



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO  
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā,

2014. gada 16. janvārī

**Lēmums Nr. 13**

**Par sabiedriskā pasūtījuma daļas, ko 2014. gadā realizē komerciālais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis SIA „VIDZEMES TELEVĪZIJA”, apstiprināšanu**

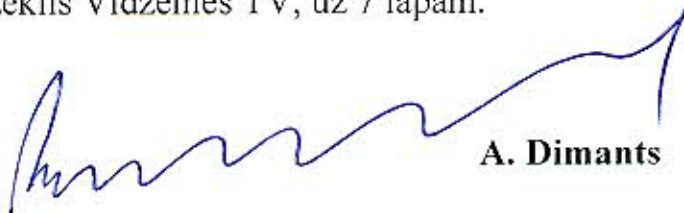
Pamatojoties uz Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 62. panta pirmo daļu un 71. panta pirmo un otro daļu, Padome

**nolemj:**

1. Lēmuma pielikuma esošajā redakcijā apstiprināt SIA „VIDZEMES TELEVĪZIJA”, turpmāk – Vidzemes TV, sabiedriskā pasūtījuma daļu, ko tā realizē 2014. gadā televīzijas programmā „Re:TV”.
2. Uzdot Vidzemes TV nodrošināt Padomes apstiprinātās sabiedriskā pasūtījuma daļas 2014. gadam izpildi.

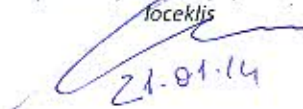
Pielikumā: Sabiedriskā pasūtījuma daļa, ko 2014. gadā īsteno komerciālais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis Vidzemes TV, uz 7 lapām.

**Padomes priekšsēdētājs**

  
**A. Dimants**

  
**Aija Dulevska**  
Nacionālās elektronisko  
plašsaziņas līdzekļu padomes  
priekšsēdētāja vietniece  
21.01.14.

**Ivars Zviedris**  
Nacionālās elektronisko  
plašsaziņas līdzekļu padomes  
loceklis

  
21.01.14

G.Keistere  
T. 67221848

**Gita Keistere**  
Nacionālās elektronisko  
plašsaziņas līdzekļu padomes  
juriskonsulte  
  
16.01.14.

**Re:TV**

LATVIJAS REĢIONU TELEVĪZIJA

**SIA "VIDZEMES TELEVĪZIJA"**

Purva iela 12A, Valmiera, LV-4201, vienotais reģ.Nr.44103061809

---

**KANĀLA „RE:TV”**

**SABIEDRISKAIS PASŪTĪJUMS 2014. GADAM**

NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO  
PLĀSSAZINĀS LĪDZEKĻU PADOME  
Saņemts 15.01.2014.  
Nr. 01-09-1/50/2



## SABIEDRISKĀ PASŪTĪJUMA RAIDĪJUMU SATURISKĀ KONCEPCIJA

### Nedēļas nogales raidījumu cikls "Latvijas stāsti"

**Koncepcija:** Ņemot vērā pašreizējos nacionālo mediju uzstādījumus reģionālās informācijas atspoguļošanā, reģioni sāk zaudēt savu seju un unikalitāti, jo tiek pielīdzināti centrālajām ziņām ar visu to problemātiku un negatīvismu. Re:TV kanāla veiksmes un auditorijas piesaistes pamatā ir pozitīva (reāla, nevis inscenēta) un attīstību veicinoša satura piedāvāšana skatītājiem, ko vēlamies saglabāt arī sabiedriskā pasūtījuma ietvaros. Raidījums „Latvijas stāsti” ļautu atspoguļot patiesās ikdienas norises Latvijas reģionos. Pēdējos gados ziņas, politika, problēmas ir nogurdinājušas cilvēkus, tieši tāpēc reģionu stāsti – kur ietilpst arī novadu aktualitātes, notikumi, cilvēki utt. kļūtu par atšķirīgu un galvenais – patiesu produktu nacionālās apraides kanāla ēterā. Piedāvājot sabiedriskā pasūtījuma ietvaros veidotus „Latvijas stāstu” raidījumus, vienlaikus piedāvājam raidījumu ciklu, kas nekonkurēs ar citiem sabiedriskā pasūtījuma raidījumiem, piemēram, ikdienas ziņu raidījumiem un/vai analītiskajiem raidījumiem, no kuriem skatītāji jau uzņem informāciju ikdienā. „Latvijas stāsti” ir nedēļas nogales produkts, kura pamatā ir vienojošais elements – reģionu iedvesma, cilvēki un to rīcības, pieredzes apmaiņa starp reģionu pilsētām un novadiem, atslodze no ikdienas problēmām, kā arī, protams, vienots dizainiskais noformējums.

**Hronometrāža:** Piektdienās 30 min.

Sestdienās un svētdienās 45 min.

**Raidījuma formāts:** Raidījumu cikls „Latvijas stāsti” sastāv no 2 daļām:

- 1) **Piektdienās:** Raidījums, kas sastāv no 5gb  $\approx$  5 minūšu gariem reģionu sižetiem un raidījuma vadītāja stand-up līdiem pirms katra sižeta. Pozitīvi orientēts raidījums, kas ataino patieso dzīvi Latvijas reģionos, nepazaudējot reģioniem raksturīgo ‘seju’, kur sastopami daudz iedvesmojošu stāstu, rīcību, notikumu, entuziasma pilnu cilvēku. Tai pašā laikā, netiek norobežotas arī problēmas, kas skar reģionus – par tām tiek runāts ar mērķi rast risinājumu, turpmāku attīstību un parādīt, kā reģionu cilvēki saviem spēkiem tās risina, tādējādi veicinot reģionālās identitātes stiprināšanu un attīstību. Galvenais uzstādījums – nemeklēt problēmas, kur to nav, bet runāt par iespējām, ko rod reģionu cilvēki ar savu entuziasmu. Katrā nedēļas raidījumā tiek pārklāti visas Latvijas reģioni, kuru sižetos atspoguļojas reģiona iedvesmas stāsti, kas nav sasaistīti ar konkrētu nedēļas dienas aktualitāti, bet sniedz reģionam pozitīvas attīstības iespējas un tālākās rīcības, no kurām var smelties pieredzi arī citu reģionu cilvēki, pārņemt pieredzi un īstenot to savās pilsētās un novados. Sižetos tiks iekļauts konteksts, kas palīdz citu reģionu iedzīvotājiem saprast, kāpēc konkrētais cilvēks un viņa stāsts vai padarītais ir īpašs, nozīmīgs. "Latvijas stāsti" tiks veidoti atbilstoši profesionālās ētikas principiem, nodrošinot viedokļu daudzveidību, neitralitāti un precizitāti. Sižeti tiks veidoti, tajos izmantojot gan intervijas, gan parādot cilvēku darbībā. Raidījuma vadītājs studijas ieraksta līdu tekstos savieno šos sižetus plūstošā secībā, uzsverot katra reģiona nedēļas veiksmes stāstu, tajā pašā laikā arī radot intrigu par nākamo stāstu, lai vairotu un noturētu skatītāju intrigu. Raidījuma vienotā Latvijas stāstu forma tiek panākta caur raidījuma vadītāja studijas ierakstiem, fona noformējumā izmantojot raidījuma pamata vizualizāciju (filmēšana uz studijas zaļā fona, to nomainot pret raidījuma galviņu dizaina fonu).



- 2) Sestdienās un svētdienās: pozitīvi, interesanti, unikāli un radoši cilvēki no visiem Latvijas reģioniem – izcelt labās lietas un atbrīvot skatītāju prātus no ikdienas ziņām un notikumu apskata, sniedzot vērtīgāku skatījumu labākai dzīvei, kas iedvesmotu arī citus Latvijas iedzīvotājus, tādējādi veicinot cieņu pret dažādām kultūras (sociālā, ikdienas, etniskā, profesionālā kultūra u.c.) izpausmēm, turklāt tādējādi sekmējot nacionālās pašapziņas attīstīšanu Latvijā. Portretu stāstu formāts, kuram aktivitāti un darbību piešķir reālā vide, kurā darbojas raidījuma varonis/varoņi. Katrā raidījumā tiek izvēlēts viens (vai grupa) raidījuma galvenais varonis, kas ar savu darbību un rīcībām ir sniedzis pozitīvu ieguldījumu vietējā novada attīstībā - veicinājis nacionālo patriotismu, vietējās biznesa vides attīstību, aktīvi pārstāv sociālās/kultūras/izglītības vai citu jomu jautājumus. Tajā pašā laikā šo stāstu pievienotā vērtība var būt reģionu vēstures hroniku saglabāšana un apkopošana, stāstot caur cilvēka prizmu, ja šī raidījuma varonis ir 'stāvējis klāt' un virzījis ilgtermiņa sfēru/jautājumu attīstību. Raidījumā tiek atainota raidījuma varoņa/u ikdienas darbības vide un sabiedrisko aktivitāšu šķautnes. Stāsti tiek veidoti kā personības apraksti, kuru galvenais uzdevums parādīt cilvēka raksturu, padarot to pazīstamu un tuvu skatītājiem. Dokumentālo personības stāsta pamatā ir galvenie notikumi raidījumam izvēlētajās personības dzīvē, tie tiek raksturoti ar raidījuma varoņa citātiem un citu cilvēku iespaidiem. Stāstījuma gaitā skatītāji iepazīst cilvēka spēju tik pāri grūtībām, viņa raksturu, skatījumu uz dzīvi un vērtībām. Izmantojot dramaturģijas paņēmienus - stāstījuma montāža, noskaņojuma, filmēšanas vietas maiņa u.tml., stāsts tiks veidots, lai noturēt skatītāju uzmanību un interesi.

Lai skatītājiem "Latvijas stāsti" piektdienās un sestdienās/svētdienās būtu viegli atšķirami, par cik tie atšķirsies arī formāta ziņā, gan programmā, gan pašreklāmās raidījumu nosaukumus tiks papildināts: piektdienās „Latvijas stāsti. Iedvesmai!” un sestdienās/svētdienās - „Latvijas stāsti. Personības”.

#### **Raidījumu vadītāji:**

Raidījumu vadītājs ir nepieciešams tikai piektdienu 30 minūšu raidījumiem. Par raidījumu vadītāju tiks virzīts kāds no reģionālo vai vietējo televīziju kadra žurnālistiem, ko Re:TV noteiks, vienojoties ar konkrēto reģionālo televīziju par tehniskajām un cilvēkresursu iespējām nodrošināt nemainīgus un kvalitatīvus studijas tekstu ierakstus.

#### **Raidījumu kvalitātes un atbilstības izvērtēšana sabiedriskajam pasūtījumam:**

Sabiedriskā pasūtījuma izpildes laikā Re:TV nosaka vienu atbildīgo satura redaktoru, kas uzrauga visu raidījumu atbilstību šajā pieteikumā izstrādātajai koncepcijai un sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem un principiem. Satura redaktors arī ikdienā plānos un koordinēs raidījumu saturu un to sagatavošanu atbilstoši šīm vadlīnijām. Ņemot vērā, ka raidījumu saturiskā koncepcija jau ir izstrādāta, balstoties uz sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem, tad būtiskākais kvalitātes atbildības rādītājs ir izstrādātā koncepta precīza un laicīga izpilde. Tāpat Re:TV plāno izveidot konsultatīvo padomi Re:TV programmas saturiskās bāzes analīzei (kritēriju noteikšana programmas kvalitātes pilnveidošanai un programmas konceptuālām izmaiņām), tostarp vērtējot arī sabiedriskā pasūtījuma raidījumus.

#### **Atgriezeniskā saite:**

Pirmkārt, sabiedriskā pasūtījuma īstenošanā kā raidījumu un sižetu varoņi būs iesaistīti cilvēki no visiem Latvijas reģioniem. Līdzdarbība ir viena no spilgtākajām saitēm, kas nodrošina arī tālāku atgriezeniskās saites darbību. Jau līdzšinējā Re:TV darbība liecina, ka skatītāju auditorija iesaistās un Re:TV sociālajos tīklos nonāk informācija/atsauksmes/ diskusijas par piedāvātajiem raidījumiem. Tieši tas bija viens no pamatmērķiem veidot Re:TV profilus



sociālajos tīklos, lai jau kopš darbības pirmsākumiem varētu novērot skatītāju attieksmi pret programmu un tajā piedāvāto saturu. Abpusēja komunikācijas mijiedarbība – kanāls:skatītāji iespējama arī situācijās, kad publiskajā telpā vai personīgi Re:TV tiek adresēti skatītāju ieteikumi satura tematikām. Ņemot vērā Re:TV operativitāti jebkurā reģionā, ir iespējams ātri reaģēt gan uz skatītāju ierosinājumiem, gan sabiedriskā pasūtījuma saturā iekļaut sabiedrībai konkrētajā brīdī aktuālos tematus – piemēram, ja kāds cilvēks kādā no reģioniem saņem atzinību/nomināciju par ieguldījumu reģiona vai Latvijas sociālās/kultūras/izglītības/kultūrvēsturiskā vai citu jomu attīstīšanā un saglabāšanā, attiecīgi Re:TV sagatavo Latvijas stāstu raidījumu par šo cilvēku u.tml. Tāpat līdzšinējā pieredze un Re:TV iesaiste nodrošina raidījumu izplatību un publicitāti interneta vidē, kas nereti raisa diskusijas vai līdzcilvēku atzinību, pieredzes apmaiņu un uzmanības vēršanu uz konkrēto raidījumu.

## AUDITORIJAS SASNIEGŠANAS KONCEPCIJA

Raidījumu mērķauditorijas:

- 1) Raidījumu dalībnieki
- 2) Skatītāji

### Raidījuma dalībnieku sasniegšana

- ✓ Re:TV lielākā vērtība ir reģionālo televīziju iesaiste satura veidošanā. Attiecīgi – katra no šīm televīzijām pārzina vislabāk savu reģionu, novadu, pilsētu. Tādējādi viens no raidījuma dalībnieku sasniegšanas kanāliem ir reģionālo televīziju redaktori, kuri ikdienā seko līdzi aktualitātēm, bez tam – pārzina arī aizkulišu informāciju un spēj prognozēt gaidāmos notikumus, kas vēl nav parādījušies plašākā mediju telpā. Tādējādi Re:TV sabiedriskā pasūtījuma raidījumi var kļūt par pirmavotu un iniciatoru tālākām publikācijām par reģionu cilvēkiem, viņu sasniegumiem un veiksmes stāstiem.
- ✓ Paralēli Re:TV noteiktais satura redaktors plānos un koordinēs sabiedriskā pasūtījuma raidījumus, sekojot līdzi reģionu aktualitātēm un uzrunājot potenciālos raidījumu dalībniekus.
- ✓ Sociālie tīkli, caur kuriem būtu sasniedzama/atrodama jaunāka gadu gājuma auditorija dalībai raidījumos – piemēram, jaunā ģimene, kas atgriezusies Latvijā pēc darba ārvalstīs un uzsāk šeit veidot savu uzņēmējdarbību.
- ✓ Sociālie tīkli, caur kuriem izsludināti aicinājumi ieteikt personāžus raidījumiem - viegli aptverama visa Latvija teritorija. Tā kā Re:TV un reģionālās televīzijas mijiedarbojas savā starpā sociālajos tīklos – iespējas nodot šo informāciju arī pastarpināti caur citiem kontiem. Attiecīgi arī nodrošināta atgriezeniskā saite un tiek izraisīta pastiprināta interese par raidījumiem, ja tajos tiek atspoguļots skatītāju ieteikts saturs.

### Skatītāju sasniegšana un platformas

- ✓ Re:TV sagatavos informāciju preses relīzes formā par sabiedriskā pasūtījuma raidījumiem un iespēju skatīties tos Re:TV kanālā un arhīvā mājas lapā, ko izsūtīsim nacionālajiem un specializētajiem medijiem.
- ✓ Re:TV sagatavos pašreklāmas klipus ar vispārīgu informāciju par raidījumu ciklu, kā arī pirms raidījumiem ar pašreklāmām tie tiks reklamēti konkrētās nedēļas programmas ietvaros.



- ✓ Re:TV mājas lapā tiks izveidota atsevišķa raidījumu sadaļa „Latvijas stāsti”, kur šie raidījumi būs pieejami arhīvā vienuviet.
- ✓ Ņemot vērā, ka sabiedriskā pasūtījuma raidījumu sagatavošanā tiks iesaistītas Re:TV programmā apvienotās reģionālās un vietējās televīzijas, atsevišķi kādas reģionālās televīzijas sagatavotie raidījumi būs pieejami arī to mājas lapās un pēc pārraides Re:TV reģionālās TV atsevišķos sižetus piektdienu raidījumiem vai sestdienu/svētdienu raidījumus varēs pārraidīt arī savās programmās ārpus Re:TV platformas – kabeltīklos, internetā.
- ✓ Re:TV ir stabila sadarbība ar pilseta24.lv portālu tīklu visā Latvijā, kuros ir izveidota atsevišķa Re:TV raidījumu sadaļa. Šajās sadaļās tiek izvietoti attiecīgās reģiona reģionālās televīzijas sagatavotie raidījumi un papildus - Re:TV oriģinālprodukti – piemēram, sabiedriskā pasūtījuma raidījumi.
- ✓ Informācija tiks izvietota arī mājas lapā un sociālo tīklu kontos facebook un twitter. Katru nedēļu plānoti ieraksti par konkrēto raidījumu saturu.

#### **Mārketinga integrētā komunikācija plānotās auditorijas sasniegšanai**

Integrētās komunikāciju aktivitātes raidījumu popularizēšanai un auditorijas sasniegšanai iedalāmas divās galvenajās grupās:

- 1) Promo aktivitātes pirms raidījumu cikla palaišanas ēterā
- 2) Regulārās aktivitātes raidījuma dzīves laikā auditorijas piesaistei un atgriezeniskās saites veidošanai

#### **1. Promo aktivitātes pirms raidījuma palaišanas ēterā**

- ✓ Preses relīzes sagatavošana un izsūtīšana specializētajiem medijiem.
- ✓ Pašreklāmas sagatavošana un pārraide Re:TV ēterā.
- ✓ Pašreklāmas publicēšana facebook un twitter kontos.
- ✓ *Cross promotion* Re:TV raidījumos

#### **2. Regulārās aktivitātes raidījuma dzīves laikā auditorijas piesaistei un atgriezeniskās saites veidošanai**

Lai gan aktivitātes dažādu vecuma grupu auditorijas piesaistei daļēji pārklājas, nosacīti tās var iedalīt divās grupās: 1) esošā Re:TV auditorija – regulāri skatās Re:TV; 2) potenciālā auditorija – salīdzinoši jaunāki skatītāji, kas aktīvi izmanto internetu un sociālos tīklus.

- ✓ pašreklāmas Re:TV
- ✓ pašreklāmas radio: radio Tev, radio Skonto
- ✓ tēmu pieteikumi twitter un facebook kontos
- ✓ skatītājiem iespēja ieteikt tēmas, raidījumu dalībniekus kanāla sociālajos kontos.

#### **Mērķauditorijas raksturojums un apjoms**

Līdz šim (2014.g. 1. janvārim) Re:TV auditorija atradās ~ 40% Rīgā un ~ 60% Latvijas reģionos, auditorijai starp reģioniem sadaloties ļoti vienmērīgi. Vērtējot tiešo atgriezenisko saiti no skatītājiem, ir izdarīti secinājumi, ka Re:TV iekarojusi savu nišu kā pozitīvi orientēts TV kanāls, kas, vēstot par aktuālāko Latvijas reģionos, izceļ un iedvesmo ar veiksmes stāstiem un reģionu cilvēku iedvesmu attīstīt savu pilsētu, novadu, reģionu. Arī auditorijas dati norāda uz to, ka ir nepieciešams saglabāt ikdienas ziņu apjomu no reģioniem, jo šeit tiek sasniegti stabili auditorijas dati, kas liecina par iedzīvotāju interesi saņemt informāciju no sava reģiona medija.

Savukārt augstākus auditorijas datus uzrāda tematiskie raidījumi, kas ir interesanti un attiecināmi uz visu Latviju un kas ir arī loģiski skaidrojams ar skatītāju interesi un

redzesloku ārpus sava novada. Sabiedriskā pasūtījuma raidījumu cikls „Latvijas stāsti” ir attiecināms tieši uz šo tematisko raidījumu satura daļu un izvietots programmā prime time laikos tematisko raidījumu slejā. Ņemot vērā 2013. gada šīs slejas auditorijas apjomu un ņemot vērā izmaiņas kanāla apraidē - no 2014. gada 1. janvāra bezmaksas virszemes apraidi, plānotā auditorija vienam raidījumam „Latvijas stāsti” vidēji 30 000 -50 000 skatītāju.

Re:TV būtiski atšķiras no pārējiem Latvijā pieejamiem TV kanāliem, tādēļ nav iespējas nodefinēt ļoti izteiktu mērķauditorijas profilu. Re:TV skatītāji ir gan nomaļu un ekonomiski mazaktīvu pagastu iedzīvotāji, gan turīgi uzņēmēji un Latvijas inteliģence. Auditorijas vidējais vecums 25+. Izmantojot interneta tiešraides iespējas, kur Re:TV redzams visā pasaulē, esam ieguvuši ~ 16 tūkstošiem unikālu skatītāju ārpus Latvijas teritorijas. Re:TV ir viens no medijiem (attiecībā uz reģionālo informāciju - nereti arī vienīgais), caur kuru ārvalstīs dzīvojošie latvieši saņem operatīvu informāciju par notiekošo Latvijas reģionos.

## FINANSĒJUMA IZLIETOŠANAS PLĀNS

Sabiedriskā pasūtījuma raidījumu 2014. gada plāns

Mēn./dat.	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Maijs	Jūnijs	Jūlijs	Augusts	Septembris	Oktobris	Novembris	Decembris
1		"45	"45		Svētku d. "45			"30			"45	
2		"45	"45		"30			"45			"45	
3					"45			"45		"30		
4				"30	"45	"30				"45		
5				"45	Svētku d.	"45		"30	"45	"45		"30
6				"45		"30	"45	"45				"45
7	"30	"30			"45			"45			"30	"45
8	"45	"45			"45		"30				"45	
9	"45	"45			"30		"45				"45	
10	"30				"45		"45			"30		
11	"45			"30	"45	"30				"45		
12	"45			"45		"45		"30	"45			"30
13				"45		"30	"45		"45			"45
14	"30	"30			"45			"45			"30	"45
15	"45	"45			"45		"30				"45	
16	"45	"45			"30		"45			"30	"45	
17	"30				"45		"45			"45		
18	"45			"30	"45	"30				"45	Svētku d.	"30
19	"45			"45		"45		"30				"45
20				"45		"30	"45	"45				"45
21	"30	"30		Svētku d.	"45	"45		"45			"30	
22	"45	"45			"45		"30				"45	
23	"45	"45			"30		"45				"45	
24	"30				"45		"45			"30		Svētku d.
25	"45			"30	"45	"30				"45		
26	"45			"45		"45		"30	"45	"45		
27				"45		"30	"45	"45				"45
28		"30	"30		"45	"45		"30			"30	"45
29		"45	"45		"45		"45				"45	
30					"30		"45				"45	
31	"30			"45			"45		"30		Svētku d.	
Hron.mēn.	360	480	570	480	555	525	480	600	480	510	570	450

