

**Elektronisko sabiedrības
saziņas līdzekļu attīstības
Nacionālā koncepcija
2009.-2011.gadam**

Satura rādītājs

Elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu attīstības Nacionālās koncepcijas 2009.-2011.gadam virsuzdevums.....	4.lpp.
NRTP misija.....	5.lpp.
NRTP uzdevumi.....	5.lpp.
Situācijas raksturojums.....	6.lpp.
Stratēģiskie mērķi:.....	11.lpp.
1. Sekmēt jaunā Audio un audiovizuālo mediju pakalpojumu likumprojekta pieņemšanu.....	11.lpp.
2. Veidot jaunu pieeju Sabiedriskā pasūtījuma izpildei	12.lpp.
2.1. Sabiedrisko raidorganizāciju attīstība.....	13.lpp.
2.2. Informatīvie un analītiskie raidījumi.....	14.lpp.
2.3. Kvalitatīvas žurnālistikas attīstība.....	15.lpp.
2.4. Kultūras un izglītības raidījumi.....	15.lpp.
2.5. Bērnu un jauniešu raidījumi.....	16.lpp.
2.6. Latvijas Televīzijas stratēģiskā attīstība.....	18.lpp.
2.7. Latvijas Radio stratēģiskā attīstība.....	19.lpp.
2.8. Sabiedrisko raidorganizāciju tehnoloģiskais nodrošinājums un attīstība.....	21.lpp.
3. Sekmēt komerciālo raidorganizāciju attīstību.....	23.lpp.
3.1. Iesaistīt komerciālās raidorganizācijas sabiedriskā pasūtījuma izpildē...23.lpp.	
3.2. Atbalstīt vietējās produkcijas ražošanu.....	25.lpp.
3.3. Sekmēt reģionālo un vietējo mediju attīstību.....	27.lpp.
4. Sekmēt jauno tehnoloģisko iespēju izmantošanu sabiedrības interešu labā.....	29.lpp.
4.1. Savas kompetences ietvaros organizēt pāreju uz zemes ciparu televīzijas apraidi.....	31.lpp.

4.1.1. Satura jautājumu risināšana.....	32.lpp.
4.1.2. Apraides tiesību piešķiršana.....	32.lpp.
4.1.3. Nosacījumi zemes analogās televīzijas raidīšanas pārtraukšanai.....	34.lpp.
4.2. Veicināt mediju lietotājprasmu.....	36.lpp.
5. Pilnveidot priekšvēlēšanu aģitācijas likumdošanu, kā arī monitoringu.....	40.lpp.
6. Veicināt elektronisko mediju nozares pašregulācijas un kopregulācijas attīstību.....	43.lpp.
NRTP uzdevumi 2009.gadā.....	45.lpp.
Elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu attīstības Nacionālās koncepcijas 2009.- 2011.gadam īstenošanas uzraudzība.....	46.lpp.

Elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu attīstības Nacionālās koncepcijas 2009.-2011.gadam (turpmāk – Koncepcija) VIRSUZDEVUMS

- ❖ Noteikt elektronisko mediju nozares attīstības galvenos virzienus
- ❖ Izmantojot Koncepciju regulārai interaktīvā dialoga veicināšanai starp Nacionālo radio un televīzijas padomi (turpmāk – NRTP) un nozares pārstāvjiem, kā arī ik gadu izvērtējot Koncepcijas mērķu un uzdevumu izpildi, organizēt nozares attīstības darbu

Koncepcijas izstrādē ņemta vērā Eiropas Savienības Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva, Eiropas Padomes Pārrobežu audiovizuālo mediju pakalpojumu konvencijas projekts un Radio un televīzijas likums.

Par padomdevēju koncepcijas izstrādes procesā tika pieaicināts starptautiski atzīts mediju eksperts Karols Jakubovičs.

!!! Koncepcijā noteikto mērķu un izvirzīto uzdevumu izpildes gaitu var ietekmēt ekonomiskā situācija valstī, kā arī Audio un audiovizuālo mediju pakalpojumu likumprojekta virzība. Ja nenotiek ekonomiskā attīstība, samazinās investīcijas jauna vietējā audio un audiovizuālā satura radīšanā, un apraides sektorā iestājas stagnācija.

NRTP MISIJA

NRTP kā neatkarīgas iestādes misija ir pārstāvēt sabiedrības intereses elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu jomā un uzraudzīt, lai to darbībā tiktu ievērota Satversme, Radio un televīzijas likums un citi likumi, kā arī nodrošināta vārda un informācijas brīvība.

NRTP UZDEVUMI

- ❖ veicināt visu veidu elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu attīstību;
- ❖ nodrošināt labvēlīgus nosacījumus elektronisko mediju daudzveidībai, lai palielinātu to ieguldījumu katra cilvēka, sabiedrības un nacionālas valsts attīstībā – īpaši to attiecinot uz sabiedriskajām raidorganizācijām;
- ❖ daudzveidīgajā digitālo tehnoloģiju un mediju pārmaiņu laikmetā rūpēties par komunikāciju brīvību, piekļuves iespējām un uzraudzību par satura veidotāju atbildību;
- ❖ koordinēt nozares attīstības darbu.

Situācijas raksturojums

Elektronisko mediju sistēma ir viena no nozīmīgākajām demokrātiskas valsts informācijas infrastruktūras sastāvdaļām, kurai jānodrošina sabiedrība un ikviens cilvēks ar nepieciešamo informāciju un analīzi, kas ļautu izdarīt patstāvīgus secinājumus par sabiedrībā notiekošo un tā tuvākām un tālākām sekām, tādējādi samazinot iespējas dažādos veidos manipulēt ar sabiedrisko domu.

21.gadsimta, Eiropas Savienības, globalizācijas, konkurences un jaunās ekonomiskās politikas kontekstā elektroniskie sabiedrības saziņas līdzekļi vairs nevar strādāt kā līdz šim. Analizējot vides faktorus, kas ietekmē mediju attīstību, jāņem vērā tas, kā attīstās politika un likumdošana, ekonomika, sociālā situācija un, protams, tehnoloģijas, kas pēdējos gados pašos pamatos ir mainījušas arī apraidi un tirgu.

Koncentrācija, lielu mediju apvienību izveide, tradicionālo vērtību skalas izmaiņas, žurnālistikas krīze, kultūras komercializēšanās, „pasaule pēc pieprasījuma” jeb universāli pakalpojumi, fragmentācija, individuālisms, mobilās un digitālās televīzijas – tā ir tikai daļa no tiem jēdzieniem, ko lietojam jaunajā situācijā. Tehnoloģiju konverģences radītie jaunie mediji kļuvuši par mūsu laikmeta lielo izaicinājumu, neatņemamu un pašsaprotamu sastāvdaļu, bez kuru klātbūtnes vairs nav iedomājama ikdienas dzīve.

Ir vērojamas izmaiņas patērētāju uzvedībā – auditorija fragmentējas, cilvēki izmanto internetu, lai koncentrētos uz to saturu, ko viņi paši vēlas skatīties

vai klausīties. Tas mazina raidorganizāciju spēju aizsniegt plašus auditorijas segmentus. Notiek mediju internetizācija, jo aizvien vairāk elektronisko mediju kļūst interaktīvi un izmanto internetu, lai aizsniegtu auditoriju.

Kultūras industrija, kurā ietilpst radio un televīzija, ir ātri augošs ekonomikas sektors, kas veicina arī kultūras daudzveidību. Elektroniskie mediji ir svarīgs kultūras attīstības faktors un arvien lielākā mērā tās izplatīšanas un saglabāšanas infrastruktūras pamats. Tādējādi Latvijas interesēs ir attīstīt un stiprināt mūsdienīgu un konkurētspējīgu audiovizuālo nozari.

Vienlaicīgi bažas rada aizvien straujāka publiskās telpas komercializācija, patērētāju sabiedrības standartu kultivēšana, brutalizācijas un vardarbības izpausmes, bieža ētikas principu pārkāpšana un latviešu valodas normu neievērošana, kas lielā mērā vērojama Latvijas televīziju un daļēji arī radio programmās.

Mūsdienu apstākļos nepieciešama pilnīgi jauna attieksme un skatījums uz programmu, pašreklāmu, reklāmu, finansēm, tehniku un vadības stilu kopumā. Jāpaaugstina sabiedriskā, likumdošanas un profesionālā atbildība. Attiecībā uz auditoriju ir jāveicina mediju lietotājprasmē, savukārt, attiecībā uz medijiem – pašregulācija.

2007.gada 18.decembrī Eiropas Savienības „Oficiālajā Vēstnesī” tika publicēta jaunā Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva (turpmāk – Direktīva). Jaunā direktīva Latvijas likumdošanā jāiestrādā līdz 2009.gada beigām, lai 2009.gadā modernizētais tiesiskais regulējums audiovizuālajā

jomā būtu spēkā pilnībā. Direktīvas atjaunināšanas process aizsākās 2005.gada 13.decembrī, kad Eiropas Komisija ierosināja pārskatīt direktīvu “Televīzija bez robežām”, lai sekotu būtiskām tehnoloģiju un tirgus attīstības tendencēm audiovizuālo pakalpojumu jomā.

Direktīva tika grozīta ar mērķi modernizēt, vienkāršot un padarīt elastīgāku ietvaru apraidei jeb lineārajiem (plānotajiem) audiovizuālajiem mediju pakalpojumiem, kā arī ieviest minimālo noteikumu kopumu nelineārajiem (pēc pieprasījuma) audiovizuālajiem mediju pakalpojumiem, lai tajā paredzētais regulējums atbilstu mūsdienu situācijai, kurā strauji attīstās tehnoloģijas, paplašinās tirgus, un tajā ienāk jauni spēlētāji.

Modernizētā Direktīva paplašina audiovizuālās jomas regulējumu un ietver visas tehnoloģiskās platformas, tādējādi nodrošinot tehnoloģisko neitralitāti. Tiek ieviesta audiovizuālo mediju pakalpojumu definīcija, izslēdzot, piemēram, jebkura veida privātu korespondenci un tos pakalpojumus, kuru primārais uzdevums nav veidot un izplatīt programmu. Turpmāk arī uz nelineārajiem audiovizuālo mediju pakalpojumiem attieksies minimālās prasības saistībā ar nepilngadīgu personu un cilvēka cieņas aizsardzību, naida kurināšanu, pakalpojuma sniedzēja un reklāmas identifikāciju.

Attiecībā uz reklāmu tiek samazināti kvantitatīvie ierobežojumi un palielināti kvalitatīvie ierobežojumi. Jaunā Direktīva atbalsta jaunu reklāmas formu lietošanu, piemēram, dalītā ekrāna reklāmu, virtuālo un interaktīvo reklāmu, tādējādi atklājot jaunas iespējas audiovizuālā satura finansēšanai.

Jaunās Direktīvas pamatā tiks saglabāts izcelsmes valsts princips. Tas nozīmē, ka audiovizuālo mediju pakalpojumu sniedzējiem jāievēro tās dalībvalsts noteikumi, kurā tie ir reģistrēti un kurā tiek pieņemti svarīgākie redakcionālie lēmumi.

Ar jauno Direktīvu vēlreiz tiek pausts atbalsts svarīgākajām Eiropas vērtībām, prasot dalībvalstīm aizsargāt nepilngadīgos, popularizēt Eiropas darbus un neatkarīgo producentu darbus, kā arī aizliedzot saturu, kas varētu kurināt naidu, pamatojoties, piemēram, uz reliģisku piederību vai personas rasi.

NRTP paplašinātā darba grupa, kuras sastāvā ir dažādu institūciju pārstāvji, izstrādāja jauno Audio un audiovizuālo pakalpojumu likumprojektu, kas pārņem jaunās Direktīvas noteikumus. Tāpat, lai pēc iespējas vairāk depolitizētu elektronisko mediju pārraudzību, likumprojektā tiek noteikta NRTP pārstāvju izvirzīšana no nevalstiskajām organizācijām un citām institūcijām.

Elektroniskie mediji Latvijas sabiedrības dzīvē ieņem stabilu vietu. Pēdējie TNS pētījumi par „Latvijas iedzīvotāju un mediju patērētāju brīvā laika pavadīšanas aktivitātēm” (27.06.2008.) apliecina, ka no visa respondentu skaita kopumā 93% iedzīvotāji katru dienu skatās televīziju un 76% katru dienu klausās radio.

Latvijā darbojas divas sabiedriskās raidorganizācijas – Latvijas Televīzija un Latvijas Radio, 46 komercālās radio raidorganizācijas, tai skaitā 3, kas nodrošina nacionālo apraidi, un 28 komerciālās televīzijas raidorganizācijas,

tai skaitā 2, kas nodrošina nacionālo apraidi. Pārējās ir reģionālās un vietējās radio un televīzijas raidorganizācijas. Bez tam kā vietējā tirgus dalībnieki darbojas noteikts skaits televīziju, kas savas programmas pārraida kabeļtelevīzijā un satelīttelevīzijā (TV 6, PBK, filmu kanāls TV XXI, OE) un ārzemēs reģistrētie TV 3 +, PBMK, REN TV. Latvijā reģistrētas arī 42 kabeļtelevīzijas raidorganizācijas.

Stratēģiskie mērķi

1. Sekmēt jaunā Audio un audiovizuālo mediju pakalpojumu likumprojekta pieņemšanu

Ar jaunā likuma pieņemšanu tiks pārņemtas Eiropas Savienības Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvas normas, kuras nacionālajā likumdošanā ir jāievieš līdz 2009.gada beigām. Likumprojekts nosaka jaunu sabiedrisko mediju tiesisko statusu, nostiprina sabiedrisko mediju finansēšanas kārtību, kā arī no jauna definē sabiedriskā pasūtījuma jēdzienu. Likumprojektā ir paredzēts, ka jebkura medija publiska darbība jebkurā audio un audiovizuālā izplatīšanas vidē, ieskaitot internetu, tiek pakļauta tiem pašiem noteikumiem un ierobežojumiem, kas attiecas uz audio un audiovizuālajiem medijiem. Jaunās komunikāciju platformas, kas agrāk bija ārpus tradicionālās likumdošanas darbības sfēras, arī regulēs jaunā likumdošana. Papildus likumā ir plānots nodrošināt nozares attīstības koordināciju.

Likumprojektā paredzēts iestrādāt kvotas vietējā tirgus un vietējās produkcijas aizsardzībai, kas paredz, ka ne mazāk kā 30 procentiem no 51 procenta Eiropā veidotajiem audiovizuālajiem darbiem jābūt Latvijā veidotiem audiovizuālajiem darbiem. Savukārt, radio pakalpojumu sniedzējiem no pulksten 6.00-12.00 un no pulksten 16.00-20.00 jābūt Latvijā veidotiem raidījumiem.

Ir jāapzina efektīvākie mehānismi latviešu valodas atbalstīšanai. Šobrīd spēkā esošā Radio un televīzijas likuma 19.panta piektā daļa nosaka, ka, ja Ministru kabinets konstatē, ka kādā valsts teritorijas daļā pastāv draudi valsts valodas lietošanai vai arī tās lietošana vai izplatība ir būtiski nepietiekama, tad Ministru kabinets lemj par pasākumiem valsts valodas lietošanas veicināšanai attiecīgajā teritorijā. Pamatojoties uz šo likuma normu, NRTP var vērsties Ministru kabinetā ar lūgumu noteikt, kurā valsts teritorijas daļā valsts valodas lietošana vai izplatība ir būtiski nepietiekama, lai kopīgi lemtu par pasākumiem valsts valodas lietošanas veicināšanai attiecīgajā teritorijā, piemēram, valsts atbalstu noteiktu raidījumu veidošanai.

Lai veicinātu svešvalodu apgūšanu Latvijas iedzīvotāju vidū, jāizvērtē iespēja likumprojektā iestrādāt normu, kas paredz, ka pilnmetrāžas mākslas filmām, izņemot seriālus un bērniem paredzētās filmas, jābūt ar oriģinālo skaņas pavadījumu un subtitriem latviešu valodā.

2. Veidot jaunu pieeju Sabiedriskā pasūtījuma izpildei

Sabiedrisko raidorganizāciju galvenais pienākums ir:

- kalpot par forumu sabiedriskajām diskusijām, nodrošinot tādu informācijas lauku, kurš palīdz ikvienam cilvēkam orientēties norisēs Latvijā un pasaulē;
- vispusīgi atspoguļot nacionālās kultūras un izglītības procesus;
- nodrošināt bērnu un jaunatnes raidījumus gan stilistiski, gan saturiski.

2.1. Sabiedrisko raidorganizāciju attīstība

Modernajā laikmetā jauni cilvēki aizvien mazāk pievēršas tradicionālo raidorganizāciju programmām, un sabiedriskajām raidorganizācijām ir jāņem vērā šīs jaunās tendences. Tādēļ, pirmkārt, jādomā par pakalpojumiem, kuri var piesaistīt jauno paaudzi. Būtiski ir izdomāt veidu, kā uzrunāt jauno auditoriju – gan satura ziņā, gan piedāvāto pakalpojumu ziņā, gan jauno tehnoloģiju jomā. Ir jāpierāda jauniešu mērķauditorijai – “mēs runājam ar jums vienā valodā”.

Otrkārt, sabiedriskās raidorganizācijas ir jāpārdefinē par sabiedrisko pakalpojumu sniedzējiem, kas izmanto internetu un cita veida platformas, lai sasniegtu auditoriju. Eiropas Savienība ir apstiprinājusi to, ka sabiedriskajām raidorganizācijām jābūt spējīgām izmantot visas tehnoloģijas, kādas tiem ir nepieciešamas, tām ir jābūt spējīgām piedāvāt pilnu programmu spektru.¹

Treškārt, ir jāparedz fundamentāla sabiedrisko raidorganizāciju reforma, jo esošā sabiedrisko raidorganizāciju struktūra platformu konverģences rezultātā ir novecojusi. Ir jāveido tāda struktūra, kas ir spējīga radīt programmu radio, televīzijai, internetam, mobilajiem telefoniem un citām tehnoloģiskajām platformām.

Ceturtkārt, ir jāizveido jauna sabiedrisko raidorganizāciju finansēšanas kārtība, lai nodrošinātu ne tikai sabiedrisko raidorganizāciju eksistenci, bet arī attīstību.

¹ Eiropas Komisijas paziņojums par valsts atbalsta noteikumu piemērošanu sabiedriskajai apraidei

Sabiedrisko raidorganizāciju attīstība un sabiedriskā pasūtījuma izpilde atkarīga no ekonomiskās situācijas valstī. Var tikt pārskatīts plānotais programmu skaits, kā arī apraides teritorija.

2.2. Informatīvie un analītiskie raidījumi

Pirmā raidījumu grupa, kas saistīta ar sabiedriskās misijas izpildi, ir informatīvie un analītiskie raidījumi, kas sniedz informāciju un izpratni par Latvijā un pasaulē notiekošajiem procesiem. Sabiedriskajām raidorganizācijām jānodrošina patiesa, objektīva un neatkarīga informācija, kurai uzticas ikviens sabiedrības loceklis. Taču sabiedriskajām raidorganizācijām ir ne tikai jāinformē, bet arī jāanalizē un jāskaidro skatītājiem un klausītājiem valstī un pasaulē notiekošie procesi.

Plānojot programmu, jānostiprina tematisko sleju princips, atsakoties no daudzajiem raidījumu nosaukumiem un apvienojot to saturu lielākos blokos.

Diemžēl ir jāatzīmē tendence, ka raidorganizācijas cenšas atlasīt ziņas ar pēc iespējas lielāku izklaides un skandāla (sensācijas) potenciālu, arvien plašāk izmantojot to pasniegšanā izklaides žanru paņēmienus, pārvēršoties par infotainmentu. Tas apmierina auditorijas ziņkāri, bet tam ir visai mazs sakars ar lielākas izpratnes nodrošināšanu par sabiedrībā un valstī notiekošiem procesiem un to iespējamām sekām. Bieži vien sabiedrība tiek ierauta attiecību kārtošanā, nevis cēloņu noskaidrošanā un to novēršanā.

Šī situācija var tikt risināta ar kvalitatīvas žurnālistikas attīstību.

2.3. Kvalitatīvas žurnālistikas attīstība

Sabiedriskās domas kvalitāte un tādējādi arī demokrātijas kvalitāte ir tieši atkarīga no kvalitatīvas žurnālistikas esamības. Diemžēl šādas žurnālistikas pašizmaksa ir ļoti augsta. Kvalitatīvas žurnālistikas nodrošināšana ir arī viens no galvenajiem sabiedrisko raidorganizāciju subsidēšanas iemesliem un viena no būtiskākajām sabiedriskās misijas sastāvdaļām. Subsīdijām jābūt adekvātām šāda uzdevuma izpildei – ir jā sagatavo žurnālisti, jāizveido un jāuztur attiecīga datu bāze, jārada atbilstoša analīzes struktūra.

2.4. Kultūras un izglītības raidījumi

Televīzija un radio ir kļuvuši par galveno kultūras izplatītāju un lielā mērā nosaka līmeni, kādā kultūra tiek izplatīta. Televīzija un radio ir arī nacionālās kultūras veidotāji. Mūsdienu globālā tirgus spiediena apstākļos elektronisko mediju sabiedriskās misijas loma ir ļoti nozīmīga nacionālās identitātes, valodas un kultūras mantojuma saglabāšanā, īpašu vērību pievēršot arī bērnu un pusaudžu kultūrpolitikai. Vienlaikus sabiedrība tiek iepazīstināta ar Eiropas un pasaules kultūras vērtībām.

Otrā raidījumu grupa, bez kuras nav iedomājama elektronisko mediju sabiedriskās misijas izpilde, ir kultūras un izglītības raidījumi, kas atspoguļo gan pašus kultūras un izglītības procesus, gan sniedz tajos savu radošo ieguldījumu. Sabiedriskajām raidorganizācijām ir gan jānodrošina informācija par to, kas notiek kultūras un izglītības jomā, gan arī jādod iespēja dziļāk iepazīties ar kultūras un izglītības (t.sk. mūzikas) izglītības

attīstības gaitu. Bez nacionālās kultūras attīstības un tās aktīva atbalsta nav iespējama tautas un tai piederīgu indivīdu identitātes pastāvēšana un pašapziņas uzturēšana. Savukārt, bez modernas izglītības un zinātnes attīstības nav iespējama valsts un tās iedzīvotāju labklājība un veiksmīga pastāvēšana globalizētajā pasaulē.

Svarīga sabiedriskās misijas sastāvdaļa ir sistemātiska kultūras vērtību dokumentēšana un saglabāšana nākamajām paaudzēm.

Augstākminētā kultūras un izglītības raidījumu sistēma šobrīd vēl nav izveidota, bet NRTP kopā ar sabiedriskajām raidorganizācijām pie tā ir mērķtiecīgi jāstrādā, nosakot Sabiedriskā pasūtījuma prioritātes.

2.5. Bērnu un jauniešu raidījumi

Pamatvērtību krīze mūsu valstī un no tās izrietošā vienaldzība pret ģimeni un bērniem liek pastiprināti rūpēties par šo jomu ilgtermiņa skatījumā, uztverot to kā sabiedrisko mediju misijas būtisku sastāvdaļu. Tādēļ trešā raidījumu grupa, kas ir ļoti svarīga, pildot sabiedrisko misiju, ir bērnu un jauniešu raidījumi.

Tai ir jābūt raidījumu grupai, kas apmierinātu visu vecuma grupu vajadzības, kā arī, neatkarīgi no tematiem, rosinātu skatītāju iztēli, attīstītu domāšanu un radošās spējas, sekmētu viņu personības attīstību un socializācijas procesu, iesaistītu raidījumos un to veidošanā.

Uzrunājot jauniešu auditoriju un audzinot nākamos elektronisko mediju lietotājus, ļoti svarīgi veidot atgriezenisko saikni, ko dod iespēja piedalīties tiešraidēs, izmantojot ne tikai reālu klātbūtni, bet iespēju “sarunāties” ar interneta starpniecību vai kādā citā modernā tehnoloģiskā veidā.

Bērnu un jauniešu raidījumu grupa jāveido ar konkrētu saturisko iedalījumu atbilstošajām vecuma grupām un atšķirīgiem mērķiem, piemēram:

- maziem bērniem līdz piecu gadu vecumam (mērķis – iepazīstināt viņus ar pasauli un norisēm tajā, izmantojot atbilstošus izteiksmes veidus);
- bērniem no 5 līdz 7 gadiem (mērķis – psiholoģiski iedrošināt un rosināt paļāvību saviem spēkiem);
- sākumskolas vecuma bērniem (mērķis – šī vecuma vajadzības un vēlmes, arī – rosināt skolēnus dalīties ar vecākiem savās problēmās, savukārt, vecākus rosināt uz klausīt bērnus);
- pusaudžiem līdz 16 gadiem (mērķis – ar interesantiem raidījumiem piesaistīt lielāku šīs auditorijas daļu).

Pašlaik ir vērojami tikai šādu raidījumu sistēmas atsevišķi elementi un iedīgļi. Tādēļ mērķtiecīgi jāstrādā pie bērnu un jauniešu raidījumu sistēmas izveidošanas, veidojot bērnu uztverei atbilstošus raidījumu formātus. Raidījumu veidotājiem jādomā par veidu, kā uzrunāt jauno auditoriju.

Jāatrod iespēja bērnu un jauniešu raidījumu veidotājiem piedalīties radošajos semināros, dažādās profesionālās mācībās, kā arī jāsniedz iespēja gūt pieredzi, kā strādā kolēģi citās valstīs.

2.6. Latvijas Televīzijas stratēģiskā attīstība

Latvijas Televīzijas stratēģiskā attīstība un sabiedriskās televīzijas misijas izpilde ir atkarīga no ekonomiskās situācijas valstī.

Latvijas Televīzijā no 2009.gada ir plānotas pārmaiņas, kā tas notiek arī citu Eiropas valstu sabiedriskajās raidorganizācijās. Latvijas Televīzija plāno attīstīties kā sabiedriskais elektroniskais medijs, kas sevī apvieno televīziju un interneta portālu. Minētie mediji darbojas vienotā informācijas un tehnoloģiju sistēmā ar mērķi nodrošināt iespējami lielāku informācijas pieejamību Latvijas sabiedrībai.

Atbilstoši Latvijas Televīzijas attīstības stratēģijai 2009.-2011.gadam (turpmāk – Stratēģija), Latvijas Televīzija strādā pie trešā kanāla izveides. Papildus tam tiek attīstīts interneta portāls, kurā 24 stundas diennaktī ikvienam ir pieejamas operatīvas ziņas, kā arī citu audiovizuālo darbu arhīvs.

LTV 1.kanāls tiks veidots kā galvenais kanāls, kura uzdevums būs aptvert televīzijas auditorijas lielāko daļu. Paredzēts atteikties no visšaurākajiem nišu raidījumiem, integrējot to saturu lielākos blokos un pārejot uz tā saucamo sleju principu. LTV1 programma tiek veidota kā informatīva, izglītojoša un izklaidējoša programma plašai auditorijai, ietverot tajā ziņas, informatīvi analītiskus, kultūrizglītojošus, izklaides un bērnu raidījumus, augstvērtīgas dokumentālās un mākslas filmas, valstiski nozīmīgu pasākumu un norišu atspoguļojumu.

LTV 7.kanāls tiks veidots ar ievirzi uz sportu, aktīvu dzīves veidu un izklaidi.

LTV jaunajā tematiskajā kanālā padziļināti tiks apskatīta kultūras un mākslas tematika.

2.7. Latvijas Radio stratēģiskā attīstība

Latvijas Radio attīstība un sabiedriskā radio misijas izpilde ir atkarīga no ekonomiskās situācijas valstī. Var tikt pārskatīts plānotais programmu skaits, kā arī apraides teritorija.

Latvijas Radio galvenais stratēģiskais mērķis 2009.-2011.gadam ir informētas, izglītotas, pilsoniskas, savu identitāti apliecinošas sabiedrības veidošana. Latvijas Radio saturiskās prioritātes 2009.gadā ir ziņu un informatīvi analītiskie raidījumi, kultūras un izglītības raidījumi, kā arī bērnu un jauniešu raidījumi. Latvijas Radio mērķis ir izstrādāt bērnu un jauniešu raidījumu attīstības stratēģiju līdz 2011.gadam, paredzot iespēju nākotnē veidot viņiem radio internetkanālu, kas labāk piesaistīs bērnu un jauniešu auditoriju, jo pašreiz jaunieši neidentificē sevi ar Latvijas Radio 1.

Latvijas Radio 1 uzdevums ir veidot vienotu, mūsdienīgu un sabiedrības vajadzībām atbilstošu jaukta tipa formāta programmu, nodrošinot plašu un daudzpusīgu informāciju un analīzi par Latvijas un pasaules politisko, sociālo, tautsaimniecības un kultūras dzīvi, kā arī veicināt debates par sabiedrībai svarīgiem jautājumiem. Viens no svarīgākajiem ir kvalitātes

jautājums, ietverot sevī gan augstus žurnālistu profesionālos standartus, gan arī raidījumu tehnisko līmeni. Mērķis ir uzsākt darbu pie interneta redakcijas izveides, modernizējot LR 1 mājas lapas struktūru, veidojot to kā informācijas avotu, jo arvien vairāk cilvēku informāciju meklē internetā.

Latvijas Radio 2 attīstības stratēģija ir sekmīgi atrisināt uzdevumu, kā pieaugošas konkurences un sarežģīta finansējuma apstākļos saglabāt esošo klausītāju skaitu, uzlabot atskaņojamā muzikālā materiāla kvalitāti, attīstīt darbību interneta vidē.

Latvijas Radio 3 („Klasika”) kā vienīgās klasiskās mūzikas raidstacijas Latvijā mērķis ir paturēt esošo un ieinteresēt jaunu auditoriju, saglabājot un attīstot mūzikas žanru un tematikas daudzveidību, profesionālu un draudzīgu komunikāciju ēterā, kvalitatīvas izklaides iespējas. Pie esošās ekonomiskās situācijas, kad samazinās cilvēku iespējas apmeklēt kultūras pasākumus, šāda kanāla esamība ir ļoti nozīmīga sabiedrības kultūras dzīves nodrošināšanai.

Latvijas Radio 4 mērķis ir nostiprināt savas līdera pozīcijas krievu un mazākumtautību auditorijas vidū visā valstī, īpaši reģionos, veidojot kvalitatīvus informatīvi analītiskos un kultūras raidījumus. Tiks palielināts nacionālo ziņu īpatsvars ziņās un informatīvajos raidījumos, attīstot sadarbību ar reģionālo presi, radio un televīziju.

Latvijas Radio 5 mērķis ir programmas satura un tehniskās kvalitātes uzlabošana.

Latvijas Radio tiek atbalstīta un veicināta arī pašu žurnālistu izglītošanās, lai paaugstinātu savu izglītības līmeni un kvalifikāciju.

2.8. Sabiedrisko raidorganizāciju tehnoloģiskais nodrošinājums un attīstība

NRTP uzdevums ir sekmēt sabiedrisko raidorganizāciju tehnoloģisko attīstību, lai tās varētu pildīt savus uzdevumus.

Latvijas Televīzija

NRTP atbilstoši Ministru kabineta 2006.gada 19.septembra sēdes protokollēmuma “Par Latvijas Televīzijas jaunās ēkas būvniecību” 3.punktā dotajam uzdevumam sagatavoja un normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā iesniedza izskatīšanai Ministru kabineta sēdē sabiedriskās televīzijas tehnoloģiskās attīstības koncepciju, pamatojot tehnoloģiskā projekta izstrādei un jaunu tehnoloģisko iekārtu iepirkumam nepieciešamos budžeta līdzekļus.

2007.gada 5.jūlijā Ministru kabinets rīkojumā Nr. 423 atbalstīja koncepcijā „VB SIA „Latvijas Televīzija”. Sabiedriskās televīzijas tehnoloģiskās attīstības koncepcija 2008.-2012.gadam” ietvertu 1.risinājuma variantu, kas piedāvā tehnoloģiskās attīstības risinājumu sabiedriskās televīzijas darbības nodrošināšanai.

VAS “Valsts nekustamie īpašumi” ar 2007.gada 5.septembra valdes lēmumu Nr.1082 “Par darba grupas izveidošanu Latvijas Televīzijas jaunas ēkas

būvniecībai nepieciešamā zemesgabala izvēlei” izveidoja darba grupu, kuras sastāvā iekļāva arī Latvijas Televīzijas un NRTP speciālistus. Darba grupai ir uzdots izstrādāt un iesniegt VAS “Valsts nekustamie īpašumi” valdei saskaņotu priekšlikumu par zemesgabala izvēli Latvijas Televīzijas jaunās ēkas būvniecībai.

Latvijas Radio

Latvijas Radio tehniskās attīstības prioritātes saistībā ar apraidi:

- saglabāt esošo FM raidītāju tīklu kvantitatīvo un kvalitatīvo apjomu;
- realizējot televīzijas apraides pāreju uz DVB-T, paredzēt iespēju Latvijas Radio četru programmu skaņas kanālu izvietojšanai publiski pieejamās DVB-T programmu paketēs.

Latvijas Radio tehniskās attīstības prioritātes saistībā ar iekšējiem tehniskās attīstības procesiem:

- digitālas radio aparātu centrāles izveide;
- digitāla radio optiskā skaņas tīkla izveide;
- pāreja no analogām uz digitālām raidījumu studijām;
- IT infrastruktūras tālāka attīstīšana jaunu Interneta radio programmu nodrošināšanai tiešraidē, kā arī lejuplādes pakalpojumu nodrošināšanai.

3. Sekmēt komerciālo raidorganizāciju attīstību

Latvijas iedzīvotāju interesēs ir komerciālo raidorganizāciju veiksmīga attīstība, tādēļ, ka bagātas un attīstītas komerciālās raidorganizācijas var daudz investēt Latvijas programmās, kā arī tādā saturā, kas varbūt komerciāli nav īpaši izdevīgs, bet kas varētu nostiprināt komerciālās raidorganizācijas tēlu un reputāciju.

Komerčiālās raidorganizācijas darbojas brīvajā tirgū kā aktīvas konkurences cīņas dalībnieces un parasti piedalās sabiedrisko raidorganizāciju uzdevumu īstenošanā tik daudz, cik tas atbilst to biznesa interesēm. Tajā pašā laikā nav šaubu, ka komerciālo raidorganizāciju lielāka līdzdalība šo uzdevumu realizēšanā būtu ne tikai vēlama, bet arī visādi atbalstāma. Šāda virzība nav jāuztver kā sabiedrisko raidorganizāciju funkciju samazināšana, bet gan kā viens no ļoti nozīmīgiem faktoriem Latvijas audio un audiovizuālās industrijas nacionālā rakstura uzturēšanā un saglabāšanā.

3.1. Iesaistīt komerciālās raidorganizācijas sabiedriskā pasūtījuma izpildē

Līdz šim visu sabiedriskā pasūtījuma raidījumu bloku eksistence tika saistīta gandrīz tikai ar sabiedrisko raidorganizāciju pastāvēšanu, jo sabiedriskās raidorganizācijas tika radītas un joprojām tiek subsidētas, lai veiktu tos sabiedrībai vitāli svarīgos uzdevumus, kuru veikšana peļņas gūšanai radītajos medijos nav iespējama vai, katrā ziņā, ir ļoti apgrūtināta. Taču ar sabiedrisko raidorganizāciju pūlēm vien mūsdienās pat pie attiecīga

finansējuma vairs nepietiek, jo elektronisko mediju tirgū nepārtraukti ienāk arvien jauni (galvenokārt – starptautiski) spēlētāji, un konkurence tirgū tikai pieaug. Šajos apstākļos auditorijas daļa, ko aptver sabiedriskās raidorganizācijas, pat vislabākajā gadījumā nevar kļūt noteicoši liela. To nevar panākt pat ar sabiedrisko raidorganizāciju kanālu skaita paplašināšanu, kaut arī šis ceļš ir jāiet.

Stāvokli varētu uzlabot komerciālo raidorganizāciju plašāka iesaistīšanās sabiedrisko raidorganizāciju uzdevumu pildīšanā. Runa, protams, nav un nevar būt par redakcionālās politikas pārmaiņu uzspiešanu komerciālajām raidorganizācijām, bet gan par to konsekventu iesaistīšanu sabiedriskās misijas pildīšanā, izstrādājot kārtību, kas ļautu NRTP finansiāli atbalstīt sabiedriskajam pasūtījumam atbilstošus raidījumus arī komerciālajās raidorganizācijās, tādā veidā samazinot to zaudējumu riskus un radot iespējas gūt arī peļņu. Tāpat finansiāli atbalstāmi būtu tādi projekti, kas veicinātu raidījumu veidošanu latviešu valodā komerciālajās raidorganizācijās. Skaidrības labad būtu jāpiebilst, ka šāds finansiāls atbalsts, uz ko var pretendēt arī komerciālās raidorganizācijas, nenozīmē sabiedrisko raidorganizāciju finansējuma un funkciju samazināšanu.

Iesaistot komerciālās raidorganizācijas sabiedriskā pasūtījuma izpildē, būtu izmantojama jau esošā pieredze Latvijas Televīzijas apgādāšanā ar reģionālām ziņām, pasūtot tās reģionālajām un vietējām komerctelevizijām, kas lielā mērā stabilizē to darbību un vienlaicīgi būtiski paplašina Latvijas Televīzijas iespējas dot visas valsts skatītājiem plašāku un sistemātiskāku ieskatu ne tikai Rīgas, bet arī visas Latvijas dzīvē.

3.2. Atbalstīt vietējās produkcijas ražošanu

Elektronisko mediju tirgus liberalizācija un tehnoloģiju attīstība, it īpaši mazās valstīs, izraisa nopietnas problēmas ar nacionālās mediju nozares saglabāšanu un attīstību, jo tirgū ienāk nesalīdzināmi spēcīgāki ārzemju un starptautiskie uzņēmumi. Viņi spēj piedāvāt gan tādas programmas, kuru ražošana vietējiem uzņēmumiem vispār nav izpildāma, gan arī produkciju, kas ir līdzīga vietējai, bet kuru starptautiskas kompānijas piedāvā par vairākkārt zemāku cenu nekā izmaksā vietējie ražojumi, jo starptautiskas kompānijas savu produkciju vairākkārt pārdod dažādiem medijiem starptautiskajā tirgū. Rezultātā pašmāju programmu veidošana ekonomisko apsvērumu dēļ kļūst arvien problemātiskāka.

Situāciju sarežģī arī tas, ka ārzemju radio un televīzijas kanāli, kas ienāk Latvijas tirgū, ar savu produkciju paņem arvien lielāku reklāmas tirgus daļu, kas, kā zināms, ir visas mediju nozares eksistences pamats.

Taču nacionālās elektronisko mediju nozares izzušanai nekādā gadījumā nebūtu tikai ekonomiskas sekas. Tas atstāj iespaidu arī uz latviešu valodu un nacionālo kultūru, valsts informatīvo telpu un demokrātijas attīstību. Mediju problēmas nevar skatīt un risināt tikai un vienīgi tirgus ekonomikas ietvaros, atstājot novārtā to vietu un nozīmi kultūras un demokrātijas jomā. Ir jāparedz sadarbība ar citām Eiropas Savienības valstīm, īpaši mazajām, kā arī jāveic pasākumi, kas pievērstu nozares dalībniekus un arī sabiedrību un politiķus ne tikai iekšējās konkurences izkopšanai, bet arī sadarbībai nozares saglabāšanas un attīstības labā.

Valsts atbalsts ir ļoti svarīgs, lai uzturētu augsta līmeņa vietējās produkcijas ražošanu. Pretējā gadījumā tirgū ieplūdīs daudz vairāk importētās programmas, zaudējot audio un audiovizuālās industrijas nacionālo raksturu. Viena no atbalsta formām ir sabiedriski nozīmīgu programmu subsidēšana komerciālajām raidorganizācijām sabiedriskā pasūtījuma ietvaros.

Jaunajā Audio un audiovizuālo mediju pakalpojumu likumprojektā, kā jau iepriekš minēts, iestrādājamas kvotas vietējā tirgus un vietējās produkcijas aizsardzībai, kas paredz, ka ne mazāk kā 30 procentiem no 51 procenta Eiropā veidotajiem audiovizuālajiem darbiem jābūt Latvijā veidotiem audiovizuālajiem darbiem. Savukārt, audio mediju pakalpojumu sniedzējiem no pulksten 6.00-12.00 un no pulksten 16.00-20.00 jābūt Latvijā veidotiem raidījumiem. Ir jāveic jautājuma izpēte visizdevīgākā laika (prime-time) nodrošināšanai vietējai produkcijai un jāizvērtē iespēja iekļaut attiecīgu normu jaunajā likumprojektā.

Tā kā līdz ar izmaiņām tehnoloģijās strauji mainās prasības pret darbiniekiem gan iemaņu, gan arī domāšanas ziņā, jāpievēršas jautājumam, kā nozare tiek galā ar profesionāļu un talantu meklēšanu, viņu apmācību un tālākizglītošanu. Tādēļ ir nepieciešams veidot profesionālās izglītības un tālākizglītības sistēmu elektronisko mediju jomā.

3.3. Sekmēt reģionālo un vietējo mediju attīstību

Sekmējot reģionālo un vietējo mediju attīstību, NRTP ņems vērā ekonomisko situāciju valstī un auditorijas intereses.

Reģionālie un vietējie mediji ir vienīgie, kas nodrošina novados dzīvojošos cilvēkus ar vietējo informāciju. Šiem medijiem ir arī liela uzticamība, jo programmu veidotāji ir pašu cilvēki. Tomēr tikai nedaudzas no reģionālajām un vietējām raidorganizācijām ir spējušas izveidot mūsdienu prasībām atbilstošus medijus kā no radošā viedokļa, tā arī tehnoloģiskajā ziņā.

Viens no risinājumiem reģionālo un vietējo mediju attīstībai ir atbalstīt vietējo raidorganizāciju apvienošanu (tīklu veidošana) un spēcīgu reģionālo mediju izveidi.

Iespējams ir arī tāds risinājums kā citu Latvijas raidorganizāciju (piemēram, Rīgas reģionālo un nacionālo) programmu produktu izmantošana vietējo raidorganizāciju programmās, saglabājot vietējās raidorganizācijas lokālās informācijas īpatsvaru atbilstoši apstiprinātajām koncepcijām. Tādējādi vietējais medijs ietaupītu ievērojamu naudas summu programmas produkta ražošanā, vienlaicīgi saglabājot savu juridisko neatkarību, lokalitāti un tiesības uz vietējo reklāmas daļu, ja tāda ir.

Reģionālās un vietējās raidorganizācijas var piedalīties sabiedriskā pasūtījuma izpildē, tādējādi optimizējot vietējo un reģionālo raidorganizāciju darbību un veicinot to lomas palielināšanos.

Vietējās un reģionālās raidorganizācijas var veidot arī sabiedriskā pasūtījuma raidījumus pārraidīšanai konkrētajā reģionālajā vai vietējā raidorganizācijā.

Reģionālajām un vietējām raidorganizācijām vajadzētu izmantot iespēju sasniegt savu auditoriju dažādās platformās.

Atbilstoši brīvi pieejamo frekvenču resursam un esošo raidorganizāciju vēlmēm paplašināt un attīstīt savu programmu, NRTP var lemt par jaunu nacionālo tīklu izveidi vai esošo vietējo/reģionālo raidorganizāciju apvienošanu nacionālajā tīklā.

Visi šie risinājumi ir viens otru papildinoši.

Vietējām un reģionālajām raidorganizācijām tāpat kā nacionālajām raidorganizācijām ir svarīga kvalitatīvas žurnālistikas attīstība. Tās veicināšanai var tikt izmantoti sekojoši līdzekļi:

- mērķa subsīdijas reģionālo žurnālistu apmācībai;
- vietējo un reģionālo raidorganizāciju savstarpējās pieredzes apmaiņas organizēšana;
- apmācību un semināru organizēšana vietējo un reģionālo raidorganizāciju darbiniekiem.

4. Sekmēt jauno tehnoloģisko iespēju izmantošanu sabiedrības interešu labā

Ņemot vērā informācijas un komunikāciju tehnoloģiju nozares straujo attīstību, gan jaunās tehnoloģijas, gan mediji aizvien vairāk tiek izmantoti visās dzīves jomās. Sabiedrībai jāspēj piemēroties straujajām tehnoloģiskajām pārmaiņām un jāiemācās strādāt ar informāciju. Tāpēc ir būtiski uzlabot zināšanas un padziļināt izpratni par to, kā mediji darbojas ciparu pasaulē, kādas varētu būt jaunās iespējas un arī problēmas, kuras varētu radīt digitālo mediju izmantošana. Tādēļ ļoti svarīgi veicināt lietotāju uzticēšanās ciparu tehnoloģijām un medijiem, jo tādējādi tiek sekmēta sociālā iekļautība un uzlabota sabiedrības dzīves kvalitāte. Pretējā gadījumā sabiedrībā var rasties plaša informācijas un kultūras deficīta ziņā starp tiem cilvēkiem, kuri izmanto jaunus medijus, un tiem, kuriem pieejami vien tradicionālie mediji. Tādēļ ir jānodrošina, lai no informācijas sabiedrības ieguvēji būtu visi, tostarp cilvēki, kuri ir nelabvēlīgā situācijā ierobežoto līdzekļu vai nepietiekamās izglītības dēļ.

Aktuāls jautājums saistībā ar cīparizāciju ir brīva piekļuve medijiem. Tā ir īpaši svarīga tādēļ, ka jauno tehnoloģiju laikmetā ne jau visai auditorijai ir pieeja visiem pakalpojumiem. Cilvēkiem ar īpašām vajadzībām un vecāka gadagājuma cilvēkiem tiesības piedalīties sabiedriskajā un kultūras dzīvē ir nedalāmi saistītas ar audiovizuālo mediju pakalpojumu pieejamību. Informācijas nepietiekamība ir viena no lielākajām barjerām starp redzes un dzirdes invalīdiem un sociālo integrāciju sabiedriskajā dzīvē. Nopietnas redzes problēmas Latvijā ir aptuveni 40 000 cilvēku, bet ir vairāk nekā 7000

cilvēku, kuri, daļēji vai pilnībā zaudējot redzi, kļvuši par invalīdiem.² Redzes invalīdiem ir visgrūtāk integrēties sabiedrībā.

Eiropas Savienības dalībvalstu pienākums ir veicināt, lai audiovizuālie pakalpojumi pakāpeniski kļūtu pieejami cilvēkiem, kuriem ir redzes vai dzirdes traucējumi. Ir dažādi veidi, kā padarīt šos pakalpojumus pieejamus: surdotulkojums, titri, akustiskie apraksti, viegli saprotami elektroniskie programmu gidi u.c. Ir jānodrošina, ka, pārejot uz apraidi ciparu formātā, jaunās tehnoloģijas sniegtās papildus iespējas tiek piedāvātas arī cilvēkiem ar īpašām vajadzībām.

Televīzija kā vizualizēts masu medijs būtu cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem vispiemērotākais informācijas iegūšanas avots. Latvijas Televīzija vājdzirdīgajiem cilvēkiem 2009.gadā darba dienu vakaros nodrošinās surdotulkojumu arī „Novadu ziņām”, kas līdz šim tika nodrošināts tikai dienas ziņu pārraidei „Šodien Latvijā”.

Lai sasniegtu izvirzītos mērķus, ļoti svarīga ir cieša sadarbība starp audiovizuālo mediju pakalpojumu sniedzējiem un nevalstisko organizāciju sektoru.

Zemes ciparu televīzija ļaus efektīvāk izmantot pieejamo frekvenču spektru, jo katrā no tām var pārraidīt vairākas programmas vienlaikus. Taču ciparizācija neaprobežojas ar labāku attēla kvalitāti un pilnīgāku frekvenču izmantošanu, tā nodrošina daudzu jaunu pakalpojumu ieviešanas iespējas –

² Latvijas Neredzīgo biedrība, <http://www.lnbc.lv>

no interaktivitātes līdz programmu piegādāšanas lietotājiem pēc viņu individuāla pasūtījuma.

2008.gada 2.septembrī tika pieņemti Ministru kabineta noteikumi Nr.714, kas nosaka kārtību, kādā tiek ieviesta elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu veidoto programmu apraide ciparformātā, kā arī termiņu analogās televīzijas apraides slēgšanai – tas ir 2011.gada 1.decembris. Šis aspekts liek operatīvi reaģēt ne tikai uz būtiskām izmaiņām tehnoloģijās, bet arī uz citiem ar šo procesu saistītiem un NRTP kompetencē esošiem jautājumiem. Viens no tādiem ir “digitālās dividendes” izmantošana. Līdz 2012.gada beigām, pārejot no analogās televīzijas uz zemes ciparu televīziju, augstāka datu pārraides efektivitāte nodrošinās to, ka Eiropā atbrīvosies plašs radiofrekvenču spektra diapazons. Minēto radiofrekvenču spektru dēvē par “digitālo dividendi”. Digitālā dividende ir iespēja apmierināt strauji augošo pieprasījumu pēc bezvadu sakaru pakalpojumiem, vienlaikus nodrošinot, ka šo vērtīgo resursu var izmantot arī citu būtisku sociālu un ekonomisku problēmu risināšanai. NRTP loma šī jautājuma risināšanā ir pārstāvēt apraides sektora (satura veidotāju) intereses.

4.1. Savas kompetences ietvaros organizēt pāreju uz zemes ciparu televīzijas apraidi

NRTP ir jānodrošina, lai ikvienam Latvijas iedzīvotājam visā Latvijas teritorijā būtu brīva (bezmaksas) piekļuve minimālajai programmu paketei.

Zemes ciparu televīziju varēs skatīties, televizoram nepieciešamības gadījumā pievienojot ciparu televīzijas dekoderu. Jaunajiem televizoriem dekoders var būt iebūvēts.

4.1.1. Satura jautājumu risināšana

NRTP izstrādās programmu tematisko sadalījumu, kas kalpos par pamatu konkursu izsludināšanai par apraides tiesību piešķiršanu raidīšanai zemes ciparu frekvenču diapazonā.

Konkursi tiek rīkoti, lai apraides tiesību piešķiršanas procedūra būtu atvērta visiem tirgus dalībniekiem, lai būtu nodrošināti līdzvērtīgi noteikumi un lai skatītājiem tiktu nodrošināts tematiski daudzveidīgs, ģeogrāfiski plašs programmu piedāvājums visām vecuma grupām.

4.1.2. Apraides tiesību piešķiršana

1.Posms

Apraides tiesības zemes ciparu televīzijas frekvenču diapazonā 174-230 MHz un 470-862 MHz piešķir ar NRTP lēmumu Radio un televīzijas likumā noteiktajā kārtībā.

Sabiedriskajai televīzijai izsniegtās apraides atļaujas pārreģistrē, norādot tajās programmu izplatīšanas teritoriju un raidošā elektronisko sakaru tīkla frekvences (kanālus).

Nacionālajām komerciālajām televīzijas raidorganizācijām, kurām uz zemes ciparu televīzijas raidīšanas uzsākšanas laiku ir attiecīgās zemes analogās televīzijas apraides atļaujas, šīs atļaujas tiek pārreģistrētas un nepieciešamības gadījumā tajās tiek veiktas izmaiņas. Šo raidorganizāciju programmas, kā arī sabiedriskās televīzijas programmas ar NRTP lēmumu tiek apvienotas bezmaksas audiovizuālā pakalpojuma paketē un raidītas elektronisko sakaru tīklā zemes ciparu televīzijas (DVB-T) sistēmā visā valsts teritorijā.

NRTP un raidorganizācijas saskaņo ar elektronisko sakaru komersantu, kurš veic zemes ciparu televīzijas programmu raidīšanu, bezmaksas audiovizuālā pakalpojuma paketes izplatīšanas ieviešanas laika grafiku.

Elektronisko sakaru tīklus bezmaksas programmu paketes izplatīšanai ierīko pa reģioniem sekojošā secībā: 1.Rīgas reģions, 2.Kurzemes reģions, 3.Vidzemes reģions, 4.Latgales un Zemgales reģions. Šāda reģionu secība noteikta, balstoties uz VAS "Elektronisko sakaru direkcija" veikto zemes ciparu televīzijas raidošo tīklu izveides analīzi.

Kad attiecīgajā reģionā tiek sasniegti nosacījumi zemes analogās televīzijas raidīšanas pārtraukšanai, tā tiek pārtraukta.

2.Posms

Apraides tiesības zemes ciparu televīzijas frekvenču diapazonā 174-230 MHz un 470-862 MHz komerciālajām televīzijas raidorganizācijām piešķir, pamatojoties uz NRTP izsludinātā konkursa rezultātiem.

Vispirms izsludina konkursus apraides tiesību piešķiršanai nacionālajām televīzijas raidorganizācijām. Konkursa nolikumā obligāti ir iekļaujams minimālais izplatāmo programmu skaits un raidlaiks, lai efektīvi izmantotu zemes ciparu televīzijas resursus. Priekšroka dodama programmām, kurās lielākā īpatsvarā ir audiovizuālie darbi, kuru autortiesību vai blakustiesību īpašnieki ir Latvijas tiesību subjekti (Latvijas iedzīvotāji vai Latvijā reģistrētas juridiskas personas).

Komerctelevīzijas programmu, kas ir bezmaksas programmu paketē, citā elektronisko sakaru tīklā var izplatīt tikai kā neaizsargātu pakalpojumu (bez maksas). Citas programmas var izplatīt arī kā aizsargātu pakalpojumu³.

Viena un tā pati programma, lai efektīvi izmantotu frekvenču resursus, nevar vienlaicīgi tikt izplatīta vairāk kā vienā zemes ciparu televīzijas raidīšanas sistēmas (DVB-T) un mobilās televīzijas (DVB-H) elektronisko sakaru tīklā.

4.1.3. Nosacījumi zemes analogās televīzijas raidīšanas pārtraukšanai

Sabiedriskās televīzijas programmu raidīšanas pārtraukšana analogajā tīklā

Sabiedriskās televīzijas programmu raidīšana zemes analogajā televīzijas raidīšanas sistēmā konkrētā Latvijas reģionā tiek pārtraukta tad, kad tiek sasniegti divi nosacījumi šo programmu uztveršanas nodrošināšanai zemes ciparu televīzijas raidīšanas sistēmā (DVB-T):

³ Aizsargāts pakalpojums ir pakalpojums (raidīšana, informācijas sabiedrības pakalpojums utml dz.), kuru tā sniedzējs, pamatojoties uz ierobežotu piekļuvi, sniedz par attiecīgu samaksu.

- 1) aptveršanas zona, izmantojot ārējās fiksētās antenas, ir ne mazāka kā zemes analogajā televīzijas raidīšanas sistēmā;
- 2) NRTP 6 mēnešus iepriekš brīdina iedzīvotājus un konkrētā reģiona kabeļtelevīzijas operatorus par sabiedriskās televīzijas programmu raidīšanas pārtraukšanu zemes analogajā televīzijas raidīšanas sistēmā.

Lēmuma pieņemšanā par raidīšanas slēgšanu NRTP balstās uz VAS „Elektronisko sakaru direkcija” slēdzieni par zemes ciparu televīzijas aptveršanas zonas nodrošinājumu attiecīgajā teritorijā.

Komerčiālo televīzijas raidorganizāciju programmu raidīšanas pārtraukšana analogajā tīklā

Komerčiālās televīzijas raidorganizācijas programmu raidīšanu zemes analogajā televīzijas raidīšanas sistēmā pārtrauc pēc saviem ieskatiem, par to ne mazāk kā trīs mēnešus iepriekš informējot skatītājus un NRTP.

Pēc zemes analogās raidīšanas pārtraukšanas NRTP desmit dienu laikā anulē attiecīgās apraides atļaujas.

Nacionālajām televīzijas raidorganizācijām analogās apraides atļaujas tiek anulētas līdz 2011.gada 1.decembrim.

NRTP var pieņemt lēmumu par reģionālās vai vietējās raidorganizācijas zemes analogās apraides turpināšanu arī pēc 2011.gada 1.decembra gadījumos, ja attiecīgo frekvenču izmantošana neierobežo zemes ciparu

televīzijas raidošā elektronisko sakaru tīkla attīstību Latvijā vai kaimiņvalstīs. VAS „Elektronisko sakaru direkcija” katrā konkrētā gadījumā dod slēdzienu par iespēju turpināt zemes analogo apraidi. Pārejot uz zemes ciparu televīzijas raidīšanas sistēmu, esošajām reģionālajām un vietējām raidorganizācijām, kas raida zemes analogās televīzijas raidīšanas sistēmā, pārreģistrē apraides atļaujas, nepieciešamības gadījumos veicot tajās izmaiņas un saskaņojot ar VAS “Elektronisko sakaru direkcija” teritoriju konfigurāciju, kuru robežās nepieciešams izplatīt programmas.

4.2. Veicināt mediju lietotājprasmī

Mūsdienās informācijas apjoms strauji pieaug, un nepārtraukti pieaug arī procesu daudzveidība un sarežģītība. Atbilstoši tam strauji palielinās arī informatīvās telpas piesārņotība, tādēļ arvien grūtāk un dārgāk kļūst atšķirt un atlasīt patiešām svarīgo informāciju, kā arī to operatīvi un kvalificēti analizēt. No vienas puses, mediji paver komunikācijas iespējas visā pasaulē, palīdz nodot informāciju un zināšanas, no otras puses, mediji sevī ietver arī manipulāciju risku.

Mediju lietotājprasmē kļūst par arvien nozīmīgāku Eiropas un valstu politikas sastāvdaļu mediju nozarē. Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvā ir noteikts pienākums Eiropas Komisijai izvērtēt mediju lietotājprasmes līmeni visās dalībvalstīs. Tomēr pagaidām nav pietiekamu kritēriju un standartu, lai izvērtētu mediju lietotājprasmī, un paraugprakse visos šīs lietotājprasmes aspektos nav pieejama. Tādējādi Eiropas Komisija

uzskata, ka steidzami jāīsteno ilgtermiņa pētniecības iniciatīvas, kuru mērķis būtu gan izstrādāt izvērtēšanas kritērijus, gan ieviest jaunu paraugpraksi.

Mediju lietotājprasme attiecas uz iemaņām, zināšanām un izpratni, kas patērētājam ļauj izmantot plašsaziņas līdzekļus efektīvi un droši. Cilvēki ar mediju lietotājprasmi spēj veikt pamatotu izvēli, izprast satura un pakalpojumu būtību un izmantot visu iespēju klāstu, ko piedāvā jaunās komunikāciju tehnoloģijas. Tādi cilvēki var labāk aizsargāt sevi un savas ģimenes no kaitīga vai aizvainojoša satura. Tādēļ būtu jāveicina mediju lietotājprasme visos sabiedrības slāņos un cieši jāseko progresam šajā jomā.

Šo mērķu īstenošanā būtiska loma ir izglītībai un mūžizglītībai. Izglītošanas pasākumos jāiesaista visi sabiedrības pārstāvji – bērni, jaunieši, pieaugušie, vecākās paaudzes pārstāvji, cilvēki ar īpašām vajadzībām. Izglītošanas mediju jomā mērķis ir kompetenta un radoša mediju lietošana, kritiska mediju produktu analīze, izpratne par mediju industrijas darbību un patstāvīga mediju satura veidošana.

Ciparu tehnoloģijas un arvien lielāka platjoslas pakalpojumu izplatība būtiski vienkāršo piekļuvi audiovizuālajiem darbiem, radot jaunus izplatīšanas kanālus, piemēram, video pēc pieprasījuma un mobilo televīziju. Tādēļ papildus pedagoģiskajiem aspektiem nozīmīga loma ir arī tehniskajam nodrošinājumam un pieejai jaunākajām tehnoloģijām.

Internets radikāli pārveido to, kā mediji tiek patērēti, jo tas ir papildus veids, kā interaktīvi piekļūt tradicionālajiem medijiem (piemēram, IPTV vai radio internetā) un tekstiem, attēliem, skaņām no visas plašās pasaules. Jauniešiem

kā mediju lietotājiem pirmais informācijas avots galvenokārt ir internets, un viņiem ir zināšanas, kā to lietot, tomēr šīs zināšanas nav sistemātiskas. Runājot par internetu, saturs bieži ir legāls, bet kaitīgs vai potenciāli kaitīgs. Izeja ir mediju un informācijas lietotājprasmes veicināšana, lai lietotāji paši varētu izvērtēt saturu, ko viņi atrod internetā, spētu saskatīt iespējamos draudus un tikt ar tiem galā.

2008.gada 9.decembrī Eiropas Savienība pieņēma jaunu programmu „Lielāka drošība internetā”, kura attiecas uz laika posmu no 2009. līdz 2013.gadam. Programmas mērķis ir aizsargāt bērnus arvien sarežģītākajā tiešsaistes pasaulē un dot viņiem iespēju droši izmantot tīmekļa pakalpojumus, jo mūsdienās bērni ļoti agri iekļaujas interneta un mobilo tehnoloģiju pasaulē un bieži vien jau padsmitnieku vecumā kļūst par kvalificētiem tehnoloģiju lietpratējiem un klejotājiem internetā. Jaunajai programmai paredzētos 55 miljonus eiro sadalīs šādi: 48%, lai padziļinātu sabiedrības izpratni, 34 % cīņai pret nelikumīgu saturu un kaitējošu uzvedību tiešsaistē, 10% drošākās tiešsaistes vides veicināšanai un 8% zināšanu bāzes veidošanai.⁴

Izglītošanas pasākumi mediju jomā jāveic arī vecāka gadagājuma cilvēkiem. Prasmes strādāt ar jaunajām tehnoloģijām vecākās paaudzes pārstāvjiem ir mazāk attīstītas nekā jauniešiem, tādēļ vecākās paaudzes pārstāvjiem bieži vien ir nedrošības sajūta un citas psiholoģiskas barjeras saistībā ar jauno mediju lietošanu.

⁴ www.mfa.gov.lv/lv/eu/Jaunumi/EKP-pazinojumi-presei/2008/decembris/09-1/

Eiropas Komisijas paziņojumā Eiropas Parlamentam un Padomei, Eiropas Ekonomikas un Sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai „Eiropas pieeja, kā sekmēt plašsaziņas līdzekļu lietotprasmi digitālajā vidē” ir minēti dažādi mediju lietotājprasmes līmeņi, piemēram, lietotājs:

- brīvi rīkojas ar visu veidu medijiem diapazonā no laikrakstiem līdz virtuālām kopienām;
- spēj aktīvi izmantot medijus, tostarp interaktīvo televīziju, interneta meklētājprogrammas, piedalīties virtuālās kopienās utml dz.;
- spēj kritiski izvērtēt gan mediju sniegtās informācijas kvalitāti, gan precizitāti;
- medijus izmanto radoši, jo tehnoloģijas attīstās un internets kļūš par arvien nozīmīgāku informācijas izplatīšanas kanālu, un arvien vairāk cilvēku var radīt un izplatīt attēlus, informāciju un saturu;
- izprot mediju ekonomiku, mediju plurālismu un mediju īpašumtiesības;
- izprot autortiesību jautājumus, kuri ir ļoti būtiski „likumības kultūrai”, jo īpaši jaunākajai paaudzei, kam ir divkāršs potenciāls – gan kā patērētājiem, gan kā satura radītājiem.

Ir nepieciešams valsts līmenī saskaņot mediju lietotājprasmes veicināšanas politiku, iesaistot visas ieinteresētās puses un mācoties no citu valstu pieredzes un labas prakses. Ir jāuzlabo informācijas aprīte Latvijā un arī starptautiskā mērogā, lai būtu sistemātiska informācija par jau esošajām aktivitātēm mediju lietotājprasmes veicināšanai.

5. Pilnveidot priekšvēlēšanu aģitācijas likumdošanu, kā arī monitoringu

2009.gada 31.janvārī spēkā ir stājušies grozījumi likumos „Par priekšvēlēšanu aģitāciju pirms pašvaldību vēlēšanām” un „Par priekšvēlēšanu aģitāciju pirms Saeimas vēlēšanām un Eiropas Parlamenta vēlēšanām”, kas raidorganizācijām nosaka virkni jaunu pienākumu. Priekšvēlēšanu aģitācijas regulējumā ir vairākas izmaiņas, no kurām būtiskākās ir sekojošas:

- priekšvēlēšanu aģitācijas periods abos likumos noteikts 120 dienas pirms vēlēšanām līdz vēlēšanu dienai; tā kā apstiprinātais pašvaldību un Eiropas Parlamenta vēlēšanu datums ir 2009.gada 6.jūnijs, tad priekšvēlēšanu aģitācijas periods sākas ar 2009.gada 7.februāri;
- līgumu par raidlaika piešķiršanu politiskā organizācija, politisko organizāciju apvienība, vēlēšanu apvienība, atsevišķs deputāta kandidāts vai to pilnvarota persona slēdz tieši un nepastarpināti ar raidorganizāciju;
- vēlēšanu dienā līdz pulksten 22:00 raidorganizāciju raidījumos aizliegts iekļaut sabiedriskās domas aptaujas rezultātus par politisko organizāciju, politisko organizāciju apvienību vai vēlēšanu apvienību popularitāti;
- priekšvēlēšanu aģitācijas materiālu izvietošana radio un televīzijā vēlēšanu dienā, kā arī dienu pirms vēlēšanām, ir aizliegta;
- izslēgts nosacījums par tiesībām palielināt reklāmas laika apjomu par 10%, atvēlot to priekšvēlēšanu aģitācijai.

Tomēr veiktie grozījumi priekšvēlēšanu aģitācijas regulējumā vairākas problēmas atstāj nerisinātas. Cīņa ar pārkāpumiem vēlēšanu kampaņu laikā būs maz efektīva līdz tam brīdim, kamēr NRTP lēmumi attiecībā uz sodiem par politiskās reklāmas pielietošanas pārkāpumiem vēlēšanu kampaņas laikā tiek automātiski apturēti, pārkāpējam nepiekrītot lēmumam un vēršoties tiesā ar lūgumu par to atcelšanu: kad tiesa ķeras pie sūdzības izskatīšanas pēc būtības, vēlēšanas jau sen ir garām, bet pārkāpums, iespējams, ir būtiski ietekmējis vēlēšanu rezultātus. Tādēļ ir nepieciešams izvērtēt nepieciešamību iekļaut jaunajā Audio un audiovizuālo mediju pakalpojumu likumprojektā normu, kas paredz, ka NRTP lēmuma, kas pieņemts par likumu „Par priekšvēlēšanu aģitāciju pirms Saeimas vēlēšanām un Eiropas Parlamenta vēlēšanām” un „Par priekšvēlēšanu aģitāciju pirms pašvaldību vēlēšanām” pārkāpumu, apstrīdēšana neaptur lēmuma darbību.

Prakse arī rāda, ka būtu jāprecizē normas, kas liegtu politiskai organizācijai, politisko organizāciju apvienībai, vēlētajū apvienībai, atsevišķam deputāta kandidātam vai to pilnvarotai personai monopolizēt (nopirkt visu vai lielāko daļu) reklāmas laiku kādā medijā politiskās kampaņas laikā, tādā veidā ierobežojot citu dalībnieku tiesības darīt sabiedrībai zināmu savu pozīciju, vienlaicīgi ierobežojot sabiedrības tiesības uz brīvu pieeju informācijai visā tās daudzveidībā. Likums „Par priekšvēlēšanu aģitāciju pirms Saeimas vēlēšanām un Eiropas Parlamenta vēlēšanām” un likums „Par priekšvēlēšanu aģitāciju pirms pašvaldību vēlēšanām” nosaka, ka, ja raidorganizācija kādai politiskajai organizācijai, politisko organizāciju apvienībai vai kādam deputātu kandidātam piešķirusi raidlaiku priekšvēlēšanu aģitācijai, tai jādod iespēja arī citām politiskajām

organizācijām, politisko organizāciju apvienībām vai citu nosaukumu kandidātu sarakstos esošajiem deputātu kandidātiem, ja viņi to vēlas, uzstāties tikpat ilgi, iespējami līdzvērtīgā laikā un par samaksu, kas atbilst attiecīgas raidorganizācijas noteiktajam priekšvēlēšanu aģitācijas pārraidīšanas raidlaika izcenojumam dienā, kurā iesniegts rakstveida pieteikums šai raidorganizācijai par raidlaika izmantošanu priekšvēlēšanu aģitācijai. Taču šī iespēja ir ierobežota ar atrunu, ka šāds pienākums raidorganizācijai ir tikai tad, ja pieprasīto raidlaiku priekšvēlēšanu aģitācijai var piešķirt, ievērojot Radio un televīzijas likuma un arī augstākminēto likumu noteikumus, kas reglamentē maksimālo reklāmas laika apjomu.

Jāturpina skaidrojošu materiālu sagatavošana, kas apkopotu reklamēšanas un sponsorēšanas, kā arī citu juridisko normu interpretēšanas un ievērošanas praksi. Sadarbībā ar Korupcijas novēršanas un apkarošanas biroju jārīko semināri, lai informētu raidorganizācijas par priekšvēlēšanu aģitācijas jauno kārtību.

Lai noteiktu NRTP kontroles uzdevumus un darbības pamatprincipus pirms 2009.gada pašvaldību un Eiropas Parlamenta vēlēšanām, 2009.gada 5.februārī ir apstiprināts NRTP kontroles nolikums pašvaldību un Eiropas Parlamenta priekšvēlēšanu aģitācijas jomā. Tas paredz, ka raidorganizāciju izplatīto programmu kontrole tiek veikta saskaņā ar NRTP apstiprinātu monitoringa grafiku, pamatojoties uz saņemtajām sūdzībām, kā arī uz mediju telpā pausto informāciju par iespējamiem priekšvēlēšanu aģitācijas pārkāpumiem.

6. Veicināt elektronisko mediju nozares pašregulācijas un kopregulācijas attīstību

Jaunā Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva, kura ir jātransponē visu dalībvalstu tiesiskajā sistēmā, akcentē pašregulāciju, īpaši jauno mediju jomā, jo šo jomu ir ļoti grūti regulēt tradicionālā veidā. Direktīva ir paplašinājusi regulējuma apjomu, un regulējums ietver ne tikai parasto zemes televīziju, kabeļtelevīziju un satelīttelevīziju, bet tas tiek attiecināts arī uz ciparu televīziju, IP pakalpojumiem, mobilo televīziju utt. Visi šie pakalpojumi tādā vai citādā veidā tiks regulēti.

Jautājums, protams, paliek atklāts – kā šis saturs tiks regulēts, uzraudzīts, kontrolēts. Mediju eksperts K.Jakubovičs uzskata, ka vispārēja situācija ir sekojoša: brīvās ētera televīzijas regulēs tradicionāli; maksas televīziju arī regulēs likums, bet regulēs arī operatori; video pēc pieprasījuma – to regulēs gan likums, gan jaunie līdzekļi un iespējas piekļuvei, piemēram, personiskie identitātes numuri utt. Tādējādi tiek pastiprināta līdzregulējuma loma tādā ziņā, ka operatoram, satura sniedzējam arī būs jāuzņemas aktīva loma, lai novērstu to, ka, piemēram, nepilngadīgie varētu piekļūt saturam, kas ir domāts pieaugušajiem. Audiovizuālajam saturam, kas ir internetā, mobilajā televīzijā, ir jābūt pašregulējošam ar tādiem līdzekļiem kā filtrēšana, bloķēšana, droša meklēšana, personiskie identitātes numuri utmldz.

Pasākumi, kuru mērķis ir īstenot sabiedrības intereses jauno audiovizuālo mediju pakalpojumu nozarē, ir efektīvāki, ja tos veic ar pakalpojumu

sniedzēja aktīvu atbalstu. Šī mērķa sasniegšanai nepieciešamas spēcīgas industrijas pārstāvju apvienības, kas veicina nozares pašregulāciju.

Pašregulējums ir brīvprātīgas iniciatīvas veids, kas uzņēmējiem, sociālajiem partneriem, nevalstiskām organizācijām vai apvienībām dod pašiem iespēju pieņemt savām vajadzībām kopējas pamatnostādnes.

Kopregulēšana tās minimālajā veidā rada juridisko saikni starp pašregulēšanu un valsts likumdevēju.

Gan kopregulēšanas, gan pašregulēšanas instrumentiem ir svarīga nozīme, nodrošinot augsta līmeņa patērētāju aizsardzību. Tādēļ ir jāuzsāk attīstīt industrijas pašregulācijas un kopregulācijas mehānismus, īpaši attiecībā uz jaunajiem medijiem un nelineāro pakalpojumu sniedzējiem.

Mainās arī cilvēku attieksme pret satura standartu regulējumu, jo cilvēki kontrolē saturu, ko viņi saņem. Iespējams, ka cilvēkiem nebūs pieņemams, ka regulators viņiem pasaka, ko viņi drīkst un ko nedrīkst skatīties vai klausīties. Aizvien vairāk tiks izmantotas sistēmas, kurās, piemēram, kāds ziņo par to regulatoram, ja ir atradis nepieņemamu, nelikumīgu vai kaitīgu saturu, un regulators liek šo saturu izņemt.

NRTP uzdevumi 2009.gadā

- ❖ Sekmēt Audio un audiovizuālo mediju pakalpojumu likumprojekta pieņemšanu.
- ❖ Kalpot kā publiskā foruma vietai, uzsvaru liekot nevis uz aizliegumiem, bet uz izglītību, diskusijām, kas vairotu ikviena elektroniskā medija atbildību demokrātiskā valstī.
- ❖ Optimizēt NRTP Monitoringa centra darbību, uzlabot tā materiāli tehnisko bāzi un tādējādi maksimāli samazināt likuma pārkāpumu skaitu.
- ❖ Uzsākt mehānisma izveidi vietējo un reģionālo raidorganizāciju atbalstam.
- ❖ Uzsākt attīstīt industrijas pašregulācijas un kopregulācijas mehānismus, īpaši attiecībā uz jaunajiem medijiem un nelineāro pakalpojumu sniedzējiem.
- ❖ Apkopot informāciju par jau esošajām aktivitātēm mediju lietotājprasmes veicināšanai Latvijā, piedalīties mediju lietotājprasmes stratēģijas izveidēkā arī iesaistīties mediju lietotājprasmes līmeņa uzlabošanā.
- ❖ Sadarbībā ar raidorganizācijām risināt jautājumu par latviešu valodas kvalitāti raidījumu un ekranizējumu tulkojumos (subtitri, sinhronais tulkojums, dublāža).
- ❖ Izstrādāt televīzijas programmu tematisko sadalījumu, kas kalpos par pamatu konkursu izsludināšanai par apraides tiesību piešķiršanu raidīšanai zemes ciparu frekvencēs.

- ❖ Skaidrot sabiedrībai par pāreju uz zemes ciparu apraidi, ciparu televīzijas iespējām, veicināt sabiedrības uzticēšanos ciparu tehnoloģijām un zemes ciparu televīzijai.

Elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu attīstības Nacionālās koncepcijas 2009.-2011.gadam īstenošanas uzraudzība

Katra ceturkšņa beigās NRTP izvērtē Koncepcijas mērķu un uzdevumu izpildi, kā arī precizē nākamajā gadā veicamos darbus.