējums Eiropas Sociālā fonda tehniskās palīdzības projekta "Kohēzijas politikas fondu informācijas un komunikācijas pasākumu nodrošināšana Latvijā ES fondu 2014.–2020. gada plānošanas periodā" ietvaros. Vislielāko apjomu saņēmušas SIA "Media House" – 91 598 *euro*; SIA "MEDIJU TILTS" – 217 732 *euro*; SIA "VIDES FILMU STUDIJA" – 61 976 *euro* un SIA "ŽURNĀLS SANTA" – 31 803 *euro*.

FM padotībā esošo iestāžu piešķirumi ir šādi: **Valsts ieņēmumu dienests** sabiedrības informēšanas nolūkā veicis tikai vienu piešķirumu, proti, 2018. gadā 23 958 *euro* saņēmusi SIA "MEDIJU TILTS"; **Centrālā finanšu un līgumu aģentūra** finansējumu divas reizes piešķirusi SIA "Media House" 70 646 *euro* apmērā, un tā avots ir Eiropas Savienības struktūrfondu un Kohēzijas fonda 2014.–2020. gada plānošanas perioda tehniskās palīdzības projekts Nr.10.1.2.0/15/TP/001 "Eiropas Sociālā fonda atbalsts Kohēzijas politikas fondu ieviešanai un vadībai Centrālajā finanšu un līgumu aģentūrā".

Iekšlietu ministrija piešķirusi finansējumu tikai 2017. un 2018. gadā, to novirzot NEPLP 142 325 *euro* apmērā kā transfertu no Kultūras ministrijas (dotācija no vispārējiem ieņēmumiem) triju dokumentālo filmu (par Valsts policijas, Valsts robežsardzes un Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienesta izveidi un attīstību simts gadu periodā, informējot un izglītojot sabiedrību par šīs jomas vēsturi un mūsdienu notikumiem) uzņemšanai un pārraidīšanai LTV1, LTV7 un portālā Itv.lv.

Arī **Iekšlietu ministrijas** padotības iestādes veica informācijas izplatīšanas funkciju, tam atvēlot salīdzinoši nelielas naudas summas: **Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienests** – 6753 *euro* (LTV1, LTV7, laikrakstam "Zemgales Ziņas") un **Valsts policija** – 2017. gadā 15 730 *euro* kā informatīvi izglītojošas kampaņas "Nedalies ar svešinieku!" reklāmas un sižetu apmaksu SIA "MRS Grupa" (materiāls tika pārraidīts vairākās Latvijas radiostacijās); **Valsts robežsardze** piešķīra 2017. un 2019. gadā 3797 *euro* no pamatbudžeta (dotācija no vispārējiem ieņēmumiem) reklāmai radio un Valsts robežsardzes simtgadei veltītās parādes translācijai.

Izglītības un zinātnes ministrija laikposmā no 2016. gada līdz 2019. gadam piešķirusi finansējumu VSIA "Latvijas Radio" 55 081 *euro* apmērā, citstarp ERAF un ERASMUS projektu ietvaros. Savukārt 2019. gadā 7920 *euro* saņēmusi NEPLP. **Valsts izglītības attīstības aģentūra** sabiedrības informēšanai divu ES fondu projektu ietvaros 2019. gadā paredzējusi 22 990 *euro* finansējumu producentu apvienībai SIA "K2 Production" (informējošu īsfilmu demonstrēšanai LTV1).

Kultūras ministrijas piešķirums plašsaziņas līdzekļiem ir bijis visapjomīgākais:

- Latvijas valsts simtgades programmas finansējums medijiem informēšanas funkcijai no 2015. gada līdz 2019. gadam bijis 2 547 917 *euro*, un tas novirzīts septiņiem saņēmējiem: biedrībai "Ascendum", SIA "Izdevniecība Dienas Mediji", SIA "Latgales reģionālā televīzija", AS "Latvijas Mediji", VSIA "Latvijas Radio", VSIA "Latvijas Televīzija" un SIA "Valmieras TV";
- saskaņā ar Nacionālās identitātes, pilsoniskās sabiedrības un integrācijas politikas pamatnostādņem 2012.–2018. gadam sniegts atbalsts sabiedrisko mediju saturā

daudzveidības un pieejamības nodrošināšanai, kā arī reģionālo mediju satura veidošanai 2014.–2018. gadā 3 659 395 *euro* apmērā. Līdzekļi piešķirti VSIA “Latvijas Radio” (1 873 745 *euro*), portālam lsm.lv (1 429 930 *euro*), elektroniskajiem komercmedijiem (355 720 *euro*). Savukārt diasporas medijiem un portāliem 2018.–2019. gadā kopā piešķirti 41 473 *euro*;

- finansējums kultūras atspoguļošanai radio un TV ietvēra 300 000 *euro* 2018. gadā XXVI Vispārējo latviešu dziesmu un deju svētku translācijām un 2299 *euro* 2016. gadā SIA “Valmieras TV” (sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcijas ietvaros);
- finansējums kultūras atspoguļošanai iknedēļas drukātajiem un/vai interneta kultūras medijiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam bija 426 803 *euro*, lai pildītu valsts pārvaldes uzdevumu – daudzpusīgas kultūras atspoguļošana iknedēļas drukātajos un/vai interneta kultūras medijos. Finansējuma saņēmēji bija SIA “Dienas Mediji” (168 479 *euro*), AS “Latvijas Mediji” (180 705 *euro*) un biedrība “Ascendum” (Satori.lv) (77 619 *euro*).

Labklājības ministrija (turpmāk arī – LM) 2014.–2019. gadā finansējumu piešķirusi galvenokārt reklāmas materiālu izvietošanai un informatīvu kampaņu īstenošanai. Apjomīgākais finansējums šajā periodā sniegts VSIA “Latvijas Televīzija” – 35 624 *euro*, SIA “All Media Latvia” – 29 665 *euro*, izdevniecībai “Rīgas Viļņi” – 20 502 *euro*, kā arī aģentūrām “Adell” – 97 096 *euro*, SIA “MEDIA PROFILE” – 42 217 *euro* un SIA “AGENCY B” – 24 199 *euro*.

Dažādu veidu un apjoma finansējumu plašsaziņas līdzekļiem piešķirušas arī **LM** padotībā esošās iestādes:

- **Sociālās integrācijas valsts aģentūra**, izvietojot un uzturot informāciju dažādos, tostarp reģionālajos, medijos – televīzijās, drukātajos izdevumos, tīmekļvietnēs, portālos –, no 2014. gada līdz 2019. gadam atvēlēja nelielas summas pavisam 30 medijiem un aģentūrām, piemēram, Latvijas Ārstu biedrībai – 155 *euro*, Invalīdu un viņu draugu apvienībai “APEIRONS” – 4100 *euro* u. c.;
- **Valsts bērnu tiesību aizsardzības inspekcija** sniegusi atbalstu videoklipu un informatīvu materiālu par bērnu drošību un aizsardzību izplatīšanai. Apjomīgākais finansējums – 2017. un 2018. gadā 102 005 *euro* – tika piešķirts SIA “TeleBaltics” videoklipu pārraidei ekrānos, kas izvietoti Rīgas pašvaldības SIA “Rīgas satiksme” 712 sabiedriskā transporta vienībās, un 102 439 *euro* piešķirti SIA “PILSĒTAS LĪNIJAS” sociālās reklāmas eksponēšanai 12 mēnešus uz viena Rīgas zemās grīdas tramvaja ārējām virsmām, viena Liepājas tramvaja ārējām virsmām un viena Daugavpils tramvaja ārējām virsmām. Savukārt laikposmā no 2017. gada līdz 2019. gadam finansējumu 280 047 *euro* apmērā saņēma SIA “All Media Latvia” un AS “Latvijas Neatkarīgā Televīzija” videoklipu un baneru pārraidei vairākos privātajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos. VSIA “Latvijas Televīzija” laikposmā no 2014. gada līdz 2018. gadam videoklipu pārraidei saņēma 26 560 *euro*;
- **Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūra** finansējusi informatīvu materiālu izvietošanu un skaidrojošas publikācijas. Apjomīgāko finansējumu 2018. gadā saņēma SIA “Platforma Filma” – 36 300 *euro* un 2019. gadā SIA “PR KVADRĀTS” – 45 316 *euro*. Abos gadījumos norādītas kopējās kampaņas īstenošanas izmaksas, nenodalot izmaksas radio un TV reklāmai;
- **Valsts sociālās aprūpes centrs (VSAC) “Latgale”** piešķīra finansējumu tikai 2014. un 2015. gadā SIA “Ziņas TV” par sižetiem LTV 7 un “Rīga TV 24”. Finansējuma apmērs – 1338 *euro*;
- **VSAC “Zemgale”** sniedza vienu piešķirumu 390 *euro* apmērā 2019. gadā SIA “Media LV”, apmaksājot sižetu LTV 7 par centra darbību.

No **Tieslietu ministrijas** padotībā esošajām iestādēm vienīgi **Patentu valde** 2017. gadā ir noslēgusi līgumu ar SIA “PR KVADRĀTS” par kampaņas cīņai pret intelektuālā īpašuma pārkāpumiem īstenošanu, samaksājot 12 085 *euro*. Tā kā apmaksa tika veikta sabiedrisko attiecību pakalpojumu komersantam, summa, kas sasniegusi medijus, nav zināma.

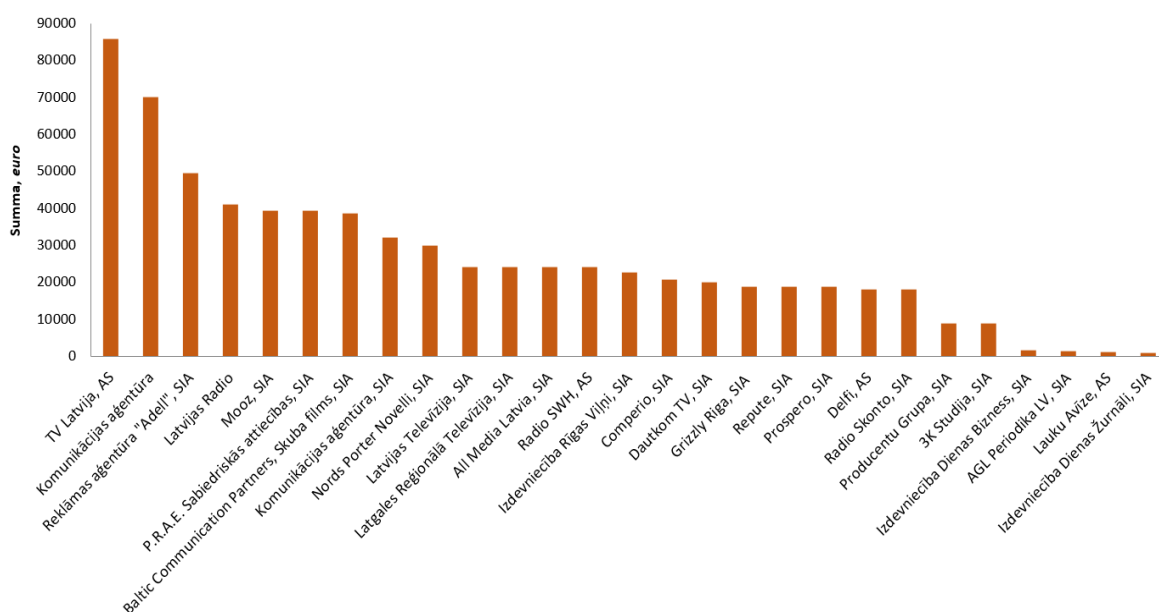
Veselības ministrija (turpmāk arī – VM) finansējumu atvēlēja 2018. un 2019. gadā – kopumā 276 247 *euro*. Piešķirums dažādiem medijiem sniegts pastarpināti, iepirkumā, kura

ietvaros slēgti līgumi (ar personu apvienību "Atkarības speciālistu apvienība", SIA "Adell", SIA "MOOZ", SIA "Stella Terra", SIA "Media House") par noteiktu sabiedrību informējošu vai izglītojošu materiālu sagatavošanu un izvietošanu medijos.

VM tiešo valsts pārvaldes iestāžu piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem no 2014. gada līdz 2019. gadam:

- **Nacionālais veselības dienests** informatīvu kampaņu, izglītojošu materiālu, videoklipu un bukletu sagatavošanai piešķīra finansējumu medijiem 250 120 *euro* kopsummā, galvenokārt pastarpināti, slēdzot līgumus ar dažādām reklāmas un mediju aģentūrām, organizācijām;
- **Slimību profilakses un kontroles centrs** vairāku sabiedrības informēšanas kampaņu un reklāmas aktivitāšu finansēšanai televīzijā, radio, kinoteātros, drukātajos izdevumos un interneta medijos piešķīra 441 956 *euro*, galvenokārt pastarpināti līgumu ietvaros ar dažādām aģentūrām un organizācijām;
- **Valsts asinsdonoru centrs** noslēdza tikai vienu līgumu ar AS "TV LATVIJA" par 4235 *euro* asins donoru kustības popularizēšanai Latvijā.

Otru lielāko līdzekļu apjomu (pēc Kultūras ministrijas) plašsaziņas līdzekļiem ir piešķirusi Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija (turpmāk arī – VARAM). Līdzekļus informatīvu kampaņu rīkošanai, informācijas izvietošanai un reklāmai televīzijā, radio, presē un tīmekļvietnēs saņēmuši plašsaziņas līdzekļi, kā arī dažādas aģentūras (skat. 2. attēlu). 2. attēlā nav ietverts finansējums sabiedrisko attiecību aģentūrai SIA "Communications & Strategies", kas laikposmā no 2017. gada līdz 2019. gadam saņēmusi daudz lielāku finansējumu nekā citi – 2 023 221 *euro*. Publiskajā iepirkumā 2017. gadā VARAM īstenotā projekta "Pakalpojumu sniegšanas un pārvaldības platforma" komunikācijas aktivitātēm minētā aģentūra no ministrijas saņēmusi finansējumu 1 840 000 *euro*. Līgums paredz dažnedažādas aktivitātes, piemēram, stratēģijas un vizuālās identitātes izstrādi un tā dēvēto digitālo aģentu apmācības un koordinēšanu. Piešķirums sabiedriskajām attiecībām un īpaši reklāmai medijos ir neliela daļa no visas summas. Turklāt SIA "Communications & Strategies" 2018. un 2019. gadā saņēma Eiropas Reģionālās attīstības fonda (turpmāk arī – ERAF) projekta finansējumu 93 156 *euro* apmērā kampaņas "Mana Latvija.lv. Dari digitāli!" popularizēšanai, digitālo aģentu piesaistei, kā arī komunikācijas kampaņai "E-adrese – digitālā pastkastīte – vienota un droša saziņa ar valsti!".

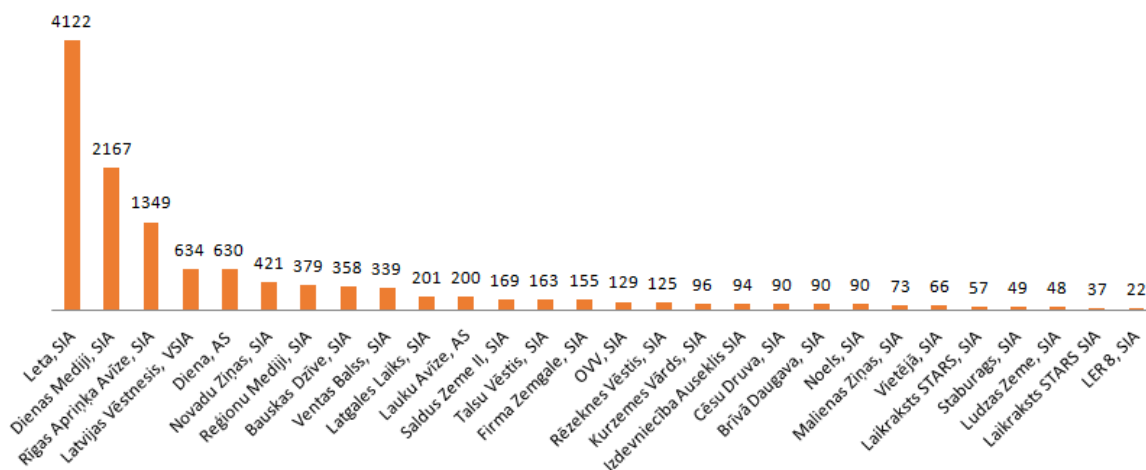


2. attēls. VARAM finansējums plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

Avots: [Informācijas pieprasījums, VARAM, 15.01.2021.](#)

VARAM padotības iestāžu finanšu piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam:

- **Dabas aizsardzības pārvalde** finansējusi divus projektus: 2019. gadā 2950 *euro* piešķirti SIA “Vidzemes televīzija” un 2018. gadā 10 890 *euro* – SIA “TVNET”;
- **Latvijas Nacionālais dabas muzejs** 2014.–2018. gadā sniedzis nelielu piešķirumu SIA “LIBERA” 180 *euro* apmērā, bet informācijas izplatīšanai LR1 – 334 *euro*;
- **Valsts vides dienests** 2016. gadā piešķīra līdzekļus SIA “LETA” (1633 *euro*) infografiku izstrādei Zivju fonda finansētā projekta ietvaros;
- **Latvijas vides aizsardzības fonda administrācija** 2014.–2018. gadā piešķīra kopumā 2 809 430 *euro* dažādiem medijiem visā Latvijā. Dažāda apjoma finansējumu saņēma 50 preses, radio un televīzijas plašsaziņas līdzekļi. Piemēram, biedrība “Latvijas Ornitoloģijas biedrība” un biedrība “Vides Vārds” katra saņēma 231 713 *euro*, bet SIA “Finger Film Production” translācijai LTV1 šajā periodā piešķirti 306 358 *euro*. SIA “Vidzemes televīzija” translācijai televīzijā “ReTV” saņēmusi 78 764 *euro*. Savukārt SIA “KURZEMES VĀRDS” (pārstāv reģionālos laikrakstus “Kurzemnieks”, “Kurzemes Vārds”, “Talsu Vēstis”, “Druva”, “Liesma”, “Saldus Zeme”, “Auseklis”, “Zemgale”, “Stars”) saņēma kopā 19 012 *euro*, bet SIA “Reģionu Mediji” (pārstāv reģionālos laikrakstus “Dzirkstele”, “Ziemeļlatvija”, “Alūksnes Ziņas”, “Bauskas Dzīve”, “Staburags”, “Zemgales Ziņas”, “Kursas Laiks”) saņēma 14 000 *euro*. Kopš 2019. gada finansējums 330 264 *euro* apmērā sniegts 18 medijiem visā Latvijā (citstarp 184 044 *euro* piešķirti 13 preses izdevumiem). To sākotnēji piešķīra **Latvijas vides aizsardzības fonda padome**, bet kopš 2019. gada fonda sekretariāta funkcijas veic **Valsts reģionālās attīstības aģentūra**;
- **Vides pārraudzības valsts birojs** 2014.–2019. gadā sniedzis finansējumu 28 drukātajiem preses izdevumiem visos Latvijas reģionos nolūkā ievietot informāciju laikrakstā. Finansējuma apmērs visbiežāk ir visai neliels un svārstās no 10,89 līdz 951,42 *euro* par vienu projektu (skat. 3. attēlu).



3. attēls. Vides pārraudzības valsts biroja finansējums medijiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

Avots: [Informācijas pieprasījums, VARAM, 15.01.2021.](#)

Zemkopības ministrija (turpmāk arī – ZM) sabiedrības izglītošanas un informēšanas nolūkā par lauksaimniecības, zivsaimniecības un mežsaimniecības aktuālajiem jautājumiem veikusi piešķirumus medijiem, slēdzot līgumus un piešķirot finansējumu konkursa kārtībā no Eiropas Lauksaimniecības fonda lauku attīstībai (ELFLA) un Eiropas Jūrlietu un zivsaimniecības fonda (EJZF) Tehniskās palīdzības (TP) līdzekļiem, lai izpildītu ES tiesību aktos noteiktos Zemkopības ministrijas kā ELFLA un EJZF vadošās iestādes pienākumus sabiedrības informēšanas un komunikācijas jomā

(kopā 182 340 *euro*, tostarp līgumi ar SIA "RADOŠĀ STUDIJA "SAVAI ZEMĪTEI"" – 163 755 *euro*). Sabiedrības izglītošana un informēšana par nozarei būtiskiem un aktuāliem jautājumiem veikta, izmantojot finansējumu arī no Meža attīstības fonda (kopā 102 501 *euro*, piemēram, līgumi ar SIA "Uz Meža Takas" – 70 050 *euro*) un Zivju fonda līdzekļiem (kopā 274 786 *euro*, piemēram, līgumi ar biedrību "Ziemeļu puse" – 50 846 *euro*). **ZM** padotības iestādes "**Lauku atbalsta dienests**" piešķirumi medijiem no 2014. gada līdz 2019. gadam par kopējo summu 43 773 *euro* veikti TV sižetu apmaksai, galvenokārt ES fondu ieguldījumu popularizēšanas nolūkā.

Informāciju par to, ka finansējumu plašsaziņas līdzekļiem sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcijām laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam iestāde nav piešķirusi, sniedza Satiksmes ministrija un tās padotībā esošās valsts tiešās pārvaldes iestādes (tostarp Transporta nelaimes gadījumu un incidentu izmeklēšanas birojs), Tieslietu ministrija, Latvijas institūts (ārlietu ministra pārraudzībā esoša tiešās pārvaldes iestāde), Konkurences padome (EM padotība), valsts aģentūra "Latvijas Nacionālais akreditācijas birojs" (EM padotība), Valsts kase (FM padotība), Iepirkumu uzraudzības birojs (FM padotība) un Izložu un azartspēļu inspekcija (FM padotība), Iekšējās drošības birojs (Iekšlietu ministrijas padotība), Iekšlietu ministrijas Informācijas centrs, Finanšu izlūkošanas dienests (Iekšlietu ministrijas padotība), Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde (Iekšlietu ministrijas padotība), Profesionālās izglītības kompetences centrs "Nacionālā Mākslu vidusskola" (KM padotība), VSAC "Vidzeme" (LM padotība), VSAC "Rīga" (LM padotība), VSAC "Kurzeme" (LM padotība), Nodarbinātības valsts aģentūra (LM padotība), Veselības un darbspēju ekspertīzes ārstu valsts komisija (LM padotība) un Valsts darba inspekcija (LM padotība).

1.1.2. Citu valsts tiešās pārvaldes iestāžu un valsts kapitālsabiedrību plašsaziņas līdzekļiem piešķirtais finansējums

Citu valsts tiešās pārvaldes iestāžu un valsts kapitālsabiedrību, kuras bija sniegušas atbildes Saeimai uz informācijas pieprasījumu, piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam apkopoti 3. pielikumā.

Pārresoru koordinācijas centrs, īstenojot sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkciju, 2017.–2019. gadā apmaksājis komunikācijas aģentūras "A.W.Olsen & Partners" (SIA "PR KVADRĀTS") pakalpojumus sociālo tīklu komunikācijas atbalstam, to īstenojot caur aģentūras sociālo tīklu kontiem. Finansējuma apmērs – 27 970 *euro*.

AS "Augstsprieguma tīkls" piešķiruma mērķis ir bijis sabiedrības informēšana par būtiskākajām elektroenerģijas tirgus attīstības tendencēm, kā arī par elektroenerģijas pārvades sistēmas attīstību un realizētajiem projektiem. Laikposmā no 2015. gada līdz 2019. gadam apmaksāti pakalpojumi par kopējo summu 21 665 *euro*.

AS "Ceļu satiksmes drošības direkcija" (turpmāk – CSDD) norāda, ka plašsaziņas līdzekļiem finansējumu nav piešķirusi, taču ir slēgti līgumi par mediju sniegtajiem pakalpojumiem. **CSDD** sagatavotajā atbildē uz informācijas pieprasījumu atsevišķi ir izdalīti līdzekļi, kas ar Ceļu satiksmes drošības padomes (Ministru kabineta izveidota konsultatīva institūcija, kuras darbības mērķis ir sekmēt vienotas valsts politikas izstrādi un īstenošanu ceļu satiksmes drošības jomā) lēmumu piešķirti sabiedrības informēšanas un izglītošanas sociālajām kampaņām par satiksmes drošības jautājumiem (kopā 1 258 989 *euro*) un **CSDD** medijiem maksātie līdzekļi par sniegtajiem pakalpojumiem – raidlaika nodrošināšanu deleģēto valsts pārvaldes uzdevumu īstenošanai ceļu satiksmes negadījumu profilaksei un autovadītāju informēšanai par ceļu satiksmes drošības jautājumiem (kopā 1 139 066 *euro*). Finansēti televīzijas un radio plašsaziņas līdzekļi, piemēram, VSIA "Latvijas Televīzija", AS "Latvijas Neatkarīgā Televīzija", VSIA "Latvijas Radio", SIA "Vidzemes televīzija", SIA "All Media Latvia", SIA "BALTIJAS MEDIJU REKLĀMA", AS "SUPER FM", SIA "Star FM", AS "RADIO SWH", SIA "RADIO SKONTO" u. c.

AS "Latvenergo" informēja, ka slēgusi piecus līgumus ar VSIA "Latvijas Televīzija" par reklāmas un norāžu raidlaiku audiovizuālajā raidījumā "Gudrs, vēl gudrāks" un līdzdalību spēles

satura veidošanā piecās sezonās (no 2016. gada līdz 2020. gadam) par kopējo summu 145 984 + PVN *euro*.

No **AS "Latvijas valsts meži"** (turpmāk arī – LVM) vislielāko finansējumu saņēmuši šādi plašsaziņas līdzekļi: VSIA "Latvijas Radio" – 58 673 *euro*, VSIA "Latvijas Televīzija" – 50 120 *euro*, SIA "Izdevniecība Dienas Mediji" – 45 897 *euro*, AS "TV LATVIJA" (televīzijas kanāls "Rīga TV 24") – 41 100 *euro*, AS "DELFI" – 41 100 *euro*, SIA "TV3 Latvija" – 23 840 *euro*, AS "DIENA" – 23 801 *euro*.

VAS "Latvijas autoceļu uzturētājs", veicot informācijas izplatīšanas funkciju, aplūkojamajā laikposmā vislielāko finansējumu – 140 489 *euro* – sniedzis SIA "Izdevniecība Dienas Mediji", tostarp 2018. gadā 68 355 *euro* informatīvi izglītojoša publikāciju cikla "Droši uz ceļa" sagatavošanai laikrakstā "Diena" un reģionālajos laikrakstos "Kursas Laiks", "Kurzemnieks", Kurzemes Vārds", "Talsu Vēstis", "Saldus Zeme", "Ventas Balss", "Neatkarīgās Tukuma Ziņas", "Zemgales Ziņas", "Staburags", "Bauskas Dzīve", "Zemgale", "Brīvā Daugava", "Dzirkstele", "Ziemeļlatvija", "Alūksnes Ziņas", "Stars", "Liesma", "Auseklis", "Cēsu Druva", "Ogres Vēstis Visiem", "Ludzas Vēstis", "Ezerzeme", "Latgales Laiks", "Vietējā Latgales Avīze", "Vaduguns" un "Rīgas Apriņķa Avīze". SIA "Ulda Podnieka informācijas un filmu studija" saņēmusi 21 526 *euro*, SIA "Vidzemes televīzija" (kanāls "ReTV") – 6470 *euro*, bet citi mediji – nelielas summas.

VAS "Latvijas gaisa satiksme" no 2017. gada līdz 2019. gadam piešķīrusi finansējumu tikai SIA "Izdevniecība Dienas Mediji", proti, 17 692 *euro*.

VAS "Latvijas Pasts" veikusi divus piešķirumus tikai 2015. gadā "Latvijas Pasta" pakalpojumu plašākam atspoguļojumam. Finansējuma saņēmējs bija SIA "RADOŠĀ STUDIJA "SAVAI ZEMĪTEI"" – 16 940 *euro* un SIA "VIDES FILMU STUDIJA" – 17 545 *euro*.

VAS "Starptautiskā lidosta "Rīga"" laikposmā no 2017. gada līdz 2019. gadam piešķīrusi finansējumu, saņemot publicitātes pakalpojumus. Finansējuma saņēmējs ir SIA "Izdevniecība Dienas Mediji" – 40 141 *euro*, SIA "FREECITY" – 15 000 *euro* un portāls travelnews.lv – 720 *euro*.

AS "Air Baltic Corporation", AS "Pasažieru vilciens", SIA "Rīgas Austrumu klīniskā universitātes slimnīca", Valsts kanceleja, VAS "Latvijas Loto", VSIA "Bērnu klīniskā universitātes slimnīca", VSIA "Rīgas psihiatrijas un narkoloģijas centrs" un VAS "Valsts nekustamie īpašumi" informēja, ka **laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam nav veikušas piešķirumus medijiem sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanai, izmantojot valsts budžeta līdzekļus.**

1.2. Atbalsta programmas un finansējums plašsaziņas līdzekļiem

Valsts atbalstu plašsaziņas līdzekļiem kopš 2014. gada administrē galvenokārt ar **VKKF, SIF un VRAA starpniecību, kā arī to sniedz NEPLP**. Atbalsts tiek sniegts gan plašsaziņas līdzekļiem, gan nevalstiskajām organizācijām, aģentūrām un citām mērķa grupām, kas nodrošina mediju saturu.

1.2.1. Valsts kultūrkapitāla fonda administrētās programmas

VKKF izveidots ar mērķi veicināt līdzsvarotu visu kultūras un mākslas nozaru jaunrades attīstību un kultūras mantojuma saglabāšanu valstī saskaņā ar valsts kultūrpolitikas vadlīnijām. To pārvalda MK apstiprināta padome, kuras sastāvā ir kultūras ministrs, Finanšu ministrijas, Nacionālās kultūras padomes, Radošo savienību padomes un Latvijas Pašvaldību savienības pārstāvji, kā arī katras nozaru ekspertu komisijas priekšsēdētājs. VKKF nosaka gada prioritātes kultūras projektiem, izsludina un organizē projektu konkursus, kā arī sadala fonda līdzekļus kultūras projektu īstenošanai. VKKF ir izveidotas ekspertu komisijas, kas sastāv no attiecīgās kultūras nozares speciālistiem. Tās izvērtē iesniegtos projektus un sniedz VKKF padomei atzinumu par līdzekļu sadalījumu projektu īstenošanai, kā arī pārrauga piešķirto līdzekļu izlietojumu ([Saeima, 2003](#)).

VKKF laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam realizētas vairākas mērķprogrammas, kurās tiešā veidā un pastarpināti finansējumu saņēmuši plašsaziņas līdzekļi, ar tiem saistītas

apvienības, aģentūras u. c. organizācijas (skat. 1. tabulu). Detalizētu atbalstīto projektu uzskaitījumu, kā arī sadalītā finansējuma apmēru katrā mērķprogrammā skat. 4. pielikumā.

1. tabula

VKKF mērķprogrammas, kuru ietvaros laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam sadalīts finansējums plašsaziņas līdzekļiem

Avots: [VKKF, 2021](#)

Gads	Mērķprogramma	Atbalstīto projektu skaits	Piešķirtais finansējums, euro
2014	AS "Latvijas valsts meži" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem	1	65 000
	Latvijai – 100	6	89 500
	Kultūras un mākslas mūžizglītība, radošums un mobilitāte	2	6000
	Kopā	9	160 500
2015	Vizuālās mākslas nozares profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts	1	9000
	Starpdisciplināru profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts	1	12 000
	AS "Latvijas valsts meži" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem	1	8000
	Latvijai – 100	3	14 000
	Valstiski nozīmīgi kultūras pasākumi	3	121 000
	Raiņa un Aspazijas gads	4	31 284
	Kopā	13	195 284
2016	Vizuālās mākslas nozares profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts	1	18 840
	Amatierteātris	1	700
	Starpdisciplināru profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts	2	27 000
	Latvijai – 100	9	106 000
	Valstiski nozīmīgi pasākumi	2	70 000
	Atbalsts medijiem Latgales plānošanas reģionā	9	118 462
	Mikrobudžeta filmu ražošana	4	72 750
	Kopā	28	413 752
2017	Vizuālās mākslas nozares profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts	1	22 000
	Starpdisciplināru profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts	1	10 000
	Latvijai – 100	8	117 000
	Valstiski nozīmīgi pasākumi	3	116 700
	Atbalsts medijiem Latgales plānošanas reģionā	11	166 362
	Mikrobudžeta filmu ražošana	2	60 000
	Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai	16	470 000
	Kopā	42	962 062
2018	Vizuālās mākslas nozares profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts	2	30 000
	Starpdisciplināru profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts	2	22 000
	AS "Latvijas valsts meži" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem	1	8000
	Latvijai – 100	4	65 000
	Valstiski nozīmīgi kultūras pasākumi	2	100 000
	AS "Latvenergo" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem	3	208 434

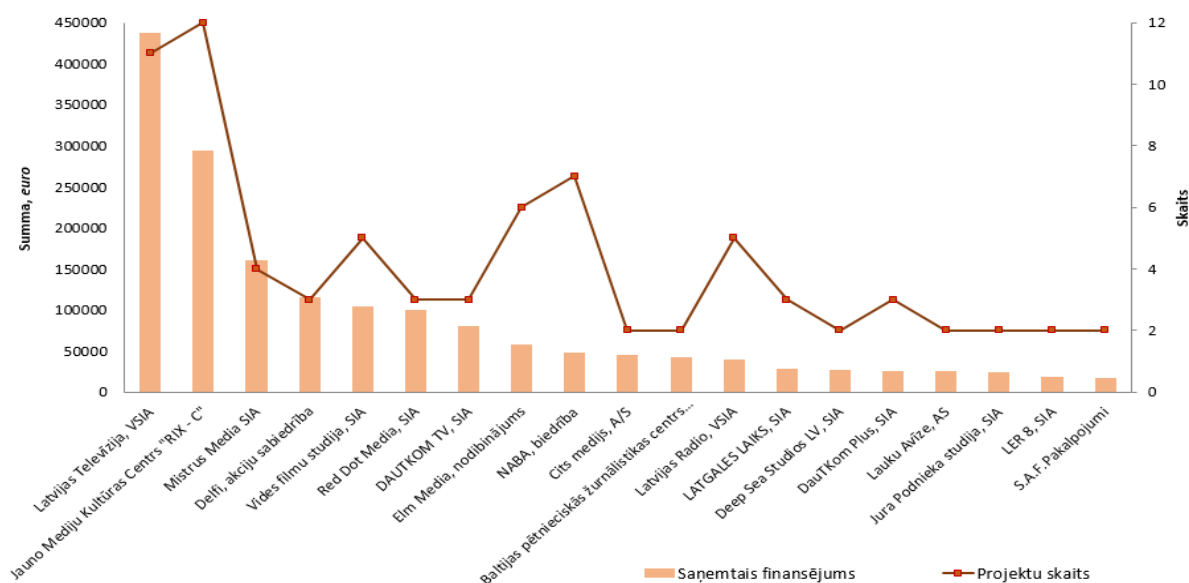
Gads	Mērķprogramma	Atbalstīto projektu skaits	Piešķirtais finansējums, euro
	Neakadēmiskās mūzikas atbalsts	1	7480
	Kopā	15	440 914
2019	Vizuālās mākslas nozares profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts	1	22 000
	Latviešu oriģinālmūzika	1	1000
	Starpdisciplināru profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts	1	8000
	AS "Latvijas valsts meži" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem	1	15 000
	Latvijai – 100	2	27 000
	Valstiski nozīmīgi pasākumi	3	79 000
	AS "Latvenergo" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem	1	11 000
	Kopā	10	163 000

Starp īstenotajām mērķprogrammām mēroga dēļ ir izceļama programma **"Latvijai – 100"**, kas tika realizēta no 2014. gada līdz 2019. gadam. Tajā atbalstu saņēma 31 projekts, un finansējums 398 500 euro apmērā piešķirts 22 mediju organizācijām.

Mērķprogrammā **"Valstiski nozīmīgi pasākumi"** no 2015. gada līdz 2019. gadam atbalstīti 13 projekti un četras mediju organizācijas. Kopējais finansējuma apmērs bija 486 700 euro. Lielākie finansējuma saņēmēji bija VSIA "Latvijas Televīzija" un biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C".

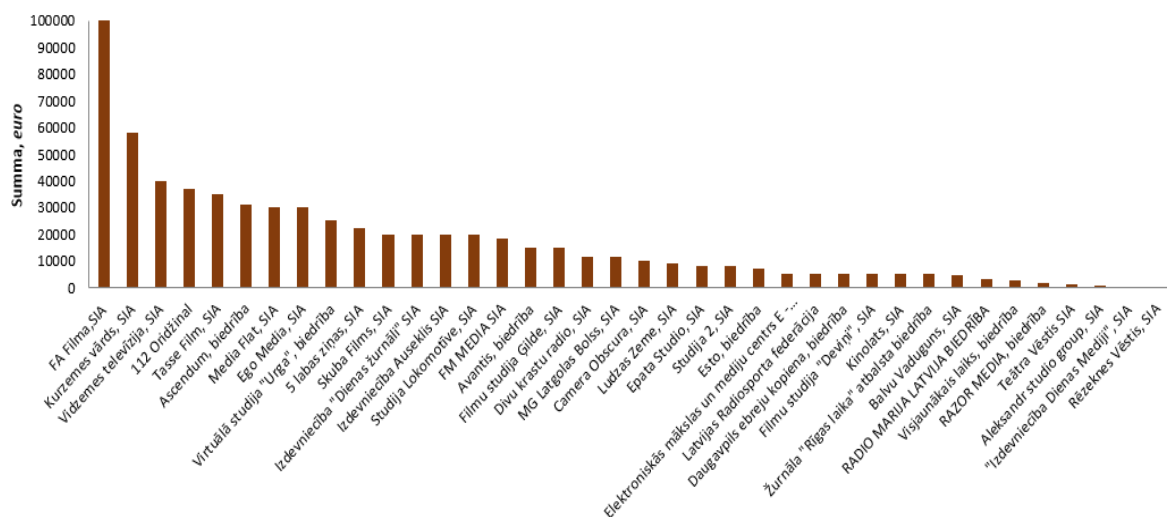
2016. un 2017. gadā īstenotajā programmā **"Atbalsts medijiem Latgales plānošanas reģionā"** atbalstīti 20 projekti, sadalot finansējumu 14 mediju organizācijām. Kopējais programmas finansējums bija 284 824 euro. 2017. gadā tika izveidota īpaši plašsaziņas līdzekļiem paredzēta mērķprogramma **"Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai"**, kurā atbalstīti 16 projekti un 11 mediju organizācijas. Programmas kopējais finansējums bija 470 000 euro, un tās mērķis bija atbalstīt medijus sabiedriski nozīmīga satura veidošanā un nacionālās kultūrtelpas stiprināšanā latviešu valodā, atbalstot nekomerciālas, sabiedriski nozīmīgas žurnālistikas radišanu medijos, kuras uzdevumi ir stiprināt Satversmē noteiktās vērtības, valstisko apziņu, latvisko kultūrtelpu, kritisko domāšanu, veicināt mediju atbildīgumu un kvalitāti, kā arī sabiedrības saliedētību uz latviešu valodas pamata ceļā uz Latvijas valsts simtgadi, neatkarīgi no medija veida un izmantotās platformas, vienlaikus nodrošinot demarkāciju ar sabiedrisko pasūtījumu ([Informācijas pieprasījums, KM, 18.01.2021.](#)). **Iepriekšējos gados izveidotās mērķprogrammas mediju atbalstam "Atbalsts medijiem Latgales plānošanas reģionā" un "Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai" 2018. un 2019. gadā vairs netika realizētas.**

Apjomīgāko finansējumu mediju organizācijas no VKKF saņēmušas 2017. gadā, proti, 576 562 euro. Tika atbalstīti 24 mediju projekti, kas ir lielākais atbalstīto projektu skaits laikposmā no 2014. līdz 2019. gadam. **Kopš 2017. gada atbalstīto projektu skaits un finansējuma apmērs ir ievērojami sarucis – 2019. gadā atbalstīti tikai 10 mediju projekti, sadalot 51 000 euro.** Turklāt var konstatēt, ka ir mediju organizācijas un sabiedrisko attiecību aģentūras, kas finansējumu saņēmušas biežāk un atkārtoti, piemēram, VSIA "Latvijas Televīzija", biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C" (skat. 4. attēlu), taču vairākums, piemēram, reģionālie plašsaziņas līdzekļi, ir saņēmuši tikai atsevišķus piešķirumus un salīdzinoši nelielā apmērā (skat. 5. attēlu).



4. attēls. VKKF finansējuma apmērs tādiem saņēmējiem, kuriem finansēta vismaz divu projektu realizācija laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

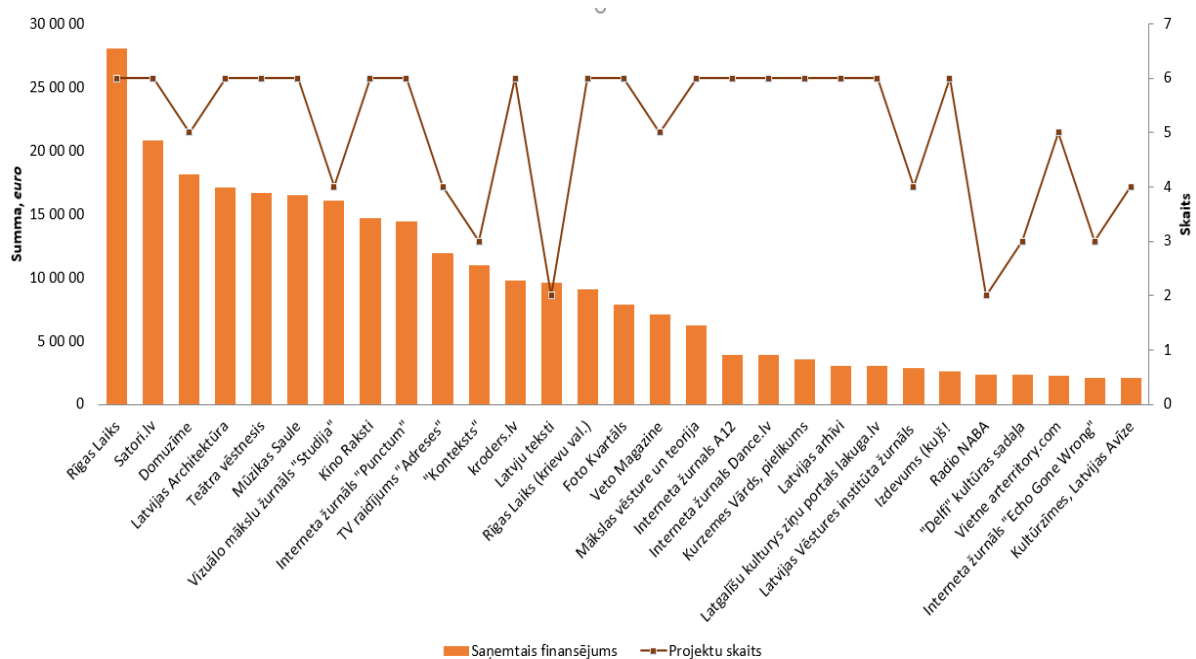
Avots: [VKKF, 2021](#)



5. attēls. VKKF finansējuma apmērs tādiem saņēmējiem, kuriem finansēta viena projekta realizācija laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

Avots: [VKKF, 2021](#)

2014.–2019. gadā VKKF 2 828 168 euro finansējumu regulāro projektu konkursu ietvaros piešķīra kultūras medijiem, periodikas izdevumiem, atsevišķu tēmu pārraidei vai publikācijām dažādās kategorijās: kategorijā "Literatūra" finansēti astoņi saņēmēji; "Mūzikas un dejas māksla" – četri; "Teātra māksla" – divi; "Filmu māksla" – trīs; "Vizuālā māksla" – astoņi; "Kultūras mantojums" – pieci; "Tradicionālā kultūra" – trīs; "Dizains un arhitektūra" – pieci; "Starpnozaru un starpdisciplināri projekti" – 17 saņēmēji. Pētījumā aplūkotajā sešu gadu periodā vairāki plašsaziņas līdzekļi konkursā finansējumu ieguva katru gadu (skat. 6. attēlu).



6. attēls. VKKF finansējums plašsaziņas līdzekļiem, kas saņēmuši finansējumu virs 20 tūkstošiem euro, un sekmīgās dalības reižu skaits konkursos laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

Avots: [Informācijas pieprasījums, KM, 18.01.2021.](#)

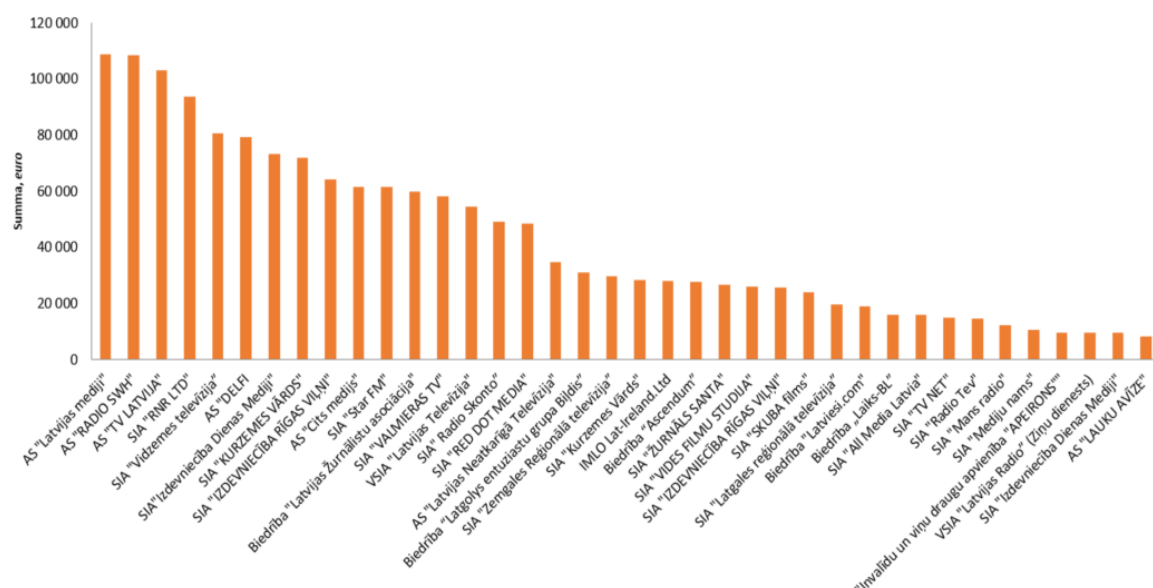
1.2.2. Sabiedrības integrācijas fonda administrētās programmas

SIF, kas administrē un pārvalda Mediju atbalsta fonda līdzekļus, ir publisks nodibinājums, kurš izveidots 2001. gadā saskaņā ar Sabiedrības integrācijas fonda likumu. Nodibinājuma mērķis ir finansiāli atbalstīt un veicināt sabiedrības integrāciju ([Saeima, 2001](#)). SIF atbalsta arī publiskā un nevalstiskā sektora attīstības programmu un projektu īstenošanu.

2017. gadā SIF realizēja valsts budžeta programmu **"Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai latviešu valodā diasporai, mazākumtautībām un personām ar invaliditāti"**. Tās mērķis bija atbalstīt sabiedriski nozīmīga satura veidošanu un atspoguļošanu medijos un veicināt mediju atbildīgumu un sniegto ziņu kvalitāti jautājumos, kas saistīti ar Latvijas diasporu, Latvijā dzīvojošām mazākumtautībām un personām ar invaliditāti, stiprinot Satversmē noteiktās vērtības, valstisko apziņu, latvisko kultūrtelpu un kritisko domāšanu. Vienlaikus programmas īstenošanas nolūks bijis veicināt mediju atbildīgumu un kvalitāti, kā arī sabiedrības saliedētību uz latviešu valodas pamata ceļā uz Latvijas simtgadi neatkarīgi no medija veida un izmantotās platformas. Tās kopējais plānotais finansējums projektiem bija 161 700 euro. Programmā atbalstīti 11 projekti ([Informācijas pieprasījums, SIF, 26.03.2021.](#)).

Savukārt 2018. gadā mediju darbībai atbalsts ar kopējo valsts budžeta finansējumu 742 659 euro tika sniegts, īstenojot programmu **"Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai un nacionālās kultūrtelpas stiprināšanai latviešu valodā"**. Tās mērķis bija atbalstīt plašsaziņas līdzekļus sabiedriski nozīmīga satura veidošanā un stiprināt nacionālo kultūrtelpu latviešu valodā, atbalstot nekomerciālas, sabiedriski nozīmīgas žurnālistikas radīšanu medijos, kuras uzdevumi ir stiprināt Satversmē noteiktās vērtības, valstisko apziņu, latvisko kultūrtelpu, kritisko domāšanu, veicināt mediju atbildīgumu un kvalitāti, kā arī sabiedrības saliedētību uz latviešu valodas pamata Latvijas simtgadē. Tajā atbalstīti 34 projekti. Programma **"Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai un nacionālās kultūrtelpas stiprināšanai latviešu valodā"** tika īstenota arī 2019. gadā ar kopējo finansējumu 742 659 euro ([Informācijas pieprasījums, SIF, 26.03.2021.](#)). Tās ietvaros atbalstu saņēma 29 projekti (skat. 5. pielikumu).

Laikposmā no 2017. līdz 2019. gadam atbalstu minētajās trijās programmās saņēma 38 mediji un mediju organizācijas (skat. 7. attēlu).



7. attēls. SIF finansējums plašsaziņas līdzekļiem trijās programmās sabiedriski nozīmīga satura veidošanai laikposmā no 2017. gada līdz 2019. gadam

Avots: [Informācijas pieprasījums, KM, 18.01.2021.](#)

Savukārt 2021. gadā no MAF līdzekļiem paredzēts īstenot trīs atbalsta programmas, sadalot 1 364 087 euro. Salīdzinot ar 2020. gadu, finansējuma palielinājums paredzēts gan nacionālajiem medijiem (par 94 042 euro), gan reģionālajiem medijiem – par 81 447 euro ([Informācijas pieprasījums, KM, 18.01.2021.](#)).

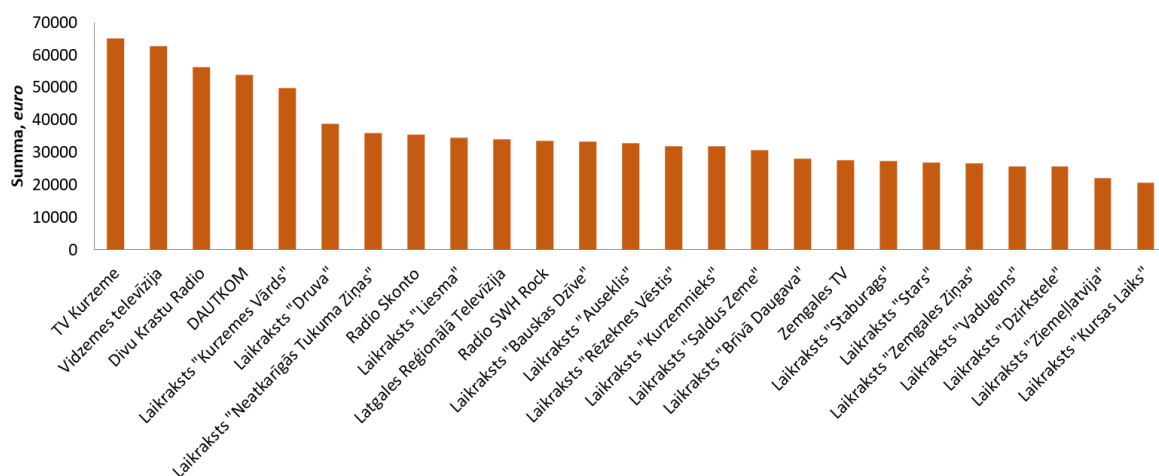
1.2.3. Valsts reģionālās attīstības aģentūras administrētās programmas

VARAM padotībā esošā **VRAA** 2017. gadā administrēja **Reģionālo un vietējo mediju atbalsta programmu** ar mērķi atbalstīt reģionālos un vietējos komerciālos medijus sabiedriski nozīmīga satura veidošanā un nacionālās kultūrtelpas stiprināšanā latviešu valodā, atbalstot nekomerciālas, sabiedriski nozīmīgas žurnālistikas radīšanu medijos, kuras uzdevumi ir stiprināt Satversmē noteiktās vērtības, valstisko apziņu, latvisko kultūrtelpu, kritisko domāšanu, veicināt mediju atbildīgumu un kvalitāti, kā arī sabiedrības saliedētību uz latviešu valodas pamata ceļā uz Latvijas simtgadi. Programmas kopējais finansējums medijiem bija 285 000 euro, no tā reģionālo un vietējo preses izdevumu atbalstam tika paredzēti 70 procenti, reģionālo un vietējo audiālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu atbalstam – 15 procenti un reģionālo un vietējo audiovizuālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu atbalstam – 15 procenti ([VRAA, 2017](#)).

Savukārt 2018. un 2019. gadā **VRAA** finansējuma mērķis bija atbalsts:

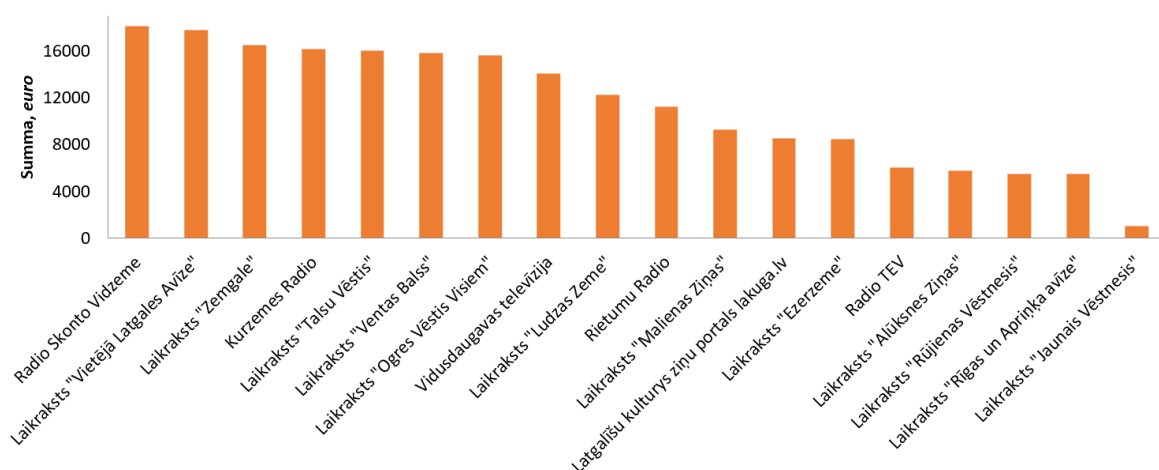
- projektiem, kas vērsti uz Latvijas sabiedrībai, reģionālajai vai vietējai kopienai nozīmīgu notikumu aktualizāciju un to ietekmes padziļinātu skaidrojumu;
- projektiem, kas nodrošina sabiedrības izglītošanu par Latvijas simtgadi, tās procesiem un norisēm un veicina piederības izjūtu Latvijai;
- pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas projektiem, kas nodrošina medija spēju veikt padziļinātu izpēti un analīzi par sabiedriski nozīmīgiem jautājumiem (jo īpaši, bet ne tikai saistībā ar valsts drošības apdraudējumu un ārējo ietekmi uz valsts sabiedriski politiskajiem procesiem, jo īpaši Saeimas vēlēšanām, kā arī organizēto noziedzību). ([Informācijas pieprasījums, VARAM, 15.01.2021.](#)).

Laikposmā no 2017. gada līdz 2019. gadam atbalstīti 107 projekti visos Latvijas reģionos 45 preses, radio un televīzijas medijos 1 094 054 *euro* kopsummā (skat. 8. un 9. attēlu)



8. attēls. VRAA atbalstu saņēmušie plašsaziņas līdzekļi (prese, radio un televīzija), kuru saņemtais finansējums laikposmā no 2017. līdz 2019. gadam pārsniedz 20 tūkstošus *euro*

Avots: [Informācijas pieprasījums, VARAM, 15.01.2021.](#)



9. attēls. VRAA atbalstu saņēmušie plašsaziņas līdzekļi (prese, radio un televīzija), kuru saņemtais finansējums laikposmā no 2017. gada līdz 2019. gadam nepārsniedz 20 tūkstošus *euro*

Avots: [Informācijas pieprasījums, VARAM, 15.01.2021.](#)

1.2.4. Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes administrētais finansējums

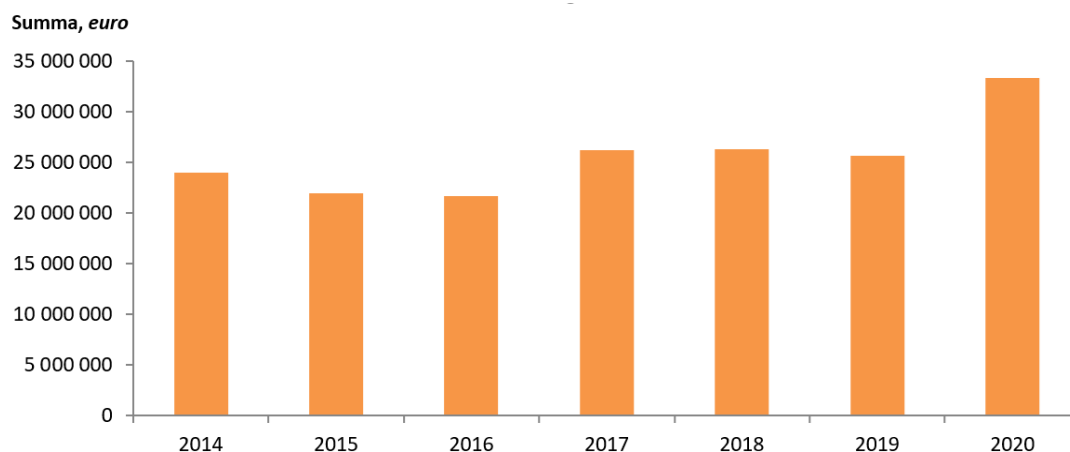
NEPLP bija vienīgā institūcija valstī, kurai bija kompetence un pilnvaras sabiedriskā pasūtījuma noteikšanai. Pēc Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (turpmāk arī – SEPLP) izveides šī kompetence atrodas SEPLP pārziņā ([Saeima, 2020](#)).

NEPLP administrē ikgadējo budžeta dotāciju un specifiskās situācijās – arī finansējumu neparedzētiem gadījumiem. Komercedijiem ir pieejams budžeta ikgadējais piešķirums, kas tiek sadalīts konkursu kārtībā kā sabiedriskais pasūtījums, un pērn pirmo reizi vairāk nekā miljons *euro* no līdzekļiem neparedzētiem gadījumiem tika sadalīts arī komercedijiem. Daļu no sabiedriskā

pasūtījuma (15 procentus) līdz 2021. gada 1. janvārim, kad spēkā stājās grozījumi Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā, bija iespējams nodot komerciālajiem medijiem ([Saeima, 2010](#)). Zināmā mērā par atbalstu var uzskatīt arī bezmaksas zemes apraidi (pašlaik tajā ir pieejamas četri televīzijas kanāli – “SPORTA CENTRS”, “ReTV”, “TV LATVIJA”, “Rīga TV 24” un “TV 4” ([MK, 2018](#)).

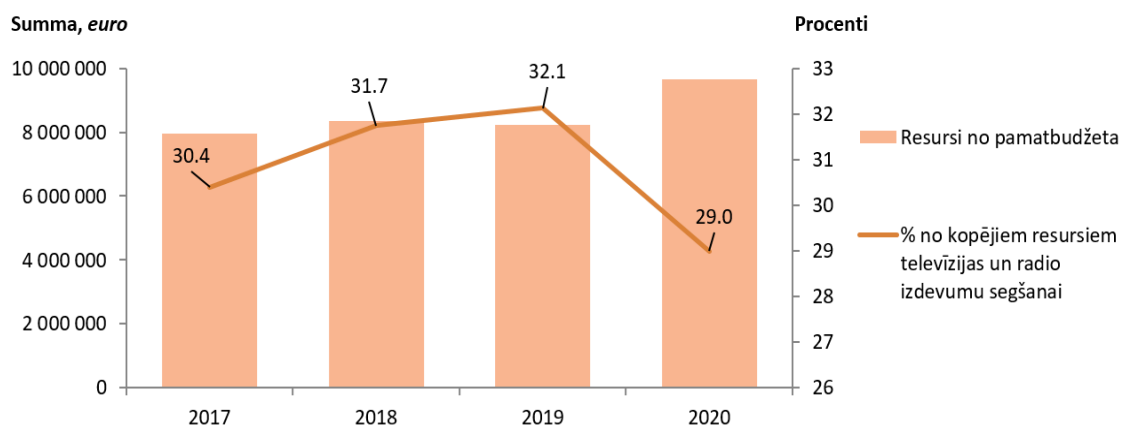
Papildu sabiedriskā pasūtījuma sabiedriskajiem un arī komercmedijiem realizēšanai NEPLP organizēja projektu konkursus komerciālajām televīzijām, komerciālajiem un nekomerciālajiem radio (skat. 6. pielikumā) sabiedrībai nozīmīgas informācijas apraides un sižetu veidošanas nodrošināšanai.

Finansējums televīzijai un radio no pamatbudžeta kopš 2014. gada kopumā ir palielinājies, it īpaši 2020. gada budžetā (skat. 10. attēlu). Šajā periodā ir mainījusies pamatbudžeta izdevumu resursu sadalījuma struktūra programmai “Radio un televīzija”. Salīdzinot sabiedrisko un komerciālos medijus, jāsecina, ka valsts finansējums izdevumu segšanai skaitliskā izteiksmē ir ievērojami pieaudzis VSIA “Latvijas Radio” (skat. 11. attēlu) un VSIA “Latvijas Televīzija” (skat. 12. attēlu), taču samazinājies komerciālajām televīzijām un radio (skat. 13. attēlu). Jāatzīmē, ka finansējuma īpatsvars 2020. gadā no kopējās pamatbudžetā izdalītās summas gan sabiedriskajai televīzijai un radio, gan komercotelevīzijai un radio ir samazinājies par labu resursu apjomam izdevumu segšanai televīzijām un radio neparedzētiem gadījumiem (skat. 14. attēlu).



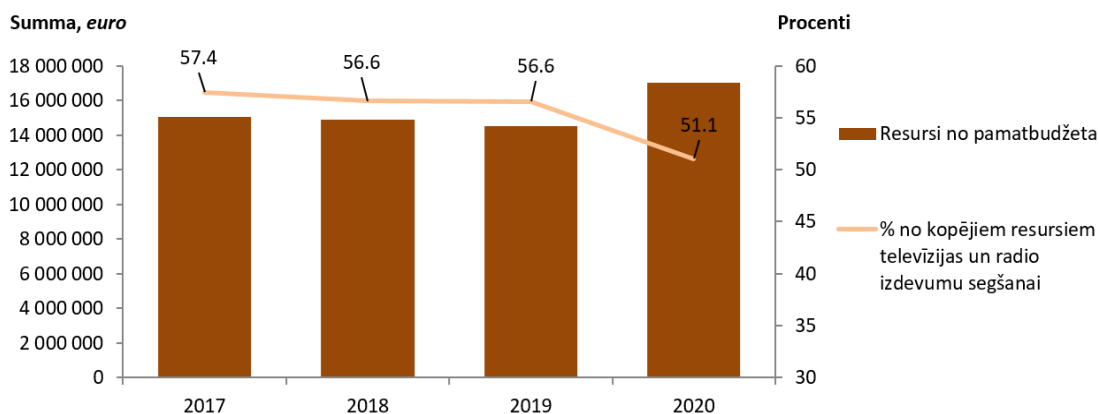
10. attēls. Resursi izdevumu segšanai televīzijai un radio no pamatbudžeta valsts pamatfunkciju īstenošanai

Avots: [Valsts kase, 2021a](#)



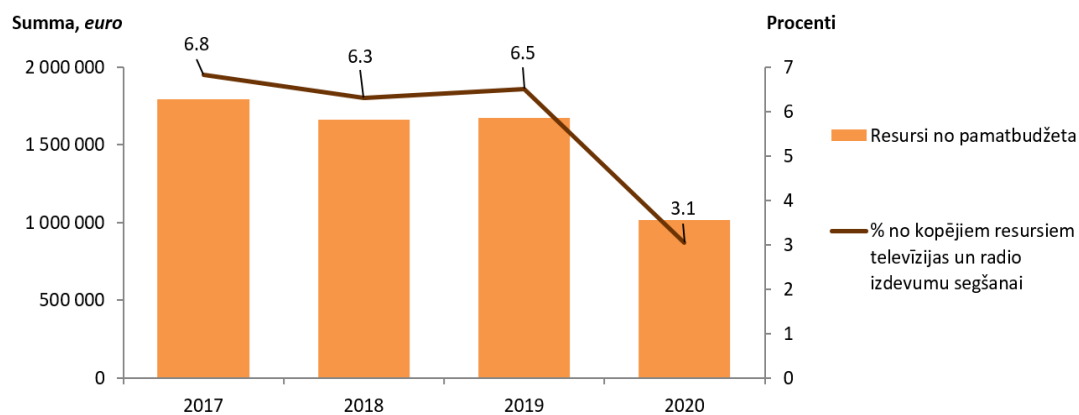
11. attēls. Resursi izdevumu segšanai Latvijas Radio programmu veidošanai un izplatīšanai un to īpatsvars no kopējā finansējuma televīzijas un radio izdevumu segšanai

Avots: [Valsts kase, 2021a](#)



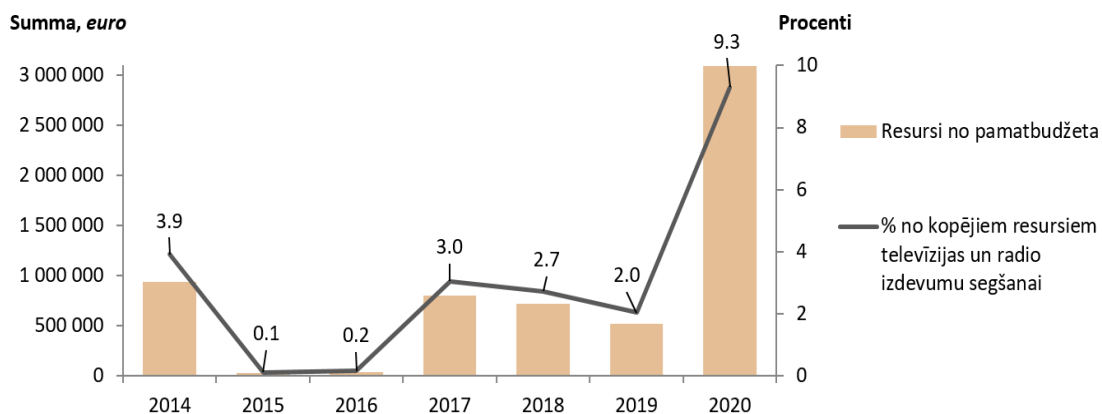
12. attēls. Resursi izdevumu segšanai Latvijas Televīzijas programmu veidošanai un izplatīšanai un to īpatsvars no kopējā finansējuma televīzijas un radio izdevumu segšanai

Avots: [Valsts kase, 2021a](#)



13. attēls. Resursi izdevumu segšanai komerciālajām televīzijām un radio un to īpatsvars no kopējā finansējuma televīzijas un radio izdevumu segšanai

Avots: [Valsts kase, 2021a](#)



14. attēls. Resursi izdevumu segšanai televīzijām un radio neparedzētiem gadījumiem un to īpatsvars no kopējiem resursiem televīzijas un radio izdevumu segšanai

Avots: [Valsts kase, 2021a](#)

2020. un 2021. gadā ir būtiski mainījusies sadalījuma struktūra valsts pamatbudžeta izdevumiem programmai “Radio un televīzija” (skat. 2. tabulu). Pavisam no valsts budžeta plašsaziņas līdzekļiem 2020. gadā radio un televīzijai izlietoti 33,8 miljoni *euro*, bet 2021. gadā to kopējie izdevumi plānoti 40 miljonu *euro* apmērā, kā arī nav plānoti līdzekļi neparedzētiem gadījumiem. Izdevumi resursiem komerciālajai televīzijai un radio ir tikai nedaudz palielināti, taču vairs nav iekļauti līdzekļi neparedzētiem gadījumiem.

2. tabula

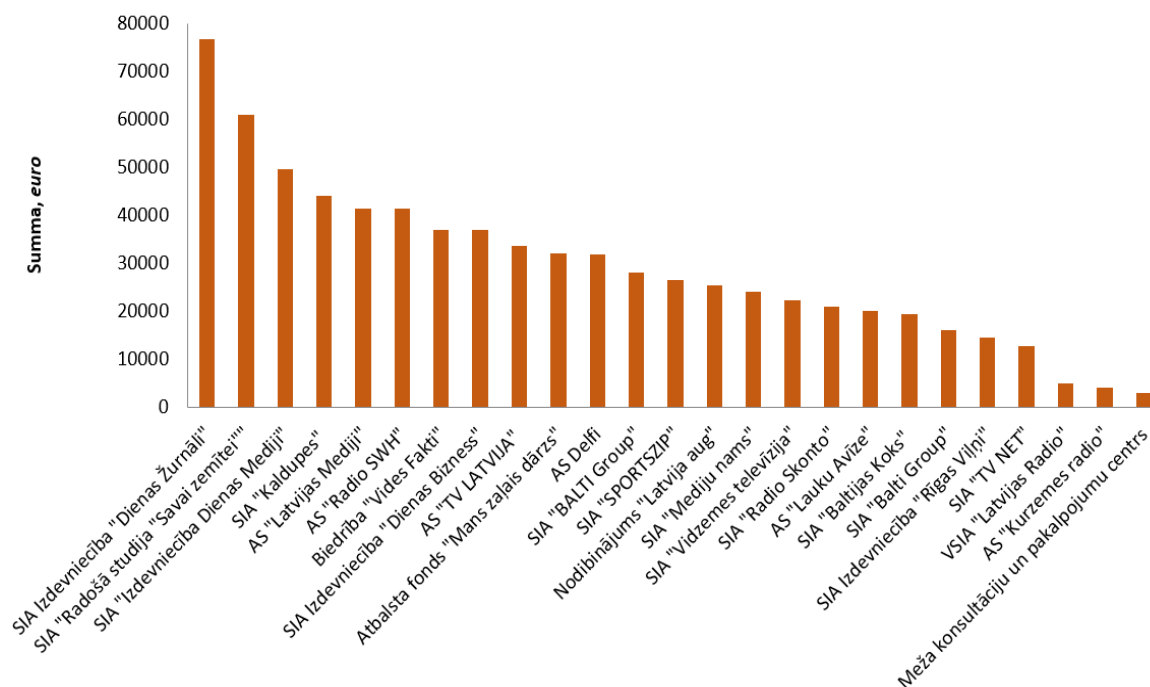
Pamatbudžeta izdevumi programmai “Radio un televīzija” 2020. un 2021. gadā

Avots: [Valsts kase, 2021b](#)

Gads	2020		2021	
	Summa <i>euro</i>	% no kopējiem izdevumiem	Summa <i>euro</i>	% no kopējiem izdevumiem
Izdevumu veids				
Nozares vadība	829 901	2,5	945 498	2,4
VSIA “Latvijas Radio” programmu veidošana un izplatīšana	9 788 445	28,9	12 193 497	30,5
VSIA “Latvijas Televīzijas” programmu veidošana un izplatīšana	16 996 403	50,2	23 707 480	59,2
Komerčiālās televīzijas un radio	1 053 403	3,1	1 378 403	3,4
Galalietotājiem bez maksas izplatāmo programmu sarakstā iekļauto televīzijas programmu izplatīšana	1 743 324	5,2	1 800 000	4,5
Līdzekļu neparedzētiem gadījumiem izlietojums	3 430 817	10,1	0	-

1.2.5. Meža attīstības fonda finansējums

Zemkopības ministrijas Meža attīstības fonda līdzekļi ([ZM, 2021](#)) ir paredzēti medijiem izglītības, zinātnes un vides attīstībai, pamatojoties uz 2011. gada 29. decembra Zemkopības ministrijas rīkojumu Nr. 197 “Par dāvinājumu (ziedojumu) Meža attīstības fondam izlietojumu, sadali un administrēšanu”. Fonda finanšu līdzekļus veido valsts budžeta dotācija no vispārējiem ieņēmumiem, juridisko un fizisko personu ziedojumi, kā arī ārvalstu palīdzība. Fonda turētājs ir Zemkopības ministrija. Fonda finanšu līdzekļus administrē un uzrauga Lauku atbalsta dienests. Starp fonda mērķprogrammām ir arī “Sabiedrības informēšanas pasākumi un meža īpašnieku izglītošanas un apmācības programmas”, kuru ietvaros kopš 2016. gada tiek finansēta publikāciju, kā arī televīzijas un radio raidījumu gatavošana periodiskajos un elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos (skat. 15. attēlu).



15. attēls. Meža attīstības fonda mērķprogrammas “Sabiedrības informēšanas pasākumi un meža īpašnieku izglītošanas un apmācības programmas” finansējuma saņēmēji laikposmā no 2016. gada līdz 2019. gadam

Avots: [Informācijas pieprasījums, AS “Latvijas valsts meži”, 15.01.2021.](#)

1.2.6. Atbalsts drukātās preses piegādei

Jautājums par plašsaziņas līdzekļu pieejamību patērētājiem ir saistīts arī ar preses izdevumu pieejamību, patērētāju lasīšanas paradumiem, preses izdevumu cenām un saņemšanas iespējām. Lai gan drukātās preses izmantošana samazinās, vadošajās pozīcijās izvirzoties elektroniskajai formai, joprojām noteikta sabiedrības daļa labprāt abonē laikrakstus un žurnālus (skat. [2.1.4. sadaļu](#)).

Valstī ir izveidots finansiāla atbalsta mehānisms, kas nodrošina to, ka liela daļa abonētās preses (laikraksti un žurnāli) piegādes izmaksu tiek dotēta no valsts budžeta. Lai gan tas ir vēl viens atbalsta veids drukātajiem preses izdevumiem ([Intervija, KM, 14.01.2021.](#)), ir konstatētas dažas problēmas preses izdevumu piegādes izmaksu atbalsta mehānismā ([Informācijas pieprasījums, VAS “Latvijas Pasts”, 19.01.2021.](#)).

Preses izdevēji neapmaksā preses piegādātājiem VAS “Latvijas Pasts” preses piegādes izmaksas gala saņēmējiem pilnā apmērā. Šīs izmaksas saskaņā ar MK 2013. gada 19. jūnija noteikumos Nr. 292 “Noteikumi par abonēto preses izdevumu piegādes pakalpojumu cenām” (turpmāk – MK noteikumi Nr. 292) minētajām fiksētajām cenām sedz daļēji, proti, tiek maksāts par preses izdevuma vienības šķirošanu, pārvadāšanu un piegādi ([MK, 2013](#)). Atbilstoši Pasta likumā ([Saeima, 2009](#)) noteiktajam VAS “Latvijas Pasts” tiek kompensēta atlikusī preses piegādes izmaksu daļa. Tā kā MK noteikumos noteiktās izmaksas nav balstītas uz šā pakalpojuma patiesajām izmaksām, tad, sniedzot abonēto preses izdevumu piegādes ikdienas pakalpojumus, “Latvijas Pastam” rodas ievērojami zaudējumi (skat. 3. tabulu). VAS “Latvijas Pasts” ir grūtības ar finanšu plūsmu, jo zaudējumi, kas radušies, piegādājot abonētos preses izdevumus, tiek kompensēti ilgākā laikposmā (atbilstoši Pasta likumā noteiktajam – daļu apmaksā kārtējā gada otrajā pusgadā, bet otro maksājumu veic nākamajā gadā pēc auditētā ziņojuma iesniegšanas Satiksmes ministrijai ([Saeima, 2009](#))). Šo situāciju varētu risināt, VAS “Latvijas Pasts” saņemot avansa maksājumus abonēto preses izdevumu piegādes pakalpojuma finansēšanai.

VAS "Latvijas Pasts" ieņēmumi un izdevumi abonēto laikrakstu un žurnālu piegādei
2014.–2019. gadā

Avots: [Informācijas pieprasījums, LP, 19.01.2021.](#)

Gads	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ieņēmumi un izdevumi, euro						
Ieņēmumi*	3 249 410	3 004 289	2 883 812	2 847 324	2 744 726	2 687 168
<i>Ieņēmumi – pilsētas</i>	975 470	898 555	878 160	973 718	1 024 074	1 094 933
<i>Ieņēmumi – lauku teritorijas</i>	2 273 940	2 105 734	2 005 652	1 873 606	1 720 652	1 592 236
Izmaksas kopā	8 553 786	7 667 665	7 651 506	7 779 806	8 622 178	8 984 149
<i>Izmaksas – pilsētas</i>	2 759 573	2 203 447	2 467 654	2 699 473	3 181 890	3 562 694
<i>Izmaksas – lauku teritorijas</i>	5 794 213	5 464 218	5 183 852	5 080 333	5 440 289	5 421 455
Zaudējumi**	-5 304 376	-4 663 376	-4 767 694	-4 932 482	-5 877 452	-6 296 981
<i>Zaudējumi – pilsētas</i>	-1 784 103	-1 304 893	-1 589 494	-1 725 755	-2 157 815	-2 467 761
<i>Zaudējumi – lauku teritorijas</i>	-3 520 273	-3 358 484	-3 178 200	-3 206 727	-3 719 637	-3 829 220
Skaitis, gab.	27 131 341	25 310 607	24 112 359	23 326 163	22 312 998	21 858 455
<i>Skaitis – pilsētas</i>	6 246 000	5 783 898	5 527 686	6 171 060	7 526 618	7 932 242
<i>Skaitis – lauku teritorijas</i>	20 885 341	19 526 709	18 584 673	17 155 103	14 786 380	13 926 213

* Preses izdevēju samaksa VAS "Latvijas Pasts" atbilstoši MK noteikumiem Nr. 292.

** Summa, kas atbilst pieprasītajam kompensācijas apmēram.

2. Plašsaziņas līdzekļiem piešķirtā finansējuma ieguldījums plašsaziņas līdzekļu plurālisma, satura kvalitātes un sabiedrības noturības pret hibrīdapdraudējumiem veicināšanā

Latvijā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums nosaka: “**Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, kuru galvenais uzdevums ir sabiedriskā pasūtījuma programmu veidošana un izplatīšana un pakalpojumu sniegšana**” ([Saeima, 2010](#)). Citu sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības principi, tostarp tas, ka tie ir brīvi no politiskās, ekonomiskās, atsevišķu interešu grupu un citādas iejaukšanās to darbībā, kā arī ir neatkarīgi, ir reglamentēti Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumā ([Saeima, 2020](#)). Tajā ir noteiktas arī konkrētas prasības attiecībā uz saturu, kādu šie mediji izplata. Jāuzsver, ka šajā likumā definētie principi sasaucas ar plašsaziņas līdzekļu jomas lietpratēju viedokļiem par sabiedrisko mediju kvalitatīvu darbību. Likumā ietverti minētie principi un noteikts, ka sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi:

- attiecībā uz mediju plurālismu – “sadarbojas ar komerciālajiem un nekomerciālajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, kā arī citiem masu informācijas līdzekļiem un respektē to nozīmi demokrātiska plurālisma nodrošināšanā Latvijas informatīvajā telpā”;
- attiecībā uz hibrīdapdraudējuma novēršanu – “veicina medijpratību – indivīdu spēju orientēties mainīgajā informatīvajā telpā, masu informācijas līdzekļu daudzveidībā, identificēt ar to saistītos riskus, apdraudējumus un iespējas” ([Saeima, 2020](#)).

Likumi neizvirza īpašas satura kvalitātes prasības citiem – komerciālajiem, nacionālajiem, vietējiem u. c. – elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem.

Jāatzīmē gan, ka plašsaziņas līdzekļu plurālismu, satura kvalitāti un sabiedrības noturīgumu pret hibrīdapdraudējumiem ietekmē ne vien piešķirtais finansējums, kas ir mediju rīcībā, bet arī daudz citu konteksta faktoru.

Vērtējot sniegtās informācijas satura kvalitāti, jāņem vērā dažādas finansējuma iegūšanas iespējas un motivācija: sabiedriskie plašsaziņas līdzekļi finansējumu iegūst galvenokārt no valsts budžeta dotācijām, bet citu veidu plašsaziņas līdzekļiem tie jānopelna vai jāpiesaista, lai nodrošinātu pastāvēšanu.

2.1. Plašsaziņas līdzekļu plurālisms

2.1.1. Vispārējs situācijas raksturojums un galvenās problēmas

Mediju daudzveidība ir viens no demokrātiskas sabiedrības pamatprincipiem ([McQuail, 2010](#) // citēts no: [Zelče, 2018c](#)). Publiskajā telpā, politiskajos un akadēmiskajos tekstos jēdziens “mediju daudzveidība” visai bieži tiek lietots vienādā nozīmē vai savstarpēji aizstājot jēdzienam “mediju plurālisms”. Jēdzienu “mediju daudzveidība” parasti lieto mediju satura, patēriņa, īpašnieku u. c. mediju vides heterogenitātes raksturojumā ([Metykova, 2016](#) // citēts no: [Zelče, 2018c](#)). Jēdzienu “plurālisms” vairāk izmanto sabiedrības pamatvērtību un attīstības līniju vērtējumā. Plurālisms ir viena no liberālās demokrātijas galvenajām vērtībām, savukārt daudzveidība – veids un līdzeklis, kā to sasniegt ([Sjøvaag, 2016](#) // citēts no: [Zelče, 2018c](#)).

Viens no mediju daudzveidības pētniecības mūsdienu tradīcijas iedibinātajiem Filips Napoli to iedala šādi:

- avotu daudzveidība;
- satura daudzveidība;
- ekspozīcijas daudzveidība ([Napoli, 1999](#) // citēts no: [Zelče, 2018c](#)).

Avotu daudzveidību raksturo iedzīvotājiem pieejamās mediju sistēmas, kas nodrošina piekļuvi saturam. Šajā kontekstā uzmanības centrā ir mediju īpašnieki, to raksturojums un piederība noteiktām sabiedrības grupām, kā arī mediju īpašnieku organizatoriskās un ekonomiskās struktūras (piemēram, publiskas, privātas, orientētas uz peļņas gūšanu, bezpeļņas, neatkarīgas, akciju sabiedrības). Vēl viens avotu daudzveidības aspekts ir medijos nodarbināto sastāva raksturojums. Satura daudzveidību raksturo pieejamie mediju produkti, programmu un žanru veidi, piedāvāto ideju un uzskatu spektrs, kā arī sociālo un demogrāfisko grupu pārstāvētība mediju saturā. Ekspozīcijas daudzveidību nosaka auditorijas mediju daudzveidīgā satura piedāvājuma patēriņš un pakļaušanās tā iedarbībai ([Napoli, 1999](#) // citēts no: [Zelče, 2018c](#)).

Lietpratēji norāda, ka mediju plurālisma jomā hibrīdās mediju vidēs, kam raksturīgi daudzveidīgi informācijas avoti, pastiprināti jādodomā par tādiem jautājumiem kā uzticēšanās informācijai un dezinformācija, pārredzamība no lietotāja viedokļa un patērētāju izvairīšanās no informācijas iegūšanas. Identificētie novērojumi, kas liecina par riskiem plurālismam hibrīdā mediju vidē, ir šādi:

- tādu ziņu avotu izmantojuma samazināšanās, kas piedāvā augstas kvalitātes žurnālistiku;
- neuzticēšanās vai zema uzticēšanās ziņu medijiem, kas piedāvā kvalitatīvas ziņas;
- satura patērētāju nespēja atpazīt dezinformāciju;
- satura patērētāju zināšanu trūkums par ziņu avotiem, patiesajiem plašsaziņas līdzekļu īpašniekiem un finansēšanas mehānismiem;
- pieaugoša izvairīšanās no informācijas iegūšanas ([Klimkiewicz, 2019](#)).

Līdzīgi secinājumi attiecināmi arī specifiski uz Latvijas mediju vidi. Mediju plurālisma monitoringā, kas aptver gan valstis Eiropas Savienībā, gan ārpus tās, **Latvijas nacionālajā ziņojumā 2016. gadā mediju plurālisma risks Latvijā raksturots galvenokārt kā vidējs**. Indikators mēra skalā no 0 līdz 100 procentiem, kur zema riska grupa atbilst 0–33 procentiem, vidēja riska grupa – 34–66 procentiem un augsta riska grupa – 67–100 procentiem. Riska pakāpe mediju tirgus plurālismā Latvijā raksturota kā vidēja – 61 procents, kam iemesls ir mediju īpašuma koncentrācija un īpašnieku kontrole pār redakcionālo saturu. Arī plašsaziņas līdzekļu politiskā neatkarība novērtēta ar vidēju riska pakāpi (63 procenti). Savukārt sociālās iekļautības indikators uzrādīja augstu plurālisma pakāpi – 69 procenti ([Rožukalne, 2016](#)).

Mediju plurālisma monitoringā ([Rožukalne, 2020](#)), kur novērtēta situācija Latvijā 2019. gadā, konstatēts, ka plašsaziņas līdzekļu plurālisma jomā situācija ir pasliktinājusies. **Visu plašsaziņas līdzekļu segmentu koncentrācija joprojām ir augsta. Digitālo mediju koncentrācija ir palielinājusies, un tradicionālos mediju uzņēmumus grauj globālo digitālo platformu darbība**. Indikators **“Komerčiālo interešu un īpašnieku ietekme uz redakcijas saturu” novērtēts kā ļoti augstu risku saturošs** – 95 procenti. Tas sarežģī finansiālo situāciju mediju biznesā, un šā iemesla dēļ plašsaziņas līdzekļu īpašnieki un vadītāji vēlas piesaistīt reklāmdevēju ieguldījumus. Šāda pieeja būtiski ietekmē redakcijas veidoto saturu. **Rādītāji, kas attiecas uz valsts regulējumu mediju sektoram, liecina par zemu riska pakāpi** – 25 procenti. Drukātajiem medijiem (laikraksti, žurnāli un citi periodiskie izdevumi) Latvijā tiek nodrošināts valsts finansiālais atbalsts preses piegādei, tiem ir arī samazināta PVN likme. Tomēr samazināta PVN likme nav interneta ziņu medijiem. **Sociālās iekļautības novērtējums joprojām liecina par samērā augstu riska pakāpi**, proti, tas ir 63 procenti. **Sabiedrisko plašsaziņas līdzekļu pārvaldības un finansēšanas neatkarība novērtēta uz robežas starp zemu un vidēju riska līmeni** (33 procenti). Arī finansējuma apjoms līdz šim nav bijis pietiekams. Latvija ir starp valstīm ar viszemāko sabiedrisko mediju finansējumu. Lai saglabātu mediju daudzveidību, jāierobežo starptautisko mediju organizāciju ietekme uz Latvijas mediju vidi ([Rožukalne, 2020](#)).

Kā liecina NEPLP uzdevumā lietpratēju sagatavotās recenzijas par elektronisko plašsaziņas līdzekļu raidījumiem, laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam ar valsts atbalstu sabiedriskā pasūtījuma ietvaros realizēti pēc satura un formāta atšķirīgi raidījumi dažādos televīzijas kanālos un radiostacijās – gan sabiedriskajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, gan komerciālajās televīzijās un komerciālajās radiostacijās. Atbalstīti formāta ziņā daudzveidīgi mediju produkti – ziņu raidījumi,

diskusiju un interviju raidījumi, informatīvi analītiskie un pētnieciskās žurnālistikas raidījumi, priekšvēlēšanu raidījumi, specifiski dažādām jomām un tematikai veltīti raidījumi, portretraidījumi, dokumentālās filmas un filmu cikli, seriāli, raidījumi televīzijas spēļu formātā u. c. Raidījumu saturiskais diapazons ir plašs un daudzveidīgs, līdz ar to arī kopējā sasniegtā mērķauditorija ir plaša. Sabiedriskā pasūtījuma ietvaros realizētie raidījumi ir orientēti uz atšķirīgām mērķauditorijām. Radīti raidījumi visām vecumu grupām (bērniem, jauniešiem, pieaugušajiem, retumis arī raidījumi, kas ir saistoši visai ģimenei jeb dažādu paaudžu skatītājiem), diasporai, Latgales iedzīvotājiem, sporta entuziastiem u. c. Tāpat sabiedriskā pasūtījuma ietvaros realizēti dažāda satura raidījumi krievvalodīgo auditorijai, kā arī raidījumi latgaliski. Līdz ar to var secināt, ka **sabiedriskā pasūtījuma ietvaros piešķirtais valsts finansējums sniedzis ieguldījumu mediju plurālisma veicināšanā.**

Ar sabiedriskā pasūtījuma atbalstu Latvijas mediju telpā pētāmajā laikposmā izdevies palielināt oriģinālr raidījumu daudzveidību, radot Latvijas sabiedrības demokrātiskajām, sociālajām un kultūras vajadzībām un interesēm kopumā atbilstošu, plašu un daudzveidīgu raidījumu klāstu. Raidījumi ir bagātinājuši skatītājiem un klausītājiem pieejamo informāciju, tajos bijis iespējams gūt informāciju par aktuālām tēmām un notikumiem, popularizēta Latvijas vēsture un kultūra, veicināta sabiedrības saliedētība un integrācija, sekmēta nacionālās identitātes apzināšanās, vairota auditorijas izpratne par ekonomiku, politiku un citām jomām. **Tomēr jomu daudzveidīgumu varētu pilnveidot.** Disproporcionāli maz ir pārstāvēts, piemēram, starptautisko procesu analīzei, zinātnei un reliģijai veltīts saturs. Tāpat arī būtu vēlams realizēt vairāk projektu, kas paredz informatīvi analītiska vai pētnieciska satura veidošanu. Būtiski ir arī nodrošināt plašāku diasporas un remigrācijas tematikas atspoguļojumu Latvijas un diasporas medijos, tādējādi veicinot diasporas saiknes stiprināšanu ar Latviju, kā arī tās pilsonisko un politisko līdzdalību ([NEPLP rec., 2014](#); [NEPLP rec., 2014–2020](#); [NEPLP rec., 2015–2020](#); [NEPLP rec., 2016–2020](#); [NEPLP rec., 2017–2020](#)).

Latvijas Nacionālās bibliotēkas apkopotā statistika liecina, ka pēdējo divu gadu desmitu laikā Latvijā vērojama laikrakstu skaita un izdoto eksemplāru skaita samazināšanās. Neraugoties uz šādu tendenci, drukātās preses pozīcijas Latvijas mediju vidē joprojām saglabājas stabilas ([Dagilis, 2018](#); [LNB, 2021](#)).

Atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā ([Saeima, 2010](#)) noteiktajam komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi savu darbību finansiāli nodrošina ar ienākumiem no pašu komercdarbības, sponsorējumiem vai abonentu maksājumiem par programmām. Pēdējo gadu laikā Latvijā pieejamo televīzijas programmu piedāvājums ir saglabājies visai liels (skat. 4. tabulu), un tas lielā mērā skaidrojams ar daudzskaitlīgu pārrobežu televīzijas programmu piedāvājumu ([Dagilis, 2018](#)).

4. tabula

Latvijā reģistrētās nacionālās un reģionālās televīzijas programmas 2014.–2021. gadā

Avoti: [Dagilis, 2018](#); [NEPLP, 2021a](#); [NEPLP, 2021b](#)

Gads	Kopējais televīzijas programmu skaits	Sabiedriskās nacionālās televīzijas programmas	Vietējās televīzijas programmas	Reģionālās televīzijas programmas	Komerčiālās nacionālās televīzijas programmas	Pārrobežu televīzijas programmas
2021	59	2	7	20	6	24*
2017	58	2	5	22	5	24
2016	66	2	19	18	6	21
2015	50	2	9	19	6	14
2014	49	2	10	17	6	14

* Pārrobežu translāciju veic 23 komerciālās televīzijas programmas un viena sabiedriskās televīzijas programma (VISIEMTLV.LV).

Sabiedriskais radio pārsvarā tiek uzturēts par valsts dotācijām, savukārt komerciālo radio pamata ienākumu avots ir reklāmdevējiem pārdotais raidlaiks. Tomēr arī sabiedriskais radio gūst

ienākumus no raidlaika pārdošanas. Laikposmā no 2014. gada līdz 2021. gadam būtiskas izmaiņas Latvijā pieejamo sabiedrisko radioprogrammu skaitā nav vērojamas, savukārt komerciālo radioprogrammu skaits ir samazinājies (skat. 5. tabulu). Īpaši izteikti samazinājies vietējo komerciālo radioprogrammu skaits, toties nacionālo komerciālo radioprogrammu skaits no piecām 2014. gadā pieaudzis līdz astoņām 2017. gadā ([Dagilis, 2018](#)).

5. tabula

Latvijā reģistrētās nacionālās un reģionālās radioprogrammas 2014.–2021. gadā

Avoti: [Dagilis, 2018](#); [NEPLP, 2021a](#); [NEPLP, 2021b](#)

Gads	Sabiedriskās radio programmas			Komerčiālās radio programmas				
	Kopskaits	Nacionālās radio programmas	Vietējās radio programmas	Kopskaits	Vietējās radio programmas	Reģionālās radio programmas	Nacionālās radio programmas	Pārrobežu radio programmas
2021	6	5	1	40	23	9	8	-
2017	6	5	1	41	26	7	8	-
2016	5	5	-	48	32	8	7	1
2015	6	5	1	69	56	7	6	-
2014	6	5	1	66	53	8	5	-




Papildus uzskaitītajam (skat. 5. tabulu) sabiedriskajām un komerciālajām radioprogrammām Latvijā raža arī nekomerciālās radioprogrammas – trīs vietējās un viena pārrobežu ([NEPLP, 2021a](#); [NEPLP, 2021b](#)).

Latvijā pieejamo plašsaziņas līdzekļu klāsts žanriski nodrošina plašu piedāvājumu un izvēli (skat. 6. tabulu).

6. tabula

Latvijas plašsaziņas līdzekļu žanru raksturojums

Avots: [Ardava-Ābolīna u. c., 2018](#)

Žanrs	Raksturojums
Politiskie plašsaziņas līdzekļi	
	Latvijas mediji politisko informāciju un zināšanas sniedz kopumā labā un sabalansētā līmenī, nodrošinot ārējo politisko dažādību, tomēr iekšējā politiskā dažādība katrā medijā tiek nodrošināta ierobežoti. Turklāt vairākumā mediju latviešu valodā politiskie procesi tiek pārstāstīti, neveicot to izpēti un kritisku analīzi. Latvijā pastāv hibrīda mediju sistēma, kurā autonomi darbojas mediji krievu valodā – tie darbojas atbilstoši Latvijas Republikas normatīvajam regulējumam, bet tajos dominē prokrievisks, eiroskeptisks un NATO kritizējošs stratēģiskais naratīvs un nereti tiek izplatīts dezinformējošs saturs.
Ekonomikas plašsaziņas līdzekļi	
	Ekonomikai veltītie mediji izceļas ar plašu, daudzveidīgu saturu un līdz ar to arī unikalitāti. Tajos, izmantojot daudzveidīgus vizualizācijas rīkus, sabiedrībai tiek skaidroti sarežģīti dati un procesi. Tomēr ekonomikas žurnālos ir salīdzinoši liels skaits apmaksātu reklāmu un rakstu, kas rada bažas par to satura patiesumu un redakcionālo neatkarību. Būtu sekmējama ekonomikai veltītā satura apjoma palielināšana sabiedriskajos medijos, tādējādi veicinot iedzīvotāju finanšu pratību.
Specializētie un nespecializētie kultūras nozaru plašsaziņas līdzekļi	
	Latvijas medijos kultūras komunikācijai atvēlēta pietiekama telpa, lai aptvertu plašu kultūras norišu spektru un piedalītos ideju, vērtību, jaunu mākslas un sociālo tendenču apzināšanā un veidošanā. Tomēr diskusiju, kritikas un kultūras procesu analīzes nodrošinājums, kā arī pasaules tendenču un globalizācijas atveidojums medijos netiek vērtēts kā pietiekams.

Žanrs	Raksturojums
Plašsaziņas līdzekļi bērniem	
	Latvijas sabiedriskie mediji piedāvā izglītojošu un uz zinātņi un kultūru orientētu saturu bērniem un pusaudžiem, tomēr pusaudžu, īpaši zēnu, auditorijas uzrunāšana nav pietiekama. Būtu nepieciešams veikt auditorijas vajadzību un apmierinātības analīzi, lai noskaidrotu, vai esošais mediju piedāvājums bērniem un pusaudžiem ir pietiekami saistošs, izglītojošs un attīstošs.
Plašsaziņas līdzekļi sievietēm	
	Sieviešu auditoriju uzrunā plašs mediju klāsts, un sievietes ir aktīvas mediju un tieši drukātās preses patērētājas. Sievietēm mērķētie mediji pārsvarā piedāvā vienveidīgu, sievišķības stereotipā balstītu saturu, tādējādi palīdzot sabiedrībā uzturēt stereotipisku priekšstatu par sievieti, sievietes kompetencēm un pašizpaušmes iespējām. Būtu jāveicina plašāka un daudzveidīgāka sievietes reprezentācija medijos.
Plašsaziņas līdzekļi vīriešiem	
	Latvijā vīriešiem pieejamo mediju klāstu raksturo dažādība un iespēja izvēlēties starp vispārīga satura dzīvesstila medijiem un nišas medijiem, kā arī starp vietējo, franšīzes un starptautisko mediju piedāvājumu. Tomēr vairākās kategorijās vietējo mediju piedāvājums nav pietiekams. Vīriešu medijos dominē veiksmīgas identitātes atainojoši stāsti, retos gadījumos runājot par vīriešu problēmām, bailēm un ievainojamību, tādējādi radot hipermaskulinitātes draudus.
Kristīgie plašsaziņas līdzekļi	
	Latvijas kristīgos medijus raksturo daudzveidība un tās nodrošinātā iespēja detalizēti aplūkot un analizēt kristiešu kopienai būtiskus jautājumus. Būtu nepieciešams veicināt kristīgo mediju žurnālistu profesionālo pilnveidi, lai nodrošinātu profesionālās žurnālistikas standartu (neitralitāte, objektivitāte, viedokļu daudzveidība un sabalansētība) ievērošanu un kvalitatīvu žurnālistikas praksi.
Veselības plašsaziņas līdzekļi	
	Lai gan presē veselības tematika ir plaši pārstāvēta, tās kvalitāte ir būtiski atkarīga no informācijas avota, kas ne vienmēr ir skaidri norādīts vai uzskatāms par uzticamu. Veselības medijiem ir būtiska ietekme uz auditoriju, tādēļ būtu nepieciešams veicināt lasītāju plašsaziņas līdzekļu lietotpraksi un spēju nošķirt noderīgu un zemas kvalitātes informāciju.
Misticisma, okultisma un dziedniecības plašsaziņas līdzekļi	
	Lai gan mediju reaģēšana uz sabiedrības interesēm un pieprasījumu dažādos veidos ir vērtējama pozitīvi, misticisma, okultisma un dziedniecības mediju darbībā ir saskatāmi vairāki riski. Šo mediju piedāvātais saturs bieži ir nekritisks, ar grūti nosakāmu izcelsmi un autorību, neatbilst žurnālistikas pamatprincipiem, kā arī tiek piedāvāts ne tikai izklaides, bet arī ziņu sadaļā. Šie aspekti akcentē nepieciešamību veicināt auditorijas plašsaziņas līdzekļu lietotpraksi un kritisko domāšanu.
Mājturības plašsaziņas līdzekļi	
	Lai gan Latvijā pieejams ievērojams ar mājturības tematiku saistītu mediju klāsts, to daudzveidību būtu iespējams paplašināt. Īpaši atbalstāma būtu mediju satura veidošana, kas atspoguļo pieredzes stāstus un daudzslāņainus vēstījumus par mūsdienīgu, veselīgu, dabai nekaitīgu un sociāli atbildīgu dzīvesstilu.
Tabloīdplašsaziņas līdzekļi	
	Tabloīdmediji latviešu valodā velta plašu uzmanību vietējām aktualitātēm un tādējādi informē lasītājus par aktuālo Latvijā. Tomēr lielu daļu satura veido sabiedrībā zināmu cilvēku sociālo tīklu satura pārpublicācija, kā arī šā žanra izdevumiem raksturīgs vienveidīgums. Būtu sekmējama tabloīdmediju satura dažādošana un šā žanra ārvalstu mediju labās prakses aizguve.
Kino plašsaziņas līdzekļi	
	Lai gan informācija par kino galvenokārt pieejama recenziju formā, tā līdz ar kinoteātru "Splendid Palace" un "KSuns" daudzveidīgo repertuāru veicina auditorijas izpratni par kino nozari kopumā. Tomēr Latvijā trūkst televīzijas raidījumu, kas būtu veltīti jaunākajām filmām un kino klasikai. Būtu atbalstāma arī dažādiem kino teorijas jautājumiem veltīta izdevuma izveide.

Žanrs	Raksturojums
Zinātnes plašsaziņas līdzekļi	
	Latvijā tiek izdoti daudzi zinātniskie žurnāli, rakstu krājumi, konferenču rakstu krājumi, un arī populārzinātnisko mediju produktu klāsts ir salīdzinoši plašs un daudzveidīgs. Populārzinātnisko mediju saturs vairāk skar dabaszinātņu un vēstures jautājumus, maz uzmanības veltot sociālo procesu un parādību analīzei, tādēļ būtu sekmējama tematiska līdzsvara nodrošināšana šo mediju saturā.
Sporta plašsaziņas līdzekļi	
	Latvijā dažādos plašsaziņas līdzekļu formātos tiek nodrošināts bagātīgs un daudzveidīgs informatīvais materiāls par sporta dzīvi un veselīgu dzīvesveidu. Tomēr mediju saturā salīdzinoši maz pārstāvēta sporta dzīves, biznesa un politikas kritiska analīze, kā arī sieviešu sportistu un komandu sasniegumi. Būtu nepieciešams veidot zināšanas par sportu kā kompleksu sistēmu un veicināt sporta analītiskās un pētnieciskās žurnālistikas attīstību.
Krimināla satura plašsaziņas līdzekļi	
	Krimināla satura piedāvājums Latvijas plašsaziņas līdzekļos ir daudzveidīgs un sabalansēts, tomēr vērojama neliela pētnieciskās žurnālistikas klātbūtne sabiedrībai svarīgu noziedzīgu nodarījumu izmeklēšanā un tiesvedībā.
Seksuāli atklāta satura plašsaziņas līdzekļi	
	Latvijā pieejamais televīzijas operatoru piedāvājums seksuāli atklātam saturam ir vienveidīgs, un daudz plašākas un neapgrūtinātas iespējas šo saturu patērēt ir ar interneta mediju starpniecību. Tomēr seksuāli atklāts mediju saturs var kalpot gan kā pamats sociālajai izglītībai par seksuālajiem aktiem, gan arī kā stimuls seksuālajai vardarbībai, līdz ar to ir nepieciešams veicināt daudz niansētāku un daudzšķautņaināku sabiedrības izpratni par šāda satura patērēšanu un ietekmi.

2.1.2. Plašsaziņas līdzekļu īpašnieki

Plašsaziņas līdzekļu satura objektivitāti un kvalitāti lielā mērā nosaka gan mediju darbinieku profesionālās spējas, gan mediju īpašnieku ideoloģiskā un finansiālā motivācija. Žurnālistika un mediju satura veidošana ir dārga, un Latvijā skaitliski nelielās auditorijas dēļ tā nespēj nodrošināt pastāvīgas peļņas gūšanu ar veiksmīgu biznesa modeļu palīdzību. Līdz ar to mediju īpašnieki izvēlas starp iespējam gūt peļņu sadarbībā ar reklāmdevējiem un iespējam īstenot personīgi motivētu modeli mediju biznesa uzturēšanā, kas var būt saistīts arī ar politisko spēku pārstāvēšanu. Šāda veida motivācija ir liels drauds neatkarīga mediju satura nodrošināšanai. Lai patērētājiem būtu iespēja izvērtēt ārēju interešu un plašsaziņas līdzekļu īpašnieku motivācijas iespējamo ietekmi uz mediju saturu, ir svarīgi atklāt patiesos mediju īpašniekus. Pēc nozares lietpratēju ieskata, informācijai par patiesajiem mediju īpašniekiem vajadzētu būt publiski pieejamai ([Skudra, 2018](#); [Šulmane un Uzule, 2018](#); [Tjarve, 2018](#)). Pieņemtie grozījumi spēkā esošajā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā paredz atklāt patiesos labuma guvējus no plašsaziņas līdzekļu darbības ([Saeima, 2018](#)). Vienlaikus Eiropas Komisija norāda, ka informācijas pieejamība sabiedrībai par plašsaziņas līdzekļu īpašniekiem joprojām rada bažas, proti, tā nav pietiekama ([EC, 2021](#)).

Kopumā Latvijas drukāto plašsaziņas līdzekļu vides vadošie pārstāvji pēdējo 10 gadu laikā piedzīvojuši vairākkārtējas īpašnieku maiņas. Savukārt daži mediji, piemēram, SIA izdevniecība “ŽURNĀLS SANTA”, ilustrē Latvijas mediju videi netipisku īpašnieku stabilitāti – tās īpašnieki nav mainījušies kopš izdevniecības dibināšanas 1991. gadā ([Skudra, 2018](#); [Tjarve, 2018](#); [Uzule, 2018](#)).

Salīdzinoši stabilāka ir situācija ar komerciālās televīzijas, radio un interneta mediju piederību. Piemēram, Latvijas komerciālo radio īpašnieku maiņas ir bijušas caurredzamas un viegli pārskatāmas. Savukārt Latvijas televīzijas un interneta medijos vērojama tendence nostiprināties spēcīgiem ārvalstu uzņēmumiem. Piemēram, kopš 2017. gada televīzijas kanālu “TV3”, “LNT” (kopš 2020. gada likvidēts), “TV6”, “Kanāls 2” (kopš 2020. gada likvidēts), radio “Star FM”, portālu “TVPlay” un “Skaties.lv”, “Viasat” (kopš 2018. gada – “TVPlay Home – Home3”) satelīttelevīzijas un

digitālās reklāmas platformas “SmartAD” darbību Latvijā nodrošina uzņēmums “All Media Baltics”, kas izveidots, “Providence Equity Partners” iegādājoties “MTG” grupas biznesu Baltijā. “Providence Equity Partners” Baltijas valstīs pārvalda arī mobilo telekomunikāciju grupu “Bite Group”, kā arī kontrolē vairāk nekā ceturtdaļu kabeļtelevīzijas pakalpojumu sniedzēja “Baltcom” kapitāldaļu. Savukārt vadošie ziņu portāli delfi.lv, tvnet.lv un apollo.lv kopš 2014. gada ir Igaunijas ietekmīgāko mediju organizāciju rokās ([LETA, 2017](#); [Tjarve, 2018](#)).

Lielo uzņēmumu ienākšana Latvijas mediju tirgū liecina par šo uzņēmumu interesi gūt peļņu no mediju biznesa. Tādējādi mazinās Latvijas politiskās un ekonomiskās elites iespēja šos medijus ietekmēt, taču pieaug mediju kvalitāte – ārvalstu īpašnieki ir ieinteresēti saviem medijiem piesaistīt investīcijas, lai paaugstinātu to vērtību un atpelnītu ieguldījumus. Tomēr vienlaikus **pastiprinās mediju koncentrācija, kas savukārt iezīmē ar mediju satura kvalitāti saistītus riskus. Šādos apstākļos liela ietekme uz satura objektivitāti un kvalitāti ir vietējā mēroga vadītājiem un redaktoriem. Aktuālas problēmas statusā saglabājas arī Krievijā radīta mediju satura ietekme** ([Tjarve, 2018](#); [Valtenbergs u. c., 2018](#)).

2.1.3. Plašsaziņas līdzekļu reklāmas tirgus

2008.–2010. gada ekonomiskā krīze sekmēja vairākus gadus ilgu stagnāciju un lejupslīdi Latvijas plašsaziņas līdzekļu reklāmas tirgū. Kopš 2014. gada vērojama pakāpeniska mediju reklāmas tirgus izaugsme (skat. 7. un 8. tabulu), tomēr rādītāji joprojām ievērojami atpaliek no pirmskrīzes līmeņa. Reklāmas tirgū aizvien vairāk sarūk reklāmas apjoms drukātajos medijos, televīzijā un radio, savukārt palielinās interneta medijos. Lielāko reklāmas tirgus daļu veido televīzija, kam seko internets, kur lielākos reklāmas apjomus veido baneri, kā arī strauji augošie videoformāti un reklāma meklēšanas rezultātos. Salīdzinoši stabilas pozīcijas reklāmas tirgū saglabā radio, savukārt izaugsmi piedzīvo vides reklāma, kur palielinās lielformāta risinājumu un LED ekrānu izmantošana, īpaši galvaspilsētā. **Drukātie mediji patērētāju ieradumu maiņas apstākļos cenšas noturēties, piedāvājot kvalitatīvas dažādu auditoriju sasniegšanas iespējas.** Tomēr to reklāmas tirgus daļas turpina samazināties. Skatot 7. un 8. tabulā apkopoto informāciju, jāņem vērā statistiskās uzskaites metodoloģiskās izmaiņas, kas ieviestas kopš 2019. gada, kā arī faktori, kas veicinājuši pārmaiņas Latvijas mediju reklāmas tirgū. 2020. gadā Covid-19 pandēmijas ietekmē notikusi krasa mediju reklāmas tirgus apjoma samazināšanās par 16,4 procentiem salīdzinājumā ar 2019. gadu. Lielākās izmaiņas notikušas laikrakstu (tirgus apjoms samazinājies par 46,6 procentiem), vides mediju (par 36,6 procentiem) un žurnālu (par 24,2 procentiem), savukārt mazākās – interneta mediju jomā (par 3,3 procentiem). Sagaidāms, ka ekonomiskajai situācijai uzlabojoties, reklāmas tirgus Latvijā atgūsies ([Zelče, 2018b](#); [Liepina, 2019](#); [Liepina, 2020](#); [Liepina, 2021](#)).

7. tabula

Latvijas plašsaziņas līdzekļu reklāmas tirgus apjoms (tūkst. euro) 2014.–2020. gadā

Avoti: [Zelče, 2018b](#); [LRA, 2021](#)

Gads	Televīzija	Radio	Laikraksti	Žurnāli	Internets	Kino	Vide	Kopā
2020*	↓31 146	↓8 630	↓1 634	↓3 199	↓17 271	↓161 664	↓6 512	↓68 554
2019*	↓34 878	↓11 245	↓3 061	↓4 223	↓17 860	↓436 818	↑10 267	↓81 971
2018	↑35 203	↑11 345	↑3 610	↑5 336	↑19 723	↑492 892	↑9 532	↑85 243
2017	↑34 278	↑10 298	↓3 544	↓5 257	↑18 154	↑382 650	↑8 520	↑80 433
2016	↓33 235	↑10 224	↓4 084	↓5 881	↑15 844	↓342 110	↑8 072	↑77 682
2015	↑33 308	↓9 608	↓4 441	↓7 328	↑14 732	↑603 419	↓7 187	↑77 207
2014	33 246	10 094	5 779	7 735	10 655	461 183	7 664	75 634

* – kopš 2019. gada informācija tiek apkopota tikai par Latvijas plašsaziņas līdzekļiem.

↓ – kopš iepriekšējā gada apjoms samazinājies.

↑ – kopš iepriekšējā gada apjoms palielinājies.

Latvijas plašsaziņas līdzekļu reklāmas tirgus daļa (procentos) 2014.–2020. gadā

Avoti: [Zelče, 2018b](#); [LRA, 2021](#)

Gads	Televīzija	Radio	Laikraksti	Žurnāli	Internets	Kino	Vide
2020*	↑45	↓12	↓2	↔5	↑25	↔<1	↓11
2019*	↑43	↑14	↔4	↓5	↓22	↔<1	↑13
2018	↓41	↑13	↔4	↔6	↑23	↔<1	↑11
2017	↓42	↓12	↓4	↓6	↑22	↔<1	↔10
2016	↔43	↑13	↓5	↓8	↑20	↓<1	↑10
2015	↓43	↓12	↓6	↔10	↑19	↔1	↓9
2014	44	13	8	10	14	1	10

* – kopš 2019. gada informācija tiek apkopota tikai par Latvijas plašsaziņas līdzekļiem.

↓ – kopš iepriekšējā gada tirgus daļa samazinājusies.

↑ – kopš iepriekšējā gada tirgus daļa palielinājusies.

↔ – kopš iepriekšējā gada tirgus daļa nav būtiski mainījusies.

2018. gadā Saeima pieņēma grozījumus Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā, kas paredz sabiedrisko mediju iziešanu no reklāmas tirgus ar 2021. gada 1. janvāri ([Saeima, 2018](#)). Šis princips nostiprināts arī Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumā ([Saeima, 2020](#)). Sabiedriskie mediji negūst reklāmas ieņēmumus vēl deviņās citās Eiropas valstīs, tostarp lielākoties Skandināvijas valstīs, kā arī Lietuvā un Igaunijā ([NEPLP, 2020](#)). Latvijas sabiedrisko mediju iziešanai no reklāmas tirgus un attīstībai 2020. gadā no valsts budžeta bija atvēlēti 5,5 miljoni *euro*, savukārt 2021. gadam piešķirti vēl 8,3 miljoni *euro*. Finansējums paredzēts sabiedrisko mediju darbības stabilitātei un attīstībai. Tādējādi daļa sabiedrisko mediju līdzšinējo reklāmas ieņēmumu turpmākajos gados varētu nonākt komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu reklāmas tirgū ([NEPLP, 2020](#)).

2.1.4. Plašsaziņas līdzekļu patēriņa raksturojums

Lai gan pēdējo gadu laikā plašsaziņas līdzekļu patēriņā Latvijā nav notikušas straujas izmaiņas, tajā turpinās jau ilgāku laikposmu vērojamā drukātās preses patēriņa pakāpeniska samazināšanās un izteikts interneta lietojuma pieaugums. Mazāk izteiktas bijušas izmaiņas radio un televīzijas piedāvājuma patēriņā ([Zelče, 2018a](#)). Lai gan drukāto plašsaziņas līdzekļu auditorija Latvijā pakāpeniski samazinās, tomēr žurnālu lasītāju auditorija pēdējos gadu desmitos aizvien saglabājas salīdzinoši noturīga. Vadošo vietu žurnālu klāstā ieņem uz plašu auditoriju orientēti iknedēļas un ikmēneša izdevumi (skat. 9. tabulu) ([Zelče, 2018a](#)).

9. tabula

Visvairāk lasītie žurnāli Latvijā pēc viena numura vidējās auditorijas 2010.–2020. gadā

Avots: [Zelče, 2018a](#); [TNS Latvia, 2020](#)

Pozīcija	2010	2015	2020
1.	“Ieva”	“Ieva”	“Ieva”
2.	“Privātā Dzīve”	“Privātā Dzīve”	“Kas Jauns”
3.	“Kas Jauns”	“Kas Jauns”	“Privātā Dzīve”
4.	“Ievas Stāsti”	“Ievas Stāsti”	“Ievas Stāsti”
5.	“Ilustrētā Zinātne”	“Ievas Virtuve”	“Ilustrētā Pasaules Vēsture”

2020. gada oktobrī tika veikta Latvijas iedzīvotāju aptauja (kopā aptaujāts 1001 iedzīvotājs vecumā no 15 līdz 74 gadiem) plašsaziņas līdzekļu lietojuma un plašsaziņas līdzekļu lietotprasmes raksturošanai. Aptaujas rezultāti liecina, ka populārākie plašsaziņas līdzekļi jaunumu un ziņu ieguvei Latvijā ir Latvijas sabiedriskā televīzija (atzīmējis 21 procents respondentu) un interneta portāls delfi.lv (20 procenti respondentu). Savukārt izklaides mērķiem populārākie ir "TV3" (13 procenti), interneta resursi, sociālie tīkli, "YouTube" (13 procenti) un "Facebook" (9 procenti). Populārākās televīzijas programmas Latvijā ir "LTV1" un "TV3", ar kurām sekmīgi konkurē Krievijas televīzijas programmas "Pirmais Baltijas kanāls", "RTR Rossiya" un "NTV". 11 procenti Latvijas iedzīvotāju arī paši iesaistās plašsaziņas līdzekļu satura radīšanā, piemēram, raksta emuārus, publicē saturu sociālo tīklu medijos, piedāvā materiālus (rakstus, sižetus, publikācijas) medijiem, raksta komentārus pie publikācijām. 32 procenti šo iedzīvotāju ir vecumā līdz 24 gadiem ([LF, 2020](#)).

2.2. Satura kvalitāte

2.2.1. Vispārējs situācijas raksturojums un galvenās problēmas

Rezultāti, kas tiek sasniegti ar valsts atbalstu plašsaziņas līdzekļiem, tiek regulāri vērtēti. MAF atbalsta rezultātu izvērtējumu pēc KM pasūtījuma ir izstrādājuši gan Vidzemes Augstskolas (turpmāk arī – ViA), gan Rīgas Stradiņa universitātes (turpmāk arī – RSU) pētnieki. Kopumā saskaņā ar pētnieku atzinumu būtiskas iebildes projektu kvalitātei nav veltāmas. Plašsaziņas līdzekļu jomas lietpratēji atzīst, ka, izmantojot **VKKF, SIF un VRAA atbalsta programmas, radīts kvalitatīvs un profesionāls saturs, kas citstarp veicinājis sociālo un tiesisko problēmu risinājumu, politiskās vides izpratni un kultūras izglītību** ([Zelče, 2018b](#)). Kaut gan valsts piešķirtā finansējuma mērķis galvenokārt ir mediju satura kvalitātes uzlabošana, tomēr tas daudzos gadījumos izmantots arī mediju darbības uzturēšanai, līdz ar to var apgalvot, ka **piešķirtais finansējums ir sniedzis pozitīvu ieguldījumu mediju plurālisma uzturēšanā**. Lai gan lietpratēji atzinīgi vērtē MAF finansējuma nozīmi profesionālo mediju organizāciju satura kvalitātes uzlabošanā, vienlaikus jāatzīmē, ka šis atbalsts bijis visnotaļ neliels (aptuveni 1,2 miljoni *euro* gadā) un sadrumstalots. Atbalsts sniegts, īstenojot īstermiņa projektus, tāpēc MAF aktivitātēm trūkst ilgspējas ([Rožukalne, 2020](#)).

Pētnieki secinājuši, ka mediju atbalsta programmas kopumā uzlabojušas profesionālo kvalitāti daudzos medijos, atbalstītais saturs bijis profesionāli augstā kvalitātē, atbildīgi veidots un bijis atbilstošs žurnālistikas profesionālajiem principiem. Mediju projektu finansējuma pozitīvā ietekme izpaudusies šādi:

- mediji kopumā aptvēruši daudzas sabiedrībai svarīgas tēmas, palielinājies ekonomikai veltītā satura apjoms, pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas īpatsvars;
- lai arī ierobežotā apmērā, mediju atbalsta programmas ir mudinājušas medijus nodarboties ar pētniecisko žurnālistiku, proti, jomu, kas prasa vairāk resursu un būtu īpaši atbalstāma ar valsts finansējumu. Latvija kopumā ar inovatīviem pētnieciskās žurnālistikas projektiem pozitīvi izceļas pat Skandināvijas mērogā. ViA pētnieku veiktajā mediju pārstāvju aptaujā aptuveni 60 procenti norādījuši, ka saņemtais finansiālais atbalsts ir lielā vai ļoti lielā mērā veicinājis medija kvalitātes un/vai profesionālo standartu uzlabošanu;
- projektos uzrunāta plaša auditorija, piedāvājot galvenokārt izglītojošu saturu par Latvijas sabiedrības attīstībai būtiskām problēmām, par kurām bez MAF atbalsta būtu bijis problemātiski diskutēt;
- bez MAF finansējuma tik plašā apjomā nebūtu tapis plašsaziņas līdzekļu lietotprasmes, diasporai paredzētais un personu ar īpašām vajadzībām ikdienu atspoguļojošais saturs;
- satura veidošanā izmantoti daudzveidīgi informācijas ieguves avoti, projektos vērojama viedokļu daudzveidība, intervētas interesantas un mazāk zināmas personības, atklāti un sabiedrībai darīti zināmi jauni fakti, veikta veiksmīga fokusa izvēle;
- **radīti arī vairāki inovatīvi mediju projekti, izveidoti jauni formāti, kā arī veiksmīgi īstenota radītā satura izplatīšana vairākās platformās.** Vairums MAF finansējuma saņēmēju skaidri

definējuši savu auditoriju, izprot tās vajadzības un pielāgojas mediju lietotāju izpratnei un interesēm, tāpēc projektu saturs lielākoties sasniedzis plānotās auditorijas grupas un īpatsvaru. Turklāt MAF projekti liek attīstīt jaunas auditorijas uzrunāšanas formas ([Buholcs u. c., 2018](#); [Rožukalne u. c., 2020](#)).

Pēc mediju pētnieku ieskata, mediju projektos radītā satura kvalitāte pelnījusi šādus iebildumus:

- atbalsta saņēmēji nelielā apjomā izmantojuši finansējumu inovatīvu tematu, žanru un formātu veidošanai;
- ne vienmēr ir izdevies aktuālas tēmas atspoguļot pietiekami kvalitatīvi, piemēram, pārāk formālas reportāžas, tikai pozitīvo piemēru minēšana, šaurš tematiskais tvērums;
- daļā gadījumu mediji izmantojuši MAF finansējumu ikdienas satura, nevis jaunu tematu, sadaļu vai projektu veidošanai. Publikācijas ne satura, ne formas ziņā dažkārt nav bijušas tādas, kuru veidošana prasītu speciālu finansiālu atbalstu;
- projektos tapušais saturs atkārtoti sabiedriski politisko notikumu atspoguļojumu un ietver intervijas ar bieži intervētām personām. Nav pietiekama oriģinālu avotu izmantošana, pastāv viedokļu daudzveidības trūkums;
- atbalsta saņēmēji izvēlējušies atbalstu izmantot šauram tēmu spektram, kā arī reti izmantotas mazāk populāras, neparastas vai sarežģītas tēmas, piemēram, mediji mazāk izvēlas aplūkot tēmas par zinātni, vides aizsardzību, sabiedrības drošību;
- materiālam, kas veidots izplatīšanai digitālajā vidē, trūkst mūsdienīguma un profesionālas pieejas. Atstāj nepabeigta, nepietiekami izstrādāta darba iespaidu, ir vienmuļš informācijas pasniegšanas stils, nav veikta tēmas plašāka izpēte, nav izmantoti daudzveidīgi informācijas avoti, nepieciešams meklēt atraktīvākus vēstījuma nodošanas paņēmienus;
- nepietiekama žanru daudzveidība ([Buholcs u. c., 2018](#); [Rožukalne u. c., 2019](#); [Rožukalne u. c., 2020](#)).

Lai arī saņemtais atbalsts ļāvis saglabāt kvalitāti, retāk vērojama profesionāla izaugsme ([Rožukalne u. c., 2020](#)). **Ieskatu mediju atbalsta programmu īstenošanā, ietekmē un to potenciālajā ilgtspējā sniedz arī atbalsta saņēmēju (mediju organizāciju, mediju profesionāļu) atziņas, no kurām biežāk sastopamās ir šādas:**

- kvalitatīvu projektu sagatavošana lielākas grūtības radījusi nelieliem medijiem nepietiekamā darbinieku skaita, darbinieku profesionālo zināšanu, kā arī laika trūkuma dēļ. Savukārt mediju organizācijām un mediju profesionāļiem MAF projektu satura veidošana nav radījusi nopietnas grūtības;
- mediju pārstāvji uzskata, ka atbalsta programmas devušas iespēju veidot labāku un plašāku saturu, veidot kvalitatīvu, nopietnu, analītisku, pārdomātu, oriģinālu, interesantu un daudzveidīgu saturu, tostarp par sabiedrībai nozīmīgiem jautājumiem un tēmām, ko dažādu iemeslu dēļ citādāk nebūtu iespējams aplūkot, kā arī attīstīt jaunas tēmas. Citi intervētie mediju pārstāvji akcentē, ka “projekta realizācija ne tik daudz saistāma ar jaunām tēmām, kā ar kvalitatīvu padziļinājumu, analīzi un izstrādāšanu pavisam citā līmenī un ar citu faktuālo nodrošinājumu”. RSU pētnieku veikto aptauju rezultāti liecina, ka MAF finansējuma saņēmēji spēj uzlabot satura kvalitāti un ieviest jaunus žanrus un tēmas;
- vienlaikus vairākums respondentu apšaubā vai neredz iespēju turpināt projektu, izmantojot savus līdzekļus ([Buholcs u. c., 2018](#); [Rožukalne u. c., 2019](#)).

Pēc RSU un ViA pētnieku novērojumiem, profesionālās kvalitātes problēmas pārsvarā raksturīgas komerciālo radio un TV kanālu veidotajiem projektiem, savukārt mūsdienu žurnālistikas prasībām profesionālu žurnālistu trūkuma dēļ biežāk neatbilst diasporas mediju saturs. Joprojām nepieciešams stiprināt mediju kritikas un pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas segmentu mediju saturā. Atsevišķos gadījumos mediji formāli pildījuši mediju atbalsta programmu nosacījumus ([Rožukalne u. c., 2020](#)).

NEPLP konkursu produktu kvalitātes izvērtēšana notiek vairākos posmos un iesaistot dažādas puses. Sākotnēji lietpratējs izvērtē saturu, pēc tam NEPLP aicina mediju, kas saturu radījis, komentēt lietpratēja atzinumu. Pēc atkārtotas lietpratēja konsultācijas NEPLP monitoringa centrs pārbauda saturu. Nobeiguma fāzē jautājumu vērtē NEPLP locekļi. Pagājušajā gadā, izmantojot šo mehānismu, no "Baltcom" un "TV Latvija" tika pieprasīts atdot daļu finansējuma. Šāds izvērtēšanas darbības mehānisms ļauj medijiem izvērtēt to sniegumu, un NEPLP apliecina, ka nākamajos konkursos projektu pieteicēji ņem vērā un labo tās kļūdas, uz kurām norādījuši lietpratēji iepriekšējos konkursos. Tas veicina mediju vides attīstību kopumā. Savukārt monitoringa centrs pārbauda to, cik lielā mērā izveidotais saturs atbilst pieteikumā aprakstītajam ([Intervija, NEPLP, 09.04.2021.](#)). Šādām pārbaudēm ir liela nozīme, īpaši projektu pieejai kopumā raksturīgo nepilnību dēļ. Proti, pieteikumā aprakstītās ieceres saikne ar vēlāko idejas realizāciju praksē ne vienmēr ir gana cieša. Piemēram, plašsaziņas līdzekļi var piesaistīt prasmīgu projektu sagatavotāju, tādējādi nodrošinoties, ka tas saņem finansējumu. Savukārt žurnālisti, kam aprakstītā iecere jāīsteno, ne vienmēr to veic atbilstoši aprakstam. Līdz ar to **lietpratēji aicina apsvērt projektu elastīgākas vērtēšanas sistēmas ieviešanu, kas kopumā sniegtu ieguldījumu kvalitātes uzlabošanā** ([Intervija, Grišāne, 08.03.2021.](#)). Tādēļ pozitīvi vērtējama NEPLP veiktspējas palielināšana monitoringa jomā, kas ļauj nodrošināt labāku vides uzraudzību ([Intervija, KM, 14.01.2021.](#)).

Sabiedriskā pasūtījuma ietvaros laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam realizēti raidījumi kopumā atzīti par kvalitatīviem un atbilstoši sabiedriskā pasūtījuma prioritātēm, uzdevumiem un principiem. Turpmāk šajā sadaļā ir apkopoti NEPLP uzdevumā sagatavoto raidījumu recenzijas ([NEPLP rec., 2014](#); [NEPLP rec., 2014–2020](#); [NEPLP rec., 2015–2020](#); [NEPLP rec., 2016–2020](#); [NEPLP rec., 2017–2020](#)) ietvertie galvenie atzinumi.

Daudziem raidījumiem, pēc lietpratēju ieskata, ir ilgspējīgs efekts, tostarp žurnālistikas un mediju profesionālās kvalitātes uzlabošanā, kā arī nereti sniegta rekomendācija attiecīgā raidījuma turpināšanai nākotnē sabiedriskā pasūtījuma ietvaros. Kopumā raidījumos aptverts plašs un dažādām sabiedrības grupām aktuāls saturs, un, pēc lietpratēju ieskata, raidījumi vairākus gadījumus ir saistoši plašai auditorijai. Pozitīvi vērtējams fakts, ka daudzi raidījumi ir izklaidējoši izglītojoši, proti, izklaide apvienota ar noderīgu vai izglītojošu saturu izziņošanu. Raidījumi, kuriem ir tikai izklaidējoša vērtība, sabiedriskā pasūtījuma ietvaros realizēti reti. Kā īpaši pozitīva iezīme izcelta raidījumu satura pieejamības nodrošināšana daudzveidīgās satura izplatīšanas platformās. Tomēr **perspektīvā būtu jārada priekšnoteikumi tam, lai kanālu diversifikācija satura izplatīšanai tiktu nodrošināta aizvien vairāk.**

Kopumā raidījumu saturs veidots ieinteresēti un atbildīgi. Īpaši lietpratēji akcentē informatīvi analītisko un pētnieciskās žurnālistikas, kā arī diskusiju raidījumu kvalitāti. Par veiksmīgu projektu ar ilgspējīgu efektu atzīts, piemēram, televīzijas kanāla "Rīga TV24" ārpolitikas un starptautiskās politikas tematikai veltītais diskusiju raidījums "Globuss". Tas vērtēts kā ne tikai aktuāls, saturisks, dinamisks, profesionāli vadīts raidījums, bet arī izmaksu ziņā salīdzinoši lēts projekts, kuru pašreizējā formātā būtu vēlams arī turpmāk realizēt sabiedriskā pasūtījuma ietvaros. Atzinīgi novērtēta Eiropas Parlamenta, pašvaldību, kā arī 13. Saeimas priekšvēlēšanu un vēlēšanu norises raidījumu kvalitāte. Pozitīvi izcelti dažos priekšvēlēšanu raidījumos ietvertie novatoriskie risinājumi. Piemēram, par novitāti TV3 kanāla ziņu raidījuma speciālajā pielikumā pārraidītajā sižetu sērijā "Es un mēs" atzīta debašu vadīšanas forma – debates vadīja žurnālisti, bet jautājumus uzdeva konkrētajā jomā kompetenti sabiedrības pārstāvji. Savukārt raidījuma "Eiropas jautājums" spēles formāts ne tikai izklaidējošā, informatīvā, izzinošā un saistošā veidā iepazīstināja skatītājus ar Eiropas Savienības vērtībām, politisko partiju piedāvājumiem un partiju kandidātiem, bet arī sniedza priekšstatu par kandidātu spēju strādāt komandā. Turklāt atšķirībā no vairākiem citiem raidījumiem šajā raidījumā tika radīta pozitīva priekšvēlēšanu gaisotne.

Atzinīgi vērtēts arī reģionālo televīziju devums novadu ziņu satura veidošanā. Pēc lietpratēju ieskata, reģionālās televīzijas ir veikušas ļoti lielu un vērtīgu darbu, bagātinot ziņu klāstu sabiedriskajā televīzijā un nodrošinot viedokļu daudzveidību. Reģionālo televīziju veidotie sižeti sabiedriskā medija saturam ir nodrošinājuši krietni lielāku daudzveidību izmantoto

informācijas avotu ziņā. Pozitīvi vērtējams tas, ka reģionālās televīzijas nefokusējas tikai uz norisēm novadu centros, bet atspoguļo notikumus arī attālākās lauku teritorijās. Turklāt daudzi ziņu sižeti veidoti, ņemot vērā notiekošo Latvijas kontekstā. Savukārt kritiski vērtēta reģionālo televīziju žurnālistu dažkārt pasīvā pieeja jaunu un būtisku tematu identificēšanā, tā vietā dodot priekšroku sekošanai dažādu iestāžu un organizāciju iepriekš noteiktajai darba kārtībai. Šī gan uzskatāma par plašāka mēroga problēmu Latvijas plašsaziņas līdzekļos.

Kopumā atzinīgi vērtēti arī Latgales auditorijai veltītie raidījumi. Uzteicams ir tas, ka vairākos raidījumos izdevies radīt saturu, kas ir nozīmīgs ne tikai reģiona, bet arī visas valsts mērogā. Raidījumi ir saturā daudzveidīgi, veidoti par aktuālām tēmām, un prasmīgi ir izvēlētas intervējamās personas. Turklāt atsevišķos raidījumos tematikas ziņā izdevies atspoguļot visu Latgales teritoriju vienlīdzīgi, nedodot priekšroku kādai pilsētai, novadam, konkrētai tēmai, personai vai uzņēmumam. Piemēram, atzinīgi vērtēts SIA "Lietišķā Latgale" veidotais raidījums "Pi myšim Latgolā!", kas kļuvis par vienu no atpazīstamākajiem Latgales mediju telpas raidījumiem. Tajā klausītājiem tiek piedāvāts no žurnālistikas viedokļa profesionāli veidots un ar ieinteresētību un atbildību pasniegts saturs par Latgales notikumiem, cilvēkiem un procesiem. Turklāt raidījuma formāts nodrošina visplašākās iespējamās auditorijas sasniegšanu. Atzinīgi vērtēts arī SIA "DAUTKOM TV" raidījums "Latgales pilsētu stāsti — nezināmais par zināmo", kas, pēc lietpratēju ieskata, ir aizraujošs, saturiski oriģināls un vizuāli iespaidīgs raidījums, kurā prasmīgi savienoti fragmenti ar ziņām par vēsturi un interesantākajiem mūsdienas sasniegumiem. Uzteicams ir tas, ka raidījumā piedalās dažādu vecumu dalībnieki. Īpaši atzinīgi vērtēts raidījuma formāts, un ieteikts to turpināt sabiedriskā pasūtījuma ietvaros, kā arī veicināt raidījuma formāta izmantošanu vēl citu reģionu izzināšanā.

Tāpat **augsti vērtēta pirmsskolas vecuma bērnu auditorijai paredzēto raidījumu kvalitāte.** Piemēram, SIA "Picture House" raidījums "Tutas lietas", pēc lietpratēju ieskata, ir ļoti kvalitatīvs bērnu auditorijai atbilstošs izglītības, kultūras un izklaides resurss. Radītais saturs ne tikai izglīto, bet arī veicina latviešu valodas apguvi, lietošanu un saglabāšanu, tādējādi radot piederības izjūtu latviskajai kultūrtelpai, un sekmē nacionālās identitātes apzināšanos. Savukārt SIA "Vidzemes televīzija" raidījums "Čučumuižas pasakas" sniedz iespēju sākumskolas bērniem iepazīties ar oriģināli radītu leļļu mākslu, kas nav citu televīziju piedāvājumā. Turklāt abiem raidījumiem ir mūsdienīgs un augsti kvalitatīvs audiovizuālais saturs, kā arī tiek izmantoti izcilas kvalitātes mākslinieciskie līdzekļi.

Pēdējo gadu laikā, pateicoties sabiedriskajam pasūtījumam, krietni audzis reģionālo televīziju līmenis. Vērojama lielāka tēmu daudzveidība, kā arī tās kļuvušas sabiedriski nozīmīgākas, kas savukārt liecina par žurnālistu profesionalitātes kāpumu. Turklāt reģionālās televīzijas kļuvušas drošākas, veidojot pašvaldībām neglaimojošus sižetus.

Izaugsme redzama arī sporta raidījumu jomā, kur vērojama profesionalitātes uzlabošanās gan komentētāju darbā, gan translāciju kvalitātes ziņā. Savukārt portretraidījumos tiek atzinīgi vērtēta daudzveidīgāka personību izvēle. Piemēram, 2014. gadā tapušajos raidījumos "Latvijas stāsti. Personības" pārsvarā dominē tikai mākslas un kultūras jomu pārstāvošas personības, savukārt vēlākajā laikposmā veidotajos raidījumos parādās daudz plašāka dažādu profesiju pārstāvju dalība.

Pēc lietpratēju ieskata, **raidījumu satura koncepcijās ietvertās idejas galvenokārt ir atbilstošas realizācijai sabiedriskā pasūtījuma ietvaros.** Vien retos gadījumos raidījumu koncepcija liek apšaubīt projektu atbilstību sabiedriskā pasūtījuma kritērijiem, un ir aicināts izvērtēt, vai šādus raidījumus būtu nepieciešams finansēt no sabiedrības līdzekļiem. Piemēram, kritiski vērtēts SIA "DAUTKOM TV" raidījuma "Viena diena pārdevēja dzīvē" mērķis, piedāvātā satura nozīme auditorijai un pienesums saturam, kas būtu atbalstāms no sabiedriskā pasūtījuma līdzekļiem. Vairākumā gadījumu raidījumu veidotājiem izdevies radīt saturu, kas atbilst raidījuma satura koncepcijā definētajiem sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem, kā arī koncepcijā izvirzītajiem mērķiem un uzdevumiem, tomēr dažkārt saturs atzīts par daļēji atbilstošu, atsevišķos gadījumos – par neatbilstošu šiem kritērijiem. Reizēm kritiski vērtēta žurnālistu izpratne par sabiedriskā

pasūtījuma būtību. Piemēram, SIA "Vidzemes televīzija" raidījuma "Ēdienkarte" ideja, pēc lietpratēju ieskata, ir ļoti laba un oriģināla, tomēr ne visi raidījumi atbilst sabiedriskā pasūtījuma kritērijiem un būtībai. Savukārt raidījuma "Labākai ikdienai" veidotājiem rekomendēts definēt skaidrākus kritērijus raidījuma tēmu izvēlē, lai radītu sižetus, kas ir saistoši ne tikai lokālā, bet arī visas Latvijas mērogā.

Dažkārt rekomendēts uzlabot satura kvalitāti – tā aktualitāti, nozīmīgumu, dažādību, viedokļu daudzveidību, retāk – atbilstību mērķauditorijai. Dažādu veidu nepilnības konstatētas, piemēram, vairākos reģionālo plašsaziņas līdzekļu veidotajos raidījumos, atsevišķos sporta, diasporas mediju, kā arī jauniešu auditorijai paredzētajos raidījumos. Daudziem raidījumiem satura kvalitātes ziņā saskatīts izaugsmes potenciāls. Lai gan visnotaļ bieži lietpratēji norāda uz dažādu veidu nepilnībām, vien retos gadījumos lietpratēji apšaubā satura veidotāju profesionālo veikumu, norādot, ka šādā veidolā vai kvalitātē raidījums turpmāk nebūtu iekļaujams realizācijai sabiedriskā pasūtījuma ietvaros. **Jāatzīmē, ka ne vienmēr recenzenti ir vienisprātis par kāda raidījuma kvalitāti.** Piemēram, filmu cikls "Kas te tik laikmetīgs?", pēc viena lietpratēja ieskata, ir vizuāli labi izstrādāts, kvalitatīvs un atraktīvi pasniegts raidījums, savukārt pēc cita lietpratēja ieskata raidījums nebūtu uzskatāms par kvalitatīvu projektu. Līdz ar to **būtu nepieciešams meklēt tādas pieejas veidotā satura novērtēšanai, kas iespējami ļautu izvairīties no subjektivisma.**

Vairākos raidījumos tiek uzteikta personību izvēle un radītās interesantās, dinamiskās un saturiski vērtīgās intervijas. Daudziem raidījumiem izdevies paplašināt medijos redzamo personu loku, iepazīstinot auditoriju ar plašākā sabiedrībā mazāk pazīstamu personu pieredzi, zināšanām un uzskatiem par dažādiem jautājumiem, tādējādi paplašinot skatītājiem pieejamās informācijas daudzveidību. Tāpat ir arī veidoti raidījumi par neparastām personībām, kas ar savu piemēru var iedvesmot līdzcilvēkus. Atzinīgi vērtēts tas, ka raidījumi veidoti par personībām no visas Latvijas, arī no tās tālākajiem novadiem. Lai gan kopumā raidījumi ir veicinājuši dažādu sabiedrības grupu pārstāvju līdzdalību programmu un raidījumu satura veidošanā, reizēm raidījumu dalībnieku izvēlē priekšroka tiek dota populāriem, daudzkārt dzirdētiem un redzētiem viedokļu līderiem, nevis aicinātas sabiedrībā mazāk zināmas personības, kas arī būtu kompetentas diskutēt par konkrētajām tēmām, tādējādi sniedzot pienesumu viedokļu daudzveidībai. Tāpat viedokļus par dažādiem jautājumiem bieži tiek aicinātas sniegt vienas un tās pašas personības, lai gan jautājuma specifika prasītu niansētāk piemeklēt lietpratējus komentāra sniegšanai. Dažkārt satura veidotāji izpelnījušies pārmetumus par nepietiekamu neitralitātes ievērošanu un viesu izvēles pamatotību. Nopietnas bažas rada fakts, ka šāds trūkums visbiežāk konstatēts raidījumos, kuros kā viesi aicināti politiķi un lietpratēji, lai izteiktos par sabiedriski politiskiem jautājumiem. Būtiski ir auditorijai izskaidrot raidījuma dalībnieku izvēli, tomēr ne visos gadījumos vienlīdz veiksmīgi sniegts viesu uzaicināšanas pamatojums. Tas savukārt mazina raidījuma vērtību. Lielāka uzmanība būtu veltāma arī korektai diskusiju dalībnieku un viedokļu paudēju institucionālās un partijas piederības, aktuālās un kādreizējās profesionālās darbības jomas un amatu norādīšanai. Nereti personas tiek pieteiktas, lietojot ļoti vispārīgas un pat neidentificējamās kategorijas, piemēram, "sabiedrisko procesu vērotājs", "politologs", "eksperts". Tādējādi tiek radīta labvēlīga augsne tam, lai, pamatojot to ar lietpratēju statusu, sabiedrisko domu varētu ietekmēt noteiktu interešu pārstāvji. Svarīgi ir tas, lai raidījuma viesi būtu kompetenti konkrētajā jomā, nevis tikai sabiedrībā zināmas personības. Vairākus raidījumu žurnālisti ir labi sagatavojušies sarunām studijā vai sižetiem. Tomēr ir gadījumi, kad intervija izdodas veiksmīga, tikai raidījuma viesu aktivitātes un atraktivitātes dēļ. Lielākajā daļā raidījumu tiek ievērota politiskā neitralitāte un raidījuma veidotāji ir parūpējušies par to, lai līdzsvaroti būtu pārstāvēts viss politiskais spektrs.

Visnotaļ bieži kritiski vērtēts televīzijas raidījumu audiovizuālais formāts. Ne vienmēr raidījumos ņemta vērā televīzijas specifika, kur būtiska ir arī vizuālā informācija, lai piesaistītu un noturētu skatītāja uzmanību. Vairākos raidījumos ir konstatēts vizuālo risinājumu trūkums. Piemēram, portreta intervijas žanrā veidotajiem raidījumiem tikai retumis piemīt tāds dinamisms, ka pietiek tikai ar žurnālista un raidījuma viesu sarunas fiksēšanu, neizmantojot vizualizācijai papildu elementus. Ja trūkst vizuālā vēstījuma, daudzos gadījumos raidījuma saturs būtu piemērotāks raidījumam audioformātā, nevis raidīšanai televīzijā. Problēma ir arī vizuālās informācijas kvalitāte

– būtu nepieciešams izmantot radošākus un mūsdienīgākus vizuālos un tehniskos risinājumus, lai noturētu auditorijas uzmanību. Tikai retumis ir radīti raidījumi ar mūsdienīgu un augsti kvalitatīvu audiovizuālu saturu vai tiek izmantoti izcilas kvalitātes mākslinieciskie līdzekļi. Atsevišķiem raidījumiem ir konstatēts vienotas vizuālās identitātes trūkums. Problēmas konstatētas arī raidījumu strukturēšanas jomā – ne vienmēr raidījumu veidotāji spēj piedāvāt profesionāli veidotu, pārdomātu, atbilstoša garuma, skaidru un secīgu vēstījumu. Nereti trūkst stāstījuma dramaturģijas, kas ir būtiska skatītāja uzmanības noturēšanai, un būtu vēlams iekļaut dažādus elementus, kas raidījumus padarītu dinamiskākus. Tāpat būtu jāizvairās no formas vienveidības dažādu tēmu atspoguļošanā, lai raidījumi nekļūtu vienveidīgi un vienmuļi. Vairākos gadījumos iezīmējas vienota raidījuma formāta izstrādes nepieciešamība. Dažkārt raidījumam trūkst viendabīguma gan satura kvalitātes, gan formas un struktūras ziņā pat viena projekta ietvaros. Viens no iemesliem tam varētu būt resursu trūkums, kas raidījumos spiež pārraidīt arī tādus materiālus, kuri nav izrādījušies pietiekami veiksmīgi vai būtiski. Raidījumi viena projekta ietvaros mēdz būt atšķirīgi arī režijas un satura ziņā. Īpaši tas raksturīgs raidījumiem, kas veidoti, kopīgi sadarbojoties vairākām reģionālajām televīzijām. Iemesls tam ir ne tikai atšķirīgās reģionālo televīziju tehniskās, profesionālās un finansiālās iespējas, bet arī televīziju izvēlētas pieejas, veidojot raidījumus. Piemēram, reģionālo televīziju veidotajā raidījumā “Latvijas stāsti” vērojamas atšķirīgas pieejas personību portretējumiem, proti, dažos raidījumos tas ir žurnālista veidots stāsts par personību, citos izvēlēts klasiskas intervijas formāts vai saruna ar intervējamo personu pastaigas laikā.

Kopumā gan raidījumu vadītāju, gan operatoru un režisoru darbs vērtēts atzinīgi. Aplūkojamajā laikposmā novērota vairāku raidījumu vadītāju profesionālā izaugsme. Vairākumā gadījumu ievēroti žurnālistikas ētikas un profesionālie standarti, politiskā neitralitāte un viedokļu daudzveidība. Atsevišķos gadījumos īpaši akcentēta raidījumu veidotāju profesionalitāte, kā arī raidījuma vadītāja atbilstība raidījuma formātam. Tomēr raidījumu veidotāju profesionālās iemaņas ir visai atšķirīgas. Ne visiem raidījumiem ir pieredzējuši, kompetenti un profesionāli vadītāji. Tāpat ne vienmēr atzinīgi vērtēta raidījumu vadītāju sagatavotība.

Pēc lietpratēju ieskata, **vairākiem raidījumu vadītājiem būtu jāuzlabo ne tikai profesionālās žurnālistikas iemaņas, bet arī valodas lietojums** – konstatēta gramatikas normu neievērošana, kļūdaina leksikas izvēle, sarunvalodas stila un slenga lietošana, neskaidra runa. Dažkārt rekomendētas latviešu valodas nodarbības gan zināmu normu atkārtošanai, gan jaunu vārdu un terminu apzināšanai un turpmākai iekļaušanai leksikā. Tāpat atsevišķos gadījumos būtu nepieciešamas runas pedagoga nodarbības sasprindzinājuma mazināšanai un pareizrunas un skaidrrunas izkopšanai ([Liepa, 2020](#)).

2.2.2. Reģionālie plašsaziņas līdzekļi

Lietpratēji norāda, ka reģionālajos medijos satura veidošanā uzsvars tiek likts uz informāciju par reģionālajiem notikumiem noteiktajā vietā un kopienā. Tādējādi reģionālo mediju saturs tiek veidots un izplatīts, apzinoties konkrētās teritorijas kultūrvēsturisko, sociālo un politisko specifiku, kā arī auditorijas gaidas, un veido lokālās kopienas identitāti un piederību. Vienlaikus reģionālo mediju un tajos strādājošo ciešā saikne ar vietējo kopienu apdraud iespējas saglabāt profesionālās vērtības un pamatstandartus. **Pēdējo gadu tendences rāda, ka mazinās auditorijas prasības pret mediju kvalitāti un saturu un iedzīvotāji vislabprātāk patērē izklaidējošu un strukturāli vienkāršotā veidā pasniegtu informāciju.** Reģionālo mediju darba kārtībā vērojama rutinizācija, ko lielā mērā veicina vietējās kopienas tradīcijas, reģionālo mediju specifika un ierobežotie resursi. **Lai piesaistītu jaunākās paaudzes auditoriju, būtu jāsekmē aktīvāka reģionālo mediju darbība sociālo tīklu platformās un esošo mediju tīmekļvietņu modernizācija** ([Uzule, 2018](#)).

Pētnieki konstatējuši, ka **lielākā daļa mediju atbalsta programmu finansējuma izmantota padziļinātiem pētnieciskās žurnālistikas projektiem vai kultūrvēsturiski izzinošu rakstu vai raidījumu cikliem.** Ņemot vērā specifiskos reģionālo mediju attīstības ierobežojumus, pētnieku

uzmanība veltīta arī mediju atbalsta programmās atbalstītā reģionālo mediju satura izvērtējumam, kurā secināts, ka:

- reģionālie mediji galvenokārt turpinājuši veidot ierasto ikdienas saturu, orientējoties uz sava reģiona auditoriju un atspoguļojot tai aktuālus jautājumus, konstatēti piemēri, kad finansējums galvenokārt tiek izmantots ikdienas satura ražošanai, taču, pēc pētnieku ieskata, arī tas nav mazsvarīgi;
- lai arī reģionālie mediji ir aptvēruši plašāku tematu loku, vairāk pievēršoties ekonomikas un uzņēmējdarbības jautājumiem lokālā līmenī, tomēr joprojām salīdzinoši maz tiek skarti zinātnes, medicīnas un vides aizsardzības temati;
- salīdzinot ar 2018. gadu, 2019. gadā reģionālajos medijos vērojams izmantoto informācijas avotu skaita pieaugums, tomēr nereti saturs paliek tikai dažādu viedokļu atspoguļošanas līmenī, žurnālistam nemēģinot jautājumu skatīt padziļināti;
- nepilnība, kas akcentēta RSU pētnieku 2018. gada veiktajā izvērtējumā, bet vairs neparādās nākamā gada izvērtējumā, – vairāku reģionālo mediju projektos tapušās publikācijas un raidījumi nepietiekami izmanto unikālos reģiona resursus, līdz ar to šo projektu saturs lielā mērā dublējas ar sabiedrisko mediju piedāvāto saturu ([Rožukalne u. c., 2019](#); [Rožukalne u. c., 2020](#)).

2.2.3. Žurnālisti un plašsaziņas līdzekļu darbinieki

Analizējot finansējuma saņēmēju radīto saturu, svarīgi ir ņemt vērā vairākus lietpratēju akcentētus konteksta faktoros, kas plašākā mērogā ietekmē žurnālistikas praksi. Starp šiem faktoriem jāmin ar žurnālistu profesiju saistīti faktori (tostarp žurnālistu atalgojuma jautājumi un darba stils jauno mediju laikmetā), kā arī žurnālistikas kultūra kopumā.

Žurnālisti. Ilzes Šulmanes un Lauras Uzules veiktajā apsekojumā konstatēts, ka Latvijā strādājošie žurnālisti lielākoties ir pieredzējuši (vidējais darba stāžs 16 gadi) un ar augstu izglītības līmeni (teju 40 procentiem ir maģistra līmeņa izglītība vai doktora grāds). Vienlaikus žurnālisti vairākkārt uzsvēruši, ka viņu atalgojums un sociālās garantijas nav pietiekamas un būtu nepieciešams šajā jomā nodrošināt līdzvērtīgus apstākļus gan sabiedriskajos, gan komerciālajos medijos strādājošajiem žurnālistiem ([Šulmane un Uzule, 2018](#); [LSM.lv, 2019](#)).

Žurnālistu darbība, pienākumi un darba stils. Palielinoties interneta mediju pieejamībai, popularitātei un ietekmei, žurnālistiem nācies pārorientēties uz darba vidi, kas pieprasa liela skaita ziņu radīšanu iespējami īsā laikā. Lielā darba noslodze var negatīvi ietekmēt akurātumu, radošumu un uzticamību. Ņemot vērā, ka interneta vidē auditorijai tiek sniegtas ievērojami plašākas iespējas mijiedarboties gan savstarpēji, gan ar mediju satura radītājiem, kā arī pašiem radīt un publicēt saturu, publiskajā telpā kļūst aizvien grūtāk pamanīt robežas starp žurnālistu un citu komunikācijas profesionāļu, piemēram, sabiedrisko attiecību speciālistu, veidoto saturu. Tas rada vairākus jautājumus par žurnālista profesijas uzdevumiem un lomu kopumā ([Šulmane un Uzule, 2018](#)).

Žurnālistikas kultūra. Žurnālistikas pamatvērtības ir godīguma, objektivitātes, neatkarības un cieņas pret cilvēktiesībām ievērošana. Pēc mediju pētnieces Andas Rožukalnes novērojumiem, Latvijā redzamas dažādu žurnālistikas kultūru iezīmes. Profesionālās žurnālistikas kultūras pārstāvjiem kopumā raksturīga atbilstība augstiem profesionālās darbības standartiem. Vienlaikus medijiem, kas cieši saistīti ar politikas un ekonomikas apakšsistēmām, kopumā raksturīga instrumentāla un autoritāra (postpadomju) žurnālistikas kultūra. A. Rožukalne min, ka krievu valodā rakstošo mediju pārstāvētā tradicionālā Krievijas žurnālistikas kultūra bieži neatbilst Rietumeiropas žurnālistikas principiem (piemēram, ziņas bieži vien netiek nošķirtas no komentāriem) ([Rožukalne, 2019](#)).

2.3. Sabiedrības noturīgums pret hibrīdapdraudējumiem

2.3.1. Vispārējs situācijas raksturojums un galvenās problēmas

Lai gan kopumā sabiedriskajam pasūtījumam Latvijas un it īpaši Latgales informatīvās telpas stiprināšanā ir bijusi būtiska nozīme, tomēr starp sabiedriskā pasūtījuma ietvaros laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam realizētajiem raidījumiem **ir maz tādu raidījumu, par kuriem varētu apgalvot, ka tie sniedz ieguldījumu sabiedrības noturības veicināšanā pret hibrīdapdraudējumiem.** Neliels ir pētnieciskās žurnālistikas piedāvājums, kā arī šauri pārstāvēts tādu raidījumu segments, kas sniedz ieguldījumu patriotiskajā audzināšanā, kur tiek analizēti ģeopolitiskie, 20. gs. vēstures u. c. aspekti, kas ir būtiski, lai radītu pretsparu Krievijas hibrīdapdraudējumu arsenālā esošajiem elementiem. Kā pozitīvu piemēru sabiedrības noturības pret hibrīdapdraudējumiem veicināšanas jomā var minēt novadu ziņu sižetus, kas ne tikai ir veicinājuši patriotisku attieksmi pret Latvijas valstiskumu un tās demokrātisko valsts iekārtu, bet arī izglītojuši iedzīvotājus un veicinājuši viņu pilsonisko izpratni politikas un drošības jautājumos. Tāpat nav iespējams pārvērtēt Latgales reģiona īpašo mērķa statusu saistībā ar dažādiem hibrīdapdraudējumiem, tādēļ attiecīga satura veidošana šā reģiona iedzīvotājiem ir sevišķi būtiska. Līdz ar to pozitīvi ir tas, ka apskatāmajā laikposmā medijos būtiski palielinājies saturs, kas aptver Latgales reģionu. Uzteicami, ka sabiedriskā pasūtījuma ietvaros veidoti raidījumi arī tiem Latgales iedzīvotājiem, kuri dod priekšroku medijiem krievu valodā, piemēram, radiostacijas “Alise Plus” veidotie raidījumi krievu valodā “Latvija šodien” un “Latvijas pulss”. Šāda veida raidījumi ne tikai mazina Latgales iedzīvotāju atkarību no Krievijas informatīvās vides un tās ietekmi, bet arī vājina Latgalē dominējošos stereotipus, kas radušies Krievijas plašsaziņas līdzekļu ietekmē. Lai gan auditorijai Latgalē sabiedriskā pasūtījuma ietvaros veidoti vairāki raidījumi, kas tostarp informējuši par procesiem valstī, svarīgām politikajām norisēm un citām aktuālām tēmām, stiprinot iedzīvotāju patriotismu un izaicinot iedziļināties valstī notiekošajā, tomēr salīdzinoši liels ir to raidījumu īpatsvars, kuros dominējošā satura kategorija ir Latgales kultūra un vēsture, veiksmes stāsti par uzņēmīgiem un radošiem Latgales iedzīvotājiem u. tml. Nenoliedzot šādu raidījumu nepieciešamību – tie veicina iedzīvotāju lokālpatriotismu un piederību savai valstij, reģionam un kopienai –, atsevišķos gadījumos, ja to pieļauj raidījuma formāts, būtu lietderīgi paplašināt raidījumu tematisko aptvērumu. Piemēram, raidījuma “Pi myusim Latgolā!” veidotājiem rekomendēts ne tikai atspoguļot kultūras un kultūrvēstures norises, bet arī aktīvāk iesaistīties valsts mēroga sociālpolitiskajā darba kārtībā, piemēram, atspoguļojot Latgales iedzīvotāju un viedokļu līderu uzskatus par normatīvo regulējumu un valsts iekšpolitisko un ārpolitisko kursu, kā arī salīdzinot latgaliešu un citu novadu iedzīvotāju viedokļus par valsts un ārvalstu mediju darba kārtības aktuālākajiem jautājumiem ([NEPLP rec., 2014](#); [NEPLP rec., 2014–2020](#); [NEPLP rec., 2015–2020](#); [NEPLP rec., 2016–2020](#); [NEPLP rec., 2017–2020](#)).

2.3.2. Iedzīvotāju uzticēšanās plašsaziņas līdzekļiem

Par to, cik labvēlīga augsne valstī ir hibrīdapdraudējumiem, liecina iedzīvotāju uzticēšanās rādītāji medijiem. **Latvijas iedzīvotāju uzticēšanās plašsaziņas līdzekļiem ir nedaudz augstāka nekā vidēji ES,** un kā uzticamākos plašsaziņas līdzekļus Latvijas iedzīvotāji vērtē radio un televīziju (skat. 10. tabulu), tātad var apgalvot, ka **radio un televīzija visvairāk ietekmē auditoriju.** Laikposmā kopš 2015. gada pakāpeniski ir samazinājusies iedzīvotāju uzticēšanās sociālajiem tīkliem un internetam, uzticēšanās drukātajai preseī un televīzijai bijusi svārstīga, savukārt uzticēšanās radio pakāpeniski palielinājusies no 57 procentiem 2015. gada rudenī līdz 65 procentiem 2019. gada rudenī ([Zelče, 2018a](#)). **Cittautiešu auditorijā 40 procenti iedzīvotāju vairāk uzticas Krievijas medijiem.** Gados jaunākie iedzīvotāji vairāk uzticas interneta resursiem un sociālajiem tīkliem, savukārt vecākie – televīzijai un radio. Kā uzticamākos medijus Latvijas iedzīvotāji min “LTV1” (28 procenti iedzīvotāju), “TV3” (25 procenti iedzīvotāju) un delfi.lv (15 procenti iedzīvotāju). Iedzīvotāju aptaujā konstatēts, ka Latvijas sabiedrībai ir svarīga uzticama informācija, kas ir brīva no propagandas. Vienlaikus aizvien lielāka daļa Latvijas iedzīvotāju uzskata, ka plašsaziņas līdzekļi

sniedz vienvērtīgu informāciju un tādēļ, lai gūtu priekšstatu par kādu viņus interesējošu jautājumu, 56 procenti iedzīvotāju izmanto tikai vienu vai divus informācijas avotus vai plašsaziņas līdzekļus. Ceturtdaļa to iedzīvotāju, kuri izmanto tikai vienu plašsaziņas līdzekli, ir jaunieši vecumā līdz 24 gadiem. **Samazinās iedzīvotāju pašvērtējums spējai atšķirt uzticamu informāciju no maldinošas.** 2020. gada beigās tikai 23 procenti Latvijas iedzīvotāju uzskatīja, ka parasti spēj plašsaziņas līdzekļos atpazīt uzticamu informāciju un atšķirt to no tendenciozas vai nepatiesas informācijas, lai gan vēl 2017. gadā tā domāja 40 procenti iedzīvotāju ([LF, 2020](#)).

10. tabula

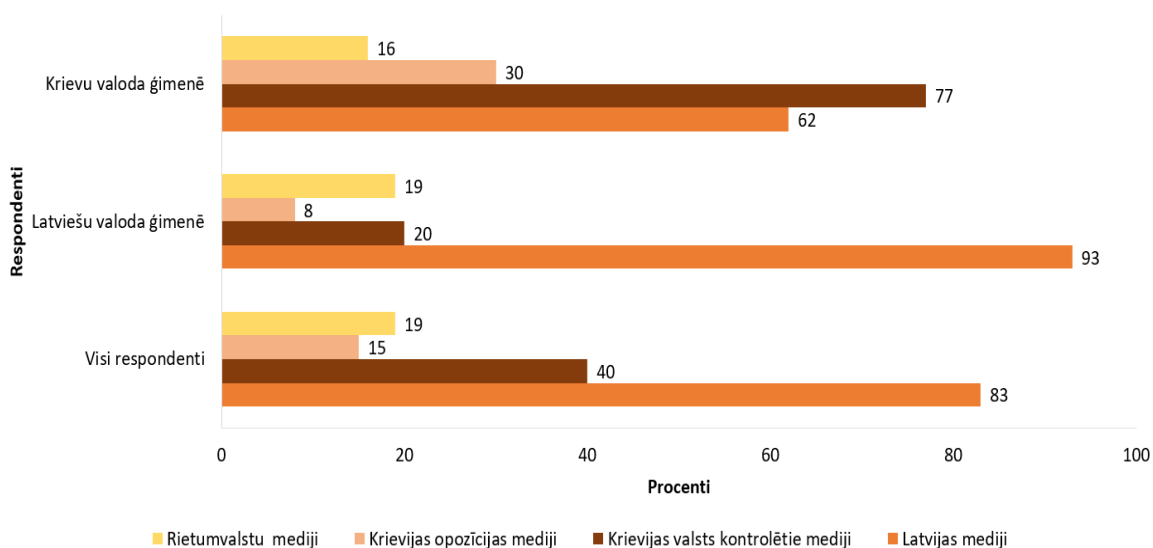
Latvijas un ES iedzīvotāju uzticēšanās plašsaziņas līdzekļiem (procentos no kopējā iedzīvotāju skaita) 2015.–2019. gadā

Avots: [Zelče, 2018a](#); [EC, 2020](#)

Gads	Drukātā prese		Radio		Televīzija		Internets		Sociālie tīkli	
	Latvijā	ES	Latvijā	ES	Latvija	ES	Latvija	ES	Latvija	ES
2019	48	46	65	57	63	49	34	32	22	20
2018	36	47	62	59	58	50	34	32	21	19
2017	41	47	60	59	59	51	35	34	21	20
2016	44	46	63	59	61	50	37	36	27	21
2015	37	43	57	55	58	48	35	35	23	20

2.3.3. Informācijas telpu nošķirums atbilstoši valodai

Latvijā kopumā saglabājas pastāvīgi aktuālais informācijas telpu nošķirums latviešu un krievu valodā. Mediju lietojums lielā mērā ir saistīts ar iedzīvotāju dzimto valodu, jo gan latviešu, gan cittautiešu auditorijā iedzīvotāji biežāk dod priekšroku medijiem dzimtajā valodā (skat. 16. attēlu) ([Valtenbergs u. c., 2018](#); [Zelče, 2018a](#); [Bērziņa un Zupa, 2020](#); [LF, 2020](#)). Iedzīvotāji, kuru mājās galvenokārt tiek lietota krievu valoda, pamatā izvēlas Krievijas plašsaziņas līdzekļus, turklāt vairākumā gadījumu – Krievijas valsts kontrolētos medijus. Līdz ar to lielu Latvijas iedzīvotāju daļu sasniedz tie naratīvi, kurus ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību aktīvi izplata Krievijas oficiālās valsts varas institūcijas. Jāņem vērā, ka Krievija aktīvi veic darbības informatīvajā telpā, kuru lieto arī liela daļa Latvijas iedzīvotāju, īpaši Latgales reģionā. Valsts drošības dienests (turpmāk arī – VDD) uzsver, ka Krievijai ir būtiski radīt un nostiprināt Latvijas krievvalodīgo iedzīvotāju piederības izjūtu Krievijas ģeopolitiskās intereses sekmējošām interpretācijām, piemēram, par Otrā pasaules kara vēsturi. VDD veiktā analīze liecina, ka Krievija ar dažādu ietekmes kanālu starpniecību strādā pie tā, lai sekmētu Krievijai labvēlīgu vēstījumu izplatīšanu Latvijas informatīvajā telpā un censtos uzrunāt potenciālo “tautiešu” jauno paaudzi ([VDD, 2021](#)). Šī problēma ir aktuāla jau gadiem, taču efektīvu risinājumu tam, kā īstenot kontrdiskursu Krievijas izplatītajiem naratīviem un sasniegt krievvalodīgo auditoriju, Latvijai aizvien nav.



16. attēls. Respondentu skaita (procentos) sadalījums atkarībā no valodas lietojuma ģimenē un Latvijas, Krievijas un rietumvalstu plašsaziņas līdzekļu lietojuma, lai iegūtu aktuālu informāciju par notikumiem Latvijā un pasaulē

Avots: [Bērzina un Zupa, 2020](#)

2.3.4. Plašsaziņas līdzekļu lietotprasme

Būtisks faktors, vērtējot iedzīvotāju noturību pret hibrīdapdraudējumiem, ir plašsaziņas līdzekļu lietotprasme.

Kopumā Latvijā plašsaziņas līdzekļu lietotprasmes ziņā vērojami uzlabojumi. Salīdzinot situāciju 2017. un 2020. gadā, KM konstatējusi pozitīvas tendences, un auditorija kopumā vairāk apzinās riskus, kas vērojami informatīvajā vidē ([Intervija, KM, 14.01.2021](#)). Plašsaziņas līdzekļu lietotprasmes veicināšana sabiedrībā bija arī viena no MAF prioritātēm. Pēc lietpratēju ieskata, tas sekmējis dezinformācijas atmakošanai un melu dekonstrukcijai veltīta satura veidošanu. Kopumā mediji plašsaziņas līdzekļu lietotprasmes aspektu sasaista ar politiskajiem jautājumiem, ietverot tajā arī dažādus drošības faktoros. Atbalsta programmas veidotajos sižetos mediji visvairāk pievērsušies tēmām, kas skar nacionālo drošību un tās apdraudējumus.

Atspoguļojot drošības aspektus, mediji dažkārt mēdz paust arī nosodījumu vai trauksmi, piemēram, par nepatiesām ziņām Krievijas medijos un ticību tām. Plašsaziņas līdzekļu lietotprasmes jomā, īpaši melu dekonstrukcijas kategorijā, mediji demonstrē tēmu vienveidību – galvenokārt līdzīgā veidā ir atmaskota Krievijas medijos pārraidītā dezinformācija.

Problemātiska ir arī tādas auditorijas aizsniegšana, kas tic noteiktiem apgalvojumiem, – konkrētā medija auditorija, kas lasa melu atmakošanu un dekonstrukcijas materiālus, visticamāk, nav tā pati, kas lasījusi sākotnējos apšaubāmos materiālus citos medijos.

Būtu nepieciešams meklēt veidus, kā veicināt Latgales mediju satura konkurētspēju iepretim kaimiņvalstu mediju saturam. Lai arī VRAA nolikums paredzēja papildu punktus tiem mediju projektiem, kuros plānots nodarboties ar melu atmakošanu, šajā kategorijā netika atbalstīts neviens projekts ([Buholcs u. c., 2018](#); [Rožukalne u. c., 2019](#); [Rožukalne u. c., 2020](#)).

Vēstures politizācija ir viens no spēcīgākajiem instrumentiem Krievijas hibrīdapdraudējumu arsenālā, tādēļ vēstures jautājumu korekts, profesionāls atspoguļojums Latvijas medijos ir kritiski svarīgs sabiedrības noturīguma veicināšanā pret hibrīdapdraudējumiem. Īpaši nepieciešams veicināt tāda satura veidošanu, kas varētu uzrunāt gados jaunākos satura patērētājus.

Kopumā būtu sekmējama aizvien intensīvāka tādu vēstures aspektu skaidrošana, kas Latvijā un Krievijā tiek vērtēti atšķirīgi. Priekšstatu par situāciju sniedz arī dažādu neviennozīmīgi vērtētu svētku dienu atainojums Latvijas plašsaziņas līdzekļos. Lietpratēji analizējuši, piemēram, 30. novembra, 16. marta, 4. maija un 9. maija atainojumu plašsaziņas līdzekļos. 2016.–2017. gadā no Latvijas dienas laikrakstiem visvairāk vietas savā darba kārtībā tam atvēl "Latvijas Avīze", apjoma ziņā tai seko "Весту Сегодня", kas gan, salīdzinot ar citām norisēm, maz vietas velta 4. maija atzīmēšanas pasākumiem, un laikraksti "Neatkarīgā Rīta Avīze" un "Diena", kas kopumā pagātnes tematiku uzskata par nenozīmīgāku. Televīziju vidū nedaudz būtiskāku vietu piemiņas un svētku dienām atvēl sabiedriskā TV, kas jo īpaši akcentē valsts oficiālās svinamās dienas (izteikts uzsvars uz 4. maija svētku pasākumiem), bet mazu vērību velta 9. maija norisēm. Interneta mediji pastiprināti ataino tos notikumus, kuros iespējami konflikti (16. marts un 9. maijs). Salīdzinot medijus atbilstoši valodai, kurā tie tiek izdoti vai raida, ir vērojamas būtiskas atšķirības. Medijiem krievu valodā ir tendence mazāk uzmanības veltīt 4. maija atcerei, izteikti pozitīvāk vērtēt 9. maija un negatīvāk – 16. marta norises, kā arī visu pasākumu atainojumā (arī 30. novembra) vairāk kritizēt valsts varu ([Bērziņš, 2021](#)). **Nemot vērā Latvijas iedzīvotāju plašsaziņas līdzekļu lietošanas valodu, būtu aktualizējama risinājumu meklēšana tās auditorijas uzrunāšanai, kas saturu patērē vienīgi krievu valodā** ([Bērziņa un Zupa, 2020](#)).

3. Iespējamie uzlabojumi plašsaziņas līdzekļu atbalsta pilnveidei

Atbalsta plašsaziņas līdzekļiem administrēšanas sistēma pašlaik ir fragmentēta, un tajā ir daudz iesaistīto pušu. **Atbalsta administrēšana būtu padarāma efektīvāka, šo funkciju centralizējot un nododot vienas institūcijas pārziņā.** Tas mazinātu administratīvo slogu arī projektu pieteicējiem (piemēram, projektu pieteikumu dokumentācijas gatavošanā pēc vienotām pamata prasībām), kā arī ļautu operatīvāk orientēties dažādās mediju atbalsta programmās. Vienlaikus apsverama arī Kultūras ministrijas kā mediju politikas veidotāja kapacitātes stiprināšana

Vienotas pieejas realizācijai valsts atbalsta piešķiršanā ir nepieciešama dažādu atbalsta politiku koordinācija. Ja valsts lemj ietekmēt komercmediju ieņēmumus ceļot nodokļus vai ieviešot reklāmas ierobežojumus, būtu jārada kompensācijas mehānisms, piemēram, palielinot atbalstu mediju atbalsta programmās, uz kuru finansējumu komercmediji var pretendēt.

Mediju atbalsta projektu pieejas ēnas puse kopumā ir to ilgspējas trūkums. Paši plašsaziņas līdzekļu pārstāvji nereti atzīst, ka nesaskata iespēju turpināt projekta realizāciju, izmantojot savus līdzekļus. Tādēļ programmās **būtu rekomendējams paredzēt par kvalitatīviem atzītu projektu pagarināšanas iespēju un to ilgspējas nodrošināšanu kopumā.**

Kvalitatīvu projektu pieteikumu sagatavošana lielākas grūtības radījusi nelieliem plašsaziņas līdzekļiem dažādu apstākļu dēļ – nepietiekams darbinieku skaits, darbinieku profesionālo iemaņu, kā arī laika trūkums. Savukārt plašsaziņas līdzekļu organizācijām un jomas profesionāļiem MAF projektu satura veidošana nav radījusi nopietnas grūtības. Tas savukārt nozīmē – **lai uzturētu plašsaziņas līdzekļu plurālismu, jāapsver risinājumi iespējami vienlīdzīgu izejas pozīciju radīšanai dažādu mērogu projektu pieteicējiem** (piemēram, centralizēts konsultatīvais atbalsts projektu izstrādē u. c. risinājumi).

Būtu jārod iespēja sabiedriskajiem plašsaziņas līdzekļiem **nodrošināt paredzamu finansējumu pārskatāmam laikposmam.** Attīstība un kvalitāte ir vieglāk panākama, kad ir skaidras finanšu garantijas, ar kurām iespējams rēķināties ilgtermiņā.

Perspektīvā akcenti būtu liekami un finansiāls atbalsts mērķējams uz tiem aspektiem Latvijas plašsaziņas līdzekļu praksē, kur vērojamas nepilnības. Par nepietiekamu ir uzskatāms starptautiskās pieredzes atspoguļojums, kā arī pētījumu un augsta līmeņa starptautisku dokumentu analīze. Tāpat trūkst akadēmiskās vides kompetences iekļaušanas sociāli politiskas nozīmes diskusijās plašsaziņas līdzekļu telpā. Sociāli politisko jautājumu atspoguļojumā sekmējams alternatīvu un balansējošu viedokļu izklāsts.

Lielāku atbalstu būtu vēlams novirzīt arī tāda satura veidošanai, kurā tiek attīstīta starptematiska pieeja, ne tikai šauri tverta kādas konkrētas nozares problemātika. Būtu attīstāma problēmorientēta pieeja, kas ļautu reaģēt uz aktualitātēm sabiedriski politiskajā darba kārtībā.

Dažādos pētījumos konstatētie iedzīvotāju informācijas patēriņa paradumi Latvijas reģionos un apdraudējumi valsts drošībai, ko izraisa Krievijas pastāvīgās un mērķtiecīgās darbības Latvijas informatīvajā telpā, rada **īpašu nepieciešamību atbalstīt tāda satura veidošanu, kas stiprina Latvijas iedzīvotāju noturību pret hibrīdapdraudējumiem un sniedz ieguldījumu kontradiktora radīšanā Krievijas plašsaziņas līdzekļu radīto naratīvu izplatīšanā.** Šajā kontekstā negatīvi vērtējams fakts, ka pārtraukta tādu mērķprogrammu kā "Atbalsts medijiem Latgales plānošanas reģionā" un "Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai" realizācija. Būtu nepieciešams mērķēt finansējumu šajā virzienā.

Stratēģiski svarīga, raugoties no valsts drošības interešu viedokļa, ir tās auditorijas daļas sasniegšana, kas saturu patērē krievu valodā, līdz ar to būtu **atbalstāmi risinājumi informatīva satura izstrādei krievu valodā.**

Vienlaikus apzinoties riskus, kurus rada auditorijas migrācija uz globālajām platformām, ļoti nozīmīga ir latviešu valodā radītā satura attīstīšana un izkopšana. Tādēļ **starp mediju atbalsta programmu projektu vērtēšanas kritērijiem būtu jāietver arī korekts un kvalitatīvs valsts valodas lietojums.**

Pozitīvi vērtējama ir NEPLP veikspējas palielināšana monitoringa jomā, kas ļauj nodrošināt labāku mediju vides uzraudzību. **Monitoringa mehānisms sniedz iespēju labāk spriest gan par veidotā satura kvalitāti, gan arī par to, kādu ieguldījumu plašsaziņas līdzekļi piedāvā hibrīdapdraudējumu izplatības ierobežošanai.**

Atbalstāma būtu plašsaziņas līdzekļu satura pieejamības un saglabāšanas uzlabošana. **Tāpat būtu nepieciešami mehānismi, kas ļauj pielāgot saturu tiešsaistes videi un atvieglo satura patērēšanu personām ar speciālām vajadzībām.** Šobrīd plašsaziņas līdzekļi rada daudz satura, taču tā patēriņa samazināšanās lineārajā apraidē un palielināšanās internetā rada nepieciešamību pēc risinājumiem satura pielāgošanai digitālajai videi (satura integrācija sociālo tīklu platformās, arhīvu, podkāstu uzturēšana u. c.). Jāpiebilst, ka **kvalitatīvs saturs tiešsaistes vidē pašlaik ir nopietns izaicinājums, īpaši reģionālajiem plašsaziņas līdzekļiem.** Attiecīgi risinājumi (surdotulkotāji, subtitri) sekmētu iekļaujošas sabiedrības principu ievērošanu. Savukārt satura piemērošana tiešsaistes videi sevišķi nepieciešama, lai stiprinātu sabiedrības noturīgumu pret hibrīdapdraudējumiem, ņemot vērā, ka tieši šajā vidē tie bieži vien tiek konstatēti. Reģionālo plašsaziņas līdzekļu aktīvāka darbība sociālo tīklu platformās potenciāli vairāk spētu piesaistīt arī jaunākās paaudzes auditoriju.

Finansējuma sadales shēmās būtu iespējami jāintegrē žurnālistu sociālo garantiju jautājumi. Žurnālisti vairākkārt uzsvēruši, ka viņu atalgojums un sociālās garantijas nav pietiekamas, un šajā jomā būtu sekmējama līdzvērtīgu apstākļu nodrošināšana gan sabiedriskajos, gan komerciālajos plašsaziņas līdzekļos strādājošajām personām.

Izmantotā literatūra un avoti

Ardava-Āboliņa, L., Bērziņš, D., Burķīte, S., Dreijere, V., Freibergs, V., Gulbe, E., Lasmane, S., Radzobe, Z., Skudra, O., Vilūns, R., Zelče, V., Zitmane, M., 2018. Mediju žanru daudzveidība. Grām.: Zelče, V. (red.). *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga, LU Akadēmiskais apgāds, 227.–318. lpp. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/45411>> [Sk. internetā 2021. gada 12. martā].

Bærug, J. R., 2017. *The Collapsing Wall. Hybrid Journalism. A Comparative Study of Newspapers and Magazines in Eight Countries in Europe. Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in Media and Communication*. Tartu: University of Tartu. Institute of Social Studies.

Bērziņa, I., Zupa, U., 2020. *Latvijas sabiedrības griba aizstāvēt valsti: veicinošie un kavējošie faktori*. Rīga: NAA Drošības un stratēģiskās pētniecības centrs. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://www.naa.mil.lv/sites/naa/files/document/DSPC_GribaAizstavetValsti_0.pdf> [Sk. internetā 2021. gada 12. februārī].

Bērziņš, D., 2021. *Svētku un piemiņas dienu atainojums Latvijas medijos 2016./2017. gadā*. Latvijas Okupācijas muzejs. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<http://okupacijasmuzejs.lv/lv/latvijas-okupācijas-vesture/neatkarīga-latvija/svetku-un-pieminas-dienu-atainojums-latvijas-medijos-20162017-gada>> [Sk. internetā 2021. gada 14. jūnijā].

Buholcs, J., Silkāne, V., Denisa-Liepniece, S., Veliverronena, L., 2018. *Mediju atbalsta programmu laikā tapušā satura izvērtējums mediju vides daudzveidības un kvalitātes kontekstā*. Valmiera: Vidzemes augstskola. [Tiešsaiste]. Pieejams: <http://petijumi.mk.gov.lv/sites/default/files/title_file/KM_Zinojums_15112018.pdf> [Sk. internetā 2021. gada 21. februārī].

Dagilis, K., 2018. Nacionālie komerciālie mediji. No: V. Zelče, red., *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 189.–213. lpp. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/45411>> [Sk. internetā 2021. gada 16. janvārī].

European Commission (EC), 2020. *Media use in the European Union. Report. 2015–2020. Standard Eurobarometer*. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/browse/all/series/4961>> [Sk. internetā 2021. gada 25. janvārī].

European Commission (EC), 2021. *Rule of Law Report: Country Chapter on the rule of law situation in Latvia. Working Document. SWD(2021) 719 final*. Brussels. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/2021_rlr_country_chapter_latvia_en.pdf> [Sk. internetā 2021. gada 23. jūlijā].

Grönlund, M., Lehtisaari, K., Lindén, C. G., Villi, M., 2020. *Researching News Media : Creating Societal Impact from Research for the Media Industry and Policymakers*. In: U. Rohn, T. Evens, eds., *Media Management Matters : Challenges and Opportunities for Bridging Theory and Practice, Media Management and Economics Series*. New York: Routledge, pp. 155–172.

Klimkiewicz, B., 2019. *Pluralism in a Hybrid Media Environment from the User Perspective. Research Project Report*. Fiesole: European University Institute. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/65604/CMPEF_2019_02.pdf?sequence=4&isAllowed=y> [Sk. internetā 2020. gada 12. decembrī].

Latvijas Fakti (LF), 2020. *Latvijas iedzīvotāju medijpratība. Kvantitatīvais pētījums*. Rīga: Latvijas Fakti. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.km.gov.lv/lv/media/11921/download>> [Sk. internetā 2021. gada 3. martā].

Latvijas Nacionālā bibliotēka (LNB), 2021. *Krājums "Latvijas izdevējdarbības statistika"*. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.lnb.lv/lv/izvejedarbibas-statistika/krajums-latvijas-izvejedarbibas-statistika>> [Sk. internetā 2021. gada 23. maijā].

Latvijas Reklāmas asociācija (LRA), 2018. *Latvijas mediju reklāmas tirgus apkopojums par 2018. gadu*. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://www.lra.lv/webroot/file/uploads/files/G_2018-gada-mediju-reklamas-tirgus-apjoms-latvija.pdf> [Sk. internetā 2021. gada 2. janvārī].

Latvijas Reklāmas asociācija (LRA), 2020. *Latvijas mediju reklāmas tirgus apkopojums par 2020. gadu*. [Tiešsaiste]. Pieejams:

https://www.lra.lv/webroot/file/uploads/files/2020.%20gada%20reklamas%20tirgus%20dati_relize_2402_2021.pdf [Sk. internetā 2021. gada 18. aprīlī].

Latvijas Reklāmas asociācija (LRA), 2021. *Latvijas mediju reklāmas tirgus apkopojuma dati.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://www.lra.lv/lv/statistika/latvijas-mediju-reklamas-tirgus-apkopojuma-dati/> [Sk. internetā 2021. gada 18. aprīlī].

LETA, 2017. *MTG Baltijas biznesa pārdošana "Providence" noslēgusies; turpmāk sauksies "All Media Baltics".* 18.10.2017. Delfi. [Tiešsaiste]. Pieejams: https://www.delfi.lv/business/biznesa_vidē/mtg-baltijas-biznesa-pardosana-providence-noslegusies-turpmak-sauksies-all-media-baltics.d?id=49353027 [Sk. internetā 2021. gada 1. martā].

Liepa, D., 2020. *TV un radio raidījumu valodas vērtējums.* 11.09.2020. [Tiešsaiste]. Pieejams: https://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/Sabiedrisk%C4%81%20pas%C5%ABt%C4%ABjuma%20recenzijas/Radio/Raid.analize_gala_Liepa.pdf [Sk. internetā 2021. gada 18. jūlijā].

Liepiņa, B., 2019. *Reklāmas tirgus apjoms 2018. gadā sasniedzis 85 miljonus eiro.* Latvijas Reklāmas asociācija. [Tiešsaiste]. Pieejams: https://www.lra.lv/webroot/file/uploads/files/G_2018-gada-mediju-reklamas-tirgus-ajioms-latvija.pdf [Sk. internetā 2020. gada 6. novembrī].

Liepiņa, B., 2020. *Latvijas Reklāmas asociācija publicējusi Latvijas mediju reklāmas tirgus datus par 2019. gadu.* 12.05.2020. Latvijas Reklāmas asociācija. [Tiešsaiste]. Pieejams: https://www.lra.lv/webroot/file/uploads/files/2019.%20gada%20tirgus%20dati_relize.pdf [Sk. internetā 2021. gada 14. martā].

Liepiņa, B., 2021. *Latvijas Reklāmas asociācija apkopojusi Latvijas mediju reklāmas tirgus datus par 2020. gadu.* 24.02.2021. Latvijas Reklāmas asociācija. [Tiešsaiste]. Pieejams: https://www.lra.lv/webroot/file/uploads/files/2020.%20gada%20reklamas%20tirgus%20dati_relize_2402_2021.pdf [Sk. internetā 2021. gada 14. martā].

LR Ministru kabinets (MK), 2013. *Noteikumi par abonēto preses izdevumu piegādes pakalpojumu cenām.* 28.05.2013. MK noteikumi Nr. 292. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/257577-noteikumi-par-aboneto-preses-izdevumu-piegades-pakalpojumu-cenam> [Sk. internetā 2021. gada 21. aprīlī].

LR Ministru kabinets (MK), 2016. *Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016.–2020. gadam.* 08.11.2016. MK rīkojums Nr. 667. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://www.vestnesis.lv/op/2016/221.3> [Sk. internetā 2020. gada 12. decembrī].

LR Ministru kabinets (MK), 2018. *Noteikumi par valsts nodevu apraides atļaujas izsniegšanai un pamatnosacījumu pārskatīšanai, retranslācijas atļaujas izsniegšanai un pārreģistrācijai, kā arī apraides tiesību īstenošanas uzraudzībai.* 09.01.2018. MK noteikumi Nr. 24. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=296448> [Sk. internetā 2020. gada 12. decembrī].

LR Saeima (Saeima), 2001. *Sabiedrības integrācijas fonda likums.* 05.07.2001. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=26310> [Sk. internetā 2021. gada 28. martā].

LR Saeima (Saeima), 2003. *Valsts kultūrkapitāla fonda likums.* 30.10.2003. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/81064-valsts-kulturkapitāla-fonda-likums> [Sk. internetā 2021. gada 3. aprīlī].

LR Saeima (Saeima), 2009. *Pasta likums.* 04.06.2009. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/193574-pasta-likums> [Sk. internetā 2021. gada 21. aprīlī].

LR Saeima (Saeima), 2010. *Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums.* 12.07.2010. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/214039-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-likums> [Sk. internetā 2020. gada 10. decembrī].

LR Saeima (Saeima), 2018. *Grozījumi Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā.* 20.06.2018. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/299941-grozijumi-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-likuma> [Sk. internetā 2020. gada 10. decembrī].

LR Saeima (Saeima), 2020. *Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likums.* 19.11.2020. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/319096-sabiedrisko-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-un-to-parvaldibas-likums> [Sk. internetā 2021. gada 3. martā].

LR Zemkopības ministrija (ZM), 2021. *Meža attīstības fonds.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://www.zm.gov.lv/mezi/statiskas-lapas/valsts-atbalsts/meza-attistibas-fonds/?nid=468#jump> [Sk. internetā 2021. gada 15. martā].

LSM.lv Ziņu redakcija, 2019. *Žurnālistu asociācijas vadītāja ceļ trauksmi – mediju ekonomiskie modeļi grūst.* 11.07.2019. LSM.lv. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/zurnalistu-asociacijas-vaditaja-cel-trauksmi--mediju-ekonomiskie-modeļi-grust.a325278/>> [Sk. internetā 2021. gada 12. februārī].

McQuail, D., 2010. *McQuail's Mass Communication Theory.* 6th ed. London: SAGE Publications Ltd.

Metykova, M., 2016. *Diversity and the Media.* New York: Palgrave.

Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (NEPLP), 2020. *NEPLP izstrādājusi vadlīnijas sabiedrisko mediju darbībai pēc iziešanas no reklāmas tirgus.* 30.12.2020. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/padome/padomes-sedes/sedes-sadalas/neplp-izstradajusi-vadlinijas-sabiedrisko-mediju-darbibai-pec-iziesanas-no-reklamas-tirgus.html>> [Sk. internetā 2021. gada 21. maijā].

Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (NEPLP), 2021a. *NEPL padome. Sabiedriskie mediji.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/sabiedriskie-mediji/>> [Sk. internetā 2021. gada 21. jūlijā].

Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (NEPLP), 2021b. *NEPL padome. Televīzija radio.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/komercialie-mediji/>> [Sk. internetā 2021. gada 21. jūlijā].

Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (NEPLP), 2021c. *NEPL padome. Televīzija radio. Konkursi.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/komercialie-mediji/komercialas-televizijas/konkursi-2.html>> [Sk. internetā 2021. gada 26. jūlijā].

Napoli, P. M., 1999. Deconstructing the Diversity Principle. *Journal of Communication*, 49(4), pp. 7–34.

NEPLP uzdevumā sagatavoto recenziju autori (NEPLP rec.), 2014. *Recenzijas par komerciālo televīziju veidotajiem raidījumiem.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/komercialie-mediji/komercialas-televizijas/sabiedriska-pasutijuma-recenzijas.html>> [Sk. internetā 2021. gada 20. jūlijā].

NEPLP uzdevumā sagatavoto recenziju autori (NEPLP rec.), 2014–2020. *Recenzijas par komerciālo televīziju veidotajiem raidījumiem.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/komercialie-mediji/komercialas-televizijas/sabiedriska-pasutijuma-recenzijas.html>> [Sk. internetā 2021. gada 20. jūlijā].

NEPLP uzdevumā sagatavoto recenziju autori (NEPLP rec.), 2015–2020. *Recenzijas par Latvijas Televīzijas veidotajiem raidījumiem.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/sabiedriskie-mediji/latvijas-televizija/sabiedriska-pasutijuma-recenzijas.html>> [Sk. internetā 2021. gada 20. jūlijā].

NEPLP uzdevumā sagatavoto recenziju autori (NEPLP rec.), 2016–2020. *Recenzijas par komerciālo radio staciju veidotajiem raidījumiem.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/komercialie-mediji/komercialie-radio/sabiedriska-pasutijuma-recenzijas.html>> [Sk. internetā 2021. gada 20. jūlijā].

NEPLP uzdevumā sagatavoto recenziju autori (NEPLP rec.), 2017–2020. *Recenzijas par Latvijas Radio veidotajiem raidījumiem.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/sabiedriskie-mediji/latvijas-radio/sabiedriska-pasutijuma-recenzijas.html>> [Sk. internetā 2021. gada 20. jūlijā].

Reporters Without Borders (RSF), 2021. *Latvia.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://rsf.org/en/latvia>> [Sk. internetā 2021. gada 22. jūnijā].

Rožukalne, A., 2016. *Media Pluralism Monitor 2016: Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond. Country report: Latvia.* Florence: Centre for Media Pluralism and Media Freedom. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/46802/Latvia_EN.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Sk. internetā 2021. gada 7. maijā].

Rožukalne, A., 2019. *Mediji Latvijā: Žurnālistikas kvalitāte vs. dezinformācija.* Goethe-Institut Lettland. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.goethe.de/ins/lv/lv/kul/sup/kla/21689223.html>> [Sk. internetā 2021. gada 6. aprīlī].

Rožukalne, A., 2020. *Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania and Turkey in the years 2018–2019. Country report: Latvia.* Fiesole: European University Institute. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/67808/latvia_results_mpm_2020_cmpf.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Sk. internetā 2021. gada 7. maijā].

Rožukalne, A., Kažoka, A., Peipiņa, A., 2020. *Izvērtējums par 2019. gadā īstenoto Mediju atbalsta fonda programmu nozīmi Latvijas mediju vides daudzveidībai un kvalitātei un Latvijas iedzīvotāju medijpratībai.* Rīga: RSU.

Rožukalne, A., Kažoka, A., Peipiņa, A., Skulte, I., 2019. *Projekts "Izvērtējums par 2018. gadā īstenoto Mediju atbalsta fonda programmu nozīmi Latvijas mediju vides daudzveidībai un kvalitātei un Latvijas iedzīvotāju medijpratībai". Izvērtējuma ziņojums.* Rīga: RSU.

Sabiedrības integrācijas fonds (SIF), 2017. *Projektu konkursu plāns 2017. gadam.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://www.sif.gov.lv/index.php?option=com_content&view=category&id=411&Itemid=30&lang=lv> [Sk. internetā 2021. gada 28. martā].

Sabiedrības integrācijas fonds (SIF), 2018. *Projektu konkursu plāns 2018. gadam.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://www.sif.gov.lv/index.php?option=com_content&view=category&id=418&Itemid=30&lang=lv> [Sk. internetā 2021. gada 28. martā].

Sabiedrības integrācijas fonds (SIF), 2019. *Projektu konkursu plāns 2019. gadam.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://www.sif.gov.lv/index.php?option=com_content&view=category&id=421&Itemid=30&lang=lv> [Sk. internetā 2021. gada 28. martā].

Sabiedrības integrācijas fonds (SIF), 2021. *Projektu konkursu plāns 2021. gadam.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.sif.gov.lv/lv/projektu-konkursi>> [Sk. internetā 2021. gada 20. jūnijā].

Sjøvaag, H., 2016. Media diversity and the global superplayers: operationalising pluralism for a digital media market. *Journal of Media Business Studies*, 13(3), pp. 170–186.

Skudra, O., 2018. Mediju politiskā daudzveidība un žurnālistu prakses. No: V. Zelče, red., *Latvijas mediju vides daudzveidība.* Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 358.–390. lpp. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/45411>> [Sk. internetā 2021. gada 20. decembrī].

Spakovska, R., Jemberga, S., Krūtaine, A., Sprinģe, I., 2014. *Vai ir dzīve pēc krīzes? Baltijas mediju finanšu un auditorijas analīze (2008–2014).* Rīga: The Centre for Media Studies at SSE Riga; The Baltic Center for Investigative Journalism Re:Baltica. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://www.szf.lu.lv/fileadmin/user_upload/szf_faili/Petnieciba/dzive_pec_krizes_rebaltica.pdf> [Sk. internetā 2021. gada 18. aprīlī].

Šulmane, I., Uzule, L., 2018. Latvijas žurnālisti un mediju darbinieki. No: V. Zelče, red., *Latvijas mediju vides daudzveidība.* Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 93.–116. lpp. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/45411>> [Sk. internetā 2021. gada 16. maijā].

Tjarve, R., 2018. Mediju īpašnieki Latvijā: situācijas pārskats, analīze un iespējamie riski. No: V. Zelče, red., *Latvijas mediju vides daudzveidība.* Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 76.–92. lpp. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/45411>> [Sk. internetā 2021. gada 16. maijā].

TNS Latvia, SIA, 2020. *TOP 100 lasītākie periodiskās preses izdevumi pēc viena numura vidējās auditorijas.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.kantar.lv/petijumu-dati/prese/>> [Sk. internetā 2021. gada 12. martā].

Uzule, L., 2018. Reģionālie mediji. No: V. Zelče, red., *Latvijas mediju vides daudzveidība.* Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 156.–188. lpp. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/45411>> [Sk. internetā 2021. gada 16. maijā].

Valsts drošības dienests (VDD), 2021. *Publiskais pārskats par Valsts drošības dienesta darbību 2020. gadā.* Rīga: VDD. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://vdd.gov.lv/lv/?rt=documents&ac=download&id=58>> [Sk. internetā 2021. gada 4. jūnijā].

Valsts kase, 2021a. *Ceturkšņa pārskati.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.kase.gov.lv/parskati/kopbudzeta-izpildes-parskati/ceturksna-parskati>> [Sk. internetā 2021. gada 2. jūlijā].

Valsts kase, 2021b. *Valsts budžeta tāmes.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.kase.gov.lv/parskati-un-tames/valsts-budzeta-tames>> [Sk. internetā 2021. gada 2. jūlijā].

Valsts kultūrkapitāla fonds (VKKF), 2021. *Finansētie mērķprogrammu projektu konkursi.* [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.kkf.lv/index/finans%C4%93tie-projekti/m%C4%93r%C4%B7programmas-fp.html>> [Sk. internetā 2021. gada 3. aprīlī].

Valsts reģionālās attīstības aģentūra (VRAA), 2017. *Izsludināta projektu pieņemšana mērķprogrammā "Reģionālo un vietējo mediju atbalsta programma"*. 31.07.2017. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://www.varam.gov.lv/lv/jaunums/izsludinata-projektu-pienemsana-merkprogramma-regionalo-un-vietejo-mediju-atbalsta-programma>> [Sk. internetā 2021. gada 2. martā].

Valtenbergs, V., Grumolte-Lerhe, I., Avotniece, Z., Beizītere, I., 2018. *Krievijas ietekme Latvijas informatīvajā telpā. Sintēzes ziņojums*. Rīga: Saeimas Analītiskais dienests. [Tiešsaiste]. Pieejams: <https://www.saeima.lv/petijumi/Krievijas_ietekme_Latvijas_informativaja_telpa_elektroniski.pdf> [Sk. internetā 2021. gada 19. februārī].

Zelče, V., 2018a. Latvijas mediju patēriņa daudzveidība un ekspozīcija. No: V. Zelče, red., *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 487.–521. lpp. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/45411>> [Sk. internetā 2021. gada 3. maijā].

Zelče, V., 2018b. Mediju daudzveidība: Politika, pētījumi un problēmas. No: V. Zelče, red., *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 13.–29. lpp. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/45411>> [Sk. internetā 2021. gada 3. maijā].

Zelče, V., 2018c. Mediju daudzveidības strukturālais konteksts. No: V. Zelče, red., *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 33.–59. lpp. [Tiešsaiste]. Pieejams: <<https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/45411>> [Sk. internetā 2021. gada 3. maijā].

Intervijas

Grišāne, A., 08.03.2021. Intervija tiešsaistē ar bijušo Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļas vadītāju Aigu Grišāni 2021. gada 8. martā.

LR Kultūras Ministrija (KM), 14.01.2021. "Chatham House" formāta intervija tiešsaistē ar Kultūras ministrijas pārstāvjiem 2021. gada 14. janvārī.

Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (NEPLP), 09.04.2021. "Chatham House" formāta intervija tiešsaistē ar Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes pārstāvjiem 2021. gada 9. aprīlī.

Informācijas pieprasījums

Ministriju sniegtās atbildes uz Saeimas Analītiskā dienesta informācijas pieprasījumu

LR Aizsardzības ministrija (AM), 13.01.2021.

LR Ārlietu ministrija (ĀM), 07.01.2021.

LR Ekonomikas ministrija (EM), 19.01.2021.

LR Finanšu ministrija (FM), 15.01.2021.

LR Iekšlietu ministrija (IeM), 15.01.2021.

LR Iekšlietu ministrijas Informācijas centrs (IeMIC), 20.01.2021.

LR Izglītības un zinātnes ministrija (IZM), 20.01.2021.

LR Kultūras ministrija (KM), 18.01.2021.

LR Labklājības ministrija (LM), 14.01.2021.

LR Satiksmes ministrija (SM), 15.01.2021.

LR Tieslietu ministrija (TM), 15.01.2021.

LR Veselības ministrija (VM), 15.01.2021.

LR Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija (VARAM), 15.01.2021.

LR Zemkopības ministrija (ZM), 13.01.2021.

Citu iestāžu sniegtās atbildes uz Saeimas Analītiskā dienesta informācijas pieprasījumu

AS "Air Baltic Corporation", 19.01.2021.

AS "Augstsprieguma tīkls", 21.01.2021.
AS "Latvenergo", 12.01.2021.
AS "Latvijas autoceļu uzturētājs", 20.01.2021.
AS "Pasažieru vilciens", 19.01.2021.
Finanšu izlūkošanas dienests, 13.01.2021.
Iekšējās drošības birojs, 12.01.2021.
Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (LIAA), 13.01.2021.
Pārresoru koordinācijas centrs (PKC), 14.01.2021.
Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde, 15.01.2021.
Profesionālās izglītības kompetences centrs "Nacionālā Mākslu vidusskola", 14.01.2021.
SIA "Rīgas Austrumu klīniskā universitātes slimnīca", 19.01.2021.
Transporta nelaimes gadījumu un incidentu izmeklēšanas birojs, 05.01.2021.
Valsts Kanceleja, 12.01.2021.
VAS "Ceļu satiksmes drošības direkcija" (CSDD), 20.01.2021.
VAS "Latvijas gaisa satiksme", 20.01.2021.
VAS "Latvijas Loto", 12.01.2021.
VAS "Latvijas Pasts" (LP), 20.01.2021.
VAS "Latvijas valsts meži", 15.01.2021.
VAS "Starptautiskā lidosta Rīga", 21.01.2021.
VAS "Valsts nekustamie īpašumi", 12.01.2021.
VSIA "Bērnu klīniskā universitātes slimnīca", 11.01.2021.
VSIA "Rīgas psihiatrijas un narkoloģijas centrs", 11.01.2021.

Citi informācijas pieprasījumi

Sabiedrības integrācijas fonds (SIF), 26.03.2021. *Par Sabiedrības integrācijas fonda laika posmā no 2014. līdz 2019. gadam īstenoto programmu "Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai latviešu valodā diasporai, mazākumtautībām un personām ar invaliditāti", "Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai un nacionālās kultūrtelpas stiprināšanai latviešu valodā" rezultatīvajiem rādītājiem.*

VAS "Latvijas Pasts" (LP), 19.01.2021. *Par īstenotajām dotācijām preses piegādei.*

Darba noformējumam izmantots attēls no interneta vietnes:

<https://pixabay.com/photos/remote-control-control-power-3632504/>

Pielikumi

- 1. pielikums.** Ministriju piešķirumi un veiktā piešķiruma funkcija plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam
- 2. pielikums.** Ministriju padotībā (pakļautībā un pārraudzībā) esošo valsts tiešās pārvaldes iestāžu piešķirumi un to veiktā piešķiruma funkcija plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam
- 3. pielikums.** Valsts kapitālsabiedrību un valsts pārvaldes iestāžu piešķirumi un veiktā piešķiruma funkcija plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam
- 4. pielikums.** Valsts kultūrkapitāla fonda mērķprogrammās atbalstītie projekti un plašsaziņas līdzekļi laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam
- 5. pielikums.** Sabiedrības integrācijas fonda mērķprogrammās atbalstītie projekti un plašsaziņas līdzekļi laikposmā no 2017. gada līdz 2019. gadam
- 6. pielikums.** Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes konkursos atbalstītie projekti un plašsaziņas līdzekļi laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

1. pielikums

Ministriju piešķirumi un veiktā piešķiruma funkcija plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

Avots: [Informācijas pieprasījums, 2021](#)

Piešķiruma veicēji	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu kopskaits	Kop-summa, euro
	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019		
Aizsardzības ministrija	2	14 947	1	16 771	1	16 771	1	9960	1	58 516	0	0	6	116 963
	Piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem sabiedrību informējošu vai izglītojošu materiālu sagatavošanai													
Ārlietu ministrija	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	935	1	935
	Sabiedriskās attiecības/informācijas izplatīšana; līgums ar VSIA "Latvijas Radio"													
Ekonomikas ministrija	0	0	0	0	0	0	0	0	4	43 603	1	10 500	5	54 103
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcijas veikšanai noslēgti iepirkuma līgumi													
Finanšu ministrija	0	0	9	56 555	12	124 535	12	186 686	13	162 339	11	124 834	57	654 949
	Sabiedrības informēšanas/informācijas izplatīšanas funkcija; finansējuma avots 96 249,68 euro ir Eiropas Sociālā fonda tehniskās palīdzības projekts "Kohēzijas politikas fondu informācijas un komunikācijas pasākumu nodrošināšana Latvijā ES fondu 2014.–2020. gada plānošanas periodā"													
Iekšlietu ministrija	0	0	0	0	0	0	1	50 000	1	92 325			2	142 325
	Informācijas izplatīšanas funkcija; finansējuma avots 142 325,30 euro apmērā ir transferts no Kultūras ministrijas (dotācija no vispārējiem ieņēmumiem; finansējuma saņēmējs – NEPLP)													
Izglītības un zinātnes ministrija	0	0	0	0	1	3000	1	2479	2	10 699	2	46 824	6	63 001
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija; finansējuma avots tostarp ir ES fondu programmas; 2019. gadā 7920 euro saņēmējs ir NEPLP													
Kultūras ministrija (1)	0	0	2	55 000	2	54 050	7	1 024 295	4	985 112	4	429 460	19	2 547 917
	Informēšanas funkcija; Latvijas valsts simtgades programmas finansējums medijiem													
Kultūras ministrija (2)	4	731 879	4	731 879	4	731 879	4	731 879	5	746 874	2	26 478	23	3 700 868
	Nacionālās identitātes, pilsoniskās sabiedrības un integrācijas (tostarp – diasporas) politikas īstenošanai													

Piešķiruma veicēji	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu kopskaits	Kopsumma, euro
	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019		
Kultūras ministrija (3)	3	71 143	3	71 136	4	73 435	3	71 136	5	371 126	3	71 126	21	729 102
	Finansējums kultūras atspoguļošanai: radio un TV (302 299 euro) un iknedēļas drukātajiem un/vai interneta kultūras plašsaziņas līdzekļiem (426 803 euro)													
Labklājības ministrija	4	13 072	5	37 310	3	18 860	6	175 687	9	80 942	4	30 750	31	356 620
	Komunikācijas un informatīvo kampaņu materiālu un reklāmas materiālu izvietošana plašsaziņas līdzekļos													
Satiksmes ministrija	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Tieslietu ministrija	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Veselības ministrija	0	0	0	0	0	0	0	0	4	109 268	4	166 979	8	276 247
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija; piešķirums plašsaziņas līdzekļiem veikts pastarpināti, iepirkuma, kurā noslēgti līgumi par noteiktu sabiedrību informējošu vai izglītojošu materiālu sagatavošanu un izvietošana plašsaziņas līdzekļos, ietvaros													
Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija	0	0	4	94 208	5	31 619	3	1 892 756	8	266 306	20	439 456	40	2 724 344
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija; tostarp 2018. un 2019. gadā finansējums no Eiropas Reģionālās attīstības fonda (ERAF) 105 000 euro apmērā													
Zemkopības ministrija	4	79 084	5	102 378	6	116 557	5	99 012	4	67 402	7	95 195	31	559 628
	Piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem sabiedrības izglītošanas un informēšanas nolūkā par lauksaimniecības, zivsaimniecības un mežsaimniecības aktuālajiem jautājumiem, piešķirot finansējumu konkursa kārtībā no Eiropas Lauksaimniecības fonda lauku attīstībai (ELFLA), Eiropas Jūrlietu un zivsaimniecības fonda (EJZF) tehniskās palīdzības (TP) līdzekļiem, kā arī izmantojot finansējumu no Meža attīstības fonda un Zivju fonda līdzekļiem													

2. pielikums

Ministriju padotībā (pakļautībā un pārraudzībā) esošo valsts tiešās pārvaldes iestāžu piešķirumi un to veiktā piešķiruma funkcija plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

Avots: [Informācijas pieprasījums, 2021](#)

Piešķiruma veicēji	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu kopskaits	Kopsumma, euro
	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019		
Būvniecības valsts kontroles birojs	0	0	1	12 186	1	29 524	1	18 392	0	0	1	47 069	4	107 171
	Noslēgti līgumi par prezentācijām, preses konferenču rīkošanu, konsultāciju un pakalpojuma sniegšanu sabiedrisko attiecību jomā, kā arī komunikācijas un publicitātes pakalpojumu sniegšanu													
Centrālā finanšu un līgumu aģentūra	0	0	0	0	0	0	1	41 585	1	29 061	0	0	2	70 646
	Sabiedrības informēšanas funkcija; finanšu avots: Eiropas Savienības struktūrfondu un Kohēzijas fonda 2014.–2020. gada plānošanas perioda tehniskās palīdzības projekts Nr.10.1.2.0/15/TP/001 "Eiropas Sociālā fonda atbalsts Kohēzijas politikas fondu ieviešanai un vadībai Centrālajā finanšu un līgumu aģentūrā"													
Centrālā statistikas pārvalde	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	552	1	552
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija													
Dabas aizsardzības pārvalde	0	0	0	0	0	0	0	0	1	10 890	1	2950	2	13 840
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija													
Finanšu izlūkošanas dienests	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Iekšējās drošības birojs	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Iekšlietu ministrijas Informācijas centrs	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Iepirkumu uzraudzības birojs	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													

Piešķiruma veicēji	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu kopskaits	Kopsumma, euro
	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019		
Izložu un azartspēļu inspekcija	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Jaunsardzes centrs	0	0	0	0	0	0	1	12 100	2	15 900	2	16 745	5	44 745
	Piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem sabiedrību informējošu vai izglītojošu materiālu sagatavošanai													
Konkurences padome	Padomei ir noslēgts sadarbības līgums ar AS "Delfi" par podkāstu publicēšanu, kas tiek sniegts kā bezmaksas pakalpojums													
Latvijas institūts	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra	4	113 465	5	34 825	6	127 495	9	62 862	7	86 305	10	207 729	41	632 682
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija													
Latvijas Nacionālais dabas muzejs	1	27	2	63	2	157	2	76	4	271	0	0	11	595
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija un atbalsts konkrētam plašsaziņas līdzeklim													
Latvijas vides aizsardzības fonds (administrācija)	11	440 241	39	696 612	37	615 967	22	432 958	16	293 388	19	330 264	144	2 809 430
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija; finansējums drukātajai presei, radio un televīzijai visā Latvijas teritorijā													
Lauku atbalsta dienests	2	11 253	2	8603	1	4477	3	10 152	2	4630	2	4658	12	43 773
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija													
Nacionālais veselības dienests	7	26 350	6	26 397	3	3673	6	113 939	8	68 959	5	10 802	35	250 120
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija. Piešķirums plašsaziņas līdzekļiem sniegts pastarpināti													
Nodarbinātības valsts aģentūra	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													

Piešķiruma veicēji	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu kopskaits	Kopsumma, euro
	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019		
Patentu valde	0	0	0	0	0	0	1	12 085	0	0	0	0	1	12 085
	Tā kā apmaksā par kampaņas cīņai pret intelektuālā īpašuma pārkāpumiem īstenošanu (informācijas izplatīšanu) tika veikta sabiedrisko attiecību pakalpojumu komersantam, precīza plašsaziņas līdzekļiem samaksātā summa nav zināma													
Patērētāju tiesību aizsardzības centrs	1	10 000	0	0	0	0	0	0	9	44 924	8	36 846	18	91 770
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija – patērētāju informēšanas kampaņas													
Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Profesionālās izglītības kompetences centrs "Nacionālā Mākslu vidusskola"	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Slimību profilakses un kontroles centrs	8	148 114	6	51 100	1	14 656	6	83 513	30	85 749	16	58 824	67	441 956
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija; piešķiruma līdzekļi pamatā sedz kampaņas īstenošanu, tostarp par reklāmas izvietojumu un informācijas izplatīšanu plašsaziņas līdzekļos													
Sociālās integrācijas valsts aģentūra	6	2660	13	4380	38	3723	7	1869	5	1540	1	35	70	14 207
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija													
Transporta nelaimes gadījumu un incidentu izmeklēšanas birojs	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													

Piešķiruma veicēji	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu kopskaits	Kopsumma, euro
	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019		
Valsts aģentūra "Latvijas Nacionālais akreditācijas birojs"	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Valsts asinsdonoru centrs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4235	1	4235
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija – asins donoru kustības popularizēšanai Latvijā													
Valsts bērnu tiesību aizsardzības inspekcija	7	14 246	6	30 074	3	31 513	4	104 992	11	348 832	4	33 510	35	563 167
	Informācijas izplatīšanas funkcija													
Valsts darba inspekcija	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Valsts ieņēmumu dienests	0	0	0	0	0	0	0	0	1	23 958	0	0	1	23 958
	Informācijas izplatīšanas funkcija													
Valsts kase	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Valsts policija	0	0	0	0	0	0	0	0	1	15 730	0	0	1	15 730
	Informācijas izplatīšanas funkcija; finansējuma avots – ES un citi ārvalstu finanšu palīdzības projekti													
Valsts robezsardze	0	0	0	0	0	0	1	804	0	0	3	2992	4	3796
	Informācijas izplatīšanas funkcija; finansējuma avots – valsts pamatbudžets (dotācija no vispārējiem ieņēmumiem)													
Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūra	0	0	1	640	0	0	0	0	2	38 115	2	45 316	5	84 072
	Informatīvi skaidrojošas publikācijas lielākajos Latvijas radio un televīzijās													
Valsts sociālās aprūpes centrs "Rīga"	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													

Piešķiruma veicēji	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu kopskaits	Kopsumma, euro
	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019		
Valsts sociālās aprūpes centrs "Kurzeme"	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Valsts sociālās aprūpes centrs "Latgale"	2	914	1	424	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1338
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija													
Valsts sociālās aprūpes centrs "Vidzeme"	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Valsts sociālās aprūpes centrs "Zemgale"	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	390	1	390
	Piešķirums veikts, lai informētu par VSAC "Zemgale" darbību													
Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienests	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1196	2	5558	3	6753
	Informācijas izplatīšanas funkcija; finansējuma avots – piešķirtais finansējums ar Ceļu satiksmes drošības padomes lēmumu un ES un citi ārvalstu finanšu palīdzības projekti													
Valsts vides dienests	0	0	0	0	1	1633	0	0	0	0	0	0	1	1633
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija													
Veselības un darbspēju ekspertīzes ārstu valsts komisija	Norādītajā laikposmā piešķirumi plašsaziņas līdzekļiem nav veikti													
Vides pārraudzības valsts birojs	7	1063	22	3059	15	2861	11	2418	11	1603	9	1352	75	12 355
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcijas ietvaros finansēti preses izdevumi visos Latvijas reģionos ar mērķi (sludinājuma ievietošana laikrakstā)													

3. pielikums

Valsts kapitālsabiedrību un valsts pārvaldes iestāžu piešķirumi un veiktā piešķiruma funkcija plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

Avots: [Informācijas pieprasījums, 2021](#)

Piešķiruma veicēji	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu kopskaits	Kopsumma, euro
	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019		
AS "Air Baltic Corporation"	Norādītajā laika periodā piešķirumi medijiem nav veikti													
AS "Augstsprieguma tīkls"	0	0	1	2000	1	2000	1	3000	2	7375	2	7290	7	21 665
	Piešķiruma mērķis ir sabiedrības informēšana par būtiskākajām elektroenerģijas tirgus attīstības tendencēm, kā arī par elektroenerģijas pārvades sistēmas attīstību un realizētajiem projektiem													
AS "Ceļu satiksmes drošības direkcija"	57	512 704	37	472 792	22	324 074	37	417 008	23	355 393	30	316 084	206	2 398 055
	Piešķirumus medijiem nav veikusi, bet ir slēgusi līgumus par mediju sniegtajiem pakalpojumiem. Finanšu līdzekļi piešķirti ar Ceļu satiksmes drošības padomes lēmumu sabiedrības informēšanas un izglītošanas sociālajām kampaņām par satiksmes drošības jautājumiem. CSDD medijiem maksāja par sniegtajiem pakalpojumiem: raidlaika nodrošināšanu deleģēto valsts pārvaldes uzdevumu īstenošanai ceļu satiksmes negadījumu profilaksei un autovadītāju informēšanai par ceļu satiksmes drošības jautājumiem. Finansējuma avots: OCTA līdzekļi (1 258 989 euro) un CSDD līdzekļi (1 139 066 euro)													
AS "Latvenergo"	0	0	0	0	1	25 600	1	32 000	1	35 300	1	38 144	4	131 044
	Piešķirums līgumu ietvaros tikai ar VSIA "Latvijas Televīzija"													
AS "Latvijas valsts meži"	9	32 674	20	80 919	26	114 948	12	50 660	15	52 647	12	60 089	94	391 937
	Piešķiruma mērķis – sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija; netika nodrošināts atbalsts kāda konkrēta medija darbībai													
AS "Pasažieru vilciens"	Norādītajā laika periodā piešķirumi medijiem nav veikti													
Pārresoru koordinācijas centrs	0	0	0	0	0	0	1	18 000	1	1662	1	8308	3	27 970
	Piešķiruma mērķis – sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija; informatīva komunikācija sociālajos tīklos. Papildus finansēta ikmēneša datu pakalpojumu ieguve no nacionālās informācijas aģentūras "LETA" 38 807 euro apmērā													
SIA "Rīgas Austrumu klīniskā universitātes slimnīca"	Norādītajā laika periodā piešķirumi medijiem nav veikti													

Piešķiruma veicēji	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu skaits	Summa, euro	Projektu kopskaits	Kopsumma, euro
	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019		
Valsts kanceleja	Norādītajā laika periodā piešķirumi medijiem nav veikti													
VAS "Latvijas autoceļu uzturētājs"	7	20 363	3	8066	1	3000	2	49 123	4	93 334	2	9360	19	183 246
	Informācijas izplatīšanas funkcija													
VAS "Latvijas gaisa satiksme"	4	14 750	2	3493	0	0	3	6434	2	4825	1	1608	12	31 110
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija													
VAS "Starptautiskā lidosta "Rīga""	0	0	0	0	0	0	1	20 051	2	20 450	2	15 360	5	55 861
	Sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcija													
VAS "Latvijas Loto"	Nav sniegusi prasīto informāciju, pamatojoties uz to, ka tā valsts budžeta līdzekļus neizmanto sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcijai													
VAS "Latvijas Pasts"	0	0	2	34 484	0	0	0	0	0	0	0	0	2	34 484
	Informēšanas izplatīšanas funkcija un pasta pakalpojumu plašāks atspoguļojums													
VAS "Valsts nekustamie īpašumi"	Norādītajā laika periodā piešķirumi medijiem sabiedrisko attiecību/informācijas izplatīšanas funkcijai nav veikti. Lai veicinātu informācijas publisku pieejamību par uzņēmuma pārvaldīto valsts īpašumu nomu un pārdošanu, nelielā apjomā veikta nekustamo īpašumu nomas un pārdošanas objektu sludinājumu izvietošana laikrakstos un portālos													
VSIA "Rīgas psihiatrijas un narkoloģijas centrs"	Norādītajā laika periodā piešķirumi medijiem nav veikti, tostarp centrs nav iegādājies reklāmas laukumus medijos, lai publicētu tajos reklāmas rakstus, kā arī nav finansējis sociālās kampaņas													
VSIA Bērnu klīniskā universitātes slimnīca	Norādītajā laika periodā piešķirumi medijiem nav veikti (tostarp nav veidoti sadarbības vai reklāmas projekti). Komunikācijas vajadzības ir īstenotas ar citiem komunikācijas rīkiem – atbilžu gatavošana medijiem, aktuālās informācijas nodrošināšana medijiem, savu informācijas kanālu uzturēšana u. c.													

Valsts kultūrkapitāla fonda mērķprogrammās atbalstītie projekti un plašsaziņas līdzekļi laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

Avots: [VKKF, 2021](#)

2014				
Nr.	Projekta nosaukums	Organizācija	Projekta vadītājs	Piešķirtais finansējums (euro)
Mērķprogramma "Latvijas valsts mežu" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem"				
1.	"Latvijas kods. Latvija šodien"	VSIA "Latvijas Televīzija"	Anna Rozentalde	65 000
Mērķprogramma "Latvijai – 100"				
2.	Dokumentālā filma "Senču vēstījumi"	SIA "Studija 2"	Zigurds Vidiņš	8000
3.	Spēlfilma "Pelnu sanatorija"	SIA "Studija Lokomotīve"	Roberts Vinovskis	20 000
4.	Spēlfilmas "Es esmu šeit" filmēšanas perioda pabeigšana	SIA "Tasse Film"	Alise Ģelze	35 000
5.	Spēlfilmas "Melānijas hronika" ražošana	SIA "Mistrus Media"	Inese Boka-Grūbe	10 000
6.	Dokumentālā filma "Vēsture aiz kadra"	SIA "Filmu studija "Ģilde""	Baiba Urbāne	15 000
7.	Radoraidījums "Latvija – 21. gadsimts" Radio NABA ēterā	Biedrība "RAZOR MEDIA"	Dāvids Zalāns	1500
Mērķprogramma "Kultūras un mākslas mūžizglītība, radošums un mobilitāte"				
8.	Žurnāla "Teātra Vēstnesis" izplatīšana Latvijas vidusskolās un ģimnāzijās	SIA "Teātra Vēstis"	Ieva Anševica	1000
9.	Starptautiskās partnerības dibināšana "Rīgas Laika festivālam"	Žurnāla "Rīgas Laiks" atbalsta biedrība	Renāte Prancāne	5000

2015				
Nr.	Projekta nosaukums	Organizācija	Projekta vadītājs	Piešķirtais finansējums (euro)
Mērķprogramma "Vizuālās mākslas nozares profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts"				
1.	RIX-C darbības programma 2015. gadā	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Rasa Šmite	9000
Mērķprogramma "Starpdisciplināru profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts"				
2.	Ruckas mākslas un rezidenču centra darbība Cēsīs	Nodibinājums "Elm Media"	Ieva Goba	12 000
Mērķprogramma "Latvijas valsts mežu" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem"				
3.	LR1 "Ideju teniss" – "100 idejas Latvijas simtgadei"	VSIA "Latvijas Radio"	Inese Matjušonoka	8000
Mērķprogramma "Latvijai – 100"				
4.	Simtgadnieka DNS	SIA "Jura Podnieka studija"	Antra Cilinska	4000
5.	Pilnmetrāžas dokumentālā filma "Bērni cīnās par Latviju"	SIA "Filmu studija DEVIŅI"	Jānis Podiņš	5000
6.	Dokumentālā spēlfilma "Ievainotais jātnieks"	SIA "Kinolats"	Artis Rutks	5000
Mērķprogramma "Valstiski nozīmīgi kultūras pasākumi"				
7.	Dokumentālo īsfilmu cikls "Latvijas kods. Latvija šodien"	VSIA "Latvijas Televīzija"	Anna Rozentalde	53 000
8.	Māksla + komunikācijas 2015	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Rasa Šmite	18 000
9.	"Viens ciems. Visa Latvija". Multimedijāls televīzijas, kino un teātra projekts Latvijas simtgades svinību ietvaros	VSIA "Latvijas Televīzija"	Gunta Sloga	50 000
Mērķprogramma "Raiņa un Aspazijas gads"				
10.	Raiņa dienasgrāmatu ieraksti un lasījumi Radio NABA	Biedrība "NABA"	Madars Štramdiers	1450
11.	Dokumentālā filma "Rainis un Aspazija. Personiski"	VSIA "Latvijas Televīzija"	Ieva Rozentāle	15 000
12.	Izpratne par Aspaziju un Raini	SIA "DauTKom Plus"	Inna Plavoka	10 000
13.	15 Aspazijas: Latvijas alternatīvās mūzikas grupu oriģināldziesmu izlase ar Aspazijas tekstiem	Biedrība "NABA"	Madars Štramdiers	4834

2016				
Nr.	Projekta nosaukums	Organizācija	Projekta vadītājs	Piešķirtais finansējums (euro)
Mērķprogramma "Vizuālās mākslas nozares profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts"				
1.	RIX-C darbības programma 2016. gadā	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Rasa Šmite	18 840
Mērķprogramma "Amatierteātris"				
2.	Bērnu radioteātris, izrāde "Sardzes dienasgrāmata"	SIA "Aleksandr Studio Group"	Vadims Grosmans	700
Mērķprogramma "Starpdisciplināru profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts"				
3.	Ruckas mākslas rezidenču centra darbība Cēsīs	Nodibinājums "Elm Media"	Līna Bērziņa	12 000
4.	Mediju izglītība jauniešiem	Biedrība "Avantis"	Agnese Freimane	15 000
Mērķprogramma "Latvijai – 100"				
5.	Dokumentāls vēsturisks TV cikls "Gadsimta adreses"	SIA "Vides filmu studija"	Jolanta Liepiņa	30 000
6.	Paaudžu debātes par Latvijas nākotni	VSIA "Latvijas Radio"	Ilona Madesova	3000
7.	Raidījums "Dzirdi Balsis ar Kārli Kazāku"	SIA "Epata Studio"	Antra Gaile	8000
8.	Simtgadnieka DNS	SIA "Jura Podnieka studija"	Antra Cilinska	20 000
9.	Multimediāls projekts "Latvija mūža garumā"	SIA "Vides filmu studija"	Uldis Cekulis	15 000
10.	Dokumentāla filma "Cēsu kaujas. Pagrieziena punkts Latvijas vēsturē"	Nodibinājums "Elm Media"	Līna Bērziņa	4000
11.	Pierobežas stāsti Latgalē. Lepns – Latvijā!	SIA "LATGALES LAIKS"	Iveta Valpētere	3000
12.	Latvisks deserts jeb Rupjmaizes kārtojums – kamerģmūzikas un simfonisko miniatūru spirta izlase jaunos ierakstos un raidījumos. 1. kārta "Instrumentālā kamerģmūzika"	VSIA "Latvijas Radio"	Gunda Vaivode	18 000
13.	Ē. Jēkabsons "Neatkarības kara stāsti"	AS "Lauku Avīze"	Renāte Neimane	5000

Mērķprogramma "Valstiski nozīmīgi pasākumi"				
14.	RIXC Mākslas un zinātnes festivāls (18. starptautiskais jauno mediju festivāls)	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Rasa Šmite	30 000
15.	Dokumentālo īsfilmu cikls "Latvijas kods. Latvija šodien"	VSIA "Latvijas Televīzija"	Zane Valeniece	40 000
Mērķprogramma "Atbalsts medijiem Latgales plānošanas reģionā"				
16.	Mediju spējas pilnveidošana saskatīt un skaidrot Latgalē notiekošos procesus, to cēloņus un kopsakarības	Biedrība "Daugavpils ebreju kopiena"	Josifs Ročko	5000
17.	Latgales žurnālistu apmācības pētnieciskajā žurnālistikā un sadarbības veidošana ar citiem reģionālajiem un nacionālajiem plašsaziņas līdzekļiem	Nodibinājums "Baltijas pētnieciskās žurnālistikas centrs Re:Baltica"	Sanita Jemberga	22 100
18.	Atbalsts medijiem Latgales reģiona pierobežas teritorijās	SIA "Ludzas Zeme"	Laima Linuža	9000
19.	Latgale – Rīga – Latgale	SIA "LER 8"	Marina Nipāne	5820
20.	"Latgales kongress: vēsture un mūsdienas"	SIA "DauTKom Plus"	Inna Plavoka	8070
21.	Latgales cilvēks simtgadē – pagātne, tagadne, nākotne	SIA "LATGALES LAIKS"	Iveta Valpētere	11 145
22.	Latgolas radioforums	SIA "MG Latgolas Bolss"	Marija Mickāne	11 651
23.	"Latgales Radio" un "Divu krastu radio" raidījumu cikls ar sabiedriski nozīmīgu saturu "Latgale laiku griežos"	SIA "Divu krastu radio"	Andrejs Trokša	11 651
24.	"100 labas domas Latgalei"	SIA "DAUTKOM TV"	Sergejs Fridmans	34 025
Mērķprogramma "Mikrobudžeta filmu ražošana"				
25.	Septiņi miljardi gadu pirms pasaules gala	SIA "Ego Media"	Inga Jerzjukova	30 000
26.	Spēlfilma "Eva"	SIA "Mistrus Media"	Antra Gaile	30 000
27.	Mušas GO	Biedrība "Visjaunākais laiks"	Normunds Griestiņš	2750
28.	Dokumentālā filma "Tēvi '88"	SIA "Camera Obscura"	Jānis Putniņš	10 000

2017				
Nr.	Projekta nosaukums	Organizācija	Projekta vadītājs	Piešķirtais finansējums (euro)
Mērķprogramma "Vizuālās mākslas nozares profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts"				
1.	RIX-C darbības programma 2017. gadā	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Agnese Baranova	22 000
Mērķprogramma "Starpdisciplināru profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts"				
2.	Ruckas mākslas rezidenču centra darbība Cēsīs 2017. gadā	Nodibinājums "Elm Media"	Līna Bērziņa	10 000
Mērķprogramma "Latvijai – 100"				
3.	Dokumentāls vēsturisks TV cikls "Atslēgas. Gadsimta vēstures atradumi"	SIA "Vides filmu studija"	Jolanta Liepiņa	20 000
4.	Multimediāls projekts "Latvija mūža garumā"	SIA "Vides filmu studija"	Uldis Cekulis	20 000
5.	Latvisks deserts jeb Rupjmaizes kārtojums – kameramūzikas un simfonisko miniatūru izlase jaunos ierakstos un raidījumos. 2. kārtā "Latviešu simfoniskās miniatūras"	VSIA "Latvijas Radio"	Gunda Vaivode	10 000
6.	Dokumentālo raidījumu cikls "Latvijas kino Latvijas simtgadei"	VSIA "Latvijas Televīzija"	Ieva Rozentāle	20 000
7.	Ingas Ābeles romāna "Klūgu mūks" radio lasījumi	Biedrība "ESTO"	Ilona Rupaine	7000
8.	Māksla un zinātne: radio – astronomija. Izstāde Planetārās astronomijas kongresa ietvaros Rīgā un Latvijā	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Raitis Šmits	15 000
9.	YL100	Latvijas Radiosporta federācija	Juris Pētersons	5000
10.	Zigfrīds Meierovics	SIA "Deep Sea Studios LV"	Dace Siatkovska	20 000
Mērķprogramma "Valstiski nozīmīgi pasākumi"				
11.	RIXC Mākslas un zinātnes festivāls 2017	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Raitis Šmits	38 000
12.	Dokumentālo īsfilmu cikls "Latvijas kods. Latvija šodien"	VSIA "Latvijas Televīzija"	Zane Valeniece	53 700
13.	Rīgas Starptautiskais filmu festivāls "2ANNAS" 2017	Biedrība "Virtuālā studija "Urga""	Viesturs Graždanovičs	25 000

Mērķprogramma "Atbalsts medijiem Latgales plānošanas reģionā"				
14.	Latgales ceļš žurnālā A12	SIA "5 labas ziņas"	Inga Čekša-Ratniece	22 000
15.	vaduguns.lv	SIA "Balvu Vaduguns"	Edgars Gabranovs	4500
16.	Caur ērkšķiem uz zvaigznēm	SIA "DauTKom Plus"	Inna Plavoka	7000
17.	No paaudzes paaudzei	SIA "LER 8"	Marina Nipāne	13 000
18.	Latgale Latvijā un Eiropā: atspēriena punkti 21. gadsimtā	SIA "LATGALES LAIKS"	Iveta Valpētere	15 000
19.	Nozīmīgi fakti par Latgales kongresu	SIA "DAUTKOM TV"	Sergejs Fridmans	11 000
20.	Latvijas sirdī	SIA "DAUTKOM TV"	Sergejs Fridmans	35 500
21.	Latgales kanonu meklējot	SIA "FM Media"	Atis Caune-Zalāns	18 362
22.	TV, radio un interneta raidījumu cikls "Atklāj Latgali ar Kristapu Rasimu"	SIA "112 Oridžinal"	Ēriks Palkavnieks	37 000
23.	Maija dziedājumu translācija	Biedrība "RADIO MARIJA LATVIJA"	Judīte Ozoliņa	3000
Mērķprogramma "Mikrobudžeta filmu ražošana"				
24.	Spēlfilma "Izmisums"	SIA "Red Dot Media"	Kristīne Āboliņa	30 000
25.	"Blakus" (filmas projekta sākotnējais nosaukums "Rīga-Ēģipte")	SIA "Media Flat"	Alise Rogule	30 000
Mērķprogramma "Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai"				
26.	"Atmaskots" – radot ātru pretestību viltus ziņu izplatībai kā regulāru un sistemātisku Latvijas mediju vides raksturlielumu	AS "Latvijas Mediji", AS "Lauku Avīze"	Māris Antonevičs	20 000
27.	Melu teorija	SIA "Red Dot Media"	Arta Ģiga	50 000
28.	Pētnieciskā žurnālistika IR – tiesiskums, ēnu ekonomika būvniecībā, pamestie bērni	AS "Cits medijs"	Nelliņa Tjarve (Ločmele)	25 000
29.	Laimes zeme	VSIA "Latvijas Televīzija"	Žanete Ostreiko	30 000
30.	Latvija 2020	AS "Delfi"	Ingus Bērziņš	40 000
31.	Reģionālo Mediju spēks	SIA "Kurzemes Vārds"	Anda Pūce	58 000

32.	Nozīmīgi notikumi IR – ieraugi, saproti, dalies!	AS "Cits medijs"	Pauls Aleksandrs Raudseps	20 000
33.	TV diskusiju cikls "Īsi un konkrēti"	SIA "Vidzemes televīzija"	Aiva Logina	40 000
34.	Interneta žurnāls "Satori.lv" autoru dienasgrāmatas	Biedrība "Ascendum"	Paula Jansone	31 000
35.	Latvijas pašvaldību temperatūra 2017	AS "Delfi"	Ingus Bērziņš	35 000
36.	Latvijas simtgades simboli	SIA "Izdevniecība "Dienas žurnāli""	Guna Spurava	20 000
37.	Ar saknēm Latvijā	SIA "Izdevniecība Auseklis"	Ilva Zvaigzne	20 000
38.	TV publicistikas filmas	SIA "Red Dot Media"	Arta Ģiga	20 000
39.	Multimediāls populārzinātnisku lekciju cikls par Latvijas kultūrvēsturi	AS "Delfi"	Ingus Bērziņš	41 000
40.	Kas sargās Latviju pēc	Nodibinājums "Baltijas pētnieciskās žurnālistikas centrs Re:Baltica"	Sanita Jemberga	20 000

2018				
Nr.	Projekta nosaukums	Organizācija	Projekta vadītājs	Piešķirtais finansējums (euro)
Mērķprogramma "Vizuālās mākslas nozares profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts"				
1.	RIX-C darbības programma 2018. gadā	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Agnese Baranova	25 000
2.	Biedrības "E-LAB, elektroniskās mākslas un mediju centrs" darbība 2018. gadā	Biedrība "E-LAB, elektroniskās mākslas un mediju centrs"	Paula Vītola	5000
Mērķprogramma "Starpdisciplināru profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts"				
3.	Ruckas mākslas rezidenču centra darbība Cēsīs 2018. gadā	Nodibinājums "Elm Media"	Zane Sērmaukša	12 000
4.	Biedrības "NABA" kultūras izziņas programma 2018	Biedrība "NABA"	Madars Štramdiers	10 000
Mērķprogramma "Latvijas valsts mežu" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem"				
5.	Dokumentālo filmu cikls "Būt latvietim. Vācija"	SIA "S.A.F. Pakalpojumi"	Edvīns Inkēns	8000
Mērķprogramma "Latvijai – 100"				
6.	Dokumentāls vēsturisks TV cikls "Atslēgas"	SIA "Vides filmu studija"	Jolanta Liepiņa	20 000
7.	Raidījumu cikls "Tas notika šeit"	SIA "Mistrus Media"	Gints Grūbe	20 000
8.	Zigfrīds Meierovics. Dokumentāla īsfilma	SIA "Deep Sea Studios LV"	Dace Siatkovska	7000
9.	Globālā kontrole. Starptautiska konference par mākslu un digitalizācijas laikmetu	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Anna Babre	18 000
Mērķprogramma "Valstiski nozīmīgi kultūras pasākumi"				
10.	Dokumentālo īsfilmu cikls "Latvijas kods. Latvija šodien" – Latvijai – 100	VSIA "Latvijas Televīzija"	Zane Valeniece	60 000
11.	RIXC Mākslas un zinātnes festivāls 2018	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Daina Siliņa	40 000
Mērķprogramma "Latvenergo" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem"				
12.	Dokumentālo filmu cikls "Būt latvietim. Vācija"	SIA "S.A.F. Pakalpojumi"	Edvīns Inkēns	8514

13.	Pilnmetrāžas debijas spēlfilmas "Maiņa" ražošana	SIA "Mistrus Media"	Gints Grūbe	100 000
14.	Spēlfilmas "Banāns upē" ražošana	SIA "FA Filma"	Madara Melberga	99 920
Mērķprogramma "Neakadēmiskās mūzikas atbalsts"				
15.	Starptautiskā mūzikas un mākslas festivāla "LABA DABA" radio tiešraides/skaņas skatuve	Biedrība "NABA"	Madars Štramdiers	7480

2019				
Nr.	Projekta nosaukums	Organizācija	Projekta vadītājs	Piešķirtais finansējums (euro)
Mērķprogramma "Vizuālās mākslas nozares profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts"				
1.	RIX-C darbības programma 2019. gadā	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Agnese Baranova	22 000
Mērķprogramma "Latviešu oriģinālmūzika"				
2.	Raimonds Tiguls. Jaundarbs Eiroradio Ziemassvētku dienas koncertam Latvijas Radio 1. studijā	VSIA "Latvijas Radio"	Zane Prēdele	1000
Mērķprogramma "Starpdisciplināru profesionālu nevaldības kultūras organizāciju atbalsts"				
3.	Ruckas mākslas rezidenču centra darbība Cēsīs 2019. gadā	Nodibinājums "Elm Media"	Līna Bērziņa	8000
Mērķprogramma "Latvijas valsts mežu" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem"				
4.	Dokumentālo īsfilmu cikls "Latvijas kods. Latvija šodien" – Latvijai 101	VSIA "Latvijas Televīzija"	Zane Valeniece	15 000
Mērķprogramma "Latvijai – 100"				
5.	Dzirnavās	Biedrība "NABA"	Anete Enikova	7000
6.	Nezūdamības likums	SIA "SKUBA films"	Maija Grūbe	20 000
Mērķprogramma "Valstiski nozīmīgi pasākumi"				
7.	Dokumentālo īsfilmu cikls "Latvijas kods. Latvija šodien" – Latvijai 101	VSIA "Latvijas Televīzija"	Zane Valeniece	35 000
8.	RIXC Mākslas un zinātnes festivāls 2019	Biedrība "Jauno mediju kultūras centrs RIX-C"	Daina Siliņa	38 000
9.	LABA DABA	Biedrība "NABA"	Madars Štramdiers	6000
Mērķprogramma "Latvenergo" atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga pasākumiem"				
10.	LABA DABA	Biedrība "NABA"	Madars Štramdiers	11 000

Sabiedrības integrācijas fonda mērķprogrammās atbalstītie projekti un plašsaziņas līdzekļi laikposmā no 2017. gada līdz 2019. gadam

Avots: [SIF, 2017](#), [2018](#), [2019](#), [2021](#)

Nr.	Projekta īstenotājs	Projekta nosaukums	Piešķirtais finansējums (euro)
Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai latviešu valodā diasporai, mazākumtautībām un personām ar invaliditāti, 2017			
1.	Biedrība "Laiks-BL"	Sabiedriski nozīmīga satura veidošana latviešu valodā diasporai	8198,78
2.	IMLO Lat-Ireland, Ltd	Ar roku uz pulsa	9797,40
3.	Akciju sabiedrība "LAUKU AVĪZE"	Globālais, tomēr latvietis	8294,92
4.	Akciju sabiedrība "RADIO SWH"	Raidījumu sērija "Saites: sirdī Latvija"	9781,40
5.	SIA "Kurzemes Vārds"	Latvija – tie esam mēs visi	28 340,00
6.	Akciju sabiedrība "RADIO SWH"	Raidījumu sērija "Visi kopā"	19 931,12
7.	SIA "Vidzemes televīzija"	Raidījumu cikls "Kaimiņu būšana Latvijā"	22 492,96
8.	SIA "IZDEVNIECĪBA RĪGAS VIĻŅI"	Mūsējie – viņi iedvesmo citus	25 646,62
9.	SIA "Izdevniecība Dienas Mediji"	Saliedētā Latvija	9631,82
10.	Nodibinājums "Invalīdu un viņu draugu apvienība "APEIRONS"	Trīs ceturtdaļas	9793,88
11.	VSIA "Latvijas Radio" (Ziņu dienests)	Ziņas vieglajā valodā – pieejama informācija cilvēkiem ar invaliditāti	9791,10
Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai un nacionālās kultūrtelpas stiprināšanai latviešu valodā, 2018			
1.	IMLO Lat-Ireland, Ltd	Diaspora – neatņemama Latvijas sastāvdaļa	8652,80
2.	SIA "Vidzemes televīzija"	Diskusiju cikls "Īsi un konkrēti"	46 825,24
3.	SIA "Mans radio"	Politiskais kultūrisms	12 342,39
4.	SIA "Radio Skonto"	Turpinājums Latvijā!	22 945,27
5.	Biedrība "Ascendum"	Satori.lv podkāsts "Aktīvista pavārgrāmata"	27 661,37

Nr.	Projekta īstenotājs	Projekta nosaukums	Piešķirtais finansējums (euro)
6.	AS "Latvijas Mediji"	ATMASKOTS	19 786,23
7.	AS "Latvijas Mediji"	Cieņpilnu dzīvi visiem	9154,72
8.	AS "Latvijas Mediji"	Saeimas vēlēšanas 2018. Ko sagaidām, ko mums sola?	20 931,60
9.	SIA "Kurzemes Vārds"	Rakstu cikls "Novadi SAPROT"	8390,43
10.	SIA "Kurzemes Vārds"	Rakstu cikls "Novadi GAIDA"	8390,43
11.	AS "RADIO SWH"	Rubriku sērija "Viltus ziņas uzmācas"	18 237,87
12.	AS "RADIO SWH"	Raidījumu sērija "Rīcības plāns"	13 253,91
13.	AS "RADIO SWH"	Raidījumu sērija "Saites. Sirdī Latvija – 2. sezona"	8960,75
14.	AS "RADIO SWH"	Raidījumu sērija "Visi kopā – 2. sezona"	17 975,24
15.	SIA "Izdevniecība Dienas Mediji"	Melu tvertne	26 130,39
16.	Biedrība "Laiks-BL"	Latvijas valstspiederības pamatu stiprināšana diasporas laikrakstos	7904,53
17.	SIA "SKUBA films"	Melu dekonstrukcija	24 020,63
18.	SIA "All Media Latvia"	Netici pasakām internetā!	15 892,53
19.	SIA "Mediju nams"	Laikraksta "Neatkarīgā Rīta Avīze" tematiskie pielikumi personām ar invaliditāti "Atbalsta plecs"	9495,00
20.	SIA "Mediju nams"	Simtgades darbi	1027,30
21.	Biedrība "Latvijas Žurnālistu asociācija"	Mediju kritika un analīze žurnālistikas kvalitātes un sabiedrības izpratnes paaugstināšanai	31 607,47
22.	SIA "Star FM"	Nāburgu būšana	33 532,04
23.	SIA "ŽURNĀLS SANTA"	Rakstu sērija "Latvieši ceļ pasauli"	4091,32
24.	SIA "ŽURNĀLS SANTA"	Tiekamies pie viena galda!	13 307,00
25.	AS "Delfi"	Multimediāls analītiskās žurnālistikas cikls "Par ko balsot?"	79 283,53
26.	SIA "RNR LTD"	Latvijas pilsētas – Simtgadei gatavas!	39 923,08

Nr.	Projekta īstenotājs	Projekta nosaukums	Piešķirtais finansējums (euro)
27.	SIA "Red Dot Media"	Prakses vieta raidījumā "Nekā personīga"	3722,70
28.	AS "Latvijas Neatkarīgā Televīzija"	Latvijas lielākie noslēpumi	34 912,77
29.	SIA "IZDEVNIECĪBA RĪGAS VIĻŅI"	Modernie meli	21 690,39
30.	SIA "Red Dot Media"	TV raidījums "Melu teorija-3"	44 816,96
31.	AS "TV LATVIJA"	RīgaTV 24 raidījums "Mana Balss"	29 292,35
32.	AS "TV LATVIJA"	Latvijas mazākumtautību kultūras vēstnieki	25 760,00
33.	AS "Cits medijs"	Pētnieciskā žurnālistika IR — nodokļu krāpšana, atkritumu lavīna, pamests pensionātā	26 701,21
34.	SIA "Vides filmu studija"	Vēsturiski dokumentālo raidījumu cikls "Atslēgas"	26 000,00
Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai un nacionālās kultūrtelpas stiprināšanai latviešu valodā, 2019			
1.	SIA "Vidzemes televīzija"	Diskusiju cikls "Īsi un konkrēti"	11 296,47
2.	AS "TV LATVIJA"	RīgaTV 24 raidījums "Mana Balss"	48 007,00
3.	SIA "Izdevniecība Dienas mediji"	Vai viegli būt?	37 942,00
4.	SIA "RNR LTD"	Latvija Eiropas mājā	53 703,40
5.	SIA "Kurzemes Vārds"	Rakstu cikls "Novadi ROK DZIĻĀK"	26 021,18
6.	Biedrība "Latgolys entuziastu grupa Bīldis"	Raidījums "Par robežām bez robežām"	31 142,63
7.	AS "RADIO SWH"	Raidījumu sērija "Rīcības plāns". 2. sezona	20 403,31
8.	SIA "Zemgales Reģionālā televīzija"	TV raidījums: "Vēzis – atklāt, pieņemt, uzveikt!"	29 788,46
9.	AS "Cits medijs"	Pētnieciskā žurnālistika IR — zaļā enerģija, novadu reforma, aplokšņu algas	34 924,99
10.	AS "Latvijas Mediji"	Jaunie laiki Latvijas ekonomikā	30 317,42
11.	SIA "ŽURNĀLS SANTA"	Esi līdzās!	9480,05
12.	AS "Latvijas Mediji"	Spēka lauks	9306,73
13.	SIA "IZDEVNIECĪBA RĪGAS VIĻŅI"	Modernie meli II	29 128,40

Nr.	Projekta īstenotājs	Projekta nosaukums	Piešķirtais finansējums (euro)
14.	SIA "Kurzemes Vārds"	Rakstu cikla "Novadi SAPROT" turpinājums	29 129,31
15.	AS "Latvijas Mediji"	ATMASKOTS	19 254,42
16.	SIA "VALMIERAS TV"	JAUTĀ-JUMS	58 114,14
17.	VSIA "Latvijas Televīzija"	Čekas ietekme uz nacionālās Atmodas procesiem	54 372,82
18.	SIA "Latgales Reģionālā televīzija"	Latgales pierobeža – vieta, kur sākas Eiropas Savienība!	19 839,95
19.	Biedrība "Latvijas Žurnālistu asociācija"	Latvijas mediju vide. Attīstība un izaicinājumi	28 370,51
20.	SIA "IZDEVNIECĪBA RĪGAS VIĻŅI"	Mūsējie – viņi iedvesmo citus II	13 357,03
21.	SIA "Star FM"	Nāburgu būšana	27 967,03
22.	SIA "ŽURNĀLS SANTA"	Tiekamies pie viena galda – 2. sērija	26 287,28
23.	SIA "Radio Skonto"	Mēs esam Latvijā!	26 287,28
24.	SIA "TV NET"	Latviešu mūzika	14 908,55
25.	SIA "Radio Tev"	STARTA paka	14 527,75
26.	SIA "Izdevniecība Dienas mediji"	Atpakaļ Latvijā!	9310,98
27.	Biedrība "Latviesi.com"	Diasporas notikumu multimedāla atspoguļošana	9494,48
28.	Biedrība "Latviesi.com"	Iknedējas jaunumu apkārtraksts latviešu diasporai	9372,21
29.	IMLO Lat-Ireland, Ltd	Laikam līdzī	9499,92

Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes konkursos atbalstītie projekti un plašsaziņas līdzekļi laikposmā no 2014. gada līdz 2019. gadam

Avots: [NEPLP, 2021c](#)

Nr.	Projekta īstenotājs	Projekta nosaukums	Piešķirtais finansējums (euro)
2014			
1.	SIA "Valmieras TV"; SIA "Latgales Reģionālā televīzija"; SIA "Skrundas TV"; SIA "Televīzijas studija "TV Spektrs""	Par novadu televīzijas ziņu sižetu veidošanu 2015. gadā	244 259
2.	SIA "Vidzemes televīzija"	2014. gada Saeimas priekšvēlēšanu raidījumu veidošana	36 265
3.	"IMLO LAT-IRELAND", Ltd.; SIA "TV 3 Latvia"	Televīzijas sižetu un raidījumu veidošana par diasporas tematiku 2014. gadā	22 766
4.	AS "Latvijas Neatkarīgā Televīzija" (LNT, TV5); AS "TV Latvija" (RīgaTV 24)	Par 2014. gada Eiropas Parlamenta priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	16 600
5.	AS "Latvijas Neatkarīgā Televīzija"	2014. gada Saeimas priekšvēlēšanu raidījumu veidošana	15 500
6.	AS "Latvijas Neatkarīgā Televīzija" (programma TV5)	Par 2014. gada Saeimas priekšvēlēšanu raidījuma krievu valodā veidošanu komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	8627
2015			
1.	SIA "4. vara" (Sportacentrs.com TV)	Par sabiedriskā pasūtījuma daļas nodošanu nacionālajam komerciālajam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim, kas veido televīzijas programmu un nodrošina tās apraidi, raidījumu veidošanai par aktīvu dzīvesveidu	348 604
2.	SIA "Skrundas TV"; SIA "Televīzijas studija "TV Spektrs""; SIA "Valmieras TV"; SIA "Latgales Reģionālā televīzija"	Par novadu televīzijas ziņu sižetu veidošanu 2016. gadā	244 259
3.	SIA "DAUTKOM TV"	Par raidījumu veidošanu 2015. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	35 571

Nr.	Projekta īstenotājs	Projekta nosaukums	Piešķirtais finansējums (euro)
4.	SIA "Lietišķā Latgale"	Par raidījumu veidošanu 2015. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida radio programmas	35 571
5.	"IMLO LAT-IRELAND", Ltd	Televīzijas sižetu un raidījumu veidošana par diasporas tematiku 2015. gadā	23 000
6.	AS "TV Latvija" (RīgaTV 24); SIA "Vidzemes televīzija" (Re:TV)	Par sabiedriskā pasūtījuma daļas nodošanu nacionālajam komerciālajam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim, kas veido televīzijas programmu un nodrošina tās apraidi, bērnu un jauniešu raidījumu veidošanai 2015. gadā	14 684
2016			
1.	AS "TV Latvija" (RīgaTV 24)	Par sabiedriskā pasūtījuma daļas nodošanu komerciālajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, kas veido televīzijas programmu un nodrošina tās apraidi, informatīvi dokumentālo raidījumu veidošanai 2017.–2019. gadā	348 604
2.	SIA "Vidzemes televīzija" (Re:TV)	Par sabiedriskā pasūtījuma daļas nodošanu komerciālajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, kas veido televīzijas programmu un nodrošina tās apraidi, reģionālās tematikas raidījumu veidošanai 2017.–2019. gadā	348 604
3.	SIA "Latgales Reģionālā televīzija"; SIA "Valmieras TV"; SIA "Televīzijas studija "TV Spektrs""; SIA "Skrundas TV"	Par novadu televīzijas ziņu sižetu veidošanu 2017. gadā	244 259
4.	SIA "Ef-Ei"; AS "Radio SWH"	Par raidījumu veidošanu krievu valodā 2016. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida radio programmas	51 000
5.	SIA "Lietišķā Latgale"	Par raidījumu veidošanu krievu valodā 2016. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida radio programmas	35 571
6.	SIA "Lietišķā Latgale"	Par raidījumu veidošanu latviešu valodā 2017. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida radio programmas	35 571
7.	SIA "Studija 3KM"	Par raidījumu veidošanu latviešu valodā 2017. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	35 571
8.	SIA "Studija 3KM"	Par raidījumu veidošanu latviešu valodā 2016. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	35 571

Nr.	Projekta īstenotājs	Projekta nosaukums	Piešķirtais finansējums (euro)
9.	"IMLO LAT-IRELAND", Ltd	Televīzijas sižetu un raidījumu veidošana par diasporas tematiku 2016. gadā	23 000
10.	SIA "DAUTKOM TV" I	Par raidījumu veidošanu krievu valodā 2016. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	20 000
11.	SIA radiokompānija "Aise Plus"	Par raidījumu veidošanu krievu valodā 2016. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida radio programmas	11 814
2017			
1.	SIA "Valmieras TV"	Par novadu ziņu televīzijas sižetu veidošanu 2018. gadā	244 259
2.	AS "Latvijas Neatkarīgā Televīzija"	Par priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu 2017. gadā nacionālajos komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	140 000
3.	AS "Radio SWH"	Par multimediju mūsdienīgu latviešu aktuālās populārās mūzikas platformas izveidošanu 2017. gadā	130 000
4.	AS "TV Latvija"	Par sabiedriskā pasūtījuma daļas nodošanu nacionālajiem komerciālajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem	100 000
5.	AS "TV Latvija"; SIA "Valmieras TV"; SIA "Skrundas TV"; SIA "DAUTKOM TV"; SIA "M.L. Grupa"	Par priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu 2017. gadā reģionālajos un vietējos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	65 000
6.	"IMLO LAT-IRELAND", Ltd	Televīzijas sižetu un raidījumu veidošana par diasporas tematiku 2017. gadā	23 000
2018			
1.	SIA "4. vara" (Sportacentrs.com TV)	Par sabiedriskā pasūtījuma daļas nodošanu nacionālajam komerciālajam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim, kas veido televīzijas programmu un nodrošina tās apraidi, raidījumu veidošanai par aktīvu dzīvesveidu 2019. gadā	348 604
2.	SIA "Valmieras TV"	Par novadu ziņu televīzijas sižetu veidošanu 2019. gadā	244 259
3.	AS "TV LATVIJA"; SIA "Vidzemes televīzija"	Par sabiedriskā pasūtījuma daļas nodošanu nacionālajiem komerciālajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem	200 000

Nr.	Projekta īstenotājs	Projekta nosaukums	Piešķirtais finansējums (euro)
4.	AS "Latvijas Neatkarīgā Televīzija (programmās LNT, TV3, Re:TV)	Par 2018. gada Saeimas priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	74 993
5.	SIA "Ef-Ei"; SIA "DMCS"; Biedrība "Kultūras iniciatīvu un realizāciju apvienība"	Par raidījumu veidošanu latviešu un mazākumtautību valodās 2018. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida radio programmas	40 000
6.	SIA "Latgales Reģionālā televīzija"	Par raidījumu veidošanu latviešu valodā 2018. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	22 990
7.	Biedrība "Mēs – latvieši pasaulē"	Televīzijas sižetu un raidījumu veidošana par diasporas tematiku 2018. gadā	17 590
8.	SIA "DAUTKOM TV"	Par raidījumu veidošanu latviešu valodā 2018. gadā Latgales reģionālajos un vietējos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	8154
9.	AS "Radio SWH" (Radio SWH)	Televīzijas un/vai radio sižetu un/vai raidījumu veidošana par diasporas tematiku 2018. gadā	5410
2019			
1.	SIA "Valmieras TV"	Par novadu ziņu televīzijas sižetu veidošanu 2020. gadā	244 259
2.	SIA "Vidzemes televīzija"; AS "TV Latvija" (Rīga TV24); SIA "Zemgales Reģionālā televīzija"	Televīzijas raidījumu (sižetu) veidošana par sabiedrībai nozīmīgām norisēm un aktualitātēm, bērnu, jauniešu un reģionālo saturu komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos	200 000
3.	SIA "All Media Latvia"	Par 2019. gada Eiropas Parlamenta priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	75 000
4.	SIA "Picture House"; AS "Radio SWH"; biedrība "Latviesi.com"	Televīzijas un radio raidījumu veidošana par diasporas tematiku 2019. gadā	38 000
5.	SIA "Ef-Ei"; SIA "Divu krastu radio"	Par raidījumu veidošanu 2019. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida radio programmas	35 572
6.	SIA "DAUTKOM TV"; SIA "Latgales Reģionālā televīzija"	Par raidījumu veidošanu 2019. gadā Latgales reģionālajos un vietējos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas	35 571

Pētījums ir izstrādāts pēc Saeimas Prezidija un Frakciju padomes pieprasījuma.

Pētījuma tēmu pieteikusi Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija.

Saeimas Analītiskais dienests ir Saeimas pētnieciskā struktūrvienība, kas veic pētniecisko darbu parlamenta vajadzībām. Tas sniedz likumdevējam atbalstu lēmumu pieņemšanas procesā, normatīvā regulējuma pilnveidē un kontrolē pār izpildvaru.

Šis pētījums ir izstrādāts, lai novērtētu valsts atbalsta formas plašsaziņas līdzekļiem laikposmā no 2014. līdz 2019. gadam.