



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā,

2014. gada 4. decembrī

Lēmums Nr. 235

Par sabiedriskā pasūtījuma daļas, ko 2015. gadā realizē komerciālais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis SIA „Ogres 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 „Ogres Televīzija”, turpmāk – Ogres TV, sabiedriskā pasūtījuma daļu, ko tā realizē 2015. gadā televīzijas programmā „OTV”.
2. Uzdot Ogres TV nodrošināt Padomes apstiprinātās sabiedriskā pasūtījuma daļas 2015. gadam izpildi.

Pielikumā: Sabiedriskā pasūtījuma daļa, ko 2015. gadā īsteno komerciālais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis Ogres TV, uz 10 lapām.

Padomes priekšsēdētājs



A. Dimants

G.Keistere
T. 67221848



OTV sabiedriskais pasūtījums 2015.

OTV Identitāte.

OTV ir bērnu- jauniešu un kultūras kanāls.



Ievads.

Nepilnu gadu strādājot kā virszemes apraides kanālam, OTV ir iespēja izvērtēt kanāla turpmāko attīstību, ņemot vērā veiksmīgākos raidījumus un sadarbības projektus.

Šobrīd OTV ir spējis samērā sekmīgi attīstīt jauniešu - bērnu satura nodrošināšanu TV programmā, veidojot oriģinālrādījumus saturiski orientējoties tieši uz gados jaunu auditoriju. Tādā veidā OTV ir spējis pildīt sabiedriskā pasūtījuma uzdevumu, veidot raidījumus jauniešu- bērnu auditorijai(sk. zemāk demogrāfisko auditorijas sadalījumu).

Taču šis ir sarežģīts segments auditorijas piesaistei, jo lineārā TV skatīšanās arvien vairāk izzūd no jauniešu ikdienas. Pētījumi arvien vairāk apliecina tendenci, ka jauniešu auditorija arvien vairāk informācijas gūst izmantojot citus informatīvos veidus(proti, internetu, sociālos tīklus, u.c.)

Pēdējo gadu laikā kopējā televīzijas kanālu auditorija pakāpeniski samazinās, un šāda tendence ir novērojama daudzās attīstītās pasaules valstīs. Arī Latvijā kopējā TV kanālu auditorija pēdējā gada laikā ir samazinājusies. Kā redzams Grafikā, vislielākais auditorijas samazinājums novērojams 15–34 gadu vecuma grupā.

Grafiks.

65+ gadi-3%

35–54 gadi-1%

15–24 gadi-6%

04–14 gadi-4%

Grafiks. TV kanālu kopējās sasniedzamības

(AvgRch) dinamika H1 2012/H1 2013 pēc vecuma grupām.

Galvenais TV auditorijas samazinājuma iemesls jaunākajos vecuma segmentos ir tas, ka aizvien lielāku lomu informācijas iegūšanā ieņem internets un sociālo mediju platformas.

Avots: TNS

Tāpēc, lai OTV spētu sekmīgi darboties TV mediju tirgū, kā otru prioritāro virzienu OTV uzskata kultūras (arī kristīgā) satura attīstību un veidošanu. Šim izvirzītajam uzdevumam ir paredzami vairāki pozitīvi efekti:

1. Plašākas auditorijas piesaistīšana(ieskaitot arī gados vecāku auditoriju),
2. Daļēji brīvas nišas aizpildīšana TV piedāvājumā (īpaši domājot par Latvijas 100 gades tuvošanos),
3. Miksējot jauniešu un kultūras saturu iespējams veidot auditoriju sinerģiju, proti, jauniešus ieinteresēt par padziļinātu kultūras un vērtīborientētu saturu,
4. Kristīgā satura samazināšanās citos TV kanālos ļautu OTV sasniegt šī segmenta auditoriju.
5. Iespējas veidot sadarbība sprojekts ar kultūras organizācijām, māksliniekiem un citiem kultūras satura veidotājiem.

(plašāk par OTV jau šobrīd topošajiem raidījumiem ar kultūras un kristīgo saturu lasīt sadaļā Kultūras un vērtīborientētais audiovizuālais saturs).

OTV sabiedriskais pasūtījums.

Audiovizuālais saturs bērniem un jauniešiem.

Jau šobrīd OTV piedāvā gan savus oriģinālr Raidījumus, gan sadarbības raidījumus akcentētu bērnu un jauniešu auditorijām.

TNS datos demogrāfiskie pētījumi liecina, ka procentuāli gandrīz ceturtdaļa visas OTV auditorijas ir vecumā līdz 30 gadiem .

	Units >>	Rch%	Rch(000)
Timebands	Targets	OTV	OTV
Whole day	Ind. 4+	25,6	511,0
	Age 4-14	19,6	41,8
	Age 15-30	21,3	94,8
	Age 31+	28,0	374,3
	Male	27,4	251,5
	Female	24,1	259,5

Tas liecina, ka šo auditorijas daļu OTV ir spējis piesaistīt, taču , lai to noturētu ir nepieciešami gan saturiski, gan tehniski uzlabojumi jau esošajiem raidījumiem, bet nepieciešami arī attīstīt jaunus projektus.

OTV veido vairākus raidījumus speciāli jauniešu auditorijai:

“Šodien OTV” – raidījums top sabiedriskā pasūtījuma ietvaros.



“ŠODIEN OTV” informatīvs raidījums, 30 min - katru darba dienu.

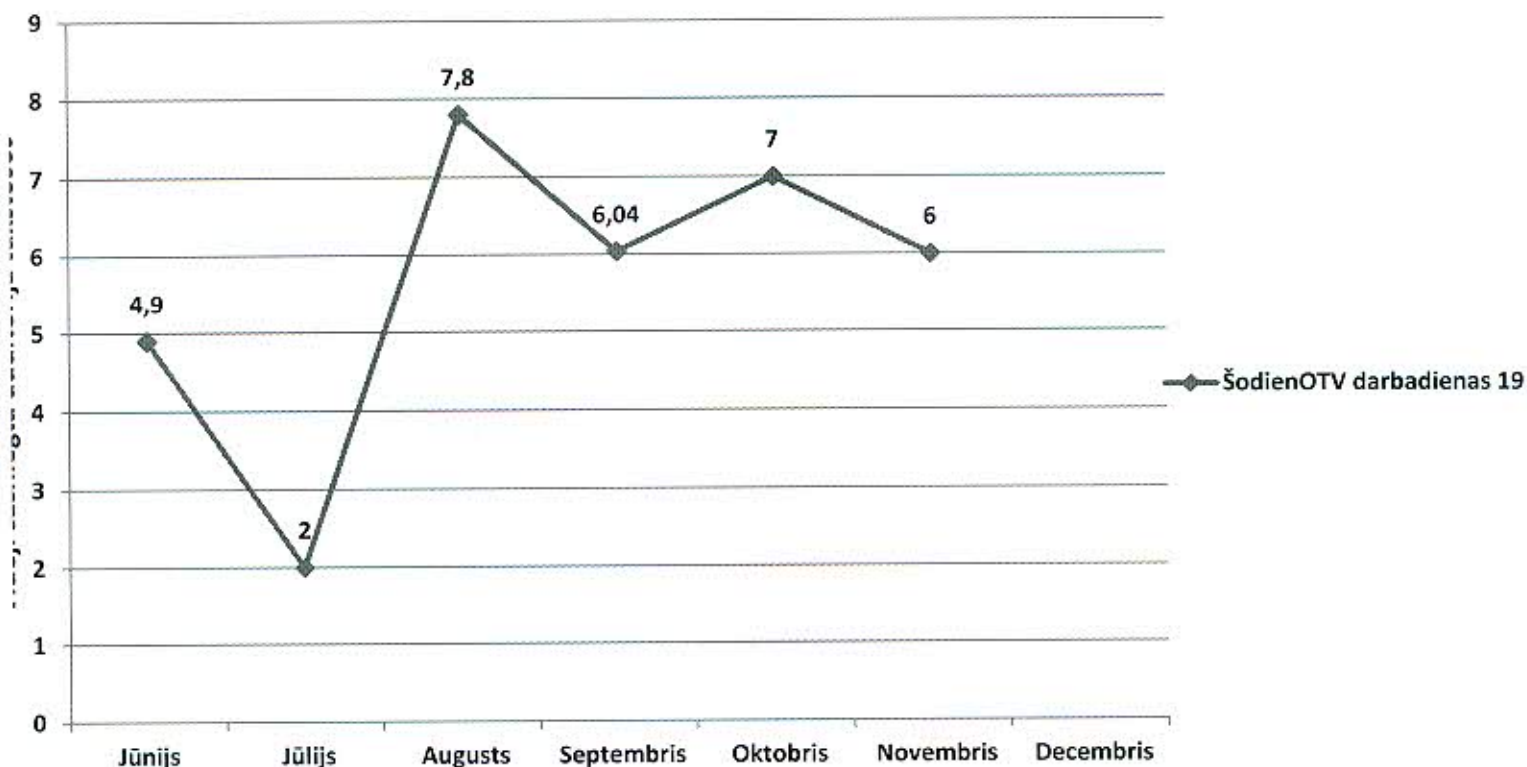
Raidījuma pamata mērķauditorija ir bērni un jaunieši līdz 35 gadu vecumam.

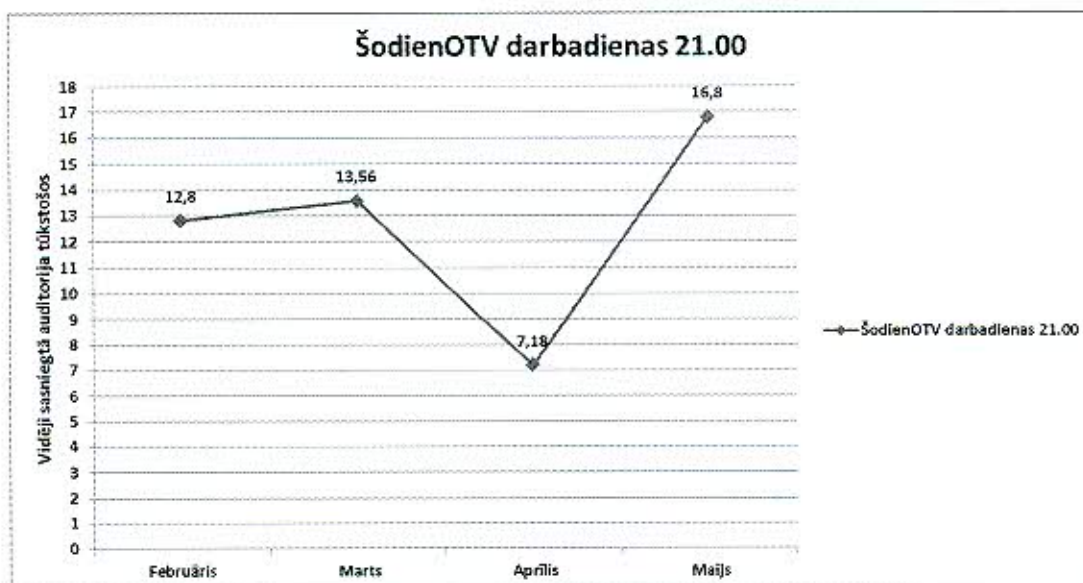
Katram raidījumam tiek izvēlēta rubrika, kuru studijā ar ekspertu apspriež raidījuma vadītājs un padziļināti to apskata OTV žurnālista sagatavotajos sižetos.

Katru darba dienu tiek atspoguļota kāda izvēlēta raidījuma tematika- veselīgs uzturs, sports un fiziskās aktivitātes, intelekts un tā iespējas, dažādas ar izklaidi saistītas tēmas, māksla u.c. un piektdienās visas nedēļas apskats, kad studijā raidījuma vadītāji- jaunie žurnālisti apspriež nedēļas kopsavilkumu.

Reitingu dinamika.

ŠodienOTV darbadienas 19.30





2015. gadā Otv sabiedriskā pasūtījuma ietvaros turpinās raidījuma Šodien OTV sagatavošanu līdzšinējā apjomā.

Tā, kā reitingu dinamikā redzams, ka raidījumam ir atšķirīgas auditorijas atkarībā no raidlaika, plānots to raidīt skatītājiem pieņemamākajā laikā, kad iespējams sasniegt visaugstākos reitingus.

Vienlaikus plānots palielināt raidījuma tematisko daudzveidību, uzstādot mērķi panākt raidījuma interaktivitāti, kas īpaši būtiska papildu jauniešu auditorijas piesaistīšanai.

Sabiedriskā pasūtījuma izmaksu tāme 2015.gads (EUR valūtā, ietverot PVN)

Raidījuma kategorija: „Šodien OTV”. (izmaksas par 1h raidījuma izgatavošanu)

N.p.k.	Izmaksu pozīcijas	Tiešās netiešās pozīcijas	Izmaksas EUR
1.	Darba izmaksas un sociālās apdrošināšanas iemaksas	tiešās	199.43
2.	Ārpalpojums:	tiešās	
2.1.	Video producēšanas izdevumi	tiešās	550.00
2.2.	Speciālistu, ekspertu pakalpojums	tiešās	40.00
2.3.	Informācijas iegāde	tiešās	55.00
2.4.	Grāmatvedības pakalpojumi	tiešās	30.00
2.5.	Juridiskās konsultācijas	tiešās	15.00
3.	Mārketinga aktivitātes:	tiešās	
3.1.	Sabiedrisko attiecību pakalpojums, konsultācija	tiešās	31.00
3.2.	Raidījuma pašreklāmas izveide	tiešās	98.01
3.3.	Reklāmas materiālu izveide un izvietošana	tiešās	45.00
3.4.	Mājas lapas administrēšana	tiešās	25.00
4.	Sakaru pakalpojumi	tiešās	20.00
5.	Raidījuma transformēšana web, mobilajām aplikācijām	tiešās	20.00
6.	Materiālu izdevumi	tiešās	79.57
7.	Transporta izdevumi	tiešās	109.00
8.	Pamatlīdzekļu nolietojums	tiešās	55.96

9.	Neparedzēti izdevumi	tiešās	50.00
10.	Daļa telpas nomas maksas (proporcija)	netiešās	34.05
11.	Daļa komunālie izdevumi (proporcija)	netiešās	7.86
12.	Daļa LVRTC apraides izdevumi (proporcija)	netiešās	54.57
Kopā izmaksas „Šodien OTV”, ziņas 1h (EUR)			1519.45

“Nāc TV”- raidījums top sabiedriskā pasūtījuma ietvaros.

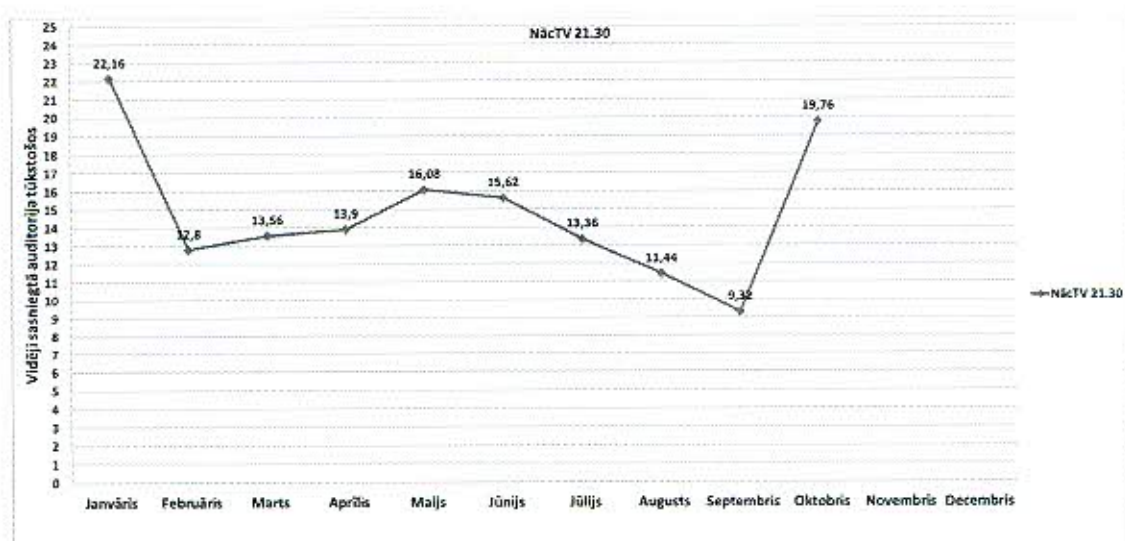


Saruna par tev svarīgo katru darba dienu. Raidījums veidots intervijas formā. Raidījuma garums- 30 min.

Raidījuma biežums četras reizes nedēļā. Raidījums paredzēts dziļākas izpratnes radīšanai par svarīgām, aktuālām tēmām, kurām bieži laika trūkuma dēļ nevar pievērsties citi TV kanāli.

“Nāc TV” uzzināsi par interesantiem cilvēkiem un viņu neparasto nodarbošanos, par aizraujošiem dzīvesstāstiem un jautriem atgadījumiem. Raidījums iedvesmai, izglītībai, informācijai un izklaidei!

Reitingu dinamika.



2015. gadā ir plānots raidījumam „Nāc TV” piesaistīt jaunus raidījuma vadītājus, tā paplašinot raidījuma tematiku un daudzveidību.

Sabiedriskā pasūtījuma izmaksu tāme 2015.gads

(EUR valūtā, ietverot PVN)

Raidījuma kategorija: „Nāc TV”.(izmaksas par 1h raidījuma izgatavošanu).

N.p.k.	Izmaksu pozīcijas	Tiešās netiešās pozīcijas	Izmaksas EUR
1.	Darba izmaksas un sociālās apdrošināšanas iemaksas	tiešās	161.23
2.	Speciālistu, ekspertu konsultācijas raidījuma veidošanā	tiešās	10.00
3.	Mārketinga aktivitātes:	tiešās	
3.1.	Sabiedrisko attiecību pakalpojums, konsultācija	tiešās	50.00
3.2.	Raidījuma pašreklāmas izveide	tiešās	50.00
3.3.	Reklāmas materiālu izveide un izvietošana	tiešās	100.00
3.4.	Mājas lapas administrēšana	tiešās	40.00
4.	Sakaru pakalpojumi	tiešās	10.00
5.	Raidījuma transformēšana web, mobilajām aplikācijām	tiešās	30.00
6.	Materiālu izdevumi	tiešās	18.63
7.	Transporta izdevumi	tiešās	84.00
8.	Ārpakalpojums:	tiešās	
8.1.	Video producēšanas izdevumi	tiešās	200.30
8.2.	Speciālistu, ekspertu pakalpojums	tiešās	50.00
8.3.	Informācijas iegāde	tiešās	65.00
8.4.	Grāmatvedības pakalpojumi	tiešās	35.00
8.5.	Juridiskās konsultācijas	tiešās	20.00
9.	Pamatlīdzekļu nolietojums	tiešās	55.96
10.	Daļa telpas nomas maksas (proporcija)	netiešās	34.05
11.	Daļa komunālie izdevumi (proporcija)	netiešās	7.86
12.	Daļa LVRTC apraides izdevumi (proporcija)	netiešās	54.57

Kopā izmaksas „Nāc TV”, ziņas 1h (EUR)

1076.60

“Grāmatu pavēlnieks”, kas ne tikai uzrunā gados jaunus skatītājus, bet turklāt to dara izvērtējot jaunākās grāmatas un atraktīvā veidā sarunā iesaistot arī grāmatu autorus.



OTV uzskata to par vienu no veiksmīgākajiem pašu veidotajiem oriģinālr raidījumiem, tāpēc uzskatām, ka tas ir jāturpina un jāattīsta, arī iekļaujot to sabiedriskā pasūtījuma raidījumu klāstā.

Tas ir vienīgais izglītojošais projekts LV, kas kaut kādā mērā, neskaitot Bērnu žūriju, kas veicinātu lasītprasmi. Mūsu raidījums ir tendēts uz lasītprasmes intereses radīšanu, parādot literatūru kā citādi uztveramu mākslas veidu. Raidījumos ir tikai aptuveni 10.- tā daļa, kurā runājam par ārzemju grāmatām, tādejādi tiek aktualizēta latviešu literatūras - nacionālās identitātes un patriotisma stiprināšana, kas šobrīd izglītības un audzināšanas pamatnostādnēs ir kā viens no vadošiem punktiem.

Latvija OECD Starptautiskajā skolēnu novērtēšanas programmā 2012 –pirmie rezultāti un secinājumi:

Lasīšanas kompetence nozīmē ne tikai spēju uztvert virspusējo teksta nozīmi, bet arī spēju saprast un novērtēt autora prasmi, kā arī spēju izteikt savu viedokli par tekstu.

- Lasītājam jāsaprot teksta struktūra un žanrs, jāspēj:
sekot autora spriedumiem,
 - salīdzināt un pretstatīt tekstā ietverto informāciju,
 - izdarīt secinājumus,
 - analizēt tekstā esošos pierādījumus saskaņā ar savu personisko viedokli,
 - saskatīt un izprast ironiju, metaforas un humoru,
- saskatīt valodas lietojuma nianšes,
- atpazīt teksta uzbūves veidus, kas kalpo lasītāju pārliecināšanai un ietekmēšanai,
 - saistīt izlasīto ar savu pieredzi un zināšanām.

Skolēnu sasniegumus lasīšanas kompetencē var aplūkot divējādi –punktos un kompetences līmeņos. Punktos tiek lietota skala, kurā visu 2000. gada pētījumā OECD valstu vidējie lasīšanas sasniegumi bija 500 un standartnovirze 100. Tas nozīmē, ka apmēram 64% no visu OECD valstu skolēniem rezultāts bija starp 400 un 600 punktiem, bet apmēram 95% skolēniem – starp 300 un 700 punktiem. Ņemot vērā atsevišķo uzdevumu kognitīvo saturu un kompetences punktu skalu, lasīšanas kompetencei tika izdalīti septiņi līmeņi – augstākais ir sestais līmenis, zemākais – 1.

Latvijas skolēnu sasniegumi lasīšanas kompetencē starptautiskā salīdzinājumā 5.5. tabulā parādīti pētījuma dalībvalstu skolēnu vidējie sasniegumi punktos un savstarpējā salīdzinājumā. Visaugstākie sasniegumi ir Austrumāzijas valstu skolēniem, kuri mācās Šanhajā, Honkongā, Singapūrā, Japānā, Korejā un Taivānā. No Eiropas valstīm augstākie sasniegumi ir Somijas, Īrijas, Polijas un Igaunijas skolēniem. Latvijas skolēnu vidēji sasniegumi lasīšanā- 489 punkti ir nedaudz zem OECD vidējā līmeņa (496 punkti).

Tomēr šī atšķirība ir statistiski nozīmīga. Mūsu skolēnu sasniegumi statistiski nozīmīgi neatšķiras no Čehijas, Itālijas, Austrijas, Ungārijas, Spānijas, Luksemburgas, Portugāles, Izraēlas, Horvātijas un Zviedrijas skolēnu sasniegumiem. Mūsu skolēnu sasniegumi ir augstāki par mūsu kaimiņu Lietuvas un Krievijas skolēnu sasniegumiem. Zemākie sasniegumi Eiropā ir Bulgārijas, Rumānijas un Melnkalnes skolēniem

OECD pētījums ir veikts uz pusaudžiem, taču skolēns- bērns ir jāizglīto jau no sākotnes un jau mazotnē jārada interese, lai tā saglabātos kaut kādā līmenī arī pusaudžu gados, kad mainās par visu uztvere <http://latviansonline.com/kas-ir-laba-lasitprasme-un-ka-to-sakt-veidot/> Una Auziņa: „Lasītprasmes apguve ir viens no skolēnu izglītošanas un attīstīšanas svarīgākajiem priekšnoteikumiem, kas pamatā attīstās līdz 4. klasei. Protams, ka lielākoties bērni apgūst lasīšanas pamatus jau krietnu laiku pirms tam, tomēr līdz lasīšanai ar prieku un izpratni ejams grūts ceļš, kuru pieaugušie var palīdzēt veikt.

Kopš seniem laikiem valodas mācība bijusi skolas uzmanības centrā. Tomēr, runājot par valodas mācību, nevajadzētu domāt tikai par skolu. Bērni jau piedzimst ar dabisku vēlmi apgūt valodu. Klausīšanās ir prasme, ko bērns apgūst vispirms, tas nodrošina pamatu citu valodas aspektu attīstībai. Bērns arī iemācās runāt tāpēc, ka viņam ir dabiska vēlme uzturēt komunikāciju.

Tomēr valoda ir jāapgūst, tā nav iedzimta, lai gan bērnam jau no paša sākums piemīt tieksme un spēja klausīties un runāt. Valodas apguvē tāpat ir divi ceļi:

- bērna ikdienišķajā, dabiskajā saskarsmē ar apkārtējiem pieaugušajiem,

