

**Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas
darba grupas „Par sabiedrisko mediju attīstības jautājumiem”
SĒDES PROTOKOLS
Rīgā, 2009. gada 23. novembrī**

Nr. 3

Sēde atklāta: plkst. 10:00.

Sēdi vada:

Ingrīda Circene, Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas vadītāja

Sēdi protokolē:

Ieva Beitika, LU doktorante

Sēdē piedalās:

Ingrīda Circene, Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas vadītāja
Ērika Zommere, Saeimas deputāte, TP
Arvils Ašeradens, mediju eksperts
Māris Zariņš, soc. zin. maģistrs
Dārija Juškeviča, NRTP
Lidija Mauriņa, profesore, „Ētikas tilts Latvijā”
Ilze Brigita Veitnere, „Ētikas tilts Latvijā”
Ingrīda Stroda, NRTP
Jānis Juzefovičs
Ilze Lūkina, Satiksmes ministrijas sakaru departamenta juriskonsulte
Dace Krejere, LR žurnāliste
Dita Arāja, žurnāliste, politika.lv
Leonīds Mucenieks, Televīzijas tehnisko darbinieku arodbiedrības priekšsēdētājs
Dzintris Kolāts, Latvijas Radio
Guntars Krols, „Ernst&Young”
Vita Dreijere, Diena
Anta Rugāte, Saeimas deputāte, TP
Boriss Čilevičs, Saeimas deputāts, SC
Oskars Kastēns, Saeimas deputāts, LPP/LC
Uldis Lavrinovičs, LVRTC
Dace Buceniece, NRTP priekšsēdētāja vietniece
Baiba Zūzena, TV3 Latvia
Gunta Līdaka, Latvijas Raidorganizāciju asociācijas izpilddirektore
Ābrams Kleckins, NRTP priekšsēdētājs
Anda Rožukalne, RSU
Linda Pavļuta, Kultūras ministrijas Eiropas Savienības politikas nodaļas vadītāja
Ina Druvieta, Saeimas deputāte, PS
Aija Cālīte – Duļevska, žurnāliste
Ieva Beitika, LU doktorante
Jānis Domburs, žurnālists
Edgars Kots, LTV ģenerāldirektors
Uldis Grava, Saeimas deputāts, JL
Pēteris Tabūns, Saeimas deputāts, TB/LNNK

Pamata sēdes jautājumi: 1. LR un LTV pastāvēšana un attīstība: satura, pārvaldes un uzraudzības, finansējuma un likumdošanas aspekti. *Ernst&Young* ziņojums par LTV un LR apvienošanu.

I.Circene

Labdien. Ir laiks sākt šodienas sēdi. Kā jau es minēju, dalībnieku kļūst vairāk. Man varbūt ir lūgums citas reizes no vienas organizācijas tomēr nāk pa vienam pārstāvim – nevis tāpēc, ka es gribētu ierobežot demokrātiju, Dies' pasarg', bet mēs nevaram tāpat visi tikt pie vārda un visi protokoli ir publiski. Man nav arī iebildumu, ja jūs nākat tik kuplā skaitā. Tas tā informācijai un pārdomām.

Vispirms es gribu teikt paldies Brikšes kundzei un Bucenieces kundzei par pagājušo reizi, kad es nebiju klāt. Es pēc protokola paskatījos – jums tiešām ir bijis ražīgs darbs. Paldies. Un paldies Ievai par pilnīgi stenogrāfiskiem pierakstiem un arī politika.lv par to, ka ir iespējams piekļūt visiem šiem materiāliem. Pēc tā, kā pagājušajā reizē ir lemts, mums šodienas darba kārtībā ir divi jautājumi. Pirmais – Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas pastāvēšana un attīstība, satura, pārvaldības, finansējuma, uzraudzības un likumdošanas aspekti. Pēc manas informācijas ir paredzēti divi ziņojumi – Kota un Kolāta kungs līdz 40 minūtēm. Otrs ir *Ernst&Young* ziņojums par Latvijas Televīzijas un Latvijas Radio iespējamo apvienošanu. Ja nav iebildumu, varbūt, ka mēs..

D.Buceniece

Ir.

I.Circene

Jā, Dace.

D.Buceniece

Papildinājums. Kolāta kungs nebūs šodien.

I.Circene

Tad acīmredzot būs Kota kungs. Kolāta kungs – uz nākamo nedēļu.

D.Buceniece

Kolāta kungs – uz nākamo nedēļu.

I.Circene

Jā, labi. Paldies! Ja nav vairāku papildinājumu, es domāju, ka mēs varētu sākt ar ziņojumu. Lūgšim Kota kungu.

E.Kots

Jā, dāmas un kungi. Esmu ģenerāldirektors Edgars Kots un man ir tas gods jūs uzrunāt. Bija doma, ka šodien es prezentēju Latvijas Televīzija budžetu 2010. gadam, bet, lai noprezentētu budžetu, es tomēr gribētu atbildēt uz vairākām emocijām, kas izskan daudz. Varbūt es mēģināšu viest skaidrību. Protams, lai televīziju izstāstītu... televīzija tas ir sava veida dzīvesveids un diezgan ilgstoši televīzijā ir jābūt, lai saprastu televīziju kopumā, jo tā ir gan raidījumu veidošana, gan signāla transportēšana pie skatītāja, gan arī mēģinājums saprast skatītāju vēlmes. Ko es uzreiz

sākumā gribu minēt, ka katrs klātesošais pie sevis skaidri zina, kādu viņš vēlās ieraudzīt televīziju, katram mājās ir televizors. Kopumā Latvijā ir 820 000 mājsaimniecību. Katrs ir pārliecināts, ka televizoram ir jārāda tas, ko es tajā brīdī vēlos, bet sabiedrības kopums ir pilnīgi citāts, un televīzijas raidījumu veidotājiem ir jācenšas, protams, uzrunāt zināmas auditorijas. Tāpēc es tomēr gribu teikt to, ka visu mājās izšķir šī pults. Tā noklikšķ, cilvēks pārslēdzās, un jo vairāk attīstās mediju telpa, jo cilvēkam ir lielāka izvēle mājās. Ir daudzi, kas pārsvarā to vien dara, kā sērfo un mēģina uzķerties uz kaut kā. Pēc manas pārliecības ir ļoti maz skatītāju, maza auditorija, izvēlās pēc *Rīgas Viļņiem* vai pēc publicētas programmas un skatās, ko viņš šodien noteikti skatīsies. Vairāk nosaka pults – un tas ir viens klikšķis.

[Prezentācija]

Te es iezīmēju – šī līkne nosaka to, cik vispār skatītāju attiecīgajā brīdī ir pie televizora. Tas nozīmē, kas plkst. 20:00 vakarā ir pīķis, kuru var sasniegt, un jebkurš medijs ļoti vēlētos būt, protams, tajā augstumā un rādīt to programmu. Redziet, šeit ir vadošās – LTV, TV3, LNT, PBK, citi kanāli un kāda cīņa notiek par šo auditoriju. Ko es gribu uzsvērt, ka šī krāsa ir citi kanāli – vidēji 25%, kas ir gan citu kabeļtelevīziju piedāvātā produkcija, gan daudz kas cits. Tāpēc es uzsveru, ka cīņa par skatītāju ir milzīga. Diezgan vienlīdzīga.

Nākamais ir pa gadiem – 2006., 2007., 2008., 2009.gads. Kā var redzēt šī ir „skatīšanās daļa 4+”. Es gribu uzsvērt – gan LTV1, gan LTV7 svārstības ir tikai par vienu punktu. LNT kritums ir trīs punkti, TV3 – trīs punkti. Ko es ar to gribu teikt, - pie esošās investīcijas, ko Latvijas Televīzija var veltīt, auditorijas zaudēšana nav tik liela. Gribu teikt, ka televīzijas raidījumu veidotāji dara visu, lai noturētu šo auditorijas daļu. Protams, tālāk var diskutēt par kvalitatīvo daļu, kas reklāmas tirgū saucas „auditorijas pievilcība” reklāmdevējiem. Tur aina, protams, ir mazliet savādāka. Šeit es uzsveru, kāds ir reālais kritums četru gadu laikā.

Un šis ir - reklāmdevēju pievilcība 15-45.

Te arī ir redzams tas, ka četru gadu laikā svārstība nav liela. Vai mēs varam dabūt klāt? Tā, protams, ir liela cīņa. Te ir klāt TV3 pārstāvis, LNT pārstāvis, Raidorganizāciju asociācija. Jo mēs kā televīzija aktīvāk sāksim meklēt šo auditoriju, jo mūsu konkurenti arvien vairāk uzdos jautājumu, ko sabiedriskā televīzija dara un kāpēc to dara. Tā ir tāda ļoti liela tirgus cīņa.

Te tāpat var redzēt svārstības.

Te ir *prime time* laiks, kas ir no plkst. 18:00 līdz 22:00. Tad arī no 15,2 uz 13,5 – tas ir 2009. gads un šo divu punktu kritums ir saistīts tikai un vienīgi ar *Neprāta cenu*. Tiklīdz mums nācās šo seriālu apturēt, protams, ka notika auditorijas izmaiņas diezgan būtiskas. Ko esmu pamanījis un paskatījies, ka, lai auditorija spētu apskatīt sabiedriskās televīzijas ziņu piedāvājumu, viņi sāk ļoti cītīgi skatīties plkst. 18:00 un tādā veidā viņi arī spēj apskatīties seriālu *Neprāta cena*.

Un te beigu beigās ir tas mūžsenais jautājums – kas tad ir sabiedriskā televīzija un kas tad mums būtu jārāda? Vai nu tie ir *100g kultūras*, dievkalpojumi, reliģiskie raidījumi, vai, protams, tā ir cīņa par skatītāju, plašu auditoriju. Piemēram, es kontekstā ielikšu *Ekstrasensu cīņas*, nezinu, vai esat pamanījuši, ko cenšas rādīt gan LNT, gan, ja nekļūdos TV6. Jā, TV3 rāda.

Šeit es gribu uzsvērt – ļoti bieži pētījumos par auditoriju valda liekulība, jo tad, kad cilvēkiem uz ielas paprasa, kāds ir mīļākais žurnāls, kuru jūs lasāt, tad bieži

procentuāli pārsvarā atbilde ir – *Rīgas laiks*, bet pēc tirgus un auditorijas pētījumiem, es izpētīju, vispirmtākais un abonētākais žurnāls ir *Privātā Dzīve*. Šis arī būtu jāņem vērā. Lēnām pētot un analizējot secināju, ja kāds ir pamanījis, arī *Rīgas laiks* ir uzsācis sava veida kampaņu un ļoti interesantu kampaņu, kā varbūt piesaistīt savu auditoriju un nu jau, ieejot kioskā, brīžiem nezini, kuru žurnālu nopērc. Tas būtu īsumā par reitingiem.

Protams, visinteresantākais stāsts ir Latvijas sabiedriskā medija budžeta situācija 2010. gadam.

Valsts dotācija, kāda bija 2009. gadā pirms krīzes – tie ir vairāk, nekā 9 miljoni, bija 13.decembra vakars – tad bija 7 miljoni, tad pēc tam notika cīņas, saruna, pārliecināšana, mēs esam guvuši 8,3. Beigu beigās 2010. gadam bija iezīmēti 4,6 miljoni. Tad notika atkal zināms pārliecināšanas darbs un mums tika iezīmēts cipars – 5,5 miljoni latu. Šeit ir ļoti veikts kopsavilkums, lai varētu saprast, kāda tad ir šī situācija. Fiksētās izmaksas un mainīgās izmaksas. Fiksētās izmaksas ir administrācijas, ražošana, ēka, ētera administrācija un citi izdevumi. Pēc tam ir programmas izdevumi, kas, protams, ir saistītas tikai un vienīgi ar ražošanu un ražošanas apjomiem un tie ir 4 miljoni. Te ir kopsavilkums uz 2010. gadu ir šie 10,567 miljoni, kas ir minimālais apjoms pie visiem pašreizējiem optimizācijas pasākumiem; arī darbinieku skaitu var redzēt. Kopā televīzijai šobrīd ir 443 darbinieki. Varbūt mēs vēl kaut ko varēsim optimizēt, bet tie cipari nebūs būtiski lieli. Es gribu vērst lielāku jūsu uzmanību - 4,569 miljoni ir pakalpojumi, tās ir līgumsaistības, tie ir ārējie maksājumi. Vēl viena būtiska nianse ir kapitālās iegādes. Latvijas Televīzija 20 gadu laikā tikpat kā neko nav varējusi investēt, pateicoties Eirovīzijai, mums, protams, ir kādas tehnikas, tehnoloģijas, bet pastāvīgā budžetā investīcijas kā kapitālās iegādes nav bijušas. Lai mēs varētu veikt pamata nodarbošanos, tad kapitālām iegādēm pats minimums ir paredzēts Ls 24 000, kas pats par sevi nozīmē to, ka 2010. gads LTV būs ar zaudējumiem. Tāpat kā šogad. Tie, kas saprot vārdu „zaudējumi”, tas nenozīmē, ka televīzijai būs naudas plūsmas problēmas. Zaudējumi, kas ir pēc peļņas zaudējumi aprēķināmi, pēc grāmatvedības datiem tas ir kas cits.

Šeit redzams fiksēto un mainīgo daļu atšifrējums. Fiksētajā daļā, tas ir „saistības”, ir 6,487. Fiksētā daļa nozīmē to, ka, ja šajā brīdī uzņēmumu aptur, tad saistības par 6,4 miljoniem paliek. Mēs varam neko nerādīt, bet noslēgto līgumu saistības nozīmē, ka šī summa eksistē, ja nav izlemts veidot maksātnespēju vai uzņēmuma likvidāciju. Protams, ja arī šādu lēmumu pieņem, tad ne visas šīs saistības uzreiz var salauzt, izbeigt. Mainīgā daļa, kā jau es minēju, ir 4,079, kas ir paredzēts 2010. gadā tieši raidījumu veidošanai. Bet es uzsveru, ka tas ir pie budžeta 10,567 miljonu latu. Par pakalpojumiem, tas, ko es minēju, ir ļoti būtisks cipars. Kas tad ir šie pakalpojumi? Te ir atšifrējums. Lielāko daļu pakalpojumu izmaksas, protams, sastāda apraides izmaksas. Ir EBU maksājumi, kam ir pastāvīgā daļa un mainīgā daļa. Komunālie maksājumi, autortiesības, te ir ļoti precīzi viss atšifrēts, kas ir šie pakalpojumi un no kā šī sadaļa sastāv.

Tieši tāpat kapitālās iegādes, preces, kas mums ir saistošas, kas mums ir jāpērk. Ja jūs avīzē lasījāt, tad Latvijas Televīzija tērē milzīgas naudas kino iegādei, tad te var ļoti precīzi pierakstīt, redzu, ka daži to arī dara – 723 000. Parasti, kad mēs dodamies uz filmu tirgiem, tad sarunas ar lielajiem filmu pārdevējiem ir slepenas. Nodarbojas ar izsoli. Tāpēc ļoti svarīgi šo ciparu ir zināt konkurentiem, kādas summas ir paredzētas, lai viņi nepārsolītu.

Nodokļu maksājumi.

Šie ir Latvijas Televīzijas 2010. gada paredzētie maksājumi. Mēs pēc saviem aprēķiniem 2010. gadā paredzam maksāt pievienoto vērtības nodokli 400 000. Latvijas Televīzija ir saistīta ar to, ka mums ir PVN proporciju maksājumi, mēs 2008. gadā mēs gandrīz miljonu samaksājām šajā PVN proporcijā. Šis ir kopsavilkums, kur es vēlreiz uzsveru, ka budžetā ir ierakstīts 5 519 000 latu, kas ir budžeta nauda un 10 miljoni 567 000 ir budžets, ko mēs esam aprēķinājuši, lai veiktu likumā noteiktās darbības, kas mums būtu jāveic. Kopsavilkums ir sekojošs - saglabājot šī gada dotāciju, kas ir 8,3 miljoni latu, mums ir jānopelna 2,21 miljons latu. Daudz diskusijas bija par reklāmas tirgu, bet es biju pagājušajā nedēļā sapulcē, kurā bija komercotelevīzijas, mēs runājām par apraidi, un Andrejs Ēķis uz tāfeles uzzīmēja, ka reklāmas tirgus ir krities par 50%. Vidēji LNT tērē, pēc *Lursoft datiem*, apgroza 10 miljonus pret 12 minūtēm reklāmas laika stundā. Ja ir krities tirgus par 50%, tad viņiem varētu būt prognozējami 5-6 miljoni pret 12 minūšu reklāmas laiku. Mūsu plānā pret 6 minūtēm mēs esam paredzējuši 2,21 miljonus, kas aptuveni ir atbilstoši tirgus situācijai. Protams, mums šajā reklāmas tirgū piedalīties nav nemaz tik viegli, tāpēc, ka komercorganizācijām ir daudz liberālākas iespējas strādāt tirgū. Mums, protams, cenām ir jābūt pārskatāmām, caurskatāmām. Mēs tirgū nevaram tik brīvi šos lēmumus pieņemt. Tāpēc šie 2,21 miljons ir tā iespēja, ko mēs varētu nopelnīt tirgū.

Kā jau es minēju, 5,6 miljoni – praktiski sedz šīs pastāvīgās izmaksas, pakalpojumu izmaksas. Tad varat rēķināt. Ja ir 4,6 šīs pastāvīgās izmaksas, tad no valsts dotācijas mums paliek tikai viens miljons pāri plus tas, ko paši nopelnām. Vai var ko optimizēt? Būs arī auditorfirmas prezentācija, bet, ko es gribu uzsvērt, ka 57% darbinieku jau pašreiz ir pārvestu uz stundu apmaksu sistēmu, kas ir nepilna darba laika uzskaitē. Tas nozīmē, ka šie darbinieki ir ļoti saistīti ar kopējo iespējamo saražoto raidījumu skaitu. Šī svārstība ir pietiekami nozīmīga. Vidēji šie darbinieki strādā 90 stundas mēnesī, kas ir pietiekami ievērojami, protams, no uzņēmuma optimizācijas viedokļa, bet īsti nav labs darbinieku motivācijas jautājums, jo viņi ir pietiekami nedroši par katru savu nākamo mēnesi, kā būs, cik saņems.

Latvijas Televīzijas budžets, kopš Latvijas Republikas neatkarības atgūšanas ir visu laiku bijis krīzes situācijā. Ja kādam šķiet, ka Latvijas Televīzija kaut kad ir baudījusi šos treknos gadus, tad es, protams, gribu parunāt, uzklaut, kas ir tas priekšstats, kāpēc viņš tā domā. Vienmēr uzņēmuma vadība ir mēģinājusi lūgt, lūgties dažāda veida investīcijas, lai tikai noturētu uzņēmumu un spētu strādāt.

Mūsu pārlicība, ko esmu divas reizes bijis pie finanšu ministra un runājis to, ka Latvijas Televīzijas minimālais budžets uz šo dienu ir 8,3 miljoni – tā ir mūsu pārlicība, ka tad mēs varētu veikt pamata funkcijas un spēt izdarīt visu, ko no mums prasa. Ja šis budžets nebūs tik liels, tad man kā uzņēmuma vadītājam pēc Saeimas balsojuma, protams, būs saistošs tas budžets, par ko nobalsos, un pēc šī balsojuma tad Latvijas Televīzija pēc dažām dienām dosies uz Nacionālo radio un televīzijas padomi un mēģinās prezentēt kaut kādu 2010. gada izdzīvošanas plānu, bet tas, protams, aiz sevis nesīs pietiekami būtiskus grozījumus. Cerams, ka televīzija spīdēs arī nākamgad, tāpat kā līdz šim [*rāda Latvijas Televīzijas attēlu*].

Un šī ir prezentācija par budžetu. Varbūt jautājumi par budžetu.

I.Circene

Vispirms paldies par tiešām informatīvu prezentāciju. Domāju, ka gan reitinga salīdzinājumi, gan arī budžeta izlietojumi iepriekšējos gados rāda, ka šie cipari atgriežas 2006. gada līmenī līdzīgi kā visi procesi valstī un arī budžeta cipari valstī principā atgriežas uz šo gadu. Tā, ka tas pacēlums ir bijis attiecīgi uz 2007., 2008. gadu, un tas vilnis ir pārgājis un tagad ir tur, kur ir. Man pašai ir jautājums saistībā ar

pakalpojumiem apraidēm. Ņemot vērā, ka mēs arī komisijā esam skatījuši to, ka tagad notiek pāreja no analogās uz digitālo apraidi, kas saistās, protams, arī ar sabiedriskajām raidorganizācijām, tad kāds ir materiālais ieguvums, jo tā ziņa, kas ir dažādos masu informatīvajos medijos par to, ka ieguvums nav tik liels, kā mēs bijām cerējuši. Kā tas izskatās dzīvē, ja tagad pāriet no analogās uz digitālo?

E.Kots

Latvijas Televīzijai ieguvums ir 300 000 latu gadā. Mēs vidēji maksājam par LTV7 vienu miljonu latu, un mums ir noslēgts līgums ar *Lattelecom* par šo pakalpojumu..

I.Circene

Tas ir – 30%.

E.Kots

Jā.

I.Circene

Un vai tas ir līdzīgs samazinājums, salīdzinot ar citām valstīm? Mums jau tā populāri ir, ka avīzēs raksta, ka salīdzinot ar, piemēram, Igauniju vai kādu citu kaimiņvalsti, ka tur it kā ir lētāk. Vai tas tā ir, vai tā ir masu ziņa?

E.Kots

Nē, tur ir jāprasa noteikti prezentācija Latvijas radio un televīzijas centram un *Lattelecom*. Es uz šo jautājumu nevaru atbildēt. Zinu, ka ir lētāk, bet tur ir savi argumenti. Pat līdz tam, kā veidojas reģionālā karte, bet es neuzdrošinos atbildēt uz šo jautājumu.

I.Circene

Es tikai jautāju, jo, ņemot vērā, ka tā ir jūsu lielākā izmaksu daļa, ka tas tiešām ir nepilni 3 miljoni, kā jūs mums prezentējāt. Es domāju, ka tā ir daļa, par ko ir vērts runāt, spriest un diskutēt, un šo cenu mazināt. Arī pēc tā, kā rāda statistika, reklāmas tirgus kritums televīzijai kā organizācijai ir skāris vismazāk, kas ir ļoti pozitīvi. Visi pārējie, kas ir drukātā prese, ir cietusi ievērojami vairāk. Boriss, lūdzu.

B.Cilevičs

Paldies. Man arī ir divi jautājumi. Pirmais jautājums attiecībā uz reitingiem un jūsu auditoriju. Vai ir zināmi dati, cik daudzi skatās LTV1 un LTV7 ar kabeļtelevīzijas palīdzību un cik izmanto virszemes apraidi. Otrais jautājums, kas ar to ir saistīts – vai jums ir kādas aplēses, cik daudz skatītāju zaudēsiet pēc ciparu televīzijas ieviešanas – tie ir cilvēki, kas nevarēs nopirkt dekoderus?

E.Kots

Tiešu datu par to, cik tieši Latvijas Televīziju skatās, sadalot kabeļoperatoru un analogo apraidi, tieši tādu datu nav, bet kabeļoperatoru noklājums ir 50-55%. Ja nekļūdos satelītpārklājums – 10%. Kopā 65% pārklājums Latvijā ir ar cita veida uztveršanas iespējām. Tātad 35% iedzīvotāju daļa joprojām lieto analogo apraidi. Skatoties auditorijas griezumam, mana intuīcija saka priekšā, ka LTV7 ļoti maza daļa, jo tā ir pietiekami „tīra” auditorija – vīrieši 15 līdz 45 gadu grupā, kā šis kanāls ir segmentējies. Es domāju, ka tur varētu būt ļoti maza analogo apraides skatītāju daļa. Savukārt, kas skar LTV1 kanālu, tur, protams, ir citādāk; tur diezgan liela daļa skatās

tieši caur analogo apraidi. Tā ir tā mana sajūta, skatoties pēc auditorijas griezumiem, cik šī auditorija ir pievilcīga reklāmdevējiem un kādās vecuma grupās šis kanāls pašreiz strādā.

I.Circene

Vai Bucenieces kundze vēlas vēl ko piebilst?

D.Buceniece

Piebilst par apraidi?

I.Circene

Gan par apraidi, gan par prezentāciju – varbūt kāds papildinājums.

B.Cilevičs

Piedodiet, bet par skatītāju zaudējumu.

E.Kots

Par skatītāju zaudējumiem... Te ir arī kopēja diskusija.. jo skaidrs ir viens, ka šī digitālajai pārejai ir jābūt. To nosaka gan Eiropas Savienības direktīva, pirmkārt. Otrkārt.. jā?

B.Cilevičs

Tā nav direktīva. Tā ir rekomendācija.

[vairāki cilvēki runā vienlaicīgi. Izskan viedokļi par līguma esamību līdz 2012.gadam.]

E.Kots

Ir Latvijas apņemšanās. Viens. Otrs, jā es saprotu.. Otra lieta, kas ir jārisina, ar katru dienu, ar katru mēnesi šī analogā apraide kļūst dārgāka. Tā ir ekonomiski neefektīva, tā patērē ļoti daudz elektrības enerģijas, un arī rezerves daļas arvien mazinās. Sistēmu kā tādu, rezerves daļas neviens vairs neražo, tāpēc kādā brīdī analogā apraide draud apstāties. Pārejai ir jānotiek. Skatītājam vai auditorijai tas ir jāsāk pieņemt. Tālāk, cik es saprotu, bet tas atkal nav manas kompetences jautājums, bet tas noteikti ir Satiksmes ministrijas, kur sēž visas komerctelevizijas, Nacionālā radio un televīzijas padome un attiecīgi jau sāk lemt, kā pēc iespējas ātrāk pāriet. Ir noteikti kāda zināma daļa auditorijas, kurai šie dažādie piedāvājumi – kaut divi latī mēnesī, kā ir domāts, kad dekoderi pārdod kā nomu ar izpirkumu, tad noteikti būs kādas zināmas ģimenes, kas paliks bez šī dekodera, bet tad tas ir atsevišķs jautājums, kā risināt, bet pārejai ir jānotiek.

I.Circene

Paldies, vai ir vēl kādi jautājumi. Lūdzu.

P.Tabūns

Kas notiks ar Latvijas Televīziju, ja jūs saņemsiet tikai šo minimālo summu, kuru jūs minējāt?

E.Kots

Esmu minējis to, ka mēs pie šī 5,6 miljoni latu budžeta, protams, nevaram pildīt saistības – tā ir, tā saucamā, divu kanālu apraide, un es radio un televīzijas padomi jau esmu informējis, ka tad televīzijas priekšlikums būs ar 1.janvāri pilnībā atslēgt analogo apraidi. Līgumu, ko mēs esam noslēguši par septīto kanālu, tad tā būs sabiedriskā televīzija digitālajā apraidē. Tad mēs budžetu sabalansēsīm.

I.Circene

Dombura kungs.

J.Domburs

Man par naudas un sasaisti ir jautājums. Būtībā, runājot par reitingiem, būtu precīzi jāuzrāda kritums, kas ir jau šobrīd. Ja tur parādījās *svaigākais cipars* 10,3., bet tagad jau ir 9,...

E.Kots

Tas ir viens mēnesis.

J.Domburs

Jā, jā, bet tas kaut ko uzrāda. Faktiski zem 10 Eiropas mērogā jau ir brīdinošs signāls, ka tik zemu sabiedriskās televīzijas nekrīt, lai cik finansējumi nebūtu zemi. Līdz ar to jautājums, kas faktiski prezentācijās neparādījās. Vienīgā sasaiste, kas izskanēja par kvalitāti, bija „pievilcība reklāmdevējiem”. Vai ir jebkādi citi kvalitātes mērījumi – atdeve pret ieguldītu latu, atdeve pret sasniegtu skatītāju, dažādos žanros, dažādās raidījumu grupās, oriģinālr Raidījumos, adaptētos raidījumos, iepirktos raidījumos, kuri nonāk, tajā skaitā no ārpus finansētājiem, pašas televīzijas nefinansētājiem. Līdz ar to skatītājiem bieži mazāk interesanti. Vai kādā veidā var ieraudzīt tādu vispār efektivitātes analīzi?

E.Kots

Ja es atrādīšu... Paņēmu līdzīgu Latvijas Televīzijas iekšējo vadības dokumentu, kas ir pietiekami detalizēts – te ir mūsu vadības sistēma, kā mēs plānojam visu 2009. gadu, kur katram raidījumam ir piešķirts šifrs, skaits, raidījuma hronometrāža, kopējās hronometrāžas, naudas plūsmas, savstarpējie ieskaiti. Šī ir ļoti plaša, detalizēta tabula, kurā visas šīs izmaksas tiek pētītas pa minūtēm un tad attiecīgi kanālu vadībai pretī ir ar rīkojumu uzdots, ka tā liek šai tabulai blakus sasniegtos reitingus un tad šos reitingus var salīdzināt ar vienas minūtes izmaksām. Tā ir gan LTV1, gan LTV7. Te ir arī viss kopsavilkums, attiecīgi pēc nacionālā pasūtījuma, kur viss ir sadalīts pa tēmām un katrai tēmai ir savs budžets, savas naudas pretī. Tieši šī tabula ļoti ātri ir sasaistāma ar kopējo reitingu tabula, kur var izvērtēt, kāda ir viena raidījuma sasniegtā vērtība un iztērētā nauda pret sasniegtu auditoriju.

J.Domburs

Bet, kas ir tas vērtējums. Kāpēc reitingi kopējai auditorijai krīt? Kas ir tie, kas velk to saimniecību uz leju, kas ir tas analīzes rezultāts, tas ir mans jautājums. Tas, ka var analizēt ar šādām tabulām, protams.

E.Kots

Protams, tad man ir otrs – jāatgriežas pie konkrētā slaida, ko es noliku pretī – ir Privātā Dzīvī un *Ekstrasensu cīņas*. Viennozīmīgi, ka šajā periodā – tad, kad LTV

neraida visu nakti, bet TV3 un LNT raida visu nakti, kas jau ir viens solis, kas kopējo auditorijas daļu ceļ uz augšu.

J.Domburs

Nē, jautājums ir..

E.Kots

Es atbildu. Vēlāk, protams, kaut vai sestdienās vai svētdienās, kad svētdienās ir ziņu lielie šovi, tad viens šovs jau vien uzceļ šo kopējo *šēru* (*share*, auditorijas daļu). Šī pati seriāla nomaņa ir izmainījusi šo konkrēto rādītāju. Ir precīzi jāizlemj, ko nevar izdarīt tagad televīzijas vadība viena pati. To es jau uzdevu savu laiku.. jo man ir vēl viena prezentācija līdzī, kuru mēs diskutējām, kuru mēs piedāvāt, kā vajadzētu sabiedriskajai televīzijai attīstīties, kur bija trīs kanālu koncepcija, kur mēs piedāvājām, ka viens kanāls ir plaša kanāla auditorija un ir segmentēts kanāls, kas ir būtiski panākt. Kamēr vienā kanālā būs šie dievkalpojumi un šie kultūras raidījumi, nevar cerēt uz to, ka šādus raidījumus skatīsies plaša auditorija – vairāk par 200 000. Ir jāizbeidz tā domāt. Tad ir tas jautājums, cik un kas tad galu galā ir jārada sabiedriskajai televīzijai – vai mēs ejam plašas auditorijas ceļu, kad, protams, ir jāsāk mainīt programmu, vai arī sabiedriskajai televīzijai, protams, ir jāveic tā preambula, ko es kā sabiedriskās televīzijas ģenerāldirektors uzskatu, - ka sabiedriskā televīzija ir investīcija nākotnē. Tas jau lēnām sevi ir pierādījis – sabiedriskā televīzija ir tā, kas pieradina auditoriju pie dažāda veida produktiem, kas pēc brīža komercializējas.

J.Domburs

Ja drīkst precizēt jautājumu. Ļoti īsi. Vai var nosaukt skaitli, % no Latvijas sabiedrības auditorijas, kas būtu optimāli, cik sabiedriskā televīzija būtu jāskatās. Vai sabiedriskās televīzijas mērķis *apriori* ir sasaistāms, ka tā šobrīd ir pēc LNT, TV3 un jau PBK? Vai tas atbilst sabiedriskās televīzijas vietai Latvijas televīziju tirgū?

E.Kots

Jā, atbilst investīcijai. Ar to naudu, ko sabiedrība pašreiz maksā tieši programmai, atbilst, jo ar šiem 5 miljoniem sabiedriskā televīzija ar diviem kanāliem cīnās pret 10 miljonu investīciju komerciālajos kanālos. Līdz ar to – atbilst. Viennozīmīgi atbilst pret investīcijām.

I.Circene

Jā, lūdzu!

B.Zūzena

Jā, Baiba Zūzena, TV3. Man ir divi jautājumi. Jūs tikko minējāt, ka jūs esat izstrādājis koncepciju par trīs kanāliem. Ņemot vērā..

E.Kots

Nevis tikko...

B.Zūzena

Jā, es zinu, ka tas notika kādu laiku atpakaļ. Vai, ņemot vērā to, ka tās naudas ir ļoti, ļoti maz, vai drīzāk nevajag domāt par viena kanāla koncepciju? Zinu, ka tas ir smags jautājums, bet, vai jūs to esat apsvēruši? Otrs jautājums – jūs minējāt 2,21 miljonus kā

potenciālos reklāmas ieņēmumus nākamgad. Kā jūs vērtējat, vai tas nav ļoti optimistisks mērķis?

E.Kots

Nē. Tas ir ļoti aprēķināts.

B.Zūzena

Aprēķināts, balstoties uz to...

E.Kots

Aprēķināts uz to, ka nākamajā gadā ir olimpiāde, nākamajā gadā ir futbols, mēs turpinām rādīt hokeju. Tas ir aprēķināts ar to, ka mēs ar šiem projektiem tirgū uz šo naudu varēsim pretendēt. Un attiecībā uz pirmo jautājumu, es uzskatu, ka, lai arī katrs iedzīvotājs šeit ir sabiedrības pārstāvis, tomēr es uzskatu, ka komercraidorganizācijām es nekad neatbildēšu par kanālu skaitu Latvijā, jo ir skaidri zināms, kādas ir viņu intereses.

I.Circene

Paldies, Rugātes kundzei vēl ir jautājums.

A.Rugāte

Es ļoti atvainojos – man tāds diezgan primitīvs jautājums, un es to nevienam nevaru adresēt. Tas ir vienkārši jānoliek galdā – secinot, ka ceturtnā vietā sabiedriskajai televīzijai ir ar attiecīgajiem miljoniem, tad pirmā vieta būtu ar četrkārt lielākiem miljoniem?

E.Kots

Nē, nebūt, nē.

A.Rugāte

Tas nav jautājums jums, Kota kungs.

E.Kots

Nē, nē, es uzreiz varu atbildēt, ka mēs pašreiz dalām. Pirmais kanāls, protams, ir ceturtnajā vietā. Tad, kad pirmo kanālu ar septīto kanālu saskaita kopā, tad rezultatīvie rādītāji strauji mainās. Vēlreiz uzsveru, ka, ja mēs ņemam tikai pirmo kanālu, tad, protams, ir šāda veida izmaiņas.

A.Rugāte

Paldies, par šo skaidrojumu, bet man drīzāk bija vēl primitīvāka provokācija, uzdodot šo retorisko jautājumu, jo mani interesētu arī pirmās vietas ieguldījums investīcijās. Tā bija mana jautājuma būtība un vai uz šo jautājumu kāds vēlas atbildēt? Vai kāds grib atbildēt vai uzskata par iespējamu atbildēt, un kāds tur cipars varētu parādīties? Tad mēs varētu varbūt palūkoties, cik tad maksā televīzija vispār. Cik izmaksā televīzija Latvijas valstī un no kurienes nāk nauda, lai šos izdevumus varētu segt? Tad varbūt mēs varam skatīties, atgriezties pie tā, kā mēs dalām reklāmas grozu, no kurienes nāk nauda un beigu galā tas jautājums, ko es tikko izteicu Cileviča kungam, te nedaudz sačukstoties, man rodas tāda sajūta, ka mēs nevaram atbildēt uz vienu jautājumu – no kurienes skatītājs iegūst informāciju, no kura kanāla, jo visur reklāmas ir vienādas. Tātad reklāmdevējam nav atbildes uz jautājumu, vismaz tajā daļā, ko viņš

mums izklāsta kā tiesīgiem zināt, kā tiek organizēta, nodrošināta un kādi ir mērķi reklāmai, tas tā iekavās. Tātad no kurienes viņš iegūst informāciju – vai tā ir sabiedriskā televīzija, no kurienes viņš iegūst jaunumu un skrien pakal, piedošanu par skatītāju noniecināšanu, vai tas ir kāds privāts kanāls. Iekams mums nav šo atbilžu uz šiem jautājumiem, man ir ļoti grūti saliedēties jautājumos par finanšu plūsmām, par sabiedriskās televīzijas pašpietiekamību vai nepieciešamību, par privāto televīziju piedāvājumiem zināmā mērā noklāt visu laukumu un pildīt visas funkcijas. Un vēl un vēl, un vēl. Jo mēs tālāk ejam, jo vairāk to koku mežā.

A.Ašeradens

Edgar, man ir jautājums. Skatoties tavu prezentāciju, man radās kopiespaids, ka galvenais uzdevums, kuru tu esi saņēmis no NRTP, saņemot valsts dotāciju, ir konkurēt brīvā tirgū ar pārējiem tirgus dalībniekiem.

[fonā izskan kāda darba grupas dalībnieka viedoklis – „tieši tā”]

E.Kots

Kāpēc? Nē, nē..

A.Ašeradens

Bet tas ir tas, ko mēs redzam – saņemot tik un tik valsts naudas, panāk tādu un tādu rezultātu..

E.Kots

Mēģināšu atkal atbildēt. Pirmais solis četrus gadus atpakaļ, tad, kad mēs ar U.Gravu vienojāmies, pirmais solis, kas bija, bija svarīgi sakārtot Latvijas Televīzijas finanses. Finanses, goda vārds, tika kārtotas trīs gadus, lai savāktu visu kopā un izveidot visu naudas plūsmas sistēmu, mehānismu, un tas bija lielais pašreiz trīs gadu laikā lielais ieguldījums. Tālāk – tad kas tad ir šis uzņēmuma vadītāja atskaites punkts? Man kā uzņēmuma vadītāja atskaites punkts ir uzņēmuma maksātspēja. Līdz ar to man ir jāabalansē ieņēmumi, izdevumi jebkurā gadījumā. Tad katru dienu ir jādomā, vai naudu ielikt lifta remontā vai kaut kādu naudu likt programmā – tā arī ir problēma. Un – nevienu brīdī no Nacionālās radio un televīzijas padomes nav bijis uzdevums konkurēt. Ja Nacionālā radio un televīzijas padome būtu man devusi uzdevumu – konkurēt ar komercmedijiem, tad es šo uzdevumu būtu izpratis, protams, tajā brīdī mēs būtu noņēmuši diezgan daudz raidījumu, kas nerasniedz attiecīgos auditorijas daļas punktus. Tieši tāpat es uzsveru, ka *100 g kultūras* kā projekts ir iedzīvojies un sasniedz ļoti labu auditorijas daļu, kas ir 50 – 60 tūkstoši. Bet attiecīgajā laikā zonā šis raidījums nav spējīgs konkurēt ar citiem produktiem.

A.Ašeradens

Bet kur ir tās zonas, kur tev vajadzētu būt līderim, kuros segmentos, teiksim, Nr.1. Tas patiesībā ir Rugātes kundzes jautājums, precīzāk.

E.Kots

Mēs pašreiz pārliecināti esam līderi informatīvi dokumentālajā laukā. Mēs esam ļoti precīzi katru vakaru šo sleju izveidojuši un tur pēc līmeņiem ļoti spējīgi informatīvi dokumentālajā telpā konkurējam, līderējam. Savukārt izklaidē un filmu žanrā līderē komercmediji.

I.Circene

Ja es varētu apvienot visu trīs jautātāju jautāto – gan Dombura kunga, gan Rugātes kundzes, gan Ašeradena kunga – būtība, ko mēs nevaram izdabūt atbildi ir tiešām par tās valsts budžeta ieguldītās naudas atdevi, ko Dombura kungs teica par efektivitāti, Rugātes kundze teica līdzīgi par to, ka, kādēļ tā daļa, kas ir ieguldīta sabiedriskajā medijā no valsts nevar izkonkurēt to, kam nav šādu ieguldījumu, un trešais ir tas, ka reklāma neapšaubāmi ir paralēli saistāma ar reitingu. Un tad rodas tas jautājums, kas, pirmkārt, ko jūs teicāt, ka iespējama trīs programmu koncepciju – jūs gribat to, ko valsts dotē, paņemt nost. Tad šobrīd raidlaikā, tas, kas ir kultūra, reliģija, izglītība, māksla, tas varbūt tiešām nav komercprodukts, tad tas ir tas, ko valsts jums nosedz. Pilnībā nosedz ar to, ka jūs saņemat dotāciju. Un pārējais ir komercprodukts iet paralēlā cīņā ar visu pārējo, kam dotācija nav vajadzīga. Varbūt ir vajadzīgs jums trešais šovs, kur jūs kaut ko citu rādāt, lai izkonkurētu pārējos, jo to reklāmu jūs nevarēsiet izcīnīt un dabūt, ja jūs nebūsiet konkurētspējīgi, bet varbūt, ka mēs pa visiem trijiem, četriem nevaram iegūt atbildi uz jautājumu, kāpēc, iedodot nepopulārajai daļai dotāciju, populārā daļa nevar izkonkurēt. Tas varbūt ir tas jautājumu apkopojums no visiem trijiem iepriekšējiem jautājumiem.

E.Kots

Es mēģināšu. Man ir cita izpratne. Esmu pārliecināts, ka sabiedriskā medija būtība ir industrijas kopums. Lai jūs saprastu, es atbildu. Pašreizējā brīdī *Dziedošās ģimenes* veido Arvīds Babris, kas ir Latvijas Televīzijas darbinieks un *Koru Karus* veido Zita Kaminska, kas arī ir Latvijas Televīzijas darbiniece.

I.Circene

Jā, bet raida ne televīzija..

B.Zūzena [fonā]

Viens no trīsdesmit cilvēkiem.

E.Kots

Pie pulsts sēž. Jā. Lai saprastu situāciju, ļoti bieži šajos projektos, šajās televīzijās iesaistās Latvijas televīzijas darbinieki, bet – vai tas ir slikti? Es saku, nē, tas nav slikti. Tas ir ļoti labi. Līdz ar to šī valsts investīcija, lai jūs saprastu.. un valsts investīcija, tas ko es prezentēju, ir 6 miljoni kopumā ir investīcija šajā industrijā, nevis programmā. Mēs kā televīzija esam sadalīti divās daļās. Ja mēs nodalām, ka šī konkrētā naudas investīcija, ka ir 8,3 miljoni ir uzskatāma tikai un vienīgi kā nauda programmām, tad ir jautājums, kas uzturēs industriju un kur dabūt šo naudu. Tāpēc es atbildu, ka šie 4,3 miljoni, kas aiziet tieši programmas veidošanā, ir atbilstoša rezultātam.

I.Circene

Jā, Kota kungs. Šī bija vistuvākā atbilde no visa iepriekšējā jūsu pateiktā, ka nav slikti, ka jūsu darbinieki iesaistās citās programmās, bet no mūsu puses slikti ir tas, ka tā rezultātā mums vajag meklēt papildu finansējumu. Tas ir tas rezultāts. Līdakas kundze.

A.Cālīte-Duļevska

Man ir jautājums Kota kungam. Kā jūs uzskatāt, kā korelē tas, ka Latvijas Televīzijas vismaz pirmais kanāls kārtīgi pilda Valsts valodas likumu un arī runātā valoda ir

latviešu valoda? Otrajā kanālā ir dažādās atkāpes. Komerckanāli atļaujas brīvāk traktēt šo Valsts valodas likumu, atļaujot nevis dublētās filmas, bet subtitrus, kas nozīmē, ka šo auditoriju nosedz daudz vairāk cilvēku, kas neprot latviešu valodu.

E.Kots

Es varu atbildēt, ka pie nākamās digitālās apraides šī problēma nepastāvēs, jo skatītājs varēs izvēlēties valodu, kādu viņš vēlas. Arī mēs kā televīzija gatavojamies pie digitālās apraides filmas rādīt oriģinālvalodā – tie, kas vēlas skatīties angļiski, viņi varēs pārslēgt valodu izvēlni un izvēlēties valodu, un tanī brīdī šis likums vairs nevarēs neko ietekmēt.

A.Cālīte-Duļevska

Pašlaik, kā ir?

E.Kots

Pašlaik esmu pārliecināts par to, ka Krievijas ražotā produkcija ir pietiekami lēta, ko ir izdevīgi likt programmā, jo tā nes labus rādītājus. Tāpēc ļoti daudz komerckanālu strādā tieši ar šo auditoriju.

I.Circene

Bucenieces kundze vēlējās papildināt Kota kungu.

D.Buceniece

Jā, es vēlējos papildināt, ko nosaka Radio un televīzijas likums attiecībā uz valodu. Pirmais kanāls attiecībā uz radio un televīziju ir simts procenti latviešu valodā. Savukārt otrais kanāls ir mazākumtautībām, kur minimālā kvota ir 20%, kas ir jāpilda – attiecīgi ir šie raidījumi, kur ir ziņas krievu valodā, Latvijas Radio ir Doma laukums, vesela programma.

A.Cālīte-Duļevska

Ne par to ir jautājums. Jautājums ir par nevienlīdzīgo konkurenci attiecībā uz valodas lietojumu.

E.Kots

Tā tam ir loģiski jābūt. Es uzskatu, ka pirmajam kanālam ir jābūt tīrai valodai un nedrīkst būt citādāk. Aicinu izprast situāciju, ka kopējais noskaņojums nevar būt tas, ka 2010. gadā sabiedriskajam medijam savas finansiālās problēmas ir jārisina reklāmas tirgū. To nedrīkst darīt.

I.Circene

Paldies. Līdakas kundzei jautājums un tad droši vien mums jāiet pie otrā jautājuma, jo mēs jau ar vienu Kota kunga ziņojumu esam pārsnieguši paredzēto laiku.

E.Kots

Es varbūt īsi. Man īsa prezentācija minūtes divas.

I.Circene

Varbūt Līdakas kundzes jautājumu un tad.

G.Līdaka

Es gribēju turpināt Jāņa domu un gribētu tomēr atgriezties pie sabiedriskās televīzijas būtības un sūtības. Gribētu arī atgādināt, ka ir izveidojusies ļoti interesanta situācija, kur ļoti daudzus projektus, ko es savulaik veidoju sabiedriskajā televīzijā, tie ir nonākuši komerctelevisijas ar tādām pašām sekmēm un krietni labākiem reitingiem turpina raidīt. Līdz ar to mans jautājums ir, ar ko tomēr sabiedriskais medijs atšķirsies no komerciālajiem medijiem, un kas ir tāds, ko varētu neražot komercmediji pat par reklāmas naudu, lai nebūtu jāiegulda sabiedrības nauda. Un kas ir tā programma un kas ir tie principi, ar ko atšķirsies sabiedriskā televīzija.

Patiesībā – ja mēs varam iztikt tikai ar komercmedijiem, tad jautājums ir – kam mums tērēt miljonus sabiedriskās televīzijas uzturēšanai. Tāpēc tomēr ir svarīgi atgriezties pie tā sākuma – ar ko tad atšķirsies. Pilnīgi piekritu Arvilam, ka pašlaik ir runa par to, kā izkonkurēt vienam otru reklāmas tirgū, tikai vieni strādā tīri ar reklāmas naudu, pārējie strādā ar sabiedrības naudu reklāmas tirgū. Tāpēc šo atšķirību tomēr gribētos ieraudzīt.

E.Kots

Es kā vadītājs varu atbildēt, kā būtu loģiski un kā jāattīsta. Es vēlreiz atkātoju, - sabiedriskais medijs ir investīcija nākotnē gan programmu ziņā, gan arī darbinieku ziņā. Ja sabiedriskais medijs neattīstīs darbinieku attīstību, tad pēc brīža arī komerciālajiem medijiem var rasties problēmas.

G.Lidaka

Vai tiešām galvenā funkcija ir cik tur tās stundas, 90, nodrošināt darbiniekus darbā uz pusslodzi vai veidot sabiedriskās televīzijas programmu?

E.Kots

Es vēlreiz skaidri atbildēšu arī par darbinieku skaita optimizāciju. Latvijas Televīzijas darba koplīgums ir divas arodbiedrības un tālāk, protams, darbinieku skaita optimizācija notiek un pie esošā budžeta nav šaubu, ka nav vajadzīgs uzturēt šos darbiniekus uz pusslodzēm.

I.Circene

Ašeradena kungs un Beitikas kundze. Un tad šo sadaļu varbūt, ka varētu slēgt.

A.Ašeradens

Faktiski, tas pats jautājums - ar ko vajadzētu sabiedriskajai televīzijai vajadzētu atšķirties no privātajām, un otrs jautājums – ja 20 gadu laikā nav veikta neviena investīcija, tad kurā vietā sistēmā ir kļūda?

E.Kots

Sistēmā ir kļūda tajā, ka brīdī, kad, ja nekļūdos, Imants Rākins bija ģenerāldirektors, kad beidzās Krievijas rubļi, sākās *repšes* nauda un pāreja uz latiem, tad tajā pārejā tika nobudžetēta naudas plūsma tikai. Venīgi netika pārdomāta naudas plūsma investīcijām.

A.Ašeradens

Bet 20 gadu laikā.. taču var pārskatīt lietas 20 gados.

E.Kots

Kā lai saka. Vēsturiski acīmredzami pierādās.. Uz Nacionālo radio un televīzijas padomi var doties pēc visiem sēdes protokoliem, televīzija 20 gadu laikā ir sniegusi dažāda veida dokumentus tieši uz investīcijām.

A.Ašeradens

Respektīvi, problēma ir..?

E.Kots

Ekonomikas ministrijā ir problēma. Visas šīs investīciju vienmēr caur televīziju, caur padomi tika nodotas Ekonomikas ministrijai. Vienmēr Ekonomikas ministrija šīs investīcijas programmas nolika malā un nevirzīja tālāk.

A.Ašeradens

Es piekrītu. Izskatās, ka tā ir nopietna problēma. Kaut vai laipni izstaigājot televīziju, tas izskatās traģiski. Labi, ja vēl durvju rokturi turas vietās. Bet tomēr par atbildi uz jautājumu – ar ko sabiedriskajam medijam vajadzētu atšķirties no privātā medija?

E.Kots

Lai Latvijas tirgu sakārtotu tirgu, kopumā industriju, viennozīmīgi sabiedriskajam medijam *prime time* laikā nevajadzētu būt reklāmai, kas, pirmkārt, noteikti ir svarīgi. Tālāk ir ļoti svarīgi tiešām panākt situāciju, ka katram projektam ir noteikti savi finansiālie parametri, tas ir, noteikts skatītāju skaits. Man vienmēr ir piemērs par kurlmēmiem, kuriem ir šī pārraide vajadzīga, viņi Latvijā ir 100 000, kas nozīmē, ka šo pārraidi ir jāskatās vismaz 50 000 skatītājiem. Pretī ir šī sabiedriskā investīcija konkrētajā pārraidē. Tāpat ar kultūras pārraidi. Ir kultūras programmu veidotāji, kuriem ir noteikts šis reitingu sliekšnis, kurš ir jāsasniedz un pret šo reitingu sliekšni ir investīcija.

Sabiedriskais medijs nevar pašreizējā tirgus situācijā... Ja mēs vēlamies veidot sabiedrisko mediju pēc tiešās sapratnes, kas ir orientēts uz visu sabiedrību kopumā, mēs nevaram konkurēt ar komercmedijiem, tas nav iespējams. Nav grūti izveidot kārtējo šovu, kas nav sarežģīti, bet tas sāk ļoti ietekmēt kopējo tirgu. Šai tematikai ir jābūt sabalansētai.

A.Ašeradens

Kas ir kavējis izstrādāt šādus kritērijus, lai tā debāte šobrīd būtu cita. Tas, ko jūs minējāt, bija kurlmēmie, minoritārās grupas.

E.Kots

Tie kritēriji ir.

A.Ašeradens

Bet tad kādēļ tas nav redzams.

E.Kots

Uzņēmumā tie ir.

A.Ašeradens

Vai viņi ir, mēs tos katrā ziņā šodien neredzējām.

D.Buceniece

Vai jūs esat prasījuši? Ir padomē, ir televīzijā, ir radio. Ir visur.

J.Domburs

Kur tie ir?

A.Ašeradens

Kur? Kā var sabiedrība to redzēt?

D.Buceniece

Vai jūs esat nācis un konkrēti jautājis?

I.Circene

Varbūt, ka tagad var papildus nosaukt tos kritērijus? To jau nav tik daudz.

Ā.Kleckins

Varbūt tiešām ir vispirms otrādi jāskatās – vispirms saturs un pēc tam budžets. Visu kopā – tā ir tā pati situācija, kur atrodas sabiedriskie mediji. No tiem grib augstu kvalitāti un no otras puses – daudz naudas. Tad vajag izvērtēt, ko grib. Vienlaicīgi tas neiznāk. Piemēram, runā, ka nav ieguldījumi visu laiku investīcijās. Otra lieta – mums vispār nav līdzekļu pētīšanai. Un tas, ko visi saka, tas viss ir viedokļi, kam ir jābūt, jo ikdienas pētījumu par to, ko mēs gribam panākt no sabiedriskajiem medijiem un kā pārbaudīt, kā tas strādā, nav.

I.Circene

Kleckina kungs, pirmkārt, mums piesakās un ņem vārdu. Jūs to ņemāt ārpus kārtas. Es lūdzu citreiz tā nedarīt, bet nekas. Protams, tas ir būtiski, bet šis, ko mēs šodien runājam, ir pamatu pamats budžetam, jo tā daļa, kas tiek dotēta, sabiedriskajām raidorganizācijām, ir atšķirīga no komercraidorganizācijām. Tā ir tā atšķirība. Par to daļu, kas tiek dotēta, ir skaidri jānosaka, kas tajā jāietilpst, bet pārējai daļai ir jābūt konkurētspējīgai. Ja tā nav konkurētspējīga, tad ir jautājums par efektivitāti, jautājums par to, kādai ir jābūt sabiedriskai raidorganizācijai, kādēļ vienas televīzijas producenti veido raidījumus citās.. Tā ir tā būtība. Ja būtu efektīvs darbs un nauda tiek ieguldīta efektīvi, tad tajā gadījumā arī, iespējams, ka ir vajadzīgs par miljonu mazāk, jo tas tiek iegūts citādāk. Tā ir tā sāls par budžeta veidošanu un saturu. Tas ir tas pamats, jo, ja mēs skatāmies reitingos – tās raidorganizācijas, kas nesaņem nekādu dotāciju, vienalga tām reitings ir augstāks. Tā ir tā šodienas sāpe, par ko mēs mēģinām runāt. Vēl Beitikas kundze un tad mēs šo sadaļu slēgsim. Ja vēl ir kaut kas ārkārtīgi būtisks papildu piebilstams, tad ļoti īsi. Tagad Beitikas kundze, lūdzu.

I. Beitika

Jā, paldies, man arī ir jautājums saistībā ar minēto kvalitātes jautājumu, kas tomēr ir saistāms ar budžeta jautājumu. Sabiedriskajā medijā katram raidījumam būtu jābūt savam mērķim, kas ir definējams arī saskaņā ar sabiedrisko pasūtījumu. Tad mans jautājums ir – vai un kā jūs izvērtējat šos raidījumus, respektīvi, vai šie mērķi tiek sasniegti un varbūt cik regulāri tas notiek, kādā veidā un vai ir arī tādi rezultāti, ka, piemēram, šie līgumi tiek laužti vai pārskatīti, vai raidījumu veido kādi citi cilvēki, ja nav attiecīgā rezultāta? Šis jautājums ietver arī jautājumu, kas jau tika pieminēts, par

tiem cilvēkiem, kas veido raidījumus Latvijas Televīzijā un citos komercmedijos – vai viņi spēj pietiekami kvalitatīvi strādāt, apvienojot šīs slodzes, šos darbus? Paldies.

E. Kots

Katrs jautājums ietilpina veselu prezentāciju, jo uz šo jautājumu ir izstrādātas trīs metodiskās instrukcijas. Kanāliem ir uzdots to darīt, kanāli veic šo pētījumu, sabalansējot ar... mums katram projektam ir projekta pasūtījums. Un caur šo projektu pasūtījumu ir sarakstīti visi virsuzdevumi, pēc tam caur šo projekta pasūtījumu notiek visa budžetēšana, pēc tam notiek sarunas ar kanāla vadītājiem, satura redaktoriem. Un tad pēc tam ir noteikta metodika, kādā veidā tiek izvērtēti. Pašreiz to kanāla vadītāji dara rakstiski. Es visu laiku saprot emocijas blakus, kas ir Jāņa Dombura emocijas, bet Jānis Domburs ir izcils autors, jo viņš tiešām nepakļaujas vērtēšanai.

J. Domburs

Nav vērtēšanas vienkārši. Nav nekādas pārskatāmas vērtēšanas.

E. Kots

Tas gan, jā.

I. Beitika

Jūs tikko teicāt, ka ir vērtēšana.

E. Kots

Ir. Protams, ka ir. Katru pirmdienu kanāla vadītāja satiekas ar satura redaktoriem, pārrunājot iepriekšējo nedēļu, uz kuru Jānis nenāk.

I. Beitika

Bet vai tām ir kādi rezultāti?

[reizē runā vairāki cilvēki]

J.Domburs

Var mēģināt reducēt to uz mani, bet nav, sistēmiski gada griezumā nav vērtēšanas. Nav.

E. Kots

Es vienkārši atbildu sekojoši, ka es kā uzņēmuma vadītājs šo četru gadu laikā, kopš es tur strādāju, es pārņēmu 400 000 īstermiņa kreditori, pašreiz uzņēmums ir maksātspējīgs. Un uzņēmumam ir naudas rezerve, kas pats svarīgākais, kas mums uzņēmumā ir noticis. Es atsakos šajā brīdī vairs sevi apliecināt to, jo man ir sajūta, ka mēs šobrīd runājam par to, ka uzņēmumā nav tas, nav tas, nav tas un kāpēc tas nav izdarīts, uz ko man vienmēr būs pretatbildes, un es esmu gatavs jūs iepazīstināt. Kas attiecas uz slodžu sabalansētību, tad mēs ar Valsts kontroles uzdevumu esam izveidojuši veselu darba samaksas sistēmu, un pašlaik mēs esam vienīgais uzņēmums valstī, kas radoši darbu ir aprēķinājis stundās, bet tas ir vienīgais, kā likumu izpildīt. Un šī sabalansētība notiek. Un, ja cilvēkam ir pusslodze, tad viņam ir tiesības strādāt citur atbilstoši šai slodzei.

I.Circene

Jā, paldies! Man gribētos gala noslēgumā apvienot to, ko mēs esam izdiskutējuši, bet ir divas paceltas rokas pirms tam. Ja jums ir jautājumi, kas būtiski atšķiras no tiem, kas tika diskutēti un uzdoti. Lūdzu.

D.Juškeviča

Man nav jautājums. Man ir atbilde uz to, kāpēc valstij būtu jādod nauda sabiedriskajai apraidei, kas šeit vairākkārtīgi tika jautāts un par atšķirību no komercmedijiem, tad atbilde slēpjas vārdos – „nacionālā pasūtījuma vienošanās”. Valsts maksā sabiedriskajai apraidei par sabiedriskā pasūtījuma pildīšanu, un nacionālā pasūtījuma vienošanās teksts ir publisks pieejams un tajā ir redzami visi kritēriji, ar ko atšķiras un kāpēc būtu jāmaksā.

I.Circene

Paldies, Dārija. Vēl bija rokas paceltas.

01:08:08

L.Pavļuta

Es varētu varbūt vērst uzmanību, ka arī Eiropā ir dažādi dokumenti, direktīvas, rezolūcijas skaidri atzīmē sabiedriskās televīzijas un komerctelevisijas nevar skatīties tādā vienotā griezumā, lai arī kā atskaites punkts tas ir ļoti vērtīgs, šī diskusija. Bet tomēr par sabiedrisko televīziju būtu jārunā kā par kaut ko citādāku, kam ir cita misija. Ja tiek runāts par sabiedrisko televīziju kā par komerctelevisiju, tad ir jāņem vērā, ka tā nav tā veidota. Mērķis ir cits.

I.Circene

Paldies. Mērķis ir tiešām ir cits. Tā arī ir tā sāls visai diskusijai. Es apkopošu rezultātus, - Dacīt, es atvainojos, - apkopošu rezultātus visam, par ko mēs runājām. Es domāju, ka problēma, kas ir izkristalizējusies, ir budžeta piešķirtās naudas izlietojuma efektivitāte kontekstā ar nacionālo pasūtījumu. Tā ir problēma, par ko esam runājuši. Man no jums – kā no aktīviem darba grupas locekļiem būtu lūgums sniegt konstruktīvus priekšlikumus reāli esošajā Elektronisko mediju likumprojektā saistībā ar to, ko jūs redzat, kas būtu tas, kas būtu jāmaina attiecīgi nacionālajā pasūtījumā vai uzraudzībā, vai izvietojumā, jo tas tomēr ir saistīts ar Nacionālās radio un televīzijas darbu, ar budžeta veidošanas pamatprincipiem šīm institūcijām. Ja Bucenieces kundze gribēja vēl ko piebilst.

D.Buceniece

Es gribēju papildināt par raidījumu vērtēšanu. Mums arī radio un televīzijas padomē reizi mēnesī sanāk Dzintras Gekas vadīta māksliniecisko kritēriju izvērtēšanas komisija gan radio, gan televīzijai. Tajā darbojas arī daži no šeit klātesošajiem, Rožukalnes kundze ir bijusi sanāksmēs. Tā kā ir dažādas sistēmas radio un televīzijai ar plašu sabiedrības pārstāvniecību. Manuprāt, arī Dombura kungs ir bijis kādā no šī komisijas sēdēm.

J.Domburs

Pirms pāris gadiem.

I.Circene

Paldies. Vai kāds vēlas vēl ko būtisku piebilst? Rokas neredzu, tad paldies. Anta?

A.Rugāte

Es šobrīd ļoti gribētu pateikties Kultūras ministrijas pārstāvei, kura precīzi formulēja, ka mēs šeit nedrīkstam divas lietas šeit jaukt – vai mēs runājam par nozari vai sabiedrisko mediju. Tās lietas ir jānodala tik stingri, tik cieti, nevienam neliedzot par to izteikt savu viedokli, taču nejaucot šīs lietas kopā. Tas mums ik pa laikam pavīd tā, ka mēs, godīgi sakot, zaudējam orientāciju. Kas attiecas uz tiem, kam būtu jāpiesūta šie finanšu līdzekļi, lai sabiedriskā televīzija varētu pastāvēt, tad jautājums ir tikpat primitīvs, kā jau iepriekš teicu, arī tiem, kas par šo jautājumu lemj, jo priekšstats par televīziju ir ārkārtīgi skaidrs, jo par sabiedriskajiem medijiem ir zināmas milzīgas miljonu summas, kuras tiek dotas, un viss ir skaidrs, visiem viss ir skaidrs. Tikai nezin kāpēc nenotiek tā, kā visiem ir skaidrs, bet notiek citādi. Atbildot uz šiem jautājumiem, kāpēc notiek citādi, es domāju, ka arī lielākā daļa šeit klātesošo paliksim bez atbildēm vai vismaz bez labām atbildēm. Šī iemesla dēļ man ļoti gribētos darba grupai tādu... Kota kungam man nav ne jautājumu par viņa ziņojumu, bet par to, kā mēs virzāmies tālāk. Man šķiet, gan jau paši sabiedriskie mediji un privātorganizācijas atrisinās jautājumu par to, kas ir ļoti būtisks un kas skar arī saturu, un arī reitingus, un visu pārējo, proti, vai ir labi, ka viens un tas pats cilvēks strādā vienā vietā un vēl kādā citā vietā. Viņš savu radošo potenciālu, teiksim tā, iegulda vienā televīzijā un vēl citā televīzijā. Par šo jautājumu ir jādiskutē, un viņiem pašiem jātiek galā. Tā ir viņu specifiskā lieta, un diez vai mēs šo jautājumu šeit atrisināsim ar kādiem direktīviem vai administratīviem līdzekļiem. Bet, kas nu gan būtu ļoti būtisks, ko mēs runājam arī pagājušajā sēdē. Manuprāt, ka jautājums par konkurenci šajā nozarē nav gluži attiecināms uz sabiedrisko mediju. Sabiedriskajam medijam ir funkcija, uzdevums vai mērķis, kas ir jāizdara. Privātais, kur blakus ir viens, otrs un trešais, kas savā starpā konkurē, tur šīs konkurences jēdziens ir saprotams, ja es nepiederu pie tiem, kas visu zina pie televīziju. Varbūt, ka es kļūdos. Bet man šķiet, ja ir runa par sabiedrisko mediju, tad ir cieta runa par to, kā mēs atrisinām sabiedriskā medija misiju un attiecīgo konkurences daļu tirgū, tas ir reklāmas piedevu. Gan saturiski, gan tīri par to, ka tā programmā ir jānoraida, gan arī par to, kāda peļņa ienāk, un vai šī reklāmas groza pārdalē sabiedriskajai televīzijai ir jāpiedalās. Tās ir pamata lietas. Ja pie šīm pamata lietām mums būtu kādas atbildes, kas būtu vairāk vai mazāk skaidras, tad mēs varētu virzīties tālāk. Citādi man šķiet, ka mēs visu laiku tikai to katliņu maisām, mums šai darbībai nav produktivitātes. Tad jau labāk atgriezīties pie mediju likumu un strādājam ar to, varbūt ātrāk tiks galā.

I.Circene

Paldies! Mēs jau bijām paredzējuši slēgt šo daļu, bet devām vēl iespēju izteikties. Es domāju, ka konkurences jēdziens, runājot arī par sabiedriskajiem medijiem kā raidorganizācijām, ir ļoti būtisks, jo mēs runājam par to daļu, kas ir saistīta ar konkurenci, reklāmas došanu un peļņu. Un tā ir daļa no sabiedrisko raidorganizāciju dzīves, un līdz ar to mums ir jāliek akcents uz to, ka tai ir jābūt efektīvai un konkurētspējīgai daļai. Domāju, ka *Ernst&Young* ziņojums varētu dot mums vēl konkrētus priekšlikumus. Lūgšim *Ernst&Young* pārstāvi Kroļa kungu ziņot.

E.Kots

Es varu lūgt vēl divas minūtes?

I.Circene

Kroļa kungs, es atvainojos,

E.Kots

Nāciet, nāciet.

I.Circene

Kota kungs vēlas mums vēl ko teikt.

E.Kots

Es gribēju vēl prezentēt to, ka, ejot notikumu gaitā uz priekšu, saprotot, ka jaunie mediji ļoti strauji ienāk, tad mēs tādā testa režīmā esam uzsākuši darbu, kas saucas „LTV Ziņu dienesta mājas lapu”. Pašreiz var redzēt, kāds ir mēneša laikā bijis skatījumu skaits un cik ir bijuši unikālie apmeklētāji. 1500 apmeklējuši katru dienu. Te var redzēt valstu statistiku, kas pašreiz šo mājas lapu apmeklē un skatās. Šis ir laika intervāls no plkst. 20-21., kur ir 400 apmeklētāju pamatā. Te ir ieviesta mūsu jaunā saziņas forma – *Twitter* formāts, kur notiek vērā ņemama komunikācija, *Panorāma* caur mājas lapu var skatīties tiešraidē. Izmantojot *Youtube*, varam redzēt, cik sižetu ir ievietoti, cik pašreiz ir bijuši video skatītāji. Un šeit.. kāpēc es uzsveru, cik interesanta ir auditorija, ko auditorija pamatā skatās. [*fonā – smieklī. Visvairāk skatītākais sižets ir „Aizver muti”, pamatā izklaidējoša rakstura sižeti*]. Te var redzēt auditorijas pamata vēlmes. Un tāpēc es vēlreiz jums nobeigumā gribu pateikt, ka ļoti nopietni ir jāizver - sabiedriskais medijs un konkurence. Te var redzēt, kā būtu jāstrādā, lai sasniegtu auditorijas. Skatītākais sižets, ko cilvēki *Youtube* ir meklējuši... Ko es gribētu piebilst par auditoriju. Arī auditorija 45 – 54 un 65+ arī lieto internetu un arī atrod šo portālu. Un te arī var redzēt valstis. Procentuālais sadalījums šim portālam.. pie tā cītīgi strādājam. Aicinu saprast to, ka ir vienalga, vai es turpinu vadīt šo uzņēmumu vai pēc kāda brīža kāds cits vadīts, bet tam vadītājam ir ļoti precīzi jāsaprot savs uzdevums. Ja jūs gribat, lai sabiedriskais medijs tirgū strādā kā konkurents uz reklāmu, tad, protams, sabiedriskais medijs veicinās šos sižetus. Bet, ja sabiedriskais medijs ir tas, kā es to uztveru – investīcija nākotnē, tad, lai jūs saprastu mani, pirms pieciem gadiem nacionālo bruņoto spēku parādi neviens nerādīja. Tiklīdz tas ir iedzīvotājus pieradinājis. Tiklīdz parādās šī bruņoto spēku parāde reitingos, tajā brīdī komerctelevizijas.. šogad šo spēku parādi rādīja abas televīzijas, jo tas jau ir pieprasīts produkts un tāpēc komercmediji ņem šo produktu. Tiklīdz šai bruņoto spēku parādei nokritīsies pieprasījums, tā komercmedijs to nerādīs.

I.Circene

Paldies, Kota kungs. Šī pēdējā prezentācija tiešām bija ļoti interesanta. Ja jūs varētu to mums pārsūtīt, mēs būtu no sirids pateicīgi. Es domāju, ka tā nav konfidenciāla informācija.

E.Kots

Jā, protams.

A.Rugāte

Es nevēlos saņemt, es nevēlos popularizēt šīs lietas.

I.Circene

Tā nav popularizēšana, tā ir informēšana.

A.Rugāte

Nē.

I.Circene

Paldies. Kota kungs, varam saņemt?

E.Kots

Jā, jā.

I.Circene

Paldies.

G.Krolis

Esmu Guntars Krolis, esmu partneris uzņēmumā *ErnstYoung*. Mums bija tas gods strādāt ar Latvijas Radio, Latvijas Televīziju un Nacionālo radio un televīzijas padomi šī gada vidū, un palīdzēt ar ekonomisko pamatojumu Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas iespējamajai apvienošanai.

Varbūt īsumā – tas, ko es gribētu izstāstīt – kopsavilkums par darbu, ko mēs esam veikuši šī gada vasarā un izstāstīt no šī darba galvenos uzdevumus, analīzi un, otrkārt, izstāstīt galvenos secinājumus, kādi bija, un tad arī pieskarties nākamajiem soļiem, kas bija paredzēti apvienošanas procesā.

Mūsu darba uzdevums un analīze

Cvbn,nnAnalīze faktiski tika sadalīta trīs daļās. Viena daļa - ir nākotnes darbības modelis - Sabiedrisko mediju kā viena uzņēmuma nākotnes izveides un darbības modeļa izstrāde. Otra – sabiedrisko mediju apvienošanas ekonomiskā pamatojuma analīze. Trešā - īstermiņa finansējuma analīze konkrēti par to, kas ir iespējams pie konkrēta līmeņa 2010.gada budžeta apjomiem. Sabiedrisko mediju darbības iespējas pie 40% valsts dotācijas samazinājuma 2010. gadā.

Uzdevumā bija nākotnes darbības modeļa diskutēšana un komentēšana, ekonomiskā pamatojuma izvērtēšana, tātad šī 2010. gada finansējuma atbilstības analīze, ko par šādu apjomu ir iespējams saņemt, pakalpojumu.

Analīzes pamatprincipi

Kā mēs šo darbu veicām?

Mēs analizējām esošo ieņēmumu un izmaksu bāzi katrā no iesaistītajiem uzņēmumiem atsevišķi. Šeit es gribētu piebilst, ka mēs ļoti lielu uzsvāru likām uz to, kāda veida izmaksas jau bija optimizētas šī gada vasarā un kādi vēl uzlabojumi ir iespējami katrā uzņēmumā atsevišķi kā ietaupījumi, jo nav jēgas apgalvot, ka no apvienošanas ir iespējams ko iegūt, ja šos efektivitātes ietaupījumus ir iespējams iegūt katrā atsevišķajā uzņēmumā.

Tālāk tika diskutēts Latvijas sabiedriskā medija nākotnes darbības modeļa izstrāde darba grupā kopā ar NRTP pārstāvjiem, LR vadību, LTV vadību

Balstoties uz darba grupas definēto nākotnes modeli, tika izvērtētas apvienošanās ieguvumus un izmaksas un finansējums nākamajam gadam - analīze par LR un LTV darbības scenārijiem pie 40% valsts finansējuma samazinājuma 2010. gadā.

Secinājumi: Nākotnes darbības modelis sabiedriskajam medijam Latvijā

Uzreiz ķeršos pie jautājuma par nākotnes darbības modeli modelis sabiedriskajam medijam Latvijā. Šeit es gribēju piebilst, ka līdz šim ir bijusi ļoti nesabalansēta situācija, ka nav precīzi sasaistīts kopā šis sabiedriskais pasūtījums un konkrētais finansējums, kas konkrētajām sadaļām ir. Tas ir ne tikai īstermiņa, teiksim konkrēta gada ietvaros, bet jo īpaši – ilgtermiņā. Gribētu uzsvērt, ka šeit abu mediju darbība tomēr ir jāplāno arī ilgtermiņā, jāizglīto darbinieki, jāveic investīcijas u.c. Līdz šim nav bijis ilgtermiņa skatījuma par to, kā šiem medijiem ir jāattīstās, kāds tad būtu šis sabiedriskais pasūtījums ilgtermiņā, kas rezultējas problēmās abos uzņēmumos – gan finansiālās, gan arī saturiskā neizpratnē, kāda tad būs nākotnes.

Darba gaitā tika diskutēti daudzi, dažādi aspekti, sabiedriskā medija pamatprincipi nākotnē. Tiem, kuriem būs bijusi iespēja iepazīties ar mūsu ziņojumu, jūs redzēsiet, ka tur tika pieminēti četri dažādi sabiedriskā medija jautājuma scenārija risinājumi nākotnē, kuri zināmā mērā pat ir diezgan ambiciozi, teiksim – teorētiski iespējami, bet varbūt sabiedrībai nepieņemamai. Viens no risinājumiem bija sabiedriskais medijs bez komercdarbības, kā tas daudzās valstīs notiek. Par šo risinājumu, protams, ļoti priecīgas būtu komerctelevizijas, jo tām būtu viens konkurents mazāk, bet no otras puses sabiedriskajam medijam darbību tas ļoti vienkāršotu. Un šī duālā situācija, ka no vienas puses uzņēmumam vadītājam ir jāspēj konkurēt tirgū un izpildīt sabiedrisko pasūtījumu, šī loma tomēr nav vienkārša, un tas nav arī viegla vadāma prakse tirgū, kā sasniegt gan komercmērķus, gan arī sabiedriskā pasūtījuma mērķus.

Pie šiem mērķiem es varbūt arī pateikšu, ka tomēr šī mērķu definīcija par to, ko tad valsts īsti pasūta un kādi ir to mēri, tā ir tā atbilde, pie kuras es aicinātu šo darba grupu nonākt, jo mūsu darba ietvaros mēs nepieskārāmies pie tā, ko tad sabiedrība, valsts īsti pasūta. Mēs esam ekonomisti, mēs pētām lietas, kas ir pasūtīts un kā ir izpildīts, bet tomēr nākotnē šim jautājumam būtu jābūt skaidram. Tātad viens no šiem punktiem bija sabiedriskais medijs bez komercdarbības. Otrs pavisam ambiciozs variants – varbūt radio un televīzijas likvidēšana pavisam, šī sabiedriskā pasūtījuma nodošana komercmedijiem, lai tie sagatavo un apraida noteiktu apjomu noteiktā teritorijā. Trešais variants bija – sabiedriskā medija kanālu uzturēšana, bet pilnīgi visa satura iepirkšana no producentiem. Diskusijās ar uzņēmumu vadību tika pieminēts, ka teorētiski varētu, bet tas ir ļoti sarežģīti, jo šie producenti nav tik konkurēt spējīgi, piedāvājums tirgū nav tik pilnīgs. Pašreizējā situācija, uz kuru tika būvēts nākotnes modelis ir, ka tas ir sabiedriskais medijs, kas pilda gan sabiedriskā pasūtījuma funkcijas, gan komercmediju funkcijas. Šajā gadījumā tiešām ir jānedefinē, kāds uzsvars, uz kuru pusi ir – minimālas izmaksas, maksimāla peļņa vai aptvertā auditorija. Par šo sabiedriskā medija modeli - mēs ieteiktu atbildēt uz jautājumu, kā sabiedriskajam medijam ir jābūt uzbūvētam, ņemot vērā, ka komercmediji ir konkurētspējīgi paši par sevi; tad varbūt šai komercdaļai, kas ir sabiedriskajiem medijiem, ir jābūt konkurētspējīgai un tad visu, kas ir sabiedriskā pasūtījuma izpilde, kas ir mainīgās izmaksas, tad likt virsū. Teiksim, tiek pasūtītas, kā šeit ir atainots – konkrēts kanālu skaits, konkrētā teritorijā, konkrēts saturs tiek pasūtīts un arī citas funkcijas tiek veiktas. No otras puses, šī sabalansētība starp komercdaļu un sabiedriskā medija daļu ir viens no konceptuāliem jautājumiem, ko es aicinātu atrisināt, kas nav bijis mūsu izpētes laukā.

Attiecībā uz nākotni mēs aicinātu tomēr ilgtermiņā nedefinēt šos mērķus, ar ko ir jānodarbojas apvienotajam medijam, kādā teritorijā, kādu saturu raidīt un, saprotot, ka daļa no šīm visām izmaksām, lai to sagatavotu, būs fiksētas, - apvienotā medija pastāvēšana, pamata bāzes uzturēšana. Daļa būs mainīgās izmaksas, kas būs oriģinālrmaidījumu gatavošana. Attiecīgi mēs arī pieminējām, ka šobrīd katrs no

uzņēmumiem nodarbojas ar papildu funkcijām, kas nebūtu tipisks radio vai televīzijai, piemēram, radio kora finansēšana vai citi jautājumi. Tie, es saprotu, ir daļēji atrisināti.

Nākotnes sabiedriskā medija darbības modelis tiek dalīts divās laika perspektīvās: ilgtermiņā un īstermiņā.

Mēs ierosinājām skatīties šī darbības modeļa ieviešanu divos posmos:

- īstermiņa periodā. Par īstermiņa periodu tiek uzskatīts 2010. – 2012. gads jeb laiks, kad būtiskākais aspekts ir sabiedriskā medija izdzīvošana ierobežota finansējuma apstākļos un tiek sperti pirmie soļi ilgtermiņa mērķu realizācijai.

- ilgtermiņa periodā, kas jau būtu pēc pārejas uz kādu jaunu apraides koncepciju, uz šo vienoto mediju, kurš būtu veidots uz vienas šīs vienas integrētās platformas bāzes, un kam būtu gana daudz priekšnosacījumu. Modeļa ilgtermiņa perspektīva paredz jauna, apvienota sabiedriskā medija veidošanu uz integrētas triju platformu (TV, radio, internets) bāzes, kura attīstība ies kopsolī ar tehnoloģiju attīstību.

Secinājumi: Mediju apvienošanas ekonomiskais pamatojums

Nedaudz par to, kāpēc vispār teorētiski tiek veiktas uzņēmumu apvienošanas. Arī man ir bijis tas gods piedalīties daudzās gan uzņēmumu apvienošanās, gan sašķelšanās, kur praktiski vienmēr galvenais arguments ir ekonomiskais ieguvums, finanšu ietaupījums.

Šie finanšu efekti var būt no dažādām pusēm. Tie var nākt no ienākumiem, ja abus uzņēmumus saliek kopā, no teorijas. Ja viens uzņēmums var pārdot savu produktu otra uzņēmuma klientiem u.tml. – saucamās ieņēmumu sinerģijas. Attiecībā uz šo jautājumu, kas tika diskutēts ar abu uzņēmumu vadību, īpaši liels potenciāls netika identificēts. Vairāk bija arī pretargumenti, ka kopējais pasūtījuma apjoms, ko klients varētu prasīt no apvienotā medija, viņš arī prasītu pat lielāku atlaidi. Kopsummā tas varētu būt. No izmaksu puses, protams, ir divas galvenās kategorijas, uz ko var ietaupīt – var ietaupīt uz pamatdarbību, uz programmu gatavošanu, apraidi u.tml. Var ietaupīt uz administratīvajām funkcijām. Komercvidē, kad uzņēmumi apvienojas, parasti ir liels uzsvars gan uz šiem ietaupījumiem pamata ražošanā, tātad uz šīm sinerģijām, optimizēt banka savu filiāļu tīklu vai rūpnīcas savas ražotnes, šajā gadījumā, šajā pamata darbībā mēs īpaši dziļi neiedziļinājāties, jo šie ieguvumi būt tikai tad, kad būs jaunais medijs uz jaunās platformas izveidots. Principā, kā šobrīd darbojas radio un televīzija, kuru mēs nevaram prognozēt, kāds tad īsti būs modelis, tai skaitā – cik kanālos tas veiks apraidi, no šīs pamata darbības daļa izmaksas ir tādas, kur, saliekot abus uzņēmumus kopā, pēc būtības tās nemainītos daudzās no lielākajām pozīcijām, teiksim, ja mēs skatītos, piemēram, apraides izmaksas LVRTC, tikai tāpēc, ka saliktu kopā iepirkumu radio un televīzijai, tarifi no tā nemainītos, tie varētu mainīties pēc citiem apsvērumiem. Tātad šī pamata darbības daļa ir tā, kurā mēs būtiski neiedziļinājāties, bet no kuras kādi ieguvumi nākotnē varētu būt, ja tiešām šis apvienotais modelis tiek ieviests.

Kā piemēru, ko esam diskutējuši – kā tad būtu, ja to konkrēto pasākumu, notikuma vietu brauktu nevis Latvijas Televīzijas komanda ar vienu mašīnu un otra mašīna ar Latvijas Radio korespondentiem, vai varbūt vispār tas varētu būt viens korespondents, kas šo ziņu varētu vadīt. Jā, tas ir iespējams, bet, cik mēs diskutējām, pasaules praksē tie ir vairāk izņēmumi. Tādām personībām, kas vada šādus raidījumus, divos vai trijos šajos mediju kanālos un lielākā daļa no pašreizējām komandām būtu tikai daži izņēmumi, kur personāli būtu gatavi ar šādu principu vadīt.

Otrs jautājums, mēs arī izdiskutējām ar kolēģiem, kas ir strādājuši Lielbritānijā ar BBC, un tur viņu uzskats bija tāds, ka no šī kopējā medija finansiāla ieguvuma

faktiski nav. Galvenais uzsvars ir uz pakalpojumu kvalitāti. Līdzīgi mēs viesojāmies arī Igaunijā un runājām par viņu radio un televīzijas apvienošanas piemēru. Tur gan mums ir mazliet pretēja informācija no dažādiem punktiem, bet vienalga apvienošanas ekonomiskais efekts netika kārts kā galvenais, jo ietaupījumu bija salīdzinoši minimāli tieši pamata darbības daļā.

Līdz ar to mēs lielāko uzmanību koncentrējām uz to, kas ir administratīvo izmaksu optimizēšana, kas ziņojumā ir detalizēti izklāstīts. Praktiskajā darbībā ieguvumi gan ir stipri mazāki.

Mēs esam diskutējuši arī par atsevišķiem uzlabojumiem, piemēram, autoparka optimizēšana, ja to var salikt kopā, kopīgu arhīvu organizēšana. Tās ir tāda veida aktivitātes, kuras ir iespējams veikt pat tad, ja uzņēmumus fiziski neapvieno – sausā ekonomiskā pamatotība ir administratīvo izmaksu līmenī pie pašreizējā darbības modeļa. Ja nākotnē tiek ieviests cits darbības modelis, tad mums vairāk nav ar ko salīdzināt, un ir jābūt citam atskaites punktam.

Par izmaksām, kuras rastos apvienošanas procesa rezultātā, ir, protams, diezgan daudz vienreizējo efektu, lai sakārtotu procedūras, vienādotu uzņēmumu darbību pie nosacījuma, ja nenotiek fiziska pārvākšanās no viena uzņēmuma pie otra, kas ir atsevišķs jautājums par to, vai Latvijas Radio varētu fiziski ar visiem darbiniekiem ielikt Zaķusalā, televīziju, visticamāk, radio mājā – nē (vienotas finanšu un vadības grāmatvedības sistēmas ieviešana, iespējama algu izlīdzināšanās efekts, papildu darbinieku apmācības izdevumi, citas izmaksas). Šeit mēs pieskaramies pie jautājuma, ka īstenībā ne vienam, ne otram uzņēmumam ne telpas, ne vieta, kur tie atrodas, nav atbilstoša moderna medija darbībai – ne radio, ne televīzijai, ne kādam apvienotajam medijam. Bet tas ir jautājums, kurš ilgtermiņā ir jārisina, bet īstermiņā tam nav nekādu konkrētu īstermiņa ieguvumu. Esam diskutējuši, kas notiktu, ja Latvijas Radio pārvāktos uz kādām nomātām telpām ārpus centra un iznomāt vai pārdot Vecrīgas ēku, iegūstot kādu ekonomisku ieguvumu, protams, to var, bet uzreiz slēdzas iekšā pārvākšanās izmaksas, kas ir simtos tūkstošu latu mērāms, nemaz nerunājot par tehnoloģiskajiem aspektiem, ka ir kādas pultis un tādas lietas, kur veco nevar pārvākt un tas uzreiz ir investīciju jautājums. Saprotot, ka šīs investīcijas nav iespējamas, kas ir viens no ierobežojošajiem faktoriem, kādēļ šāda veida darbības plānos netika iekļautas, bet tās ir un bija izdiskutētas.

Varbūt šeit es detalizēti nepārlasīšu, kas un kādā veidā ir atspoguļots, kas ir no mūsu ziņojuma. Jūs varēsiet arī pašā ziņojumā ieskatīties.

Valūta: LVL	leguvumi / leguvumi	Izmaksas	leguvumi
Izmaksu sinerģijas	leguvumi no nodāju vadītāju atbrīvošanas (finanšu grāmatvedība, vadības grāmatvedība, personāldaļa/ mācību centrs, sekretariāts/ arhīvs, juridiskā daļa, saimniecības daļa, IT atbalsta daļa, autotransporta nodaļa)		~LVL 80 tūkst.
Izmaksas	Iespējamā algu izlīdzināšanās. Ņemot vērā, ka LR vidējā bruto darba samaksa ieskaitot piemaksas (636 LVL) ir zemāka par LTV vidējo atalgojumu (661 LVL), pastāv liela iespēja, ka uzņēmumiem apvienojoties vidējā darba samaksas ar laiku piemērosies augstākajam līmenim.	LVL 30 - 100 tūkst. gadā	
Izmaksas	Vienotas finanšu un vadības grāmatvedības sistēmas nepieciešamība. Šobrīd LR finanšu grāmatvedībai izmanto programmatūru Apvārsnis, bet LTV izmanto Microsoft Scala Apvienojot uzņēmums būs nepieciešams pāriet uz vienotu sistēmu, kas visticamāk nozīmēs pāreju uz vienu no šobrīd izmantotajām sistēmām vai pilnīgi jaunas sistēmas ieviešanu. Jaunas sistēmas iegāde varētu maksāt diapazonā no 100-700 tūkstošiem latu. Microsoft Axapta izmaksas varētu būt ap 100 tūkstoši latu plus ieviešanas izmaksas (~20 tūkstoši latu, bet komplikētākas sistēmas iegāde (piemēram SAP) varētu maksāt līdz pat 700 tūkstošiem latu.	LVL 100 - 700 tūkst.	
Izmaksas	Vienotas iekšējās kontroles sistēmas nepieciešamība (procedūras, iekšējie normatīvie akti, utml.)	n/a	
Izmaksas	Vienotas dokumentu aprites sistēmas ieviešana	n/a	
Izmaksas	Administrācijas darbinieku papildus apmācības	n/a	
Izmaksas	Līgumu pārslēgšanas izdevumi	n/a	
Izmaksas	Administrācijas pārceļšanās izmaksas	n/a	
Izmaksas	Iespējamie līgumsodi, saistībā ar līgumu laušanu	n/a	
Izmaksas	Ar apvienošanu saistītie juridisko pakalpojumu izdevumi	~LVL 35 000	
Izmaksas	Ar apvienošanu saistītie revīzijas pakalpojumu izdevumi	~LVL 30 000	
Izmaksas	Citas neparedzētas izmaksas	līdz LVL 300 tūkst.	
Kopā:		LVL 0.2 līdz 1.5 milj. izdevumi	~LVL 80 tūkst.

Aplēšam, ka ikgadējie ieņēmumi varētu būt tīri no administratīvās puses – ap 80 000 latu gadā, savukārt izmaksu pusē ir vairākas pozīcijas, no kurām daudzas nav aplēstas pašreizējā stadijā, ja tas tiešām būtu jāveic. Atkarībā no tā, uz kādu šo nākotnes darbības modeli, abi uzņēmumi iet, es teiktu, ka šis saraksts būtu vēl daudz jāpapildina un jākorrigē gan no izmaksu, gan no ieguvumu puses.

Šo jautājumu jums arī jau izklāstīju.

- Ilgtermiņā tiek pieņemts, ka uzņēmumi būtiski mainīs to darbības modeļus un tehnoloģisko bāzi.

- Radio un Televīzijas darbībā ir būtiskas atšķirības un mediju nozarē daudz biežāk notiek apvienošanās tieši konkrētā medija ietvaros. Tas norāda, ka ieguvumus no dažādu mediju apvienošanas ir ļoti sarežģīti realizēt.

- Galvenie ieguvumi:

- Apgrozījuma sinerģijas;
- Nekustamā īpašuma apsaimniekošana un uzturēšana, ko varētu darīt daudz efektīvāk, tomēr šis ir ļoti relatīvs jautājums. Ja mēs teiktu, ka Latvijas Televīzijai ir jāpārvācas uz kādām citām telpām, tad jautājums – kurš nodarbosies un kāds būs risinājums attiecībā uz esošo televīzijas ēku;
- Tehnoloģiju sinerģijas;
- Intelektuālā kapitāla sinerģijas;
- Citi ieguvumi.

- Galvenās izmaksas:

- Jauna ēku kompleksa būvniecība;
- Informācijas sistēmu apvienošanas izdevumi;
- Papildu darbinieku apmācības izdevumi / resursi personāla saliedēšanā;
- Cita izmaksas.

Vērtējot ilgtermiņa apvienošanās ieguvumus jāņem vērā, ka neveicot uzņēmumu apvienošanu, kapitāldaļu turētājam jebkurā gadījumā būs jāatjauno novecojušos aktīvus katrā uzņēmumā atsevišķi (arī ēkas).

Papildu uzskaitījums par ieguvumiem un izdevumiem, kas nākotnes darbībā ir jau ļoti precīzi identificētas, bet nav izskaitļotas.

	Ieguvumi / Izdevumi	Izmaksas	Ieguvumi
Apgrozījuma sinerģijas	Apvienošanās rezultātā uzņēmumu reklāmas ienākumi varētu augt straujāk nekā katram atsevišķi, jo uzņēmums sniegtu integrētu reklāmas piedāvājumu gan radio, gan TV. Uzņēmums ieņemtu nozīmīgu tirgus daļu un tādējādi piesaistītu reklāmdevējus. Apvienojoties absolūtos skaitļos pieaugtu esošo klientu apgrozījums, kā rezultātā klienti varētu prasīt papildus apjoma atlaides		n/a
Nekustamā īpašuma apsaimniekošana un uzturēšana	Pārceļoties uz jauno ēku sagaidāms, ka apsaimniekošanas izdevumi būtiski samazināsies		n/a
Samazinātas reklāmas un mārketinga izdevumi	Apvienotajam medijam būs iespēja veikt ar viena medija palīdzību veicināt otra kanāla raidījumus. Sagaidāms, ka tā rezultātā samazinātos kopējais reklāmas un mārketinga izmaksu daudzums. Jāpieņem, ka ieliekoties līdz šim pašreklāma veikta ar barera dančiem, tāpēc iespējamais ieguvums jāvērtē nevis kā izmaksu samazinājums, bet gan kā plašākas pašreklāmas iespējas.		n/a
Tehnoloģiju sinerģijas	Veidojot kopīgu tehnisko bāzi, apvienotais uzņēmums varētu samazināt tehnikas apkalpojošā personāla skaitu un ietaupīt izmaksas. Apvienotajam uzņēmums būtu spēcīga mediju platforma, kas atvieglotu jaunu interneta vides mediju attīstību, kas varētu būt viens no būtiskākajiem ieguvumiem. Apvienotais uzņēmums potenciāli varētu ietaupīt līdzekļus, strādājot ar vienotām IT sistēmām (piemēram programmas plānošanas un citas).		n/a
Intelektuālā kapitāla sinerģijas	Apvienojot LR un LTV radošo personālu, darbinieki apmainītos idejām / materiāliem, tādējādi palielinot sabiedriskā medija intelektuālo kapacitāti, kreativitāti un veicinot sabiedriskā medija attīstību.		n/a
Iepirkumu centralizēta veikšana	Centralizēti iepirkumi. Potenciālais ieguvums no apjoma atlaidēm.		n/a
Autoratīdību maksājumi	Apvienojoties, uzņēmumiem būtu lielāka ietekme sarunās ar autoru tiesību pārstāvjiem un potenciāli varētu samazināties apvienotā uzņēmuma autoratīdību apmērs.		
Izmaksas	Jaunās ēkas būvniecības izmaksas (aptuveni 20 miljoni latu) un iekārtu iegāde (aptuveni 20-25 miljoni latu). Apskatot šo izmaksu pozīciju jāņem vērā, ka tās realizēšana samazinās tekošo kapitālieguldījumu apmēru, kas ņemot vērā šā brīža tehniskās bāzes stāvokli varētu būt ievērojami. Šajos aprēķinos nav ņemtas radio vajadzībām nepieciešamo telpu izbūve.	n/a	
Izmaksas	Apvienojoties, abu uzņēmumu personālam būs jāiegulda būtiski resursi personāla saliedēšanā.	n/a	
Izmaksas	Tehnisko darbinieku papildu apmācība darba ar jaunajos aparātūru	n/a	
Izmaksas	Pārceļšanās izmaksas uz jauno ēku	n/a	
Izmaksas	Izdevumi jaunās ēkas projektēšanai	n/a	
Izmaksas	Jauna zīmola izveidošanas izdevumi	n/a	
Kopā:		-	-

Secinājumi: Īstermiņa risinājumi finansējuma trūkumam – Latvijas Radio

Kā trešais mūsu darba uzdevums bija finanšu analīze par to, kā tad sabiedriskie mediji varētu atsevišķi darboties 2010.gadā pie noteikta finansējuma apjoma. Tātad jūlijā, kad šis darbs tika veikts, bija skaidrs, ka atkarībā no tā, kāda apjomā būs nepieciešams finansējums, ir jāizstrādā scenāriji, kuros attiecīgi būtu jāiekļaujas. Radio gadījumā mēs identificējām astoņus dažādus scenārijus, ko ir iespējams ietaupīt, mainīt, ja finansējuma apjoms ir mazāks. Ziņojumā var iepazīties ar scenārijiem ļoti detalizēti. Ar katra uzņēmuma vadību tika detalizēti runāts, kas tad ir prioritātes pie finansējuma samazinājuma, kas ir iespējamais pakalpojums, ko viņi var sniegt. Šī ir tāda ēdienkarte, kuru sagatavojām, lai saprastu, kas pie noteikta finansējuma līmeņa ir iespējams. Ideālā gadījumā, ejot detalizēti pēc šī principa, uzņēmumu vadība jums varētu izskaidrot, - ja ir nepieciešams ietaupīt vēl, teiksim, 300 000 latu, tad ir nākamā prioritāte, no kurienes šis ietaupījums nāk. Līdz ar to šis spektrs ir; mūsu ziņojumā ir parādīts, kādi ir finansējuma apjomi, un tie ir gan radio, gan televīzijas gadījumā. Maza piebilde – pētījums tika veikts gada pirmajā pusē, kad šie skaitļi droši vien uz šo brīdi jau ir mainījušies, ņemot vērā noteiktus notikumus, kas ir pēc tam notikuši. Arī televīzijas gadījumā ir paredzēta apraides teritorijas samazināšana, pat kanālu skaita samazināšana, galvenokārt oriģinālo raidījumu īpatsvara samazināšana.

Iegūtie scenāriju analīzes rezultāti LR rāda, ka uzņēmums nevarētu samazināt izdevumu apjomu tādā mērā, lai ar LVL 2.1 milj. subsīdiju varētu pastāvēt. Teorētiski LR varētu samazināt izmaksas līdz 780 tūkst. latu deficītam, ieviešot *Ernst&Young* identificētos izmaksu optimizācijas pasākumus un slēdzot LR radio kori, radio teātri, LR3 (sk. 2. scenāriju).

Lai nonāktu pie bezdeficīta budžeta, LR būtu papildus jāanalizē iespējamie ieguvumi no LR 2 un LR 4 nodošanas koncesijā, (ieguvums šobrīd nav kvantificējams), kā arī jāizvērtē ieguvumi no analītisko raidījumu apjoma samazinājuma LR1.

Valūta: LVL	#	FY09B	FY10F	%
Izmaksu optimizācijas pasākumi LR – EY ieteikumi	1	-	221 769	
Radio kora slēgšana	2	-	276 471	
Dzeguzīte slēgšana	3	-	3 500	
Radio teātra slēgšana	4	-	38 901	
Radošā personāla atalgojuma pāreja uz autoratlīdzību maksājumiem	5	15 826	63 303	
Apraides apjoma samazinājums LR 3	6	-	150 000	
Apraides apjoma samazinājums LR 4	7	-	80 000	
LVRTC maksājums pa tiešo - autoratlīdzību maksājumu samazinājums	8	-	65 038	5%
LVRTC maksājuma samazinājums 40%	9	-	520 302	
LR 3 slēgšana	10	113 743	626 090	
LR 4 nodošana koncesijā	11	-	n/a	
LR 2 nodošana koncesijā	12	-	n/a	
LR 1 analītisko raidījumu apjoma samazināšana un daļēja štata samazināšana	13	-	n/a	

Avots: EY analīze un vadības informācija

Valūta: LVL	1. scenārijs	2. scenārijs	3. scenārijs	4. scenārijs	5. scenārijs	6. scenārijs	7. scenārijs	8. scenārijs
Nepieciešamais vaists atbilst	n/a	2 925 157	3 341 490	3 660 353	3 705 156	3 870 119	3 935 156	3 990 460
Pasū īrējumam	n/a	1 434 864	1 441 064	1 441 064	1 441 064	1 441 064	1 441 064	1 441 064
Pārējie piedāvājumi vaista atbilst	2 148 725	2 148 725	2 148 725	2 148 725	2 148 725	2 148 725	2 148 725	2 148 725
Pārējos nepieciešamais vaists atbilst	n/a	(776 432)	(1 192 759)	(1 511 828)	(1 556 431)	(1 721 994)	(1 786 431)	(1 849 735)

Avots: EY vadības un izstrādātāju vadības informācija

Secinājumi: Īstermiņa risinājumi finansējuma trūkumam – Latvijas Televīzija

- ▶ Vērtējot pēc VB SIA „Latvijas Televīzija” 2010. gada budžeta, LTV deficīts pirms papildus izmaksu samazināšanas sastāda LVL 3,8 milj.
- ▶ Pēc aprēķiniem var secināt, ka pie plānotā finansējuma apjoma 2010. gadam LTV nevarēs turpināt saimniecisko darbību pat slēdzot LTV 7 kanālu.
- ▶ Pieņemot, ka LTV atsakās no LVRTC apraides pakalpojumiem LTV7 (pāreja uz digitālo apraidi) budžeta deficīts būs 3,6 miljonu.
- ▶ Pieņemot, ka LTV vienojas ar LVRTC par apraides maksājumu samazinājumu 40% apmērā budžeta deficīts būs LVL 2,8 milj.
- ▶ Ja LTV lemj par oriģinālrādījumu samazināšanu 50% apmērā, budžeta deficīts 2010. gadā varētu samazināties līdz LVL 2,2 milj.
- ▶ Scenārijs, kas paredz LTV 7 slēgšanu nes izmaksu samazinājumu LVL 3 milj., bet paredz ļoti daudz negatīvo seku, un joprojām atstāj deficītu LVL 700 tūkst. apmērā.
- ▶ Lai strādātu bez deficīta pie LVL 4,3 milj. subsīdijas ir jāsamazina gan ražošanas, gan pārraides izmaksas un jāveic tādas radikālas izmaiņas kā LTV 7 slēgšana kopā ar LVRTC maksājumu samazināšanu.

Nākošie soļi apvienošanās procesā

Tas ir ļoti *augsta līmeņa* plāns, kādi varētu būt nākamie soļi apvienošanā. Tas ir ļoti ilustratīvs grafiks, kurā noteikti būtu gana daudz korekciju. Galvenais darbs, kurš šobrīd būtu jāveic – gan juridiskās bāzes sakārtošana, gan tomēr arī nākotnes apvienotā medija modeļa precizēšana un sabiedriskā pasūtījuma definēšana ilgtermiņa periodam, lai varētu tālāk plānot apvienotā uzņēmuma darbību ilgtermiņā, veidot biznesa plānu un visu pārējo.

Aicinājums būtu varbūt atkal iezīmēt to pasūtījuma apjomu, kāds tas ilgtermiņā ir pieprasīts no valsts vai sabiedrības puses un detalizēti to arī iezīmēt uz, piemēram, pieciem vai vairāk gadiem līdzīgi, kā tas ir Igaunijā, kur viņiem tomēr ir iezīmēts, ko tad valsts, sabiedrība vēlēšies no sabiedriskā medija. Tad, kad jau šī vēlme ir precizēta, tad ir iespējams izstrādāt precīzāku biznesa plānu, kā apvienotajam medijam būtu jādarbojas.

Pilnīgi neatkarīgi jautājumi, kuri var tikt/netikt risināti, teiksim, ir šī kopējā apvienotā medija ēka, kad nu tas ir iespējams un dažādām formām, kā to var risināt, un arī citi jautājumi, kurus var tālāk jau detalizētā līmenī risināt.

Sabiedrisko mediju (LR un LTV) juridisko apvienošanu, kas ir pilnas apvienošanas pirmais posms, būtu iespējams realizēt 8 – 9 mēnešu laikā. Pilna apvienošanās procesa realizēšanai un jaunā darbības modeļa ieviešanai būtu nepieciešami trīs līdz četri gadi. Kopumā apvienošanās procesu var sadalīt četros posmos:

► 1. posms – Sagatavošanās (8 – 9 mēneši), kas ietver nepieciešamo normatīvo aktu pieņemšanu, mediju apvienošanās formas definēšanu, apvienošanās projektu izstrādi, finansējuma meklēšanu un plānošanu u.c. aktivitātes

► 2. posms – Juridiskā apvienošanās un atbalsta funkciju apvienošana (18 mēneši – pieņemot jauna tehnoloģiskā kompleksa veidošanu apvienotajam medijam)

► 3. posms – Pilna apvienošanās un kopīga darbība jaunajā biznesa modelī (18 mēneši)

► 4. posms – Apvienotā medija normāla darbība un apvienošanās procesa rezultātu izvērtēšana

Tas ir viss, ko es vēlējos jums pastāstīt kā kopsavilkumu no mūsu ziņojuma. Pārējos ieskatus jūs varat lasīt ziņojumā.

I.Circene

Paldies, Kroļa kungs! Mums bija iespēja iepazīties. Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija skatīja šo jautājumu saistībā ar jūsu firmas *Ernst&Young* ziņojumu un kopīgi ar Nacionālo radio un televīzijas padomi arī mēs divus no jūsu ieteikumiem esam sekmīgi, manuprāt, realizējuši. Tas, kas saistās ar radio kori, tas ir saglabāts un nodots Kultūras ministrijai, un līdz ar to šī funkcija nav vairs tieši saistīta ar radio un televīziju. Otrs – saistībā ar koncesiju radio, ir veikta arī likumdošanas izmaiņa un šobrīd notiek process saistībā ar šo koncesijas procesa sagatavošanu. Varbūt, ka mēs varētu lūgt Nacionālo radio un televīzijas padomi, vai nu Kleckina kungu vai Bucenieces kundzi, saistībā ar to, ka no jūsu ziņoja mēs redzam, ko redzējām arī tad, kad to saņēmām, kas bija jūlijs, augusts, ka pamatā tas ekonomiskais ietaupījums ir tikai viens, divi procenti. Vairāk nekā nesanāk – vienalga, no kuras puses mēs skatāmies. Kāds būtu redzējums no padomes puses par prioritātēm šādai apvienošanai, jo, kā mēs redzējām, ka nākamie soļi apvienošanās procesā četrus gadus garumā ir diezgan ilgtermiņa jautājums, vai mēs uz to ejam, kāpēc ejam un ko mēs no tā iegūstam. Man pašai liekas, ka tas, kas saistās ar satura uzlabošanu, kopēju ziņu dienestu vai kopīgu programmu veidošanu, vai citiem uzlabojumiem, ka tas varētu būt arī neatkarīgi no ekonomiskajiem efektivitātēm satura uzlabošanā vērā ņemams uzlabojums. Bet, protams, ka padome kā pilnīgi noteikti atbilstīgā institūcija, kas visvairāk ar šiem jautājumiem arī strādā, varbūt varētu sniegt viedokli no savas puses.

D.Buceniece

Es iesāksu un tad Kleckina kungs varbūt papildinās. Es sadalītu šo atbildi divās daļās. Ir lietas, kas ir risināmas padomes līmenī, un ir lietas, kur piedalās citi resori, piemēram, Finanšu ministrija, Ministru kabinets un Saeima, skatot budžetu. Tas, ko mēs šobrīd darām, kā jau iepriekšējā sēdē informēju, mēs identificējam vienpadsmit atbalsta funkcijas, kuras varētu optimizēt un izvērtēt lietderību, kas sāktu darboties vienotā režīmā šobrīd, līdz gada beigām. Mēs šo izpēti veicām. Īsumā uzskaitīšu: tā ir vienota atalgojuma sistēmas ieviešana, vienota budžetēšanas sistēma abos uzņēmumos, IT sistēmu savietojamība, lietvedība, grāmatvedība, reklāmas piedāvājums, mācību centri. Šo es varētu noziņot vēlāk, jo šis darbs ir procesā. Tas ir

tas, ko padome šobrīd jau dara. Runājot par nākamajiem soļiem, ir nepieciešama juridiskā bāze vienotajam medijam. Mēs iesniedzām grozījumus Elektronisko mediju likumprojektā uz otro lasījumu par šo vienoto mediju, bet tas ir Saeimas jautājums. Padomei rokas ir par īsu. Mēs uzskatām, jā, uz to ir jāiet, bet tas ir politisks lēmums. No šī juridiskā lēmuma mēs varam plānot tālākos soļus. Vajadzētu paredzēt tāmi pašam apvienošanās procesam, ja šis lēmums tiek pieņemts, ka ir mums vienotais medijs. Es gribētu palūgt Guntaram mazliet pastāstīt – pagājušajā sēdē bija jautājums, ko, manuprāt, Liepiņas kundze jautāja, kāds ir šīs apvienošanas tāmes atšifrējums, kas būtu tas otrais posms, ko jūs minējāt. Kā tas praktiski notiktu, lai visi saprot, kā tā apvienošana notiek.

G.Krolis

Jā, detalizēti varbūt šobrīd nepateikšu precīzās pozīcijas, jo šādā procesā tas noteikti mainījies.

D.Buceniece

Bija runa par 70 – 100 000 latu. Ko tas sevī ietver?

G.Krolis

Ilustratīvi tas ir juristu, auditoru darbs, uzņēmuma vadībai radušās izmaksas, lai šis process notiktu. Ilustratīvi – likums nosaka, teiksim, ja ir reorganizācijas procesā apvienošana, ir jābūt revidenta atzinumam, kas sagatavo atzinumu par abu uzņēmumu apvienošanu, kas tiek iesniegts uzņēmumu reģistrā. Tālāk ir dažāda veida iekšējās kārtības procedūru pārrakstīšana, pārkārtošana, ir juridiskie jautājumi, visi līgumi ir jāpārslēdz – tas ir jautājums, vai vienkārši ir jāinformē trešās puses, ar ko šie līgumi ir, vai jāpārslēdz. Tagad būs līgums nevis ar radio vai televīziju, bet ar apvienoto uzņēmumu. Līdzīgi ir grāmatvediskas nianšes, ja ir uzkrātās atvaļinājumu naudas darbiniekiem. Pie viena uzņēmuma likvidēšanā šīs atvaļinājumu naudas ir tehniski jāizmaksā vai arī kādā noteiktā veidā jāpārnes uz apvienoto uzņēmumu kā atsevišķa rezerve. Visi šie jautājumi ir jārisina. Ir papildu jautājumi, kā tad pamatlīdzekļi tiek pārreģistrēti, pārformēti. Piemēram, automašīnas tagad būs jāpārreģistrē no Latvijas Radio vai Latvijas Televīzijas īpašumu.. Darbu ir daudz. Esmu strādājis pie apvienošanas gadījumiem, un tas saraksts ir simtos pozīciju, kas ir jāizdara, un katra šī darbība aiz sevis nes kāda veida izmaksas – vai tās ir izmaksas kādām ārējām pusēm vai uzņēmuma vadības, darbinieku laiks, ko tad viņi nevelta pamata darbībai, bet šim procesam.

I.Circene

Paldies! Man tomēr ir vēlreiz jautājums, varbūt Kleckina kungam. Ja mēs redzam, ka pat pārslēgt līgumus prasa 100 000 latu, ja tas ieguvums viss rezultātā ir tikai viens, divi procenti, - kas ir tā motivācija, lai to procesu darītu? Jūs sakāt, ka tas ir Saeimas jautājums, es piekrītu, bet jūs zināt, ka deputāti pamatā, pieņemot jautājuma risinājumu, lielākoties balstās uz ekspertu risinājumiem, jo tā parasti nav, ka komisijā sanāk visi, kas ir eksperti par visiem jautājumiem, ko komisija skata. Tā nav. Un tad, kad mēs pieaicinām ekspertus, mēs vēlētos zināt un skaidri saprast lietas, kas ir tas, pirmkārt, otrkārt, treškārt, kāpēc mums tas process ir jādara vai likums ir jāmaina. Šajā gadījumā mums gribētos redzēt, kas ir tas ieguvums sabiedrībai, ja tagad ir vienots medijs. Un tā motivācija mums ir jāsaņem no ekspertiem, no tiem zinošajiem cilvēkiem, kuri tajā procesā ir iesaistīti katru dienu un kuri prot izvērtēt situāciju.

Ā.Kleckins

Tā tad apvienošana tiek veikta vairāk tā kā taupīšanai, bet priekš mums jau no paša sākuma tas nebija pašmērķis. Mērķis bija efektivizācijas palielināšana, veidojot mūsdienu prasībām atbilstošu sabiedrisko mediju. Tā pamatā ir vairākas lietas. Vispirms tas, ka vispār mainās tehnoloģiskā bāze visā pasaulē, kam mums ir jāiet līdzī. Vai vajag lāpīties tur, kur var uzreiz ieguldīt tādus līdzekļus, kas dotu lielajā ziņā lielu ietaupījumu. Protams, iespēja skaidri noteikt perspektīvu, jo līdz šim tā tas ir izveidojies – kas ir vai nav vainīgs, - bet ir izveidojies tā, ka sabiedrisko mediju attīstībā nav bijusi nekāda mērķtiecību, izvirzot šo mēs esam spiesti visu izvērtēt, visu pārstrukturizēt, visu izdomāt, kā būs nākotnē, kas mums nav un kā būtu jābūt. Tāpēc es domāju, ka pats šis process, kas var iet ātrāk un lēnāk, bet ir jānosaka punkti, kurus mēs darām; un tie ir darāmi neatkarīgi no tā, ja nu vispār nebūs zem dzīvošanas līmeņa budžets, tad mēs varam mierīgi iet uz priekšu un darīt. Tas tikai sakārtos darbu, bet paredzot to visu, ka daļu no tālākā un tad, ņemot vērā vēl vienu lietu, ja kaut ko dara krīzes apstākļos, no vienas puses tas ir grūti, bet no otras puses – stipri lētāk.

I.Circene

Paldies. Godīgi sakot, Kleckina kungs, es tomēr mazliet precizēšu. Jūs mums sakāt par vienpadsmit darbiem, kas tiek veikti, bet mēs nevaram saprast, kāpēc tie būtu jāveic. Jūs sakāt par mūsdienu prasībām atbilstošu mediju. Viens vai divi – abi var būt atbilstoši. Viens var būt atbilstošs. Jūs sakāt – mainām tehnoloģisko platformu. Mēs varam mainīt vienam uzņēmumam, mēs varam mainīt otram uzņēmumam. Ja efektivitātes ziņā naudas nav, tad viens vai otrs īstenībā nav tas pamatojums, kāpēc mēs to darām. Jūs sakāt – noteikt perspektīvu. Es tam visam piekritu, bet viss attiecas vienādi un nav starpības, vai ir viens vai divi uzņēmumi. Varbūt, ka Kota kungs vēl jautājumu un tad mēs jūs lūgsim atbildēt.

E.Kots

Es varu komentēt. Par tām vienpadsmit darbībām – es esmu iniciators. Un es esmu iniciators tikai tāpēc, lai meklētu iespējas, kā optimizēt līdzekļus un kā izdzīvot. Varbūt vārds „apvienot” ir nevietā. Es aicinātu sekojošo, - es ļoti ceru, ka valstī kādreiz krīze pāries un līdz ar to jau šodien ir svarīgi domāt par šī jaunā medija izveidi. Un sabiedriskajam medijam viennozīmīgi nākotnē ir vajadzīga investīcija šajā jaunajā tehnoloģiskajā platformā. Ir jēga investēt uz abiem medijiem vienlaicīgi un tad būtu viens medijs. Līdz šim brīdim, līdz investīciju lēmumam, esmu pilnīgi pārliecināts, ka ir jādabojas abiem medijiem caur abu mediju iespēju optimizēt līdzekļus. Gan televīzija to dara, gan radio. Varbūt mēs varam atrast kādas kopīgas darbības. Vienkārši tagad jau, protams, mēs varam veidot vienotu atalgojumu sistēmu. Jā, mēs to sākam darīt. Tas ir virziens uz šī jaunā medija virzienu. Kamēr nav lēmums par jaunu tehnoloģiju, jaunu ēku, es neredzu jēgu. Jauns medijs, tas uzreiz ir arī domāšanā jauns medijs. Tagad apvienot – apvienotā darbība neko nedos.

I.Circene

Bet personas ir tās pašas. Jūs veidojat vienoto atalgojumu, grāmatvedības, IT sistēmu, tas viss ir iespējams, un Nacionālās radio un televīzijas padome ir tā pati. Viena organizācija, caur kuru iet jūsu divas organizācijas. Tagad ies viena. Kas mainās, ja ir divas un kas mainās, ja ir viena. Ja pašreizējā situācijā jūs stādāt visu savu redzējumu par vienpadsmit pozīcijām, ko es vērtēju pozitīvi. Jūs nedomājat, ka es nāku ar kritiku vai ko, bet es gribu saprast lietas būtību. Mēs veicam optimizāciju divās mājās, mēs

samazinām naudu abās mājās. Ja tagad mēs abas mājas saliekam kopā, mēs esam samazinājuši to pašu, ko mēs divās samazinājām plus vēl nāk klāt apvienošanas izdevumi. Lai mainītu likumu, lai tālejošo perspektīvu un redzējumu gan par tehnoloģiju ieguldījumu u.c. ir jābūt skaidram, kas no tā, ka mēs divas mājas saliekam vienā, saglabājot tās pašas personas, gan padomi kā attiecīgo struktūru, tad ir jāmaina visa sistēma pēc būtības. Varbūt daļa funkciju, ko tagad veic padome, ir jānodod ministrijām, varbūt, ka tā ir Satiksmes ministrija, varbūt, ka tā ir Kultūras ministrija, varbūt, ka tā ir kāda cita ministrija. Tad varbūt tad, ja ir viens medijs, ka tam ir valde, kas visus jautājumus par tehnoloģijām, struktūrām u.c. lemj pati un tad šai padomei ir cita funkcija. Sprotiet, pirms mēs būtiski lemjam un ja tas efektivitātes ieguvums, kā mums tikko demonstrēja, nav liels, lai neteiktu, ka ļoti niecīgs, tad ir jābūt tai vīzijai, kas būtiski mainās sabiedrības labā, jo mēs runājam par sabiedrisko mediju nākotni. Kas ir tie lielie punkti, izņemot jautājumus par IT, grāmatvedību u.tml. Kas ir tā perspektīva – sabiedrība iegūst demokrātiskāku pakalpojumu vai ko citu. Arī pārējie varat jautāt vai piesaistīties, jo mums šis jautājums būs jālemj, un es gribu saprast un arī mani kolēģi grib saprast, vai tas ir vajadzīgs, vai tas nav vajadzīgs, jo mums jau nevajag darbības tikai darbības pēc, jo efektivizāciju varbūt var veikt esošajā struktūrā, kura tā ir. Kleckina kungs, lūdzu.

Ā.Kleckins

Jā. Tas viens otram nekādā veidā netraucē. Tieši otrādi, ja tas ir darāms kopā, tad iznāks vislabāk. Tas, ko mēs šobrīd darām, tas neprasa izdevumus, kaut loģiski, ja mums būtu tie kapitālieguldījumi, tad mēs, protams, veidotu apvienošanu pavisam citādāk. Tagad mēs veidojam, izejot no tām iespējām, kādas ir šodien. Kāpēc ir vajadzīga apvienošana vispār – lieta ir tāda, ka gribam to mēs vai negribam, nākotnē būs viena platforma, arī tehnoloģiski. Tas nozīmē, ka visiem, kas uz tās strādā, ir jāstrādā kopā. Tas nav vajadzīgs ne rīt, ne parīt, bet mēs varam būt pārliecināti, ka desmit gadu laikā visa pasaules aina mainīsies, un mums uz to ir jāiet. Ja mēs gribam izmantot ļoti daudz līdzekļus, mēs varam par to nedomāt. Tad iziesim no krīzes un sāksim par to domāt – tad tas maksās ļoti daudz. Ja mēs domāsim tagad, es nedomāju par ļoti lieliem ieguldījumiem, es vairāk domāju par iešanu tajā virzienā, kas ir neizbēgama. Tikai mums ir jāizvēlas veids, kā to labāk darīt.

I.Circene

Paldies, Kolāta kungam ir jautājums.

Dz.Kolāts

Esmu bijis pretinieks apvienošanai, kas nav nekas īpaši slēpts, bet te ir divas lietas, kas tomēr ir mainījušās. Pretinieks tāpēc, ka mazākais uzņēmums šajā sistēmā zaudē identitāti un galvenais – investīciju plūsma aiziet kaut kur citur. Bet cita lieta ir tā, ka mēs tomēr esam vienojušies par jauna medija veidošanu. Tas ir kaut kas cits, tas nav tas pats. Otrs – tas nav tas uzdevums, kā daži deklarē, ka līdz jaunajam gadam un tūlī, bet tas ir vidējā termiņa jautājums. Tad gan ekonomiskie ieguvumi nebūs, bet es domāju, ka vai nu konkurences vai sabiedrības piesaistes aspektā, kvalitātes aspektā ieguvumu varētu būt. Ekonomiskajā aspektā – tie nebūs. Tas, ko mēs tagad darām, ļoti pareizi, sīkie darbiņi, un tas ir labi - kaut atalgojumu sistēma. Esmu atkal citās domās – man neliekas, ka stundu mērīšana radošajā darbā būtu labākais. Varbūt, ka der. Manuprāt, ir jādala – mainīgā daļa un nemainīgā daļa, bet tie ir debašu jautājumi, kas neatkarīgi no pārējā ir jāizdebatē tagad.

Cita lieta – televīzijā ir ļoti laba lietvedības sistēma. Mums nav nekādas – mēs ar rociņām, bloknotiņos pierakstām. Tā ir atkal cita lieta. Tam visam trīs, četru mēnešu laikā ir jāiziet cauri. Es gribētu uzsvērt, ka, tālāk lemjot, par ko stratēģiski mēs esam vienojušies – tas ir jauns medijs, nevis apvienotais, kas ir vidēja termiņa uzdevums, pareizi? [*fonā vairāki cilvēki vienlaicīgi piekrīt– „jā”*]. Jā, un tad mēs varam risināt šīs lietas un skatīties. Protams, jautājums, kas vadīs šīs lietas un šo mašīnēriju, politiskās ietekmējamības un kas viss cits. Bet tas ir jūsu lemšanai, es gribēju to akcentēt.

I.Circene

Paldies! Mēs esam ļoti veiksmīgi savas divas stundas izlietojuši. Vēl dažas minūtes palikušas. Es varētu apkopot mūsu otrās daļas diskusiju, ka, pieņemot zināšanai informāciju, ko sniedza *Ernst&Young*, veicot šo auditu, ka pēc pašreiz izskanējušiem viedokļiem, sliecas uz to, ka tiek veidots jauns, mūsdienu prasībām atbilstošs, kvalitatīvs. Vispārējā nostāja ir, ka tāda, ka tas ir vidēja termiņa uzdevums, kas nav veicams ne mēneša, ne droši vien arī gada laikā. Šie vienpadsmit darbi, funkcijas, soļi, par ko mēs runājam, ir vērtējami kā pozitīvs sākums šim uzsāktajam darbam. Tad tā rezultātā mēs varētu iegūt kvalitatīvāku vienotu tehnoloģisko platformu un arī kvalitatīvāku saturu, ja būtu šis vienotais medijs. Ja citu viedokļu pašreiz mums nav bijis, tad mums jau nav gala lēmums šodien jāpieņem. Mēs varētu to tā arī apkopot. Dombura kungs vēlējas ko teikt.

J.Domburs

Es gribēju tikai teikt, ka, manuprāt, mēs esam ļoti daudz noklausījušies, mazliet pajautājuši un faktiski neesam sākuši diskutēt. Līdz ar to jūsu mēģinājums šobrīd rezumēt ir varbūt mazliet aizsteigšanās. Varbūt nemēģināt no šodienas sēdes izdarīt kādus kopsavilkumus. Manuprāt, te tikai ir jāsāk diskutēt. Šeit visi pārleca pāri *Ernst&Young* gan sākumā, gan beigās pieminētajam stāstam par to, ka nav ilgtermiņa sabiedriskā pasūtījuma stratēģijas, kas ir pamatu pamats. Ja tās nav, tad vispirms ir jārunā par to un tikai pēc tam par līdzekļiem, platformām, resursiem un visu pārējo. Mans aicinājums būtu, ka mūsu darba grupai par visu šo ir jāsāk diskutēt.

I.Circene

Es domāju, ka tas ir mūsu tālākais uzdevums, jo par stratēģiju un nacionālo pasūtījumu mums ir paredzēta vesela diskusija. Noteikti piekrītu, ka tas ir diskutējams, bet, ņemot vērā, ka Elektronisko mediju likumprojekts mums komisijā jau tiek skatīts un 25.novembris ir nākamā reize, kad atkal mēs to skatām. Bez vispārīgās diskusijas mums ir jābūt kādam redzējumam. Ja mēs redzam, ka mēs veidojam jaunu nacionālo pasūtījumu kvalitatīvāku, jaunu stratēģiju un visu. Likumprojektā mums ir pragmatiskas un piezētas lietas – vai mēs virzāties pamazām uz to vienu vai mēs strikti sakām, ka mēs paliekam pie diviem. Tā ir tā lieta, kas mums likumprojektā kaut kā ir jāsaprot un jāparedz.

J.Domburs

Tad darba grupā nākamajā reizē tas ir jāparedz un jādiskutē, lai mēs ejam līdzī komisijas darbam arī ar likumprojektu.

I.Circene

Tad nākamajā reizē mēs varētu arī šo jautājumu vērtēt. Ašeradena kungs un tad Druvietes kundzei piebilde.

A.Ašeradens

Jā, es gribēju papildināt to, ko Dombura kungs teica. Man no šīs diskusijas radās pietiekami daudz neatbildētu jautājumu skaits, uz kuriem mums ir jāatrod fundamentāla atbilde. Kaut jautājums, ko Krola kungs pašā sākumā minēja – uz kādu modeli mēs ejam. Mums ir jāpasaka – tas modelis būs tāds, jo citādi ir ārkārtīgi daudz pretrunu sabiedrībā.

Es gribētu aicināt neatlikt jaunā medija projekta izstrādi. Es gribētu aicināt tam meklēt resursus. Tā viena investīcija, kas tagad izrādās, ir apvienošanas izmaksas, kas pagājušajā reizē izskanēja – 70 000. Katrā ziņā gribu teikt, ka šāda sabiedriskā medija projekta izstrāde, nevaru pateikt, cik tā maksās, visticamāk, tā būs mērogā ap 100 000 eiro, bet katrā ziņā es aicinātu meklēt tam resursus un virzīt uz priekšu.

I.Circene

Paldies. Mēs pabeigsim vai tas pieder pie šī, Ina.

I.Druvieta

Pieder pie šī saistībā ar diskusiju nepieciešamību, ko jau Dombura kungs minēja.

[I.Druvieta informē un aicina uz Pilsoniskās Savienības rīkotu diskusiju „Sabiedriskie mediji – valdībai, pilsoņiem vai uzņēmējiem” 25.novembrī plkst. 15:00 Eiropas Komisijas pārstāvniecībā].

I.Circene

Paldies par uzaicinājumu. Vai tas ir par nākamo reizi?

P.Tabūns

Jā, par nākamo. Protams, ka mums ir jāizvērs diskusija. Dombura kungs to principā jau pateica, jo skaidrības par to būt vai nebūt šim jaunajam medijam vēl absolūti nav skaidrs, jo neviens vēl nav pateicis un pārliecinājis, kas tas būs jaunais medijs – televīzija un radio ir atšķirīgas lietas, un vēl internets. Kādā veidā funkcionēs šis jaunais medijs, kā tas darbosies, vienlaicīgi ēterā un ekrānā utt. Šīs visas lietas ir ārkārtīgi grūti.. daudz lietu, kur jādod skaidrojums, ja kādam tas ir.

E.Kots

Ir.

P.Tabūns

Bet pagaidām es to neesmu dzirdējis. Esmu dzirdējis tikai vienu – „jaunais medijs”. Es atvainojos, it kā kaut ko saprotu no radio, jo tur esmu strādājis kādus 30 gadus, un televīzija turpat ir bijusi, bet es nesaprotu.

I.Circene

Paldies, Tabūna kungs. Kolāta kungs un Kota kungs.

Dz.Kolāts

Organizatoriski – man ir kas līdzīgs jāgatavo uz nākamo sēdi?

I.Circene

Es vispirms gribu noformulēt – par ko. Kota kungs gribēja ko teikt?

E.Kots

Nē, es esmu gatavs arī nākamajā nedēļā ieskicēt, kā tehnoloģijas attīstās, ka ir 19 veidi, kā sasniedzas auditorija un ka jaunā medija... es atkal saprotu, ļoti atvainojos, tehnoloģiskā platforma iet kopā ar satura veidotāju. Tās ir neatraujamas lietas. Līdz ar to es no savas puses esmu gatavs ieskicēt, kā attīstās tehnoloģiskā platforma un pēc tam, kā satura veidotājiem ir iespējas nonākt pie auditorijas.

I.Circene

Paldies Kota kungs. Es lūgtu Dombura kungu noformulēt nākamās diskusijas tēmu, ņemot vērā, ka viņš bija pirmais, kas to iniciēja, lai būtu tieši tādā formātā, jo es domāju, ka tas ir būtisks jautājums. *[fonā kāds piemin satura jautājumu]* Saturs ir saturs, bet tas arī ir dažāds – vai mēs runājam par jauno mediju vai par nacionālo pasūtījumu, vai kas būtu tas...

J.Domburs

Nē, nē, es domāju, ka šobrīd mēs konkrētāk par jēdzienu „sabiedriskā medija stratēģija” tikt nevaram, bet, man liktos, ka būtu ļoti svarīgi, ja komisija tagad sāk iet pa dažiem desmitiem priekšlikumu cauri, tad mums darba grupā vajadzētu strādāt, mazliet apsteidzot komisiju. Pirmie panti, sākot no terminiem, teiksim, kas ir sabiedriskais pasūtījums, jāsaka, ka mēs darba grupā, ekspertu grupā piecu sešu cilvēku sastāvā, tās tēzes, kas pagājušajā nedēļā izskanēja, mēs tās šobrīd slīpējam redakciju līmenī. Mēģināsim dot sabiedriskā pasūtījuma precizētāku redakciju, un vēl mums būtu, ko pielikt klāt, lai mēs pēc tam neskrietu pakaļ tam vilcienam, ko dara komisija, bet, ka tās diskusijas ietvaros paralēli iet līdz likuma definīcijām. Ja likums runā par sabiedriskajiem medijiem, padomi, sākot no piecdesmitajiem pantiem, tad jums faktiski ir jānoliek kā abu pasākumu vadītājam šo pasākumu grafiks.

I.Circene

Paldies, Dombura kungs, es atļaušos jūs pārtraukt. 25.novembrī mēs sākam ar 21. priekšlikumu. Grafiks jau ir strikti noteikts, un mēs jau būsim pie 50. priekšlikuma. Un tas ir tas, kāpēc es...

J.Domburs

Panta. 50.priekšlikums ir stipri tālu. Līdz ar to mans priekšlikums ir, ka mēs runājam par stratēģiju, un ir brīvi par to jādiskutē. Stratēģija un tā vieta likumā.

I.Circene

Sabiedriskā medija stratēģija. Kuri būtu tie, kas paši pieteiktos kā ziņotāji par šo jautājumu?

G.Lidaka

Padomei ir stratēģija, padomei būtu...

E.Kots

Nē, es varu.

D.Buceniece

Latvijas Radio jūs negribat arī dzirdēt?

I.Circene

Mēs gribam dzirdēt. Bet tā kā nākamais ir sabiedrisko mediju stratēģiju, tad, protams, mēs gribam dzirdēt arī Kolāta kungu.

Dz.Kolāts

Stratēģijas kontekstā.

I.Circene

Jā, jo mēs citādāk mēs nepagūstam. Ja nākamais ir stratēģija, tad nākamais stratēģija. Jūs redzējāt, ka bija viens pats Kota kungs, un mēs pārsniedzām laiku par 10 – 15 minūtēm.

E.Kots

Es atvainojos.

I.Circene

Nē. Dieva dēļ. Tas jautājums ir interesants un būtisks.

J.Domburs

Varbūt nevajag daudz jaunu ziņojumu. Šos ir jāturpina apspriest.

A.Cālīte-Duļevska

Es gribētu piecu minūšu replikas ziņojumu nākamajā reizē – faktiski jautājuma uzstādījumu.

A.Ašeradens

Manuprāt, būtu pareizi, ja tādā pašā veidā arī Kolāta kungs noziņotu par radio. Otrs – tad mēs turpinātu debates, kura ietvars būtu sabiedriskā medija stratēģija. Vienīgi, es atvainojos, man būtu priekšlikums aiznākamajai vai tuvākajai sēdei mums būtu jālūdz Satiksmes ministrija un *Lattelecom* par to, kas notiks – par pieeju kā infrastruktūras ziņā tiks atbalstīta sabiedriskā televīzija.

I.Circene

Tas būs 7.decembrī. 30.novemris – ziņo Kolāta kungs ar akcentu uz stratēģiju, Kota kungs...

E.Kots

Mediju konverģence, tehnoloģijas.

I.Circene

Jā.

A.Cālīte-Duļevska

Es domāju, vai tomēr nebūtu vērts pāriet nedaudz uz to saturisko pusi, jo pašlaik mēs esam tomēr iestrēguši ciparos.

I.Circene

Nē, tāpēc arī teicām Kolāta kungam, ka ar uzsvaru uz stratēģiju – parādīt gan to, kas ir cipariski, gan ar uzsvaru uz tālāko stratēģiju.

A.Ašeradens

Mums tajā ir jāatrod labs līdzsvars.

I.Circene

Un tad jums [*A.Cālīte-Duļevska*] piecu minūšu papildu ziņojums, un tad mēs pārejam uz diskusiju.

J.Domburs

Un tad ekspertu grupa, es saprotu te pēc publiska pieprasījuma, mēģina iedot savus vismaz nākamo soli mūsu priekšlikumos, kas ir jau saistīti ar likumu.

I.Circene

Jā.

A.Ašeradens

Es gribētu pateikt vienu ārkārtīgi svarīgu lietu, ko Cālītes kundze teica, ka tas mums ir jālīdzsvaro ar saturisko jautājumu. Mēs dzirdējām no Kota kunga labu saimniecisko vērtējumu, kā lietas notiekas, bet mums ir jāizlīdzsvaro ar pamata uzdevumiem, kas tad sabiedriskajam medijam ir jā dara.

I.Circene

Jā. Es domāju, ka tas arī ir mūsu nākamās darba grupas sēdes jautājums – stratēģija un saturs, tieši tā, kas iet saistībā arī ar pārējo, cipariem, par ko mēs runājām šodien. Liels jums paldies.

Sēde slēgta: plkst. 12:08