



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO  
PLAŠSAZINAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā,

2014. gada 31. jūlijā

Lēmums Nr. 156

**Par rezultātiem konkursā „Par 2014. gada Saeimas priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas”**

[1] Saskaņā ar Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes, turpmāk – Padome, 2014. gada 3. jūlija lēmumu Nr. 130 „Par konkursa nolikuma apstiprināšanu un konkursa izsludināšanu”, konkursam „Par 2014. gada Saeimas priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas”, turpmāk – Konkurss, 2014. gada 23. jūlijā saņemti šādi pieteikumi:

**[1.1] 5 priekšvēlēšanu raidījumu latviešu valodā par katu vēlēšanu apgabalu (Rīga, Vidzeme, Latgale, Kurzeme, Zemgale)** veidošanai saņemti:

- AS „Latvijas Neatkarīgā Televīzija”, turpmāk – LNT, piedāvājums (piedāvāts 1 raidījums, nemot vērā Konkursa finansējuma apmēru). Raidījumu plānots raidīt programmā *LNT*;
- SIA „VIDZEMES TELEVĪZIJA”, turpmāk – Vidzemes TV, piedāvājums. Raidījumus plānots raidīt programmā *Re:TV*;
- SIA „Ogres Televīzija”, turpmāk – OTV, piedāvājums. Raidījumus plānots raidīt programmā *OTV*;
- AS „TV Latvija”, turpmāk – TV Latvija, piedāvājums. Raidījumus plānots raidīt programmā *RīgaTV 24*.

**[1.2] 1 priekšvēlēšanu raidījuma latviešu valodā, kurā tiek organizētas diskusijas starp ministru prezidenta amata kandidātiem,** veidošanai saņemti:

- LNT piedāvājums. Raidījumu plānots raidīt programmā *LNT*;
- Vidzemes TV piedāvājums. Raidījumu plānots raidīt programmā *Re:TV*;
- OTV piedāvājums. Raidījumu plānots raidīt programmā *OTV*;
- TV Latvija piedāvājums (piedāvāts veidot 2 raidījumus Konkursa finansējuma ietvaros). Raidījumus plānots raidīt programmā *RīgaTV 24*.

**[1.3] 1 priekšvēlēšanu raidījuma krievu valodā** veidošanai saņemti:

- LNT piedāvājums. Raidījumu plānots raidīt programmā *TV5*.

- Vidzemes TV piedāvājums. Raidījumu plānots raidīt programmā *Re:TV*;
- TV Latvija piedāvājums (piedāvāts veidot 2 raidījumus Konkursa finansējuma ietvaros). Raidījumus plānots raidīt programmā *RīgaTV 24*;
- SIA „Pirmais Baltijas kanāls”, turpmāk – PBK, piedāvājums. Raidījumu plānots veidot programmā *PBK*.

[2] Konkursa dalībnieku piedāvājumi izklāstīti to pieteikumos un tiem pievienotajos dokumentos un materiālos. Konkursa dalībnieki papildus uzsklausīti Padomes 2014. gada 31. jūlija sēdē.

[3] 2014. gada 24. jūlija Padomes sēdē atbilstoši Konkursa nolikuma, turpmāk – Nolikums, 6.1. punktā noteiktajai kārtībai, izvērtējot, vai Konkursa pretendenti ir iesnieguši visus Nolikuma 5.1. punktā uzskaitītos dokumentus, Padome konstatēja, ka Vidzemes TV, OTV un PBK piedāvājumi sastāv no Nolikuma 5.1. punktā uzskaitītajiem dokumentiem. Attiecībā uz LNT un TV Latvija piedāvājumiem Padome konstatēja, ka LNT piedāvājumam nav pievienots 2014. gada operatīvais finanšu pārskats un TV Latvija piedāvājumam nav pievienots 2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais finanšu pārskats. Līdz ar to padome atbilstoši Nolikuma 5.5. punktam 2014. gada 24. jūlijā aicināja LNT un TV Latvija iesniegt iztrūkstošo informāciju ne vēlāk kā līdz 2014. gada 30. jūlijam.

[4] 2014. gada 28. jūlijā Padome saņēma TV Latvija papildu informāciju un 2014. gada 30. jūlijā Padome saņēma LNT papildu informāciju, kas uzskatāma par atbilstošu Nolikuma 5.1. punktā izvirzītajām prasībām.

[5] 2014. gada 31. jūlijā Padomes sēdē, tajā piedaloties arī Konkursa pretendētu pārstāvjiem, Padome vērtē Konkursa pretendētu piedāvājumus atbilstoši Nolikuma 6.2. punktā noteiktajai kārtībai, tātad, vērtē pretendenta piedāvājuma kvalitāti atbilstoši šādiem kritērijiem:

- **Priekšvēlēšanu raidījumu/a saturiskā koncepcija**, ietverot pamatojumu par raidījuma/u atbilstību sabiedriskā pasūtījuma mērķiem, raidījuma/u izklāstu, izmantoto žanru atbilstības pamatojumu, kritērijus raidījuma/u veidotāju kvalifikācijas atlasei, pamatojumu un plānu, kā raidījums/i veicinās dažādu sabiedrības grupu pārstāvju līdzdalību raidījuma satura veidošanā un kā tiks veidota atgriezeniskā saite ar auditoriju (pasākumi, kādi tiks realizēti katra raidījuma atgriezeniskās saites nodrošināšanai ar auditoriju sociālajos tīklos, interneta medijos vai kādā citā formā), pasākumu aprakstu, kādi tiks veikti raidījumu novērtējuma, informāciju par raidījuma/u pieejamību dažādās mediju platformās;

- **Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) piedāvājums;**
- **Sasniedzamā auditorija (prognozētais auditorijas apjoms);**
- **Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu;**
- **Finansiālā kapacitāte** (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats);
- **Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme);**
- **Tehniskais nodrošinājums.**

[6] Vērtējot 5 priekšvēlēšanu raidījumu latviešu valodā par katru vēlēšanu apgabalu (Rīga, Vidzeme, Latgale, Kurzeme, Zemgale) veidošanas kandidātu piedāvājumus saskaņā ar minētajiem kritērijiem, Padome ņem vērā šādus apsvērumus:

[6.1] LNT piedāvājumā iekļautā priekšvēlēšanu raidījuma saturiskā koncepcija: saturiski atbilstoša, bet, ņemot vērā, ka LNT Konkursa daļā par 5 priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu par katru vēlēšanu apgabalu piedāvā tikai viena raidījuma sagatavošanu, piedāvājums ir uzskatāms par neatbilstošu Konkursa nosacījumiem, tostarp – Konkursa mērķim.

[6.2] Vidzemes TV piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījumu saturiskā koncepcija, tostarp raidījuma uzbūves koncepcija, darba organizācija, un raidījumu tēmas izstrādāta kvalitatīvi, piesaistot jomas profesionāļus; izvēlēts profesionāls, pieredzējis un atpazīstams raidījumu vadītājs; plānots iesaistīt skatītājus (vēlētāju žūrija, kas nekavējoties sniegs atgriezenisko saiti). Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums (skatuve/studija klasiskā grieķu amfiteātra stilā) – oriģināls, piesaistošs un izglītojošs, palīdz apzināties un nolasīt labējo un kreiso politisko spektru. Sasniedzamā auditorija – kvalitatīvi izstrādāta auditorijas sasniegšanas koncepcija, plānojot preses paziņojumu izsūtīšanu, pašreklāmas klipu veidošanu, informēšanu sociālajos tīklos, raidījumu grafika publicēšanu *Re:TV* mājaslapā, piesaistot informatīvos atbalstītājus: *Radio Tev*, *Radio Skonto*, *Rīgas Viļņu* izdevumus, kā arī veidojot raidījumu arhīvu minētajā mājaslapā. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – ilggadēja un veiksmīga pieredze, īstenojot sabiedriskā pasūtījuma daļu. Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) – nerada šaubas par Vidzemes TV finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadaļā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

[6.3] OTV piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījumu saturiskā koncepcija – studijas debates tiešraidē, divi raidījuma vadītāji, paredzēti studijas viesi (iedzīvotāji, dažādu organizāciju pārstāvji u.c. interesenti); Priekšrocība, ka raidījumus plānots filmēt no vēlēšanu apgabalu centriem; pieredzējis un atpazīstams raidījumu vadītājs; izvēlētas apgabaliem aktuālas un piemērotas tēmas; nodrošināta sabiedrības līdzdalība un atgriezeniskā saite. Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums – vienkāršs un atbilstošs, Priekšrocība: ceļojošā studija. Sasniedzamā auditorija – sadarbības partneri: *Re:TV* un kabeļu operators *Dautkom*, reģionālie plašsaziņas līdzekļi un Latvijas Studentu apvienība; auditoriju plānots piesaistīt, sniedzot reklāmas klipus OTV programmā, kā arī sadarbības partneru programmās, izplatot preses paziņojumus, kā arī izplatot informāciju, sadarbojoties ar reģionālajām pašvaldībām. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – vērtīga pieredze sabiedriskā pasūtījuma īstenošanā, kas vērtējama kā uzlabojama. Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) – nerada šaubas par OTV finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadaļā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

[6.4.] TV Latvija piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījumu saturiskā koncepcija – tiešraide, publikas klātbūtnes nodrošināšana, paredzēta aktīva žurnālistu darbība Rīgas ielās un citās Latvijas lielākajās pilsētās; koncepcija aktuāla un atraktīva, jautājumi sadalīti, ņemot vēra noteikto tematiku; Vienā raidījumā plānoti ne vairāk kā 6 viesi, tādēļ raidījumu plānoti dalīt 2 daļās; sociālajos tīklos plānoti izveidot izglītojošu rubriku; nodrošināta atgriezeniskā saite no skatītājiem. Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums – raidījumu uzbūvei un tematikai atbilstošs. Sasniedzamā auditorija – priekšrocība ir atvērtā studija; plānota aktīva sociālo mediju kontu darbība, plānoti 3 raidījumu atkārtojumi 24 stundu laikā, kā arī raidījumu klipu izvietošana interneta vietnē *youtube.com* gan pilnā garumā, gan tematiskos sižetos. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – neilga (nepilns gads). Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) nerada šaubas par TV Latvija finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadaļā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

[7] Vērtējot 1 priekšvēlēšanu raidījumu latviešu valodā, kurā tiek organizētas diskusijas starp ministru prezidenta amata kandidātiem, veidotāju pretendētu piedāvājumus saskaņā ar minētajiem kritērijiem, Padome ņem vērā šādus apsvērumus:

[7.1] LNT piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījumu saturiskā koncepcija – Līderu debates „Premjera amata kandidāti”; Priekšrocība: tiešraide 120 min garumā; saturiskā koncepcija īstenota vairākkārt un ir zināma tās kvalitāte. Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums – stilistiski veidots kā citus vēlēšanu gadus; uzskatāmas par atraktīvu, mūsdienīgu noformējumu. Sasniedzamā auditorija – plānotais sasniegtās auditorijas apjoms: 45 000 skatītāji; raidījumu plānots plaši reklamēt gan *MTG* programmās, gan citos medijos, tostarp interneta mājaslapās; raidījumu plānots ievietot *tvplay.lv*, kur tas būs pieejams nepārtraukti. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – veiksmīga pieredze, veidojot priekšvēlēšanu raidījumus kopš 2013. gada. Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) – nerada šaubas par LNT finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadaļā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

[7.2] Vidzemes TV piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījuma saturiskā koncepcija, tostarp raidījuma uzbūves koncepcija un darba organizācija – izstrādāta kvalitatīvi, piesaistot jomas profesionālus; izvēlēts profesionāls un pieredzējis raidījumu vadītājs; plānots iesaistīt skatītājus (vēlētāju žūrija, kas nekavējoties sniegs atgriezenisko saiti). Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums (skatuve/studija klasiskā grieķu amfiteātra stilā) – oriģināls, piesaistošs un izglītojošs, palīdz apzināties un nolasīt labējo un kreiso politisko spektru. Sasniedzamā auditorija – kvalitatīvi izstrādāta auditorijas sasniegšanas koncepcija, plānojot preses paziņojumu izsūtīšanu, pašreklāmas klipu veidošanu, informēšanu sociālajos tīklos, raidījumu grafika publicēšanu *Re:TV* mājaslapā, piesaistot informatīvos atbalstītājus: *Radio Tev*, *Radio Skonto*, *Rīgas Viļņu* izdevumus, kā arī veidojot raidījumu arhīvu

minētajā mājaslapā. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – ilggadēja un veiksmīga pieredze, īstenojot sabiedriskā pasūtījuma daļu. Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) – nerada šaubas par Vidzemes TV finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadalā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

[7.3] OTV piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījumu saturiskā koncepcija – studijas debates tiešraidē, divi raidījuma vadītāji, paredzēti studijas viesi (iedzīvotāji, dažādu organizāciju pārstāvji u.c. interesenti); Priekšrocība – jauniešu līdzdalības veicināšana; pieredzējis un atpazīstams raidījumu vadītājs; plānots nodrošināt sabiedrības (tostarp studentu) līdzdalību; atgriezeniskās saites nodrošināšana, organizējot studijas un telefonbalsojumu; raidījumu ierakstus plānots pārraidīt ne vien izmantojot OTV resursus, bet arī sadarbības partneru resursus. Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums – vienkāršs un atbilstošs, Priekšrocība: ceļojošā studija. Sasniedzamā auditorija – sadarbības partneri: *Re:TV* un kabeļu operators *Dautkom*, reģionālie plašsaziņas līdzekļi un Latvijas Studentu apvienība; auditoriju plānots piesaistīt, sniedzot reklāmas klipus OTV programmā, kā arī sadarbības partneru programmās, izplatot preses paziņojumus, kā arī izplatot informāciju, sadarbojoties ar reģionālajām pašvaldībām. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – vērtīga pieredze sabiedriskā pasūtījuma īstenošanā, kas vērtējama kā uzlabojama. Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) – nerada šaubas par OTV finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadalā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

[7.4.] TV Latvija piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījumu saturiskā koncepcija – tiešraide, publikas klātbūtnes nodrošināšana, paredzēta aktīva žurnālistu darbība Rīgas ielās un citās Latvijas lielākajās pilsētās; koncepcija aktuāla un atraktīva, jautājumi sadalīti, nemot vēra noteikto tematiku; Vienā raidījumā plānoti ne vairāk kā 6 viesi, tādēļ raidījumu plānots dalīt 2 daļās; sociālajos tīklos plānots izveidot izglītojošu rubriku; nodrošināta atgriezeniskā saite no skatītājiem, tostarp skatītāju uzdotos jautājumus uzdodot ministru prezidenta amata kandidātiem; raidījuma filmēšanas zālē izvietojamas vairāk kā 100 personas. Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums – raidījumu uzbūvei un tematikai atbilstošs. Sasniedzamā auditorija – priekšrocība ir atvērtā studija; plānota aktīva sociālo mediju kontu darbība, plānoti 3 raidījumu atkārtojumi 24 stundu laikā, kā arī raidījumu klipu izvietošana interneta vietnē *youtube.com* gan pilnā garumā, gan tematiskos sižetos. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – neilga (nepilns gads). Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) nerada šaubas par TV Latvija finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadalā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

[8] Vērtējot 1 priekšvēlēšanu raidījumu krievu valodā veidotāju pretendentu piedāvājumus saskaņā ar minētajiem kritērijiem, Padome ņem vērā šādus apsvērumus:

[8.1] LNT (programma *TV5*) piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījumu saturiskā koncepcija – nerada pilnvērtīgu izpratni par raidījuma norisi; Priekšrocība: tiešraide. Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums – stilistiski veidots kā citus vēlēšanu gadus; uzskatāmas par atraktīvu, mūsdienīgu noformējumu. Sasniedzamā auditorija – plānotais sasniegtās auditorijas apjoms: gan *TV5*, gan citos pieejamajos resursos; raidījumu plānots plaši reklamēt gan *MTG* programmās, gan citos medijos, tostarp interneta mājaslapās; raidījumu plānots ievietot *tvplay.lv*, kur tas būs pieejams nepārtraukti. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – veiksmīga pieredze, veidojot priekšvēlēšanu raidījumus kopš 2013. gada. Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) – nerada šaubas par LNT finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadaļā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

[8.2] Vidzemes TV piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījuma saturiskā koncepcija, tostarp raidījuma uzbūves koncepcija un darba organizācija – izstrādāta kvalitatīvi, piesaistot jomas profesionālus; izvēlēts profesionāls, pieredzējis un krievu tautības auditorijai atpazīstams raidījumu vadītājs; plānots nodrošināt titrus arī latviešu valodā; plānots iesaistīt skatītājus (vēlētāju žūrija, kas nekavējoties sniegs atgriezenisko saiti). Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums (skatuve/studija klasiskā grieķu amfiteātra stilā) – oriģināls, piesaistošs un izglītojošs, palīdz apzināties un nolasīt labējo un kreiso politisko spektru. Sasniedzamā auditorija – kvalitatīvi izstrādāta auditorijas sasniegšanas koncepcija, plānojot preses paziņojumu izsūtīšanu, pašreklāmas klipu veidošanu, informēšanu sociālajos tīklos, raidījumu grafika publicēšanu *Re:TV* mājaslapā, piesaistot informatīvos atbalstītājus: *Radio Tev*, *Radio Skonto*, *Rīgas Viļņu* izdevumus, kā arī veidojot raidījumu arhīvu minētajā mājaslapā. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – ilggadēja un veiksmīga pieredze, īstenojot sabiedriskā pasūtījuma daļu, tomēr nav pieredze konkrēti krievu valodā. Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) – nerada šaubas par Vidzemes TV finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadaļā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

[8.3] TV Latvija piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījumu saturiskā koncepcija – tiešraide, publikas klātbūtnes nodrošināšana, paredzēta aktīva žurnālistu darbība Rīgas ielās un citās Latvijas lielākajās pilsētās; koncepcija aktuāla un atraktīva, jautājumi sadalīti, ņemot vērā noteikto tematiku; sociālajos tīklos plānots izveidot izglītojošu rubriku; nodrošināta atgriezeniskā saite no skatītājiem; raidījuma filmēšanas zālē izvietojamas vairāk kā 100 personas; krievu tautības auditorijai atpazīstams raidījuma vadītājs. Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums – raidījumu uzbūvei un tematikai atbilstošs. Sasniedzamā auditorija – priekšrocība ir atvērtā studija; plānota aktīva sociālo mediju kontu darbība, plānoti 3 raidījumu atkārtojumi 24 stundu laikā, kā arī raidījumu klipu izvietošana interneta

vietnē *youtube.com* gan pilnā garumā, gan tematiskos sižetos. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – neilga (nepilns gads). Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) nerada šaubas par TV Latvija finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadaļā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

[8.4] PBK piedāvājumā ietvertā priekšvēlēšanu raidījumu saturiskā koncepcija – nerada izpratni par raidījuma norisi, tostarp raidījuma vadītājiem un dalībnieku skaitu. Priekšvēlēšanu raidījumu vizuālais (grafiskais) noformējums – rada minimālu priekšstatu. Sasniedzamā auditorija – raidījumu plānots skatītākajā laikā, kas nodrošina maksimāli lielu auditoriju, tāpat plānots izplatīt pašreklāmu un iesaistīt skatītājus; raidījumu plānots izvietot PBK mājaslapā [www.1tv.lv](http://www.1tv.lv), *youtube.com* un dažādos sociālajos tīklos. Pieredze, īstenojot komerciālajai televīzijai deleģēto sabiedriskā pasūtījuma daļu – nav. Finansiālā kapacitāte (2013. gada finanšu pārskats un 2014. gada operatīvais pārskats) nerada šaubas par PBK finansiālo kapacitāti, lai veiksmīgi īstenotu šajā Konkursa sadaļā noteikto sabiedriskā pasūtījuma daļu. Plānotais piešķirtā finansējuma izlietošanas apraksts (tāme) – atbilstošs Konkursa nosacījumiem. Tehniskais nodrošinājums – atbilstošs Konkursā izvirzītajām prasībām.

Ievērojot iepriekš minēto, pamatojoties uz Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 71. panta pirmo, otro, ceturto un piekto daļu, Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma 10 panta pirmo, otro un trešo daļu, kā arī Konkursa pretendantu piedāvājumos un Padomes 2014. gada 31. jūlija sēdē sniegto informāciju un vadoties pēc Padomes 2014. gada 3. jūlija lēmuma Nr. 130 „Par konkursa nolikuma apstiprināšanu un konkursa izsludināšanu” un Nolikuma 1.8., 6.3., 7.1., 7.2. punktu, Padome vienbalsīgi

#### **nolemj:**

- 1.** Atzīt SIA „VIDZEMES TELEVĪZIJA” par uzvarētāju konkursā „Par 2014. gada Saeimas priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas” daļā par priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu latviešu valodā par katru vēlēšanu apgabalu (Rīga, Vidzeme, Latgale, Kurzeme, Zemgale), raidījumu veidošanai un raidīšanai piešķirot finansējumu EUR 36 264,56 apmērā.
- 2.** Atzīt AS „Latvijas Neatkarīgā Televīzija” par uzvarētāju konkursā „Par 2014. gada Saeimas priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas” daļā par 1 priekšvēlēšanu raidījuma veidošanu, kurā tiek organizētas diskusijas starp ministru prezidenta amata kandidātiem, raidījumu veidošanai un raidīšanai piešķirot finansējumu EUR 15 500 apmērā.
- 3.** Konkursā „Par 2014. gada Saeimas priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas” daļā par viena priekšvēlēšanu raidījuma veidošanu krievu valodā

nepiešķirt uzvaru nevienam konkursa dalībniekam, ņemot vērā, ka neviens no piedāvājumiem nav atzīstams par pietiekami kvalitatīvu un tik detalizēti izstrādātu, lai NEPLP pieņemtu lēmumu par šīs Konkursa daļas uzvarētāju.

4. Veikt nepieciešamos pasākumus, lai izsludinātu jaunu konkursu par 2014. gada Saeimas priekšvēlēšanu raidījuma veidošanu krievu valodā komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, kas raida televīzijas programmas.
5. Nosūtīt šī lēmuma kopiju AS „Latvijas Neatkarīgā Televīzija, SIA „VIDZEMES TELEVĪZIJA”, SIA „Ogres Televīzija”, AS „TV LATVIJA” un SIA „Pirmais Baltijas kanāls”.
6. Noslēgt līgumu ar Konkursa uzvarētājiem (SIA „VIDZEMES TELEVĪZIJA” un AS „Latvijas Neatkarīgā Televīzija”) par priekšvēlēšanu raidījumu veidošanu.

Šo lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā, Baldones ielā 1A, Rīgā, viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas.

Padomes priekšsēdētāja vietniece

A. Dulevska

G.Keistere  
T. 67221848

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