



Audiovizuālais sektors Vidzemē

Esošās situācijas apraksts

Dokuments izstrādāts Interreg IV A programmas līdzfinansētā projektā “Informācijas sabiedrības un IKT attīstība audiovizuālajā uzņēmējdarbībā” (“Medi@TIC”), pakalpojumu līguma Nr. 1-26.21/7 ietvaros. Dokumenta izstrādi veica eksperti Dr.sc.com. Jānis Buhols un Mg.sc.soc Agnese Karaseva .

Valmiera,
2013

Saturs

Ievads	4
1. Audiovizuālā sektora attīstības priekšnosacījumi	6
2. Institucionālais atbalsts un finansējums audiovizuālā sektora attīstībai Latvijā	10
3. Likumdošana un regulējums, kas skar audiovizuālo sektoru Latvijā	13
3.1. Regulējums uzņēmējdarbības veicināšanai radošajās un tehnoloģiju nozarēs	16
4. Izglītības un apmācības iespējas Latvijā audiovizuālajā sektorā	18
5. Galvenie audiovizuālā satura izplatīšanas kanāli Latvijā	20
6. Audiovizuālā satura digitalizācijas piemēri	22
7. SWOT analīze audiovizuālajam sektoram Vidzemes plānošanas reģionā	24

Ievads

Informācijas sabiedrības veidošanās un straujā informācijas un komunikācijas tehnoloģiju (IKT) nozares attīstība sekmē izmaiņas arī citās jomās, tai skaitā audiovizuālajā sektorā. Jauni risinājumi IKT nozarē – virtuālās un papildinātās realitātes tehnoloģijas, mobilās platformas, 3 D tehnoloģijas u.c. – sniedz iespējas veidot un izplatīt audiovizuālus produktus daudzveidīgās platformās un formātos.

Latvijā atbalsts radošajām industrijām ir viena no valsts prioritātēm¹. Līdz ar to valstij kopumā virzīšanās tehnoloģiju radīto pārmaiņu virzienā ir īpaši svarīga, lai sekmētu jaunu iniciatīvu skaita pieaugumu un ekonomisku izaugsmi audiovizuālajā sektorā un radošo industriju jomā kopumā. Latvijā patlaban ir salīdzinoši daudz pieredzes un kompetences audiovizuālo pakalpojumu sniegšanas un izplatīšanas jomā: darbojas 45 filmu studijas, 18 producentu grupas, 10 radošās savienības, 20 datorspēju un mobilo aplikāciju izstrādātāji, ap 300 uzņēmumu, kas sevi uzskata par radošās nozares pārstāvjiem (reģionālās TV, dizaina studijas, foto pakalpojumu sniedzēji un tml.), četras filmu nozarē darbojošās biedrības, 19 kinoteātri, 544 kultūras centri reģionos. Šī ir platforma, kas kopumā veido kritisko masu² un ir pamats tālākai attīstībai.

Projekta „Informācijas sabiedrības un IKT attīstība audiovizuālajā uzņēmējdarbībā” (Medi@TIC) partneri ir ieinteresēti audiovizuālā sektora attīstībā projektā pārstāvētajos reģionos, savstarpējā pieredzes apmaiņā un labu piemēru iepazīšanā, lai sekmētu radošu un inovatīvu iniciatīvu veidošanos, kas varētu rezultēties ar jaunu darba vietu radīšanu un reģionu konkurētspējas pieaugumu. Projekta kontekstā par audiovizuālu saturu tiek uzskatīti gan kinematogrāfiski darbi, gan masu mediju (televīziju) radītais saturs, gan arī izklaides saturs, piemēram, video spēles utt. Projekta partneri īpaši aicināti pievērst uzmanību piemēriem, kas raksturo audiovizuālā satura veidošanu jaunām izplatīšanas platformām (mobilās tehnoloģijas, digitālā TV, 3D formāts u.c.).

Kā norādījuši pētnieki Jans Vangs un Bjorns Asheims³, tieši reģionu loma mūsdienās tehnoloģiju nozaru izaugsmē strauji pieaug gan attīstītajās, gan jaunattīstības valstīs. Projekta „Med@TIC” mērķis ir identificēt un sniegt ierosinājumus vietējās un reģionālās politikas izstrādē, lai īstenotu un attīstītu informācijas komunikāciju tehnoloģiju (IKT) izmantošanu audiovizuālajā sektorā Vidzemes reģionā⁴. Viens no projekta apakšmērķiem ir dalīties ar informāciju par esošo situāciju audiovizuālajā sektorā katrā projektā pārstāvētajā reģionā. Šim nolūkam par katru projektā iesaistīto reģionu tiek sagatavots esošās situācijas apraksts.

Šā dokumenta primārais mērķis ir sniegt ieskatu audiovizuālajā sektorā Vidzemē. Bet pārskata izstrādes laikā intervētie eksperti un jomas uzņēmēji vairākkārt norādīja, ka procesi audiovizuālā sektora attīstībā Vidzemē nav nošķirami no kopējām tendencēm Latvijā. Līdz ar to dokumentā iekļauta pamata informācija arī par aspektiem, kas ir būtiski un ietekmē audiovizuālo sektoru kopumā Latvijā. Esošās situācijas apraksts strukturēts, pamatojoties uz projektā apstiprināto apraksta formātu, un uzmanība pievērsta tiem jautājumiem, kas tiek

¹ NAP [116] Mērķis 3 Komercializējamu radošo industriju attīstība
http://www.nap.lv/images/NAP2020%20dokumenti/20121220_NAP2020_Saeim%C4%81_apstiprin%C4%81ts.pdf

² www.nfc.lv/resources/File/AVT_%20LAT.pdf

³ Vang, J. & Asheim, B. (2006). Regions, Absorptive Capacity and Strategic Coupling with High-Tech TNCs : Lessons from India and China. *Science Technology & Society*, 11(1), 39–66.

⁴ http://www.vidzeme.lv/lv/projekti/informacijas_sabiedribas_un_ikt_attistiba_audiovizualaja_uznemejdarbiba_meditic/

pētīti arī citos projekta partneru reģionos. Kā turpinājums esošās situācijas analīzei projekta ietvaros līdz 2014.gada vidum tiks sagatavots ieteikumu kopums politikas izstrādei reģionā, lai īstenotu un attīstītu esošo potenciālu IKT izmantošanai audiovizuālajā sektorā.

Esošās situācijas apraksts izveidots, balstoties uz dokumentu analīzi, kā arī intervijām ar nozares ekspertiem: Vidzemes reģionā strādājošajiem uzņēmējiem, uzņēmējdarbības atbalsta institūciju pārstāvjiem, Vidzemes augstskolas mācītbspēkiem. Interviju materiāls pārsvarā izmantots SWOT analīzē.

Informācija izklāstīta septiņās nodaļās. Esošās situācijas aprakstu veido ieskats IKT sektorā un radošo industriju nozarē, kas ir pamats audiovizuālā sektora attīstībai mūsdienās. Sniegts pārskats par institucionālo atbalstu un pieejamo finansējumu audiovizuālā sektora uzņēmumu attīstībai Latvijā. Analizēts likumdošanas regulējums, kas skar audiovizuālā sektora attīstību Latvijā un Eiropā, kā arī atsevišķi aplūkoti dokumenti, kas attiecas uz uzņēmējdarbības veicināšanu radošajās nozarēs. Īsi ielūkosimies arī audiovizuālās jomas izglītības iespējās, kā arī iepazīstināsim ar piemēriem, kā jaunieši Latvijā tiek ieinteresēti pievērsties mediju satura radīšanai. Atsevišķa nodaļa veltīta audiovizuālā satura izplatīšanas kanāliem Latvijā, kā arī sniegti piemēri audiovizuāla satura digitalizācijai un arhivēšanai. Pārskatu noslēdz audiovizuālā sektora stipro un vājo pušu, iespēju un draudu (SWOT) analīze Vidzemes reģionam.

1. Audiovizuālā sektora attīstības priekšnosacījumi

Projektā Medi@TIC īpaši tiek izcelta IKT risinājumu nozīme un sasaiste ar audiovizuālā sektora attīstības iespējām. Par vienu no audiovizuālā sektora stūrakmeņiem tiek uzskatītas arī radošās industrijas. Šajā nodaļā aplūkotas abas minētās jomas, pievēršot uzmanību pašreizējās attīstības tendencēm Latvijā cilvēkkapitāla, institucionālā atbalsta, finansējuma pieejamībā un sadarbības aspektam.

Šajā pārskatā radošās industrijas tiek izprastas tādā nozīmē, kā tās definētas Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās 2006. — 2015.gadam: aktivitātes, kuru izcelsme balstās indivīda radošajā darbībā, prasmēs un talantā un kurām, radot un izmantojot intelektuālo īpašumu, ir potenciāls veidot produktus ar augstu pievienoto vērtību. Tās aptver arhitektūru, reklāmu, mākslas un kultūras industrijas, dizainu (ieskaitot modi, grafisko dizainu un lietišķo mākslu), filmu, datorspēles un interaktīvās programmatūras, mūziku, jaunus medijus, izdevējdarbību, radio un televīziju.⁵ Ar radošo industriju attīstību saistīts arī tāds jēdziens kā radošā ekonomika - jaunā ekonomika, kas balstīta uz nemateriāliem resursiem – zināšanām, radošām idejām un inovācijām⁶.

Radošās nozarēs jeb industrijas, izmantojot kultūras materiālus, tiek veidoti funkcionāli risinājumi.⁷ Tās ir ekonomisko aktivitāšu loks, kas veidotas ap ideju, informācijas un zināšanu radīšanu un funkciju izmantošanu. Tās ietver tādas jomas kā jaunie mediji, multivide, arhitektūra, programmatūra, spēles, tai skaitā video spēles, TV un radio, skatuves mākslas, mūziku, izdevējdarbību un citas līdzīgas uz informācijas apstrādi, radošumu un pakalpojumiem vērstas nozares⁸.

Līdzšinējie pētījumi par IKT attīstību pasaulē parāda, ka šī sektora izaugsmē nozīmīgākie faktori ir cilvēkkapitāls, finansējuma pieejamība un atbalsta institūciju esamība, kas var sekmēt sadarbības sinerģiju nozares iekšienē, kā arī nozīmīgs ir arī sociālais kapitāls, vietējā uzņēmējdarbības kultūra un tirgus īpatnības⁹. Akadēmiskajā literatūrā kopumā ir iespējams identificēt piecus galvenos faktoros, kas ietekmē šo sektoru:

- a) cilvēkkapitāla kvalitāte un apjoms;
- b) strukturālā atbalsta — tehnoloģiju parku, inkubatoru — esamība;
- c) finanšu mehānismu esamība, lai nodrošinātu IKT produktu veidošanu un attīstību;
- d) uzņēmumu integrācija globālajās vērtību ķēdēs;
- e) dalība globalizētajā kopienā.¹⁰

Cilvēkkapitāls ir reģionā dzīvojošo cilvēku prasmes, zināšanas un talanti, kas nepieciešami nodarbinātībā noteiktā sektorā. Audiovizuālajā sektorā un tai skaitā IKT risinājumu attīstībā sektora ietvaros, kā jebkurā citā jomā, nozīmīgas ir gan prasmes noteikta produkta radīšanā, gan arī vadības prasmes, lai sekmētu produktu ražojošā uzņēmuma kopējo attīstību.

Reģionā cilvēkkapitālu var vairot ar formālās vai neformālās izglītības piedāvājumu. Nozīmīga loma ir sadarbībai starp nozari un augstākās izglītības institūcijām kā zināšanu

⁵ Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006. – 2015.gadam „Nacionāla valsts” 25. lpp.

⁶ Turpat.

⁷ Kultūras un radošo nozaru potenciāla īstenošana.

http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_lv.pdf 6.lpp

⁸ Turpat.

⁹ Vang, J. & Asheim, B. (2006). Regions, Absorptive Capacity and Strategic Coupling with High-Tech TNCs: Lessons from India and China. *Science Technology & Society*, 11(1), 39–66.

¹⁰ Harbi, S., Amamou, M., Anderson, A. R. (2009). Establishing high-tech industry: The Tunisian ICT experience. *Technovation*, 29, 465–480.

piegādātājām. Šai sadarbībai ir iespējami vairāki ceļi, tai skaitā tehnoloģisko izgudrojumu patentēšana, tieša sadarbība ar uzņēmumiem jauno profesionāļu sagatavošanā vai jaunu (*spin-off*) uzņēmumu veidošana. ES reģionālās komitejas atzinumā “Vietējo un reģionālo pašvaldību loma stratēģijas “Eiropa 2020” mērķu sasniegšanā” īpaši tiek akcentēta augstākās izglītības iestāžu iesaiste un loma reģionālajā politikā. Tostarp tiek ieteikts meklēt jaunas pašvaldību, privāto uzņēmumu un augstskolu sadarbības formas, kas izpaustos jaunu inovācijas struktūru veidošanā, vienlaikus mainot domāšanas ievirzi – adaptējot tā dēvēto „trīskāršās spirāles” (Triple Helix) modeli vienotā skatījumā uz augstākās izglītības, industriju un reģionālo politiku.¹¹

Apzinot esošo situāciju Latvijas darba tirgū, faktiski var runāt par to, ka perspektīvajās, ar audiovizuālā sektora attīstību saistītajās nozarēs, ir vērojams ļoti liels kvalificēta darbaspēka trūkums. Piemēram, pieprasījums pēc speciālistiem dabaszinātņu, matemātikas un informācijas tehnoloģiju jomās par 121% pārsniedz piedāvājumu¹². IZM informē, ka ar šajās augstākās izglītības programmās ir vislielākais budžeta vietu skaits – 42% no kopējā budžeta vietu skaita 2013.gadā, kas ir par 4% vairāk nekā gadu iepriekš¹³. Bet esošā ekonomikas struktūra rāda, ka Latvijas ekonomiskais modelis galvenokārt balstās uz zemām darbaspēka izmaksām un zemo tehnoloģiju nozarēm, bet augsto tehnoloģiju nozares aizņem tikai 5% no kopējās apstrādes rūpniecības struktūras (2012.gada EM dati)¹⁴.

Strukturālā atbalsta — tehnoloģiju parku, inkubatoru — esamība reģionos sekmē nesenz izglītību ieguvušu cilvēku piesaisti vietai, mazinot motivāciju doties uz citām pilsētām vai ārvalstīm. Tehnoloģiju parki ir viens no valsts vai reģiona pārvaldes tiešas iesaistīšanās veidiem, kas var radīt klasteru efektu. To darbība veicina zināšanu pārnesei starp uzņēmumiem, sadarbības veidošanos¹⁵. Dažāda veida uzņēmumiem darbojoties kopā, ir iespējams radīt intelektuālo un sociālo sinerģiju, taču tam nepieciešami vairāki priekšnoteikumi: iesaistīto uzņēmumu skaitam ir jāasniedz kritiskā masa, jāveido sadarbības kultūra, kur uzņēmumi saprot un pieņem neformālos noteikumus un sadarbības normas. Visbeidzot, ir nepieciešams zināms sastrādāšanās laiks. Lai veidotos sinerģija, ir jābūt izpratnei par kopējiem mērķiem un uzņēmumu darbības sasaiste ar šo mērķu sasniegšanu. Tad uzņēmumu atrašanās fiziskā tuvumā cits citam var sniegt pozitīvu efektu. Līdz ar to inkubatoru un tehnoloģisko parku efektivitāti var mērīt pēc to spējas radīt kolektīvu pievienoto vērtību inovāciju jomā¹⁶. Situācija strukturālā atbalsta pieejamībā plašāk aplūkota nākamajā apakšnodaļā.

Finanšu mehānismu pieejamība IKT produktu veidošanā un virzīšanā ir ļoti būtisks faktors, ņemot vērā, ka IKT nozarē finansējuma piesaistīšana ir salīdzinoši problemātiska¹⁷. Galvenie iemesli, kāpēc investori izvairās ieguldīt IKT jomā un izvēlas „drošākās” tradicionālās ražošanas nozares, ir lielais risks, kas saistīts ar jaunajām augstajām tehnoloģijām - ieguldījumu atmaksāšanās svārstīgums, kā arī zināšanu un informētības asimetrija starp uzņēmuma veidotājiem un potenciālajiem finansētājiem. Tāpēc bieži vien

¹¹ Deklarācija Par konkurētspējīgas augstākās izglītības sistēmas attīstības vadlīnijām (2013), pieejama <http://www.lu.lv/zinas/t/20082/>

¹² Ekonomikas ministrijas Informatīvais ziņojums par darba tirgus vidēja un ilgtermiņa prognozēm, 2012

¹³ Prezentācija starptautiskā zinātniski praktiskā konferencē „Kā nodrošināt globāli konkurētspējīgu augstāko izglītību Latvijas attīstības centros?” Liepājā, 2013.gada 5.aprīlī

¹⁴ Prezentācija starptautiskā zinātniski praktiskā konferencē „Kā nodrošināt globāli konkurētspējīgu augstāko izglītību Latvijas attīstības centros?” Liepājā, 2013.gada 5.aprīlī.

¹⁵ Harbi, S., Amamou, M., Anderson, A. R. (2009). Establishing high-tech industry: The Tunisian ICT experience. *Technovation*, 29, 465–480

¹⁶ Turpat.

¹⁷ Harbi, S., Amamou, M., Anderson, A. R. (2009). Establishing high-tech industry: The Tunisian ICT experience. *Technovation*, 29, 465–480.

potenciālo investoru izpratnes trūkums par tehnoloģijas dabu un produktu radīšanas specifiku IKT jomā noved pie ļoti ierobežotām iespējām piesaistīt finansējumu jaunu IKT produktu radīšanai. Tas nozīmē, ka tradicionālie ceļi ar kredītresursu piesaisti, piemēram, aizņemoties līdzekļus bankā, IKT jomā nedarbojas. Roberts Kārpenters un Brūss Pītersens¹⁸ uzskata, ka atšķirība akciju tirgus pieejamībā starp ASV un Eiropu izskaidro, kāpēc ASV augsto tehnoloģiju sektors ir attīstījies krietni ātrāk nekā Eiropā.

Ja runājam par otru jomu, kas cieši saistīta ar audiovizuālo sektoru – radošo industriju uzņēmumiem – tad to attīstības temps Latvijā patlaban cieš no ierobežotas finansējuma pieejamības, ņemot vērā, ka Latvijā radošā industrijas nav definēta kā perspektīva valsts attīstības nozare¹⁹. Radošās industrijas biznesa uzsākšanai patlaban nav izveidotas adekvātas atbalsta shēmas: trūkst vai nav pietiekamā apjomā pieejamas biznesa konsultācijas, radošās laboratorijas, biznesa inkubatoru, inovāciju riska kapitāla, investīciju vai labvēlīgu nosacījumu kredītu biznesa uzsākšanai²⁰.

Globālā vērtību ķēde nozīmē to, ka globalizētajā pasaulē ražošana ir kļuvusi decentralizēta. Līdz ar to nozīmīga daļa ekonomikas, it īpaši tās, kas ir saistīta ar IKT, kļūst par daļu no globāliem, ne vairs lokāliem vai nacionāliem tīkliem. Globalizācija nodrošina uzņēmumiem lielāku darbības vietas izvēli, attālinātu komunikācijas iespēju attīstība samazina izmaksas uzņēmējdarbībai, kas notiek dažādos reģionos vai dažādās valstīs. Ražošanas ķēdes veidojas starp vairākiem uzņēmumiem, kas neatrodas blakus. Pie šādiem nosacījumiem ir lielas iespējas meklēt jaunus vērtības palielināšanas, nišu apguves un izmaksu samazināšanas veidus. Jānorāda arī, ka jaunattīstības valstu izredzes šo iespēju izmantošanā ir atkarīgas no šo valstu spējas piesaistīt inovācijas un zināšanas no ārpuses.²¹ Uzņēmumiem, kas savā darbībā izmanto IKT risinājumus, ir atšķirīgi uzņēmējdarbības principi, tai skaitā lielākas iespējas darboties globāli, ārpus nacionālajiem tirgiem, kā arī samazināt darbības izmaksas (*transaction costs*).²² Informācijas apmaiņa, pateicoties IKT iespējām, ir efektīvāka, ātrāka un lētāka, un tas samazina atsevišķu valstu specifiskos riskus, kas ir saistīti ar jaunu produktu vai pakalpojumu attīstīšanu²³. Par audiovizuālā sektorā esošajiem biznesa modeļiem Baltijas valstīs un vērtību ķēdēm 2010.gadā publicēts pētījums norāda, ka Baltijas valstīs atbilstošo uzņēmumu iesaistīšanās globālās vērtību ķēdēs ir uzņēmējdarbības izaugsmes iespēja ar lielu potenciālu, jo īpaši animācijas filmu jomā²⁴.

Globālās kopienas nozīme saistāma ar faktu, ka cilvēku fiziska aizbraukšana no noteiktas teritorijas nebūt nenozīmē sakaru zudumu ar šo vietu. Ir iespējams veidoties speciālistu kopienām, kas uztur sakarus, arī atrodoties tālu viens no otra. Šī speciālistu kustība var tikt interpretēta arī kā saišu veidošana starp attīstītajām un attīstības valstīm, apmainoties ar zināšanām, prasmēm, tehnoloģijām. Jaunattīstības ekonomikām IKT sektora attīstībā īpaši nozīmīga ir arī starptautiskā sadarbība, it sevišķi gadījumos, ja vietējais IKT sektors vairāk ir inovāciju saņēmējs, nevis radītājs.

¹⁸ Carpenter, R. E., Petersen, B. C. (2002). Capital market imperfections, high-tech investment, and new equity financing. *The Economic Journal*, 112, F54–F72.

¹⁹ Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006. – 2015.gadam „Nacionāla valsts”

²⁰ Turpat.

²¹ Harbi, S., Amamou, M., Anderson, A. R. (2009). Establishing high-tech industry: The Tunisian ICT experience. *Technovation*, 29, 465–480

²² Rao, P. M. (2001). The ICT revolution, internationalization of technological activity, and the emerging economies: implications for global marketing. *International Business Review*, 10(5), 571–596.

²³ Turpat.

²⁴ Nacionālais kino centrs (2010). „Business Models and Value Chains in Audiovisual Media (in the Baltic Countries)”, pieejams: <http://www.nfc.lv/news/view.php?id=521>

Vēl viens nozīmīgs faktors, kas saistāms ar IKT attīstību, ir **pētniecība** un uzņēmēju sadarbības tīkli ar pētniekiem un augstskolu zinātniskajiem institūtiem. Džons Medkofs²⁵ norāda, ka augsto tehnoloģiju nozarēs uzņēmējdarbības aktivitātes ir lielā mērā atkarīgas no inovācijām zinātnē un tehnoloģijās. Inovāciju radīšana ir tieši atkarīga no ieguldījumiem izpētē un attīstībā (R&D)²⁶ un zinātnisko un tehnoloģisko zināšanu pieejamības. Tādējādi šie savstarpēji cieši saistītie elementi— inovācijas, pētniecība, zināšanu pieejamība (1.att.) — ir uzskatāmi par vienu no valstu un reģionu ekonomiskos rādītājus veidojošiem faktoriem.

1.att.: reģionu attīstību veicinošie faktori: inovācijas, pētniecība un zināšanu pieejamība.



Te jānorāda, ka situācija IKT jomā starp attīstītajām valstīm un jaunattīstības valstīm ir atšķirīga.²⁷ Kā uzsver Sunils Mani²⁸, jaunattīstības valstīs dominē divi galvenie inovāciju dzinējspēki. Pirmais ir globalizācijas procesu intensifikācija — to parāda tas, ka globālajā tirdzniecībā aizvien vairāk dominē augsto tehnoloģiju tirdzniecība. Otrais ir ātrā tehnoloģiju attīstība. Šādos apstākļos attīstība prasa vairāk zināšanu un uzņēmējdarbības gara (*entrepreneurial spirit*), lai varētu sacensties ar konkurējošā valstīm/ reģioniem intensificētas globālas konkurences apstākļos. Tas nav viegli panākams. Kā norāda Džili Drori²⁹, straujas globalizācijas un intensificētu globālu apmaiņu laikā pasaules resursu izkliede ir ļoti nevienmērīga. Tas attiecas arī uz augsto tehnoloģiju jomu, kurā attīstītās valstis ir priekšā pārējām.

Jaunattīstības ekonomikās daudzus no apstākļiem, kas traucē ekonomikas izaugsmei un inovācijām, noteic nacionālās un reģionālās vides faktori. Četri galvenie no tiem:

- labi funkcionējošu finanšu tirgu trūkums un līdz ar to grūtības piesaistīt līdzekļus;
- institucionālais konteksts, kas neveicina nacionālu inovāciju sistēmu attīstīšanos un tādējādi arī zinātnisko zināšanu un to tehnoloģisko lietojumu attīstību;
- nepietiekams valsts stimuls inovācijām un uzņēmējdarbībai vienlaikus ar patērētāju/tirgu trūkumu, kas šādus attīstītus risinājumus pieprasītu;

²⁵ Medcof, J. W. (1999). Identifying 'super-technology' industries. *Research Technology Management*, 42(4), 31–36.

²⁶ *Reserach and development*

²⁷ Pēc Starptautiskā Valūtas fonda klasifikācijas, attīstīto ekonomiku sarakstā ir 35 valstis, Latvijas to skaitā nav. Sk.: IMF Advanced Economies List. *World Economic Outlook*, October 2012, p. 180 <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/02/pdf/text.pdf>

²⁸ Mani, S. (2000). Exports of high technology products from developing countries: is it real or a statistical artifact. *INTECH Discussion papers*. Maastricht: UNU-INTECH. Available: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.17.2377&rep=rep1&type=pdf>

²⁹ Drori, G. S. (2007). Information Society as a Global Policy Agenda: What Does It Tell Us About the Age of Globalization? *International Journal of Comparative Sociology*, 48(4): 297–316.

-publisko un privāto R&D investīciju trūkums³⁰.

Patlaban Latvijā situācija zinātnē un pētniecībā ir sarežģīta. Publiskais finansējums, kas tiek atvēlēts zinātnē un pētījumiem, ir neliels: 16,4 miljoni latu 2013.gadā, salīdzinot ar 42,5 miljoniem 2008.gadā.

Kopumā, salīdzinot ar citām Eiropas valstīm, Latvijā izdevumi R&D jomā ir mazi. Saskaņā ar Pasaules Bankas datiem, 2009. gadā tie bija 0,46% no IKP.³¹ Tas ir zemākais rādītājs arī starp kaimiņvalstīm: Lietuva tērē 0,84% no IKP, bet Igaunija 1,44%. Tanī pašā laikā Latvija ir tajā valstu grupā, kurā ir relatīvi augsts ārējā R&D finansējuma apjoms.³² Protams, šo sektoru ietekmē arī virkne citu aspektu, ne tikai ieguldījumi pētniecībā. Vēl vairāk, ir iespējams, ka jaunattīstības valstīs ieguldījumi R&D īstermiņā uzņēmumiem ir neizdevīgi: tas ir slogs uzņēmuma rentabilitātei laikā, kad sektora attīstības līmenis ir zemāks nekā pasaulē un jau esošu inovācijas pārņemšana ir lētāka.

2. Instrukcionālais atbalsts un finansējums audiovizuālā sektora attīstībai Latvijā

Viena no atbalsta formām reģionos jaunu radošu uzņēmumu veidošanai un attīstīšanai ir biznesa inkubatori. Saskaņā ar Latvijas investīciju un attīstības aģentūras informāciju³³, Latvijā darbojas astoņi biznesa inkubatori, tai skaitā reģionos (ar darbības teritoriju ārpus galvaspilsētas): pilnsabiedrība "Rīgas reģiona attīstības inkubators" (darbības teritorija – Ogre, Limbaži un Tukums), nodibinājums "Ventspils Augsto tehnoloģiju parks" (darbības teritorija – Talsi un Ventspils), SIA "Kurzemes Biznesa inkubators" (darbības teritorija – Liepāja, Kuldīga un Saldus), Biznesa inkubators "Ideju Viesnīca" (Biedrība "Latgales aparātbūves tehnoloģiskais centrs") ar darbības teritoriju: Daugavpils, Balvi, Līvāni, Preiļi un Rēzekne, kā arī pieejami virtuālās inkubācijas pakalpojumi Ludzā. Vienīgais inkubators, kas piedāvā pakalpojumus Zemgalē, ir pilnsabiedrība "JIC Biznesa inkubators" (darbības teritorija – Aizkraukle, Dobeles, Jelgava un Jēkabpils). Vidzemē darbojas divi inkubēšanas pakalpojumu sniedzēji: SIA "VBII" (Valmieras biznesa un inovāciju inkubators), kam darbības teritorija ir Gulbene un Valmiera, kā arī virtuālās inkubācijas pakalpojumi pieejami Valkā. Otrs inkubēšanas pakalpojumu sniedzējs ir biedrība "Biznesa inkubators Cēsis" (darbības teritorija – Cēsis, Lielvārde un Madona, kā arī birojs Rīgā³⁴).

Radošo industriju atbalstam Rīgā, Andrejsalā izveidots radošās industrijas inkubators "Creative Andrejsala" (SIA "HUB Riga"), kur patlaban darbojas 22 uzņēmumi³⁵.

Uzņēmumu atbalstam radošajās nozarēs 2009.gadā Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra uzsāka Eiropas Reģionālās attīstības fonda līdzfinansētu projektu „Biznesa inkubatoru attīstība Latvijā”. Atbalsts paredzēts līdz 2014.gada 31. oktobrim. Finansējums tiek izlietots jaunu perspektīvu uzņēmumu atbalstam un, atkarībā no uzņēmuma vecuma un atrašanās laika inkubatorā, pakalpojumiem tiek piemērotas atlaides no 10% līdz 85% no to kopējām izmaksām. Kopējais biznesa inkubatoru aktivitātes finansējums ir 20 208 601 lats. Vienam biznesa inkubatora operatoram paredzēti 2 020 860 lati³⁶. Patlaban gan ir aktuāls jautājums

³⁰ Harbi, S., Amamou, M., Anderson, A. R. (2009). Establishing high-tech industry: The Tunisian ICT experience. *Technovation*, 29, 465–480.

³¹ <http://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS>

³² http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/R_%26_D_expenditure

³³ <http://www.liaa.gov.lv/lv/biznesa-abc/biznesa-inkubatori/biznesa-inkubatoru-kontaktinformacija>

³⁴ <http://www.magnus.lv/kontakti/strukt%C5%ABrvien%C4%ABbas.html>

³⁵ http://www.creativeandrejsala.lv/lv/creative_companies/

³⁶ www.esfondi.lv/upload/00-publikacijas/2010-05-07_LD.pdf

par iespējām turpināt jauno uzņēmumu atbalstīšanu, ņemot vērā, ka aktivitātes beigu termiņš ir jau pēc gada. Plašāka informācija par uzņēmējiem pieejamo atbalstu biznesa uzsākšanai, attīstīšanai, kā arī iespējamiem finansējuma avotiem pieejama: <http://www.liaa.gov.lv/lv/uznemejdarbibas-abc/atbalsts-uznemejiem>.

Ir vērojama biznesa atbalsta sniedzēju sadarbība un spēku apvienošana labāku mērķu sasniegšanai: 2013.gadā vairāki biznesa inkubatori pievienojās Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamerai (LTRK), un tās paspārnē izveidoja Iesācējuzņēmumu atbalsta komiteju³⁷. LTRK pievienojies "JIC biznesa inkubators", Ventspils augsto tehnoloģiju parks, Valmieras biznesa un inovāciju inkubators un Kurzemes biznesa inkubators, bet dalību šajā komitejā plāno vēl citi uzņēmējdarbības atbalsta sniedzēji. Ar dalību LTRK inkubatori plāno aktīvāk informēt sabiedrību par biznesa inkubatoru un to uzņēmumu sasniegumiem, izmantot LTRK piedāvātos pakalpojumus apmācībām un eksporta veicināšanai, kā arī kopīgi iestāties par efektīvu biznesa atbalsta instrumentu plānošanu valstī³⁸.

Atrodami piemēri arī tam, ka augstskolas veido atsevišķus biznesa inkubatorus savu studentu uzņēmējdarbības ideju atbalstam. Tāds ir radošais inkubators Rīgas Starptautiskajā ekonomikas un biznesa administrācijas augstskolā (RISEBA)³⁹. Savukārt Vidzemes Augstskola ir viens no Valmieras biznesa un inovāciju inkubatora dibinātājiem, un augstskolas mācītspēki pastāvīgi darbojas komisijā, kas izvērtē pieteiktās biznesa idejas, un piedalās lēmuma pieņemšanā par topošo uzņēmēju uzņemšanu inkubatorā.

Runājot konkrēti par biznesa atbalsta aktivitātēm Vidzemē, Valmieras biznesa un inovāciju inkubatorā (VBII) kopš 2009.gada augusta uzņemti 75 jauni biznesa projekti, no kuriem līdz 2012.gada nogalei inkubatoru jau atstājuši 34. Pērn, 2012.gadā, uz uzņemšanu VBII pretendēja 31 jauna biznesa ideja, no kurām 16 tika atbalstītas un inkubatorā darbību uzsāka 11 uzņēmumi, atlikušie pieci vēl plāno slēgt līgumu par darbību VBII. 2013.gada jauno biznesa ideju pieteikumu vērtēšanas pirmā komisijas sēde notika 25.janvārī, uz kuru tika saņemti 15 biznesa ideju pieteikumi⁴⁰.

VBII inkubētie uzņēmumi lielākoties pārstāv IKT nozari, radošās industrijas, apstrādes rūpniecību un pakalpojumu sfēru, t.sk. tūrisma. Ja sākotnēji pieprasītākie VBII pakalpojumi bija tehnoloģiskās konsultācijas, kas saistītas ar jaunu produktu izstrādi, kā arī mārketinga un pārdošanas konsultācijas, lai veicinātu produktu noietu tirgū, tad 2012.gadā izteikti pieaudzis pieprasījums pēc eksporta un sadarbības organizēšanas vietējā un starptautiskā līmenī pakalpojumiem. Tas liecina par uzņēmumu attīstības stadijas pakāpi, kad tie jau kļūst eksportspējīgi. Šī tendence arī norāda, ka vietējā tirgus pieprasījums ir samērā neliels un uzņēmumiem savā attīstības ceļā nepieciešams iziet ārējos tirgos⁴¹.

VBII uzņēmumu 2012.gada kopējais apgrozījums bija 1,456 miljoni latu, kas ir par 23,5% vairāk nekā 2011.gadā. Eksports no kopējā uzņēmumu apgrozījuma veidoja 21,6%. Inkubējamie uzņēmumi 2013.gada pirmajā pusē nodrošināja 84 darbavietas Valmieras un Vidzemes reģiona iedzīvotājiem.

³⁷ www.nozare.lv, 20.05.2013.

³⁸ Turpat.

³⁹ <http://www.riseba.lv/lv/riseba-radosais-biznesa-inkubators.html>

⁴⁰ Pārskats par VBII darbību, e-pasta sarakste ar VBII vadītāju Elīnu Leimani – Duksi, 2013.gada maijs

⁴¹ Turpat.

Cēsu biznesa inkubatorā 2013.gada pirmajā pusē darbojas 53 uzņēmumi⁴², no tiem daļa pārstāv IKT un radošo industriju nozares.

Vēl šajā nodaļā būtu jāpiemin valsts atbalsts filmu nozarei, kas ir būtiska audiovizuālā sektora daļa. 2005.gadā izveidots Nacionālais kino centrs (NKC), kas tapis uz Latvijas Nacionālā kinematogrāfijas centra bāzes⁴³, ir vienīgā valsts iestāde, kas atbild par visu kino nozari. NKC galvenā misija ir veicināt filmu nozares attīstību Latvijā un īstenot valsts kultūrpolitiku filmu kultūras nozarē, kas aptver Latvijas filmu veidošanu, Latvijas un ārvalstu filmu izplatīšanu, Latvijas filmu mantojuma saglabāšanu, aizsardzību, pieejamību un popularizēšanu⁴⁴. NKC patlaban, ņemot vērā milzīgo finansējuma samazinājumu nozarei, sadarbībā ar profesionāļiem pārstrādā filmu nozares stratēģiju, un to plānots apstiprināt 2013.gada 2.ceturksnī⁴⁵.

2011. gadā NKC administrēja astoņus filmu nozares projektu konkursus par kopējo valsts finansējumu 860 213 lati. Piemēram, ražošanā esošu spēlfilmu atbalstam tika paredzēti 130 000 lati, jaunu spēlfilmu ražošanai – 250 200 lati, ražošanā esošu animācijas filmu atbalstam – 156 400 lati. Filmu izplatīšanai Latvijas reģionos tika paredzēti 10 213 lati. Jaunu iniciatīvu sekmēšanai – scenāriju atbalsta konkursam tika paredzēts 21 000 latu⁴⁶. Valsts finansiālo atbalstu guva Latvijas filmu veidošana 749 000 latu apjomā: septiņu spēlfilmu, 22 dokumentālo un 10 animācijas filmu projektu ražošanai, kopā 39 filmas, t.sk. kopražojumi: divas animācijas, četras dokumentālās un divas spēlfilmas. Atbalstu guva arī pieci pilnmetrāžas spēlfilmu scenāriju sagatavošanas projekti 21 000 latu apjomā, kā arī divi projekti Latvijas filmu demonstrēšanai reģionos. 11 projekti saņēma līdzfinansējumu Eiropas sabiedrisko fondu finansējuma piesaistei.

Sadarbībā ar citiem Baltijas jūras reģiona valstu partneriem ar INTERREG finansējuma piesaisti NKC līdz 2013.gadam īstenoja inovatīvu audiovizuālās nozares projektu „First Motion”, piesaistot 240 000 latus. Projekta ietvaros tika atbalstīts inovatīvs audiovizuālo mediju projekts 15 Young By Young⁴⁷ par jauniešu dzīvi postpadomju valstīs. Izveidota arī interneta vietne www.balticuniverse.com filmu izplatīšanai⁴⁸.

Viena no iniciatīvām, ko virza NKC, Latvijas audiovizuālo tehnoloģiju klastera izveide. Ir izstrādāta klastera koncepcija⁴⁹, un klastera izveidošana iekļauta Filmu nozares stratēģijā 2014.-2020.gadam. Aktivitātes klastera idejas virzīšanā turpināsies, kad kultūras nozaru stratēģijas būs iekļautas valsts jaunajās kultūrpolitikas pamatnostādnēs „Radošā Latvija”, kas iezīmēs arī starpnozaru sadarbības modeļus⁵⁰.

Klastera konceptā paredzēts, ka tā darbības stratēģiskie virzieni būs kino nozares uzņēmumu pakalpojumi – kino, animācijas, TV raidījumu un reklāmas uzņemšana un saistītie atbalsta pakalpojumi, kā arī programmēšanas (datoru un mobilo aplikāciju izstrāde), audiovizuālu izejmateriālu pēcapstrādes un testēšanas pakalpojumi. Bez tam klastera ietvaros plānots attīstīt ekspertu konsultācijas un izglītības atbalsta pakalpojumus un sniegt inkubatora pakalpojumus. Klastera pamatu veidotu privātais sektors – nozares uzņēmēji, kā arī

⁴² <http://www.magnus.lv/inkubatora-uznemumi.html>

⁴³ MK rīkojums (27.07.2005) „Par valsts pārvaldes iestādes "Latvijas Nacionālais kinematogrāfijas centrs" reorganizāciju un valsts aģentūras "Nacionālais kino centrs" izveidi”

⁴⁴ NKC Gada pārskats par 2011. gadu.

⁴⁵ http://www.nfc.lv/info/?mnu_id=359

⁴⁶ NKC Gada pārskats par 2011. gadu.

⁴⁷ <http://www.15yby.com/#/en/stories/>

⁴⁸ šī pārskata izstrādes laikā mājas lapa uz laiku nebija pieejama

⁴⁹ www.nfc.lv/resources/File/AVT_%20LAT.pdf

⁵⁰ E-pasta sarakste ar Astru Spalvēnu, NKC Latvijas filmu nozares informācijas vadītāju, 2013.gada maijs.

izglītības pakalpojuma sniedzēji un pētnieki, un arī valsts pārvaldes iestādes (politikas veidotāji) un ceturtnā grupa - privātie investori un sponsori⁵¹. Pausts, ka klastera dalībnieku kritiskajai masai ir jāatrodas Rīgas plānošanas reģionā, taču, ņemot vērā attālinātā darba iespējas, klastera dalībnieki var atrasties arī citos plānošanas reģionos⁵².

3. Likumdošana un regulējums, kas skar audiovizuālo sektoru Latvijā

Nacionālais attīstības plāns 2014. — 2020. gadam paredz nākotnē kāpināt Kultūras un radošo nozaru jomā strādājošo uzņēmumu īpatsvaru Latvijas uzņēmējdarbībā. 2014. gadā šim īpatsvaram, saskaņā ar plānu, vajadzētu būt 6,5%, bet 2030. gadā — 12.⁵³ Plānā izvirzītie veicamie uzdevumi: „Veidojot specifisku atbalsta instrumentu, atbalstīt radošo industriju, lai attīstītu kultūrā bāzētas inovācijas un veicinātu kultūras, zinātnes un uzņēmēju sadarbību, atbalstot radošo industriju uzņēmējdarbības eksportspēju (t.sk. audiovizuālā sektora) un valsts starptautisko konkurētspēju”, piesaistot kohēzijas fondu un valsts budžeta finansējumu.⁵⁴

Pirmo reizi Latvijas radošo industriju definīcija tika ierakstīta Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās 2006.-2015.gadam (MK.18.04.2006. Rīkojums Nr.264). Radošās nozares Latvijā ir kultūras ministrijas kompetencē.⁵⁵ 2008. gadā Ministru kabinets pieņēma zināšanai informatīvo ziņojumu „Par radošo industriju un tās politiku Latvijā”,⁵⁶ kurā identificēti galvenie radošo nozaru atbalsta virzieni:

- a) izglītības pasākumi radošās nozares esošo un topošo speciālistu profesionālās kompetences paaugstināšanai, kā arī, lai veicinātu šīs nozares izstrādājumu pieejamību sabiedrībai. Ziņojumā atzīts, ka, par spīti dažiem pozitīviem piemēriem, „joprojām trūkst īpašu tiešsaistes portālu u.tml. mūsdienīgu sabiedrībai pieejamu informācijas forumu, kas tematizētu radošās industrijas jautājumus dažādām sabiedrības grupām”. Tāpat norādīts uz nepieciešamību augstskolās un citās mācību iestādēs sagatavot studiju programmas un kursus un uzlabot esošo programmu saturu, lai veicinātu tautsaimniecības attīstību uz radošo nozaru un inovāciju pamata.
- b) Komercedarbības attīstības veicināšana radošo nozaru nozares konkurētspējas un produktivitātes celšanai.

Ziņojumā⁵⁷ norādīts, ka Latvijā prioritāras radošās nozares sfēras ir dizains un audiovizuālie mediji un multimediji, tām arī ir visaugstākais eksporta potenciāls. Valsts mērogā nepieciešams atbalsts jauno tehnoloģiju lietojumam kultūras un radošo nozaru jomā, kā arī nozares situācijas novērošana, datu analīze, normatīvo dokumentu un priekšlikumu izstrāde, tai skaitā autortiesību jomā.

Ziņojumā⁵⁸ arī identificēti šādi Eiropas valstīs pastāvoši virzieni radošo nozaru atbalstam:

- 1) Pētījumi šo nozaru potenciāla izpētei;
- 2) Darba grupas publiskā sektora atbalsta koordinēšanai;
- 3) Klasteru veidošana;
- 4) Tehnoloģiju attīstības un dizaina izaugsmes centru veidošana;

⁵¹ www.nfc.lv/resources/File/AVT_%20LAT.pdf

⁵² Turpat.

⁵³ NAP [116] Mērķis 3 Komercializējama radošo industriju attīstība

http://www.nap.lv/images/NAP2020%20dokumenti/20121220_NAP2020_Saeim%C4%81_apstiprin%C4%81ts.pdf

⁵⁴ NAP [133] punkts

⁵⁵ km.gov.lv/lv/starпноzares/radosas_industrijas.html

⁵⁶ <http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=30353658&mode=mk&date=2008-08-12>

⁵⁷ Turpat.

⁵⁸ Turpat.

- 5) Tālākizglītības programmu radīšana nozarē nodarbinātajiem, kā arī īpašu konsultāciju centru radīšana nozares uzņēmumiem;
- 6) Izstāžu organizēšana un eksporta veicināšanas pasākumi;
- 7) Sociāli un juridiski atbalsta pasākumi, sekmējot vietējo produktu konkurētspēju (piemēram, nodokļu atvieglojumi utt.);
- 8) Palīdzības sniegšana intelektuālā īpašuma aizsardzības jomā.

Šos punktus var papildināt ar sadarbības veicināšanu starp uzņēmējiem, radošo nozaru pārstāvjiem, studentiem un skolēniem, nepieciešamās infrastruktūras uzlabošanu, mārketinga un reklāmas aktivitātēm.

2010. gadā sagatavots ziņojums par radošajām nozarēm Latvijā, Lietuvā un Igaunijā, kurā norādīts, ka 2008.gada ziņojumā identificētās četras prioritātes tiks saglabātas pārskatāmā nākotnē, un tās atbilst Eiropas Komisijas satvaram, Ziemeļu dimensijas partnerības kultūrā un citām starptautiska līmeņa iniciatīvām.⁵⁹

Radošo nozaru ekonomiskās iespējas ir atzītas arī ES dokumentos. 2010. gadā publicētajā EK zaļajā grāmatā „Kultūras un radošo nozaru potenciāla īstenošana” norādīts, ka šīs ir vienas no ES visdinamiskākajām nozarēm, kas nodrošina gan IKP pieaugumu, gan darbavietas, turklāt tai ir nozīmīga lokālā un reģionālā dimensija. Dokumentā uzsvērts, ka „kultūras un radošās nozares bieži vien palīdz atbalstīt vietējo panīkušo ekonomiku, sekmējot jaunu saimniecisko darbību rašanos, radot jaunas un ilgtspējīgas darbavietas un padarot pievilcīgākus Eiropas reģionus un pilsētas”⁶⁰. Šo nozaru ekonomiskais potenciāls jau tagad plaši tiek izmantots uzņēmējdarbībā, kas saistīta ar kultūras mantojuma izmantošanu, partnerību izveidi starp kultūras/radošajām nozarēm un rūpniecības, pētniecības, izglītības un citām jomām.

Dokumentā akcentēts, ka informācijas sabiedrības attīstīšanā, ieguldījumu palielināšanā platjoslas infrastruktūrā, pakalpojumos un digitālajās tehnoloģijās izšķiroša loma ir saturam. Turklāt ir svarīga arī citu nozaru izaugsme, piemēram, jauno mediju sektora, tūrisma nozares izaugsme reģionos, kas savā ziņā ir atkarīgas no kultūras un radošajām nozarēm. Zaļajā grāmatā uzsvērts, ka „IKT izplatība ir atkarīga no augstas kvalitātes un diversificēta kultūras satura pieejamības.”⁶¹ Kultūras un atpūtas iespējas, labi sadzīves apstākļi, uz tehnoloģijām balstīti pakalpojumi un kultūras un radošo nozaru potenciāls šajā dokumentā norādīti kā faktori, kas pilsētām un reģioniem var ļaut piesaistīt augsti kvalificētus uzņēmumus un darbiniekus, nodrošināt apstākļus inovācijām un stiprināt vietējo ekonomiku.⁶²

Atgriežoties pie situācijas Latvijā, kā viens no svarīgiem normatīviem aktiem, kas ietekmē audiovizuālo sektoru, minams Autortiesību likums. Tas balstīts rietumvalstīs plaši pieņemtajos tradicionālajos autortiesību principos. Pēdējā laikā gan Latvijā, gan arī ārvalstīs izskan kritika par šīs kārtības neatbilstību mūsdienu mediju vides realitātei. No vienas puses, izskan viedokļi, ka pastāvošā regulācija sliecas pārlietu ierobežot sabiedrības intereses un dod pārlietu lielas iespējas satura īpašniekiem (ne tikai autoriem, bet arī izdevniecībām, kā arī autortiesību īpašniekus pārstāvošajām iestādēm) vērsties pret satura patērētājiem. No otras puses, satura radītāji un citas personas, kas pelna no satura pārdošanas, problēmu saskata jauno satura izplatīšanas un patērēšanas kanālu blakusefektos, kas ļauj šo saturu viegli izplatīt tālāk, par to nemaksājot, un vēlas stingrāku šāda satura nesankcionētas

⁵⁹ http://www.km.gov.lv/lv/doc/starpnozares/radosa/CreativeIndustries_EstLatLit.pdf 11. lpp

⁶⁰ http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_lv.pdf 13.lpp

⁶¹ http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_lv.pdf 6.lpp

⁶² http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_lv.pdf 18.lpp

izplatīšanas kontroli. Uz nepieciešamību modernizēt autortiesību likumdošanu ir norādījusi arī Eiropas Komisija.⁶³

Pēdējā laikā Latvijā ir notikušas plašas diskusijas par autortiesību jautājumiem, kas saistīti arī ar tradicionālajiem medijiem, piemēram, radio publisku atskaņošanu un gadījumiem, kad par to ir jāpērk licence.

Šādā situācijā ir sarežģīti veidoties jauniem uz satura apstrādi un izplatīšanu bāzētiem mediju projektiem. Pirms dažiem gadiem izveidotā pirmā Latvijas elektroniskā bibliotēka e-bibliotēka.lv iespējamu autortiesību pārkāpumu dēļ tika slēgta. Līdzīgas problēmas satura izplatītājiem pēdējo gadu laikā ir bijušas arī ārzemēs (Google News strīdi ar medijiem par satura izplatīšanu, Google Books strīdi ar izdevniecībām par grāmatu izplatīšanu un autoratlīdzībām utml).

Kā otrs audiovizuālā sektorā nacionāli nozīmīgs regulējums minams Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums. Tas regulē satura izplatīšanu, izmantojot elektronisko sakaru tīklus.

Atgriežoties pie Eiropas mēroga regulējuma, jāpiemin 2010. gadā apstiprinātā Eiropas digitalizācijas programma (*Digital agenda for Europe – DA4E*). Tā ir viena no stratēģijas „Eiropa 2020” paraugprogrammām un ir vērsta, lai izmantotu IKT potenciālu digitālās ekonomikas veicināšanā un risinātu sabiedrības problēmas. Programmā ir formulētas rīcības IKT izmantošanā, un tās ir sagrupētas septiņos virzienos: jaunas un stabilas platjoslas regulācijas vide, lai veicinātu ieguldījumus tīklos; publisko digitālo pakalpojumu infrastruktūras izveide un digitālo pakalpojumu ieviešana (tai skaitā e-ID, e-paraksts, e-pārvalde); R&D; prasmes un darbs — izglītības veicināšana IKT sektorā, lai apmierinātu pieprasījumu pēc darbavietām, ar tīmekli saistītu uzņēmumu, kā arī jaunizveidotu uzņēmumu atbalstīšana; autortiesību ietvara atjaunināšana; kā arī jaunas stratēģijas izstrāde mikro un nano elektronikas rūpniecībai, lai piesaistītu šīm nozarēm investīcijas.⁶⁴ Plānots, ka šīs programmas ieviešana astoņu gadu laikā palielinās ES IKP par 5%.

Dokumentā norādīts, ka Eiropas ieguldījumi ar IKT saistītajā pētniecībā ir krietni zemāki nekā citās konkurējošajās ekonomikās, turklāt IKT izpētei ir novirzīta arī mazāka daļa no kopējiem pētniecībai atvēlētajiem līdzekļiem.⁶⁵ Bez tam Eiropa lēni apgūst IKT balstītās inovācijas, it sevišķi tās, kas varētu darboties visas sabiedrības interesēs. Tās pārāk maz tiek izmantotas sabiedrisko pakalpojumu kvalitātes un snieguma uzlabošanai. Šo tendenču mazināšanai jāveicina valsts un privātā sektora partnerība, ieinteresēto grupu forumu veidošana, lai atvieglotu inovāciju realizāciju no pētniecības līdz laišanai tirgū un nodrošinātu, ka šīs inovācijas kalpo sabiedrībai.⁶⁶

Tiek uzsvērts atbalsts nozares vadītām iniciatīvām, kuru mērķis ir standartu un atklātu platformu izstrāde jauniem izstrādājumiem vai pakalpojumiem.⁶⁷

Bez tam uzsvērtā nepieciešamība mazināt digitālo plaisu, liekot sarukt tam cilvēku skaitam, kuri nelieto internetu. Tie parasti ir vecāka gadagājuma ļaudis, bezdarbnieki, mazāk izglītotie sabiedrības pārstāvji, ar vājākām mediju lietošanas prasmēm. Taču digitālās prasmes ir vienas no nozīmīgajām, kas cilvēkiem nepieciešamas uz zināšanām balstītā

⁶³ http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-12-950_en.htm

⁶⁴ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/digital-agenda-europe>

⁶⁵ Digital agenda for Europe, 22. lpp

⁶⁶ DA4E, 23. lpp

⁶⁷ DA4E, 24. lpp

sabiedrībā. Turklāt arī uzņēmumiem IT nozarē trūkst darbinieku, tāpēc izglītība un prasmes šajā virzienā ir jo sevišķi jāveicina.⁶⁸

Šī programma arī uzsver to, ka jāveicina digitālo pakalpojumu un satura pieejamība visām sabiedrības grupām, tādējādi ikvienam sniedzot iespēju sajūst IKT ieguvumus — enerģijas patēriņa samazināšanu, mobilitātes un dažādu citu iespēju uzlabošanu, sociālās iekļaušanas veicināšanu.⁶⁹

3.1. Regulējums uzņēmējdarbības veicināšanai radošajās un tehnoloģiju nozarēs

Pēdējos gados Eiropā ir pievērsta liela uzmanība uzņēmējdarbības veicināšanai iedzīvotāju vidū, tai skaitā arī lai vairotu pašnodarbināto cilvēku skaitu. Internets cilvēkiem sniedz iespēju radīt un koplietot savas idejas, tādējādi ļaujot attīstīties jaunam saturam, veidoties jauniem uzņēmējiem un tirgiem. Pašlaik aizvien vairāk jaunu cilvēku izvēlas kļūt par uzņēmējiem, lai izmantotu nepieredzēti lielās iespējas, ko sniedz tīmeklis, mākoņdatošana, mobilās platformas, tiešsaistes sociālie tīkli un milzīgie datu apjomi. Eiropas Komisija uzsver, ka tiešsaistes *startapiem* ir nepieciešama uzņēmējdarbību atbalstoša vide ar vieglāku piekļuvi finansējumam, tirgiem, tīkliem un prasmēm.⁷⁰

2007. gadā sastādītajā Eiropas Komisijas pasūtītajā ziņojumā „*The promotion of entrepreneurship in the audio-visual media (esp. TV)*” norādīts, ka gan Eiropā, gan ASV to cilvēku skaits, kas vēlētos būt pašnodarbinātie, ir krietni lielāks nekā to cilvēku skaits, kas patiešām ar šāda veida uzņēmējdarbību nodarbojas⁷¹. Norādīts, ka pārlicenoša skaidrojuma tam, kāpēc cilvēki izvēlas kļūt par uzņēmējiem nav, lai gan ir iespējams runāt par dažādiem faktoriem: par cilvēku spēju identificēt iespējas un spēju šīs iespējas realizēt, kā arī par uzņēmējdarbībā strādājošo individuālajām (psiholoģiskajām), sociālajām un ekonomiskajām iezīmēm. Svarīga ir arī potenciālo uzņēmēju apmācība un izglītība. Turklāt uzsvērts, ka uzņēmēju primārā motivācija nav cerība labi pelnīt, bet gan vēlme būt neatkarīgiem, tāpat pozitīvi aspekti ir karjeras elastīgums, iespēja virzīties uz priekšu, neapmierinātība ar pašreizējo karjeru un grūtības atrast apmaksātu darbu.

2013. gada sākumā tika sagatavots EK rīcības plāns uzņēmējdarbības jomā 2020. gadam „Uzņēmējdarbības gara atdzīvināšana Eiropā”, kurā uzvērta nepieciešamība palielināt uzņēmēju skaitu.⁷² Rīcības plāns balstās uz trīs rīcības pilāriem:

1. izglītību un apmācību uzņēmējdarbības jomā,
2. piemērotu vidi, kurā uzņēmumi var attīstīties (finansējums, atbalsts, procedūru vienkāršošana);
3. priekšzīmes rādīšana ar uzņēmēju darbību un orientēšanās uz noteiktām grupām (sievietēm, jauniešiem, bezdarbniekiem, migrējošajiem, vecāka gadagājuma cilvēkiem).

2. pilārā par atbalstu uzņēmējiem ir norādīts arī uz jaunu uzņēmējdarbības iespēju attīstīšanu digitālajā vidē. Ziņojumā teikts, ka „IKT ir galvenais valsts ekonomikas izaugsmes avots”, un IKT izmantošana mazajiem un vidējiem uzņēmumiem Eiropā ļauj attīstīties divas trīs

⁶⁸ DA4E, 25. lpp

⁶⁹ DA4E, 28. lpp

⁷⁰ The Digital Agenda for Europe - Driving European growth digitally. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0784:FIN:EN:PDF> P. 11.

⁷¹ The promotion of entrepreneurship in the audio-visual media (esp. TV): Final Report for the European Commission, Enterprise and Industry Directorate-General.

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/av/media_study_en.pdf P. 30.

⁷² <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:lv:PDF>

reizes ātrāk. Sniegts arī tiešsaistes uzņēmējdarbības īpatnību raksturojums: „Uzņēmējdarbības sākšanai tīmekļa vidē ir tendence attīstīties, kā arī ciest neveiksmi ātrāk par citāda uzņēmuma darbību, turklāt tā ir eksponenciāla, proti, tai ir lielāki ieguvumi, bet arī lielāki riski. Šie uzņēmēji darbojas sarežģītā un strauji mainīgā ekosistēmā, kurā sakaru veidošanai un eksperimentēšanai ir īpaši svarīga nozīme. Uzņēmējdarbības sākšana tīmekļa vidē ir lētāka, kā arī šķēršļi ienākšanai tirgū ir mazāki, padarot to pievilcīgu karjeras sākšanai. Tāpēc uzņēmējiem tīmekļa vidē ir nepieciešami īpaši pielāgoti atbalsta pasākumi, lai būtiski stiprinātu ekosistēmu uzņēmējdarbības sākšanai tīmekļa vidē.”⁷³

Tāpēc audiovizuālās un it īpaši tiešsaistes uzņēmējdarbības attīstīšanai ir jānodrošina pievilcīgi apstākļi eksperimentiem, jaunu ideju pārbaudīšanai un attīstīšanai. Tanī pašā laikā zaļajā grāmatā „Kultūras un radošo nozaru potenciāla īstenošana” norādīts, ka kultūras un radošajās nozares regulāri izjūt grūtības finansējuma piesaistē un ir problēmas panākt atbilstošu materiālo novērtējumu nemateriālajiem resursiem un aktīviem. Kā viens no nepieciešamajiem soļiem minēta finanšu pasaules izpratnes uzlabošana par radošo nozaru ekonomisko potenciālu.⁷⁴

Taču nepieciešams arī atbalsts radošās nozares eksporta atbalstam. Šajā nozarē ir nepieciešami sakari ar trešajām valstīm, un it īpaši nozīmīgs šāds atbalsts ir mazajiem un vidējiem uzņēmumiem.

Jānorāda, ka uzņēmējdarbībā iesaistīto cilvēku īpatsvara ziņā Vidzemes reģionam Latvijas mērogā ir salīdzinoši labi rādītāji. Saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes datiem, Latvijā vidēji uz tūkstoš iedzīvotājiem ir 61 uzņēmums, taču Vidzemes reģionā — 71, kas ir vairāk nekā Pierīgas reģionam (60), Kurzemes reģionam (64), Zemgales reģionam (57) un Latgales reģionam (59), un atpaliek tikai no Rīgas (85) un Rīgas reģiona (85).⁷⁵

⁷³ Uzņēmējdarbības gara atdzīvināšana Eiropā, 13.-14.lpp.

⁷⁴ Kultūras un radošo nozaru potenciāla īstenošana. 12. lpp.

⁷⁵ <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Print.asp?Matrix=SR0051&timeid=20133624729&lang=16>

4. Izglītības un apmācības iespējas Latvijā audiovizuālajā sektorā

Nodaļas sākumā uzskaitītas formālā izglītības programmas, kas piedāvā izglītību audiovizuālajā jomā. Kā norādījuši citi pētnieki, Latvijā pārsvarā visas izglītības iespējas, kas saistītas ar audiovizuālo jomu, tiek piedāvātas galvaspilsētā⁷⁶. Šajā programmu sarakstā iekļautas gan tās Latvijas augstāko izglītības iestāžu programmas, kuru nosaukumā meklējams vārds „audiovizuāls”, gan arī pieminētas tās Vidzemē piedāvātās programmas, kas palīdz apgūt prasmes, kas nepieciešamas audiovizuāla satura radīšanai un piemērošanai izplatīšanai dažādās platformās.

Latvijas Kultūras akadēmija piedāvā divas bakalaura līmeņa studiju iespējas:

-Akadēmiskās bakalaura augstākās izglītības programmas „Mākslas” apakšprogramma „**Audiovizuālā māksla**” ar divām specializācijām: 1) filmu montāžas teorija un prakse un iemaņas filmu postproduction apstrādē un 2) filmu producēšana un mārketinga. Studiju ilgums: 4 gadi (8 semestri); Iegūstamais grāds: Humanitāro zinātņu bakalaura mākslās akadēmiskais grāds. Saite uz plašāku informāciju: <http://www.lka.edu.lv/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=1776&mode=thread&order=0&thold=0>

- Akadēmiskā bakalaura augstākās izglītības programmas „Mākslas” apakšprogramma „**Audiovizuālās un skatuves mākslas teorija**”. Studiju ilgums: 4 gadi. Iegūstamais grāds: Humanitāro zinātņu bakalaurs mākslā. Plašāka informācija: http://www.lka.edu.lv/images/faili/SP%20apraksts_AVS.pdf

Rīgas Starptautiskā ekonomikas un biznesa administrācijas augstskola (RISEBA) piedāvā vienu bakalaura līmeņa un vienu maģistra līmeņa programmu:

-Bakalaura studiju programma „**Audiovizuālā mediju māksla**”. Studiju ilgums: 4 gadi. Iegūstamais grāds: Profesionālais bakalaura grāds audiovizuālajā mākslā. Profesionālā kvalifikācija: televīzijas režisors vai televīzijas operators, vai scenārists, vai televīzijas un kino producenti. Plašāka informācija: <http://www.riseba.lv/lv/bakalaura-studiju-programmas/audiovizuala-mediju-maksla.html>

-Maģistra studiju programma „**Audiovizuālā mediju māksla**”. Studiju ilgums: 2 gadi. Iegūstamais grāds: akadēmiskais maģistra grāds audiovizuālajā mākslā. Plašāka informācija: <http://www.riseba.lv/lv/magistra-studiju-programmas/audiovizuala-mediju-maksla-mag.html>

Liepājas universitāte piedāvā vienu bakalaura programmu:

-**Jauno mediju māksla**. Studiju ilgums: 3 gadi. Iegūstamais grāds: Humanitāro zinātņu bakalaura mākslā akadēmiskais grāds. Plašāka informācija: <http://www.liepu.lv/lv/89/jauno-mediju-maksla>

Starptautiskā praktiskās psiholoģijas augstskola piedāvā vienu bakalaura studiju programmu:

⁷⁶ Nacionālais kino centrs (2010). „Business Models and Value Chains in Audiovisual Media (in the Baltic Countries)”, pieejams: <http://www.nfc.lv/news/view.php?id=521>

-Profesionālā augstākās izglītības bakalaura studiju programmu „**Audiovizuālā māksla**”. Iegūstamais grāds: Profesionālā bakalaura grāds audiovizuālajā mākslā un studenti var izvēlēties iegūt mākslas fotogrāfa, televīzijas operatora, televīzijas režisora vai scenārista kvalifikāciju. Plašāka informācija: <http://www.sppa.lv/lv/operators.html>

Rīgas Stradiņa universitātē tiek piedāvāta viena bakalaura studiju programma:

-„**Multimediju komunikācija**”. Studiju ilgums: 3 gadi. Plašāka informācija: <http://www.rsu.lv/studiju-iespejas/pamatstudijas/socialo-zinatnu-studiju-programmas/multimediju-komunikacija>

Vidzemes augstskolā Valmierā tiek piedāvāta viena bakalaura līmeņa programma:

-Profesionālā bakalaura studiju programma „**Mediju studijas un žurnālistika**”. Studiju ilgums 4 gadi. Iegūstamais grāds: profesionālā bakalaura grāds mediju studijās; profesionālā kvalifikācija: žurnālists. Plašāka informācija: <http://www.va.lv/lv/lapa/mediju-studijas-un-zurnalistika>

Koncentrējoties uz izglītības iespējām Vidzemē, papildus jāpiemin arī Vidzemes Augstskolas studiju bakalaura studiju programma „**Informācijas tehnoloģijas**”, kas ir nozīmīgs spēlētājs jauno profesionāļu veidošanai Vidzemes reģionā jomā, kas nepieciešamas audiovizuālā satura attīstībai digitālajās platformās. Studiju ilgums programmā: 4 gadi. Iegūstamais grāds: profesionālā bakalaura grāds informācijas tehnoloģijās; profesionālā kvalifikācija: programmēšanas inženieris.

Bez tam jāpiemin arī atsevišķas iniciatīvas vidējās izglītības līmenī, kuru nolūks ir ieinteresēt jauniešus mediju un audiovizuāla satura veidošanā. Tā Madonas Valsts ģimnāzijā ar Igaunijas - Latvijas programmas atbalstu un sadarbībā ar partneriem Tartu tika īstenots projekts „Izglītības attīstība 21. gadsimtā - plašsaziņas līdzekļu lietotprasmju apmācības”, kas noslēdzās 2012.gada rudenī⁷⁷. Projekta ietvaros izveidots mediju pulciņš, iegādāts aprīkojums filmēšanai un materiālu montēšanai. Skolēniem tā ir iespēja apgūt žurnālistikas pamatprincipus un aktīvi darboties filmēšanas un montāžas prasmju apguvē. Pēc projekta beigām mediju pulciņš turpina savu darbību, ir plānots veidot mediju klasi humanitārā mācību virziena ietvaros, bet tam trūkst piemērotu mācībspēku⁷⁸.

Jauniešu ieinteresēšanai audiovizuāla satura radīšanā Siguldā jau otro gadu notiek īsfilmu konkurss „Triecienkadrs”, ko organizē radošā apvienība „Cits Skats”. Šī konkursa mērķis ir unikālu un oriģinālu multimediju stāstu radīšana par konkursā izsludināto tematiku. Tā apakšmērķis ir intereses veicināšana un izglītošana par īsmetrāžas filmām un kino mākslu kopumā. Apvienojot vizuālās mākslas jomu ar jauno tehnoloģiju iespējām, tiek radītas īsfilmas. 2013.gada konkursa temats bija „Cilvēki un kodi”. Konkursa filmas tiek popularizētas dažādos sociālos portālos, kur konkursa rīkotāji izveidojuši un uztur aktīvus kontus – www.draugiem.lv, www.facebook.com, www.twitter.com.

Latvijā jauniešu piesaistīšanai audiovizuālajam sektoram notiek vēl viena aktivitāte – īsfilmu festivāls „Starmetis”, kas ir tirdzniecības parka „Alfa” izsludināts pasākums. Tā mērķis ir atklāt un atbalstīt jaunus talantus filmu veidošanā, kā arī veicināt Latvijas kino

⁷⁷ <http://www.madona.lv/lat/?ct=projmadpils&fu=read&id=482&start=1>

⁷⁸ Komunikācija ar Madonas novada pašvaldības sabiedrisko attiecību speciālisti Dzintru Stradiņu, 2013.gada maijs.

attīstību. Konkursā topošie filmu nozares profesionāļi piedalās ar filmu scenārijiem, trīs labāko darbu autori katrs saņem 2000 latu savas ieceres realizēšanai⁷⁹.

Savukārt kinopilsētā „Cinevilla” šogad otro reizi notiks nedēļu ilga ideju festivāls „Film Art Action Party”. Šā projekta mērķis ir strādāt ar Latvijas augstskolu kultūras un radošo izglītības programmu studentiem. Ar ES programmas “Jaunatne darbībā” atbalstu pasākums padarīts starptautisks – festivālā piedalīsies radošo profesiju studenti no Bulgārijas un Turcijas. Festivāla programmā ir paredzētas meistarklases radošajās profesijās, mākslinieku portfolio izveides lekcijas un dažādas radošas aktivitātes⁸⁰.

5. Galvenie audiovizuālā satura izplatīšanas kanāli Latvijā

Ja runājam par **Televīzijas** kā satura izplatīšanas kanāla popularitāti, tad 2013. gada janvārī skatītākais kanāls Latvijā bija TV3, kura vērošanai veltīti 11,5 % no visa kopējā TV skatīšanās laika. Otrs skatītākais kanāls bijis PBK ar 10,8 % lielu skatīšanās laika daļu. Savukārt trešais skatītākais kanāls bija LNT ar 10,7 % lielu skatīšanās laika daļu. Kanālam LTV1 veltīti 10,4 %, kanālam RTR Planeta Baltija – 6,5 %, kanālam NTV Mir Latvija – 6,4 % un kanālam REN Baltija – 4,7 % no visa kopējā TV skatīšanai veltītā laika⁸¹. Savukārt 2013.gada aprīlī skatītākais kanāls bijis TV3, kura skatīšanās laika daļa bija 14,7% (noticis auditorijas pieaugums, salīdzinot ar janvāri). Otrs skatītākais kanāls bijis LNT ar 10,4%, bet trešais – kanāls PBK ar 9,6% lielu skatīšanās laika daļu.

Kanāliem LTV1 un NTV Mir Latvija 2013.gada aprīlī veltīti katram pa 8% no kopējā TV skatīšanai veltītā laika. Kanālam RTR Planeta Baltija veltīti 5,6%, kanālam REN Baltija 5% un kanālam 3+ - 3,8%. Kanāla LTV7 skatīšanās laika daļa bija 3%, kanāla TV5 – 2,9%, kanāla TV6 – 2,5%. Kanālam 2 veltīti 0,7% un kanālam IBM – 0,6% no kopējā TV skatīšanai veltītā laika. Savukārt kanāliem FOX un National Geographic Channel veltīti katram pa 0,5% no kopējā TV skatīšanās laika. Kanālam CTC Baltija veltīti 0,4% un Fox Life – 0,1% no kopējā TV skatīšanai veltītā laika. Visu pārējo kanālu skatīšanai veltīti 18,9%, bet DVD un video skatīšanai – 4,6%⁸².

Šī gada aprīlī viens TV skatītājs pie TV ekrāna pavadījis vidēji 5 stundas un 1 minūti dienā, kas bija par 26 minūtēm mazāk nekā šī gada martā. Ja runājam par Latvijā vietēji radītā satura popularitāti, tad aprīļa programmu topa pirmajā vietā ierindojies šovs „Koru kari 3” kanālā TV3, kuru vērojuši vidēji 12,9% jeb 260,5 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju, kas vecāki par četriem gadiem. Programmu topa otrajā vietā – TV3 Laika ziņas (svētdienās), kuras vērojuši vidēji 10,2% jeb 204,8 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju. Savukārt topa trešajā vietā ierindojies seriāls „UgunsGrēks 9” kanālā TV3, kuru vērojuši vidēji 10% jeb 202 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju, kas vecāki par četriem gadiem⁸³.

Vidzemē skatītājiem pieejams **Vidzemes TV** saturs. Vidzemes TV izveidota pirms 20 gadiem, tā ir vienīgā reģionālā TV Vidzemē, kā arī viens no lielākajiem reģionālajiem medijiem Latvijā⁸⁴. Katru darba dienu Vidzemes TV sagatavo un pārraida 45 minūšu oriģinālprogrammu, kas sastāv no informatīva ziņu izlaiduma un tematiska autorraidījuma, aptverot tādus tematus kā veselība, skaistums, business, sports un tūrisms utt. Vidzemes TV

⁷⁹ <http://www.alfaparks.lv/lv/aktualitates/jaunumi/id/10931/isfilmu-festivals-starmetis>

⁸⁰ http://cinevillastudio.com/?page_id=137 un <http://filmartactionparty.com/>

⁸¹ <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=4092>

⁸² Turpat.

⁸³ <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=4205>

⁸⁴ http://vtv.lv/14102009-vidzemestv_1255516404

raidījumi tiek arhivēti mājas lapā www.vtv.lv, kā arī televīzijai izveidots savs kanāls YouTube portālā⁸⁵.

Kā īpaši izceļams piemērs televīzijas satura attīstībai jaunās platformās jāmin **Latvijas Reģionu Televīzija „Re:TV”**, kas savu darbību sāka 2012.gada jūnijā Lattelecom Interaktīvajā televīzijā un strauji sasniedza atzīstamu popularitāti skatītāju auditorijā. Re:TV satura veidošanā ir iesaistītas 14 Latvijas reģionālās un vietējās televīzijas, kā arī piedalās neatkarīgo producentu apvienības. Kopīga kanāla izveide, nodrošinot satura pārraidīšanu 24 stundas diennaktī faktiski bija vienīgā ekonomiski saprātīgā iespēja reģionālajām un vietējām TV sasniegt savu auditoriju pēc tam, kad Latvijā tika pārtraukta analogā apraide⁸⁶. Re:TV nodrošina informācijas - ziņu raidījumu, autorraidījumu, tiešraīžu, portretinterviju u.c. aktuālo video materiālu pārraidi no visiem Latvijas reģioniem vienā televīzijas kanālā⁸⁷. Patlaban Re:TV saturs pieejams Lattelecom interaktīvajā TV pamata pakā; Lattelecom Virszemes TV ekonomiskajā pakā un tiešraidē mājas lapā www.retv.lv⁸⁸.

Kā mūsdienīgus TV satura pārraidīšanas piemērus var minēt Lattelecom **interneta televīziju** lattelecom.tv, kas piedāvā populāru TV kanālu tiešraides datorā, planšetdatorā vai viedtālrunī. Pieejami informatīvi izklaidējoši, filmu, sporta, ziņu, kā arī bērnu auditorijai domāti kanāli. Pieejama arī videonoma, arhīvs, tiešraides. Otrs pakalpojums – Lattelecom **interaktīvā** televīzija – papildus TV kanālu satura pieejamībai piedāvā pārraīžu arhīvu, TV ieraksta iespējas, raidījuma „attīšanu” uz sākumu, nopauzēšanu, kā arī iespējama valodas izvēle, tiek piedāvāti subtitri, grāmatzīmes, kā arī video noma⁸⁹.

Populārākā Latvijas sociālās tīklošanās portāla Draugiem.lv veidotāju viens no produktiem, kas tiek attīstīts 2013.gadā, ir **Draugiem.TV**. Tā ir jaunākās paaudzes televīzija, bāzēta internetā⁹⁰. Tajā tiek piedāvāti nacionālie Latvijas televīzijas kanāli, kā arī ārzemju kanāli: LTV1, LTV7, Pro100 TV, PBMK, Chaula TV un ARTV (informācija uz 2013.gada martu). Kanālā ir iespēja skatīties gan latviešu, gan ārvalstu režisoru filmas.

Ja runājam par **interneta** patēriņu Latvijā kopumā, tad 2012. gadā regulāri (vismaz reizi nedēļā) internetu lietoja 70% Latvijas iedzīvotāju,⁹¹ šis rādītājs ir aptuveni līdzīgs Eiropas Savienības (ES) vidējiem rādītājiem. 2010. gadā publicētajā ziņojumā par interneta lietojumu ES norādīts, ka tuvu ES līmenim Latvijā ir arī interneta izmantošana, lai meklētu informāciju par precēm vai pakalpojumiem, bet atsevišķās kategorijās — tiešsaistes avīžu lasīšanā, internetbanku izmantošanā, pašradīta satura augšupielādēšanā, spēļu, filmu, mūzikas attēlu lietošana vai lejupielāde — rādītāji Latvijā pārsniedz ES vidējos rādītājus. Turpretim e-komercijas lietojums (piemēram, preču un pakalpojumu iegāde tiešsaistē), salīdzinājumā ar ES vidējiem rādītājiem, Latvijā nav tik populārs.⁹²

Visbiežāk apmeklētās **tīmekļa vietnes** Latvijā ir ziņu portāli, tiešsaistes meklētāji, plaši tiek lietoti e-pasta pakalpojumi. Daudz iedzīvotāju seko informācijai sludinājumu portālos un ļoti populāri ir arī tiešsaistes sociālo tīklu portāli. Pēdējā laikā palielinās arī interneta lietošana telefonā. Detalizētu datu šajā jomā nav, taču, piemēram, uzņēmums Tele2 ir

⁸⁵ Turpat.

⁸⁶ Kunga, E. (2013). *Pārmaiņas reģionālo un vietējo TV satura veidošanā un attiecībās ar auditoriju pēc satura iekļaušanas Re:TV kanālā. Iesaistīto televīziju pārstāvju perspektīva*. Bakalaura darbs: Vidzemes Augstskola.

⁸⁷ <http://www.retv.lv/par-mums.html>

⁸⁸ Turpat.

⁸⁹ <http://www.lattelecom.lv/majai/>

⁹⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=OlHwS5c-gQg>

⁹¹ <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Print.asp?Matrix=IT0040&timeid=2013227572236&lang=16>

⁹² <http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/countryprofiles.pdf>

paziņojis, ka Vidzemē internetu telefonā izmanto 35 % viņu klientu.⁹³ Īpaši augsts līmenis mobilā interneta lietošanā ir jauniešu vidū. 2012. gada maijā Latvijas Drošāka interneta centrs kopā ar Tele2 priekšapmaksas karti Zelta Zivtiņa veica bērnu un jauniešu aptauju par interneta lietošanu telefonā un datorā.⁹⁴ 72% respondentu izmanto telefonā iebūvētās kameras fotogrāfiju un video uzņemšanai, 55% telefonā spēlē dažādas spēles, 44% mobilo telefonu izmanto sociālo tīklu portālu lietošanai, 42% to izmanto čatošanai, 37% dažādu interneta vietņu pārlūkošanai, 14% — e-pasta lietošanai.

Radio segmentā 2012.gada ziemā vidēji nedēļā radio klausījās 80% Latvijas iedzīvotāju vecumā no 12 līdz 74 gadiem, kas ir par 2 procentpunktiem vairāk nekā 2012. gada rudenī. Vismaz reizi dienā 2013. gada ziemā radio ir klausījušies vidēji 60% iedzīvotāju aptaujātā vecuma grupā. Līdz ar to var teikt, ka radio joprojām ir nozīmīga platforma mediju satura pārraidīšanai. Pirmā klausītākā radio stacija, līdzīgi kā iepriekš, arī 2013. gada ziemas periodā ir „Latvijas Radio 2”, kura klausīšanai veltīti 21,3% no visa kopējā radio klausīšanās laika. Otro vietu ieņem „Latvijas Radio 1” ar 10,9% lielu klausīšanās laika daļu. Savukārt trešajā vietā ierindojas radio stacija „Radio Skonto” ar 10,5% lielu klausīšanās laika daļu. Desmit Latvijā klausītāko radio staciju vidū 2013. gada ziemā vēl ierindojas tādas radio stacijas, kā „Radio SWH” (5,7%), „Latvijas Radio 4” (5,2%), „EHR (Eiropas hitu radio)” (4,5%), „TOP Radio” (3,9%), „Hiti Rossii / Krievijas hiti” (3,8%), „RETRO FM” (3,4%) un „Star FM” (3,2%)⁹⁵.

Vidzemē bāzējas Radio Valmiera, kas dzirdams ne tikai reģionā, bet arī Rīgā. Radio Valmiera darbojas kopš 2007.gada⁹⁶. Sava Vidzemes studija ir Radio Skonto⁹⁷. Ilgus gadus Vidzemē darbojās un labu atpazīstamību sasniedza Radio SWH Valmieras studija, bet 2013.gada janvārī tā savu darbību pārtraukusi⁹⁸. Radio SWH turpina uzturēt reģionālās studijas Liepājā un Ventpilī.

6. Audiovizuālā satura digitalizācijas piemēri

Nacionālais kino centrs kopš 2008.gad veic Latvijas filmu mantojuma atjaunošanu un digitalizāciju. Kopumā dāņu kompānijā „Nordisk Film” līdz šim atjaunotas 12 spēlfilmas un 9 animācijas filmas no latviešu kino zelta fonda. Atjaunotas tādas spēlfilmas kā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” (režisors. Jānis Streičs), „Pie bagātās kundzes” (rež. Leonīds Leimanis), „Ābols upē” (rež. Aivars Freimanis), „Vella kalpi” (rež. Aleksandrs Leimanis) un citas. Atjaunotas animācijas vecmeistara Arnolda Burova filmas: „Kikerigū”, „Tīģeris Ņau Ņau”, „Puķu Ansis”, „Dullais Dauka”, „Bums un Piramidons”, „Pasaka par vērdiņu”, „Si – si – dra” un citas.

NKC arī audiovizuālās nozares projektā „First Motion” digitalizējis un interneta vietnē www.balticuniverse.com ievietojis piecas stundas Latvijas vēsturiskās dokumentālās hronikas par laika periodu no 1900.līdz 1990.gadam.

Ar Eiropas Reģionālās attīstības fonda atbalstu Kultūras ministrijas pakļautībā esošais Kultūras informācijas sistēmu centrs īsteno projektu „Latvijas audiovizuālo materiālu

⁹³ http://www.jelgavasvestnesis.lv/page/1?id=121&news_id=18625

⁹⁴ http://www.drossinternets.lv/upload/materiali/petijumi/mob-tel_interneta_izmantosana_2012.pdf

⁹⁵ <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=4121>

⁹⁶ <http://www.radiovalmiera.lv/info>

⁹⁷ <http://radioskonto.lv/lv/vidzeme>

⁹⁸ http://www.radioswh.lv/swh/index.php?option=com_content&view=article&id=1313&catid=72

pieejamība e-vidē”. Projekta mērķis ir vēsturisko audiovizuālo materiālu, kas ir uzkrāti gan Latvijas Televīzijā (LTV), gan Latvijas Radio (LR), saglabāšana digitālā formātā, lai materiāli būtu bez maksas pieejami Latvijas iedzīvotājiem dažādu mediju formātos, tostarp interneta vidē un publisko bibliotēku tīklā.

Projekta īstenotāji norāda, ka LTV un LR gadu gaitā ir uzkrāti audiovizuālie ieraksti, ko var pamatoti uzskatīt gan par Latvijas kultūras dārgumiem, gan par vēstures un sabiedrības vērtību iemūžinājumu. Tāpēc svarīga ir steidzama šo materiālu saglabāšana. Īstenotais projekts ļaus saglabāt tos audiovizuālos materiālus, kas līdzekļu trūkuma vai magnētisko materiālu fiziskas novecošanas dēļ var tikt neatgriezeniski pazaudēti. LR ir jau izveidota digitalizējamo materiālu kartotēka, kurā ir daļēji ievadīta informācija par digitalizācijai paredzētajiem materiāliem, kā arī daļa no kartotēkā uzskaitītajiem materiāliem ir pārnesta ciparu formātā. Savukārt LTV audiovizuālo materiālu digitalizācija ir tikai uzsākta, bet nav izstrādāta sistēma šo materiālu plašai digitalizācijai un ilgstošai uzglabāšanai.

Digitalizētās informācijas uzglabāšana paredzēta elektroniskajā arhīvā, kas nodrošinās informācijas drošu saglabāšanu un piekļuvi tai no Latvijā izveidotā publisko bibliotēku tīkla datoriem, izmantojot lietotājam ērtāko pārlūku. Lai nodrošinātu vieglu audiovizuālo materiālu meklēšanu vai šķirošanu, tiks izveidota datu bāze, kas ļaus operatīvi atrast vēlamo materiālu. Paredzēts, ka piekļuve šim e-pakalpojumam tiks nodrošināta, izmantojot portāla www.latvija.lv resursus⁹⁹. 2013.gada aprīlī izsludināts iepirkums un līdz rudenim notiks atlasīto digitālo materiālu apsekošana un tehniskās specifikācijas sagatavošana audiovizuālo materiālu digitalizācijai.

⁹⁹ http://www.km.gov.lv/lv/jaunumi/?news_id=2687

7. SWOT analīze audiovizuālajam sektoram Vidzemes plānošanas reģionā

Stiprās puses

- Reģionā pakalpojumu sniegšanu var nodrošināt par izdevīgāku cenu: mazākas biroja un citu telpu īres izmaksas.
- IKT nodrošina iespējas sazināties ar esošajiem un potenciālajiem klientiem attālināti, arī ārpus LV, nav izšķiroša biroja atrašanās vieta Rīgā. Salīdzinoši nelielas digitālā satura izplatīšanas un pakalpojumu sniegšanas izmaksas.
- Ilglaicīga pieredze reģionā TV satura veidošanā. Veiksmīgs un auditoriju piesaistošs produkts ir Latvijas reģionālo televīziju kanāls Re:TV, kas tapis pēc Vidzemes TV iniciatīvas un apvieno kopumā 14 reģionālajās televīzijās veidotus materiālus.
- Veidojas pieredze globālu produktu radīšanā (A. Matisons). Vietējie uzņēmēji apzinās nepieciešamību iet ārpus LV tirgus, meklēt noieta tirgus Igaunijā, Eiropā, Skandināvijā, ASV, un izstrādā produktus citu valstu tirgiem un pasūtītājiem. Tas ir iespējams, piesaistot zinošus partnerus citās valstīs.
- Valmieras Biznesa un inovāciju inkubators kā konsultāciju un atbalsta sniedzējs uzņēmumu sākuma attīstības posmā; iespēja piesaistīt finansējumu izdevumu segšanai produktu izstrādes laikā.
- Vidzemes Augstskola kā izglītības sniedzējs, ir studiju programmas “Informācijas tehnoloģijas” un „Mediju studijas un žurnālistika”. Ir uzkrāta kompetence un arī pieejamas tehnoloģijas (izveidota laboratorija) virtuālās un papildinātās realitātes jomā.
- Vidzemes plānošanas reģions: projektu kapacitāte, interese par nozares attīstīšanu.
- Atbalstoša likumdošana un nodokļu sistēma: mikrouzņēmumu nodoklis labvēlīgs mazo un nesen izveidoto uzņēmumu attīstīšanai. (*Taču: arī uzņēmēja saņemto atbalstu apliek ar mikrouzņēmuma nodokli (?) Uzņēmuma ienākumu nodokļa aprēķināšanas un iekasēšanas kārtība; uzņēmuma izstrādājams produkts vienā brīdī tiek traktēts kā pamatlīdzeklis, kura iegādi nedrīkst atbalstīt.*)
- Līdzšinējais atbalsts (tai skaitā finansējums, ne tikai padomi inkubējamiem uzņēmumiem) bijis labvēlīgs uzņēmumu veidošanai reģionos.
- Speciālistu trūkums veicina nevis konkurenci, bet sadarbību nozares pārstāvju attiecībās.

Vājās puses:

- Reģionā un Latvijā kopumā ir nozarei nepieciešamo profesionāļu trūkums: katrs speciālists ir liela vērtība. Arī ViA absolventu vidū esošo par perspektīviem uzņēmumu pārstāvji atzīst tikai dažus. Šos nedaudzos studentus uzņēmumi piesaista jau studiju laikā. Daudziem jauniešiem trūkst entuziasma un radošuma. Ja nozarei reģionā trūkst cilvēkkapitāla, tā nespēj attīstīties.

- Nozarē gan reģionā, gan valstī trūkst programmētāju, mobilo tehnoloģiju saskarņu dizaineru, video apstrādes speciālistu, kā arī ekspertu, ar kuriem uzņēmējam konsultēties, prasīt padomu. Pie risinājumiem jānonāk pašiem.

- Lai gan pakalpojuma sniedzēja un klienta fiziskais attālums IKT nozarē var nebūt noteicošs, tomēr ir daļa klientu, kuri vēlas tradicionālo tiešo kontaktu ar izpildītāju — vismaz līdz pirmajai pozitīvajai pieredzei —, un var vairīties pilnībā paļauties tikai uz attālināto sadarbību, pat ja tehnoloģiski tā ir iespējama.

- Nozarē nodarbinātība ir balstīta uz projektiem, gabaldarbiem. Projektu “plūsma” ir nepastāvīga: ir uzplūdi, kad ir daudz pasūtījumu, un ir “tukšie periodi”. Šis ir viens no iemesliem, kāpēc talantīgie profesionāļi “migrē” prom, meklē darba iespējas Rīgā, kur ir lielākas iespējas iegūt pastāvīgāku un arī lielāku atalgojumu.

- Kopējais LV tirgus ir mazs, pieprasījums neliels, reģionā arī klientu maksātspēja ir mazāka nekā Rīgā. Talantu piesaistīšanai, ieinteresēšanai ir nepieciešami lieli darbības mērogi (lielu projektu izstrāde).

- Radošajiem talantiem reģionā trūkst prasmju un zināšanu, kā savus talantus pārvērst uzņēmējdarbībā. Viņiem ir labas idejas, bet tās netiek attīstītas biznesā. Radošie cilvēki nevēlas vai nespēj veidot funkcionālo, praktisko mākslu.

- Uzņēmējdarbībai nozarei raksturīgi daudzi augsta riska projekti: ieguldot investīcijas, ne vienmēr ir garantija, ka tās nesīs peļņu (piemēram, mobilās lietotnes). Arī veiksmīgas uzņēmējdarbības gadījumos var būt nepieciešams relatīvi ilgs laiks, līdz investīcijas var atpelnīt. Līdz ar to grūtības piesaistīt finansējumu — investori nesaprot jomas specifiku, kas atšķiras no tradicionālās ražošanas.

Iespējas:

- Aizvien plašāka IKT lietošana un attīstīšana, tai skaitā jaunu tehnoloģiju ieviešana, pāreja uz digitāliem formātiem, digitālā satura patērēšana sniedz jaunas uzņēmējdarbības iespējas satura un pakalpojumu konvertācijā uz digitālo formātu, pilnveidē, kā arī jaunu pakalpojumu, piedāvājumu radīšanā, gan procesu optimizācijā. Ir iespējams identificēt daudz jomu, kurās IKT plašāka izmantošana var sniegt ieguvumu.

- Kultūras ministrija ir aktualizējusi radošo nozaru (industriju) attīstīšanu — tajā ietilpst arī aktivitātes audiovizuālajā jomā. Jāseko līdzī KM darbībai saistībā ar radošajām nozarēm, jo tur potenciāli var gūt atbalstu arī IKT nozares attīstīšanai reģionā.

- Iešana starptautiskā tirgū, piemēram, dažādu risinājumu izstrāde viedtālruniem. Produktu radīšana, ko iespējams pārdot visā pasaulē, nekonzentrējoties uz vietējo tirgu.

- Latvijas sabiedrība piemērota kā testa tirgus dažādiem mobiliem risinājumiem, aplikācijām. Sabiedrība salīdzinoši ir prasīga pret tehnoloģijām, tai ir augstas gaidas un augsti standarti pret piedāvājumiem šajā jomā. Latvijas sabiedrībā tādējādi var testēt un pilnveidot produktus, ko pārdot Eiropā, ASV.

- Cilvēkus ar labāk idejām padarīt “redzamākus”, idejas ir iespējams padarīt publiskākas, tādā veidā sekmējot citu profesionāļu piesaisti. Turpināt “Garāža 48” veida pasākumus sekmēt komandu veidošanu, kur produkta attīstībai apvienojas speciālisti ar dažādām kompetencēm, piemēram, programmētāji, dizaineri, mārketinga speciālisti, uzņēmējdarbības, finansējuma piesaistes profesionāļi

- Klāsteru veidošana nozīmīga nozares attīstīšanai, lai apvienotu dažādās ļoti specifiskās zināšanas un prasmes.

- Jāveido ciešāka sadarbības vide starp izglītotājiem, uzņēmējiem, uzņēmējdarbības atbalsta sniedzējiem koncentrējoties uz komandu veidošanu, dažādu kompetenču “savešanu kopā” vienā komandā. Jāattīsta padomdevēju (mentoru) programmas, kuru laikā pieredzējuši nozares pārstāvji sniedz padomus jaunajiem uzņēmējiem

- Veidot sinerģiju starp tradicionālām nozarēm (piemēram, amatniecību) un dizainu, modernajām tehnoloģijām, meklēt iespējas kopīgi radīt jaunus, radošus izstrādājumus.

- Izmantot uz vietas pieejamo radošo potenciālu: Valmieras drāmas teātra aktierus, mākslas un mūzikas skolu audzēkņus, Vidzemes Augstskolas studentus.

- Studentu mācību darbu sasaiste ar reālo dzīvi — sadarbība ar vietējiem uzņēmumiem, kam tiek veidoti produkti (piemēram, varētu būt ražošanā, kokapstrādē, tūrismā, medicīnā - procesu monitoringa rīki), radītas mājas lapas uzņēmumiem, pašvaldībām. Studiju laikā radīt iespēju strādāt pie kāda konkrēta projekta, idejas, lai, augstskolu absolvējot, tiem būtu reāls pamats savas tālākās uzņēmējdarbības attīstīšanai. Iespēja saņemt docētāju atbalstu, kā arī produktu testēt studentu vidū.

- Jaunu speciālistu sagatavošana reģionā, kam ir specifiskas zināšanas par mobilo aplikāciju veidošanu dažādās vidēs. Ņemot vērā esošo situāciju, pieprasījumu un piedāvājumu, ir jākoncentrējas uz vairāk speciālistu sagatavošanu pieprasītajos novirzienos.

- *Serious games* izstrāde. Piemēram, izglītojošo spēļu izstrāde, ko izmantot klientu, patērētāju apmācībai. (Taču tie ir ļoti dārgi produkti, kas katru reizi īpaši jāizstrādā konkrētajam pasūtītājam.)

- Virtuālās un papildinātā realitātes risinājumi: izmantot uzkrāto kompetenci un pieredzi, kā arī Vidzemes Augstskolā pieejamo laboratoriju. Veidot risinājumus tūrismā, pilsētplānošanā, iespējams — izglītībā (**BET**: izmaksu faktors)

- Gatavoties finansējuma piesaistei no ES avotiem nākamajā programmēšanas periodā: jau laikus noteikt prioritātes, sekot līdz aktivitāšu atvēršanai.

- Sadarbība filmu nozarē ar Krieviju, Āziju (izmaksu starpība, ainava, mentalitāte, daudz tukšu infrastruktūras objektu, Krievijas gadījumā — kultūru tuvums un saprotamība). Nepieciešama koordinējoša institūcija, organizācija (pieredze citās valstīs – to nodrošina reģiona vai vietējā pārvalde).

- Digitālās ekonomikas stratēģijas izstrāde Vidzemei (Latvijai?)

- Vidzemei politikas un zīmola līmenī ir iespējas pozicionēties kā digitālam reģionam, IKT nozares, audiovizuālo iespēju centram. Informēt par iespējām, zināšanu un kompetenču bāzi, kas koncentrēta šejienes institūcijās un laboratorijās un, iespējams, arī daudziem vietējiem iedzīvotājiem nav labi zināmas un nav līdz šim izprastas.

Draudi:

- Mobilo aplikāciju izstrādē starptautiskā mērogā ļoti liela konkurence, jāsacenšas ar programmēšanas lielvalstīm, tāpēc jārada tiešām unikāls produkts. Tanī pašā laikā oriģinālās idejas vēl vairāk nekā tradicionālajās nozarēs ir pakļautas to piesavināšanās un atdarināšanas riskam.

- IKT nozare atrodas nemitīgu pārmaiņu procesā, kurā jaunas pieejas, tehnoloģijas, lietojumi un tirgi izkonkurē esošos risinājumus. Ir nepieciešams nepārtraukti sekot līdzi jaunākajām tendencēm, kā arī mēģināt šīs tendences veidot pašiem.

- Nozarei raksturīgā orientēšanās uz specifiskiem projektiem (piemēram, noteikta veida izstrādājumu, risinājumu izstrāde) uzņēmumiem rada arī pastāvēšanas draudus ilgtermiņā. Mainoties videi, tehnoloģijām un patērētāju pieprasījumam, konkrētais projekts var kļūt nebūtisks, konkurētspējīgs.

- Digitālā satura radīšanai un realizēšanai nepieciešami jauni, inovatīvi biznesa modeļi, taču ar to izstrādi lielas problēmas ir daudziem uzņēmumiem visā pasaulē, it īpaši medijiem.

- IKT jomas kvalitatīvai attīstībai netiek pievērsta pietiekami liela nozīme valsts līmenī. Atbalsta programmās figurē formulējumi un atbalsta formas, kas attiecināmas uz klasisko ražošanu.

- Audiovizuālo pakalpojumu tirgus un pieprasījums šādiem pakalpojumiem ir salīdzinoši mazs. Tas traucē šai jomai kļūt par nozīmīgu reģiona ekonomikas daļu.

- Nozarei ir raksturīgas problēmas piesaistīt investorus. IKT nozares uzņēmējiem jākonkurē ar citām nozarēm: tradicionālo ražošanu, pakalpojumiem, kur investīcijas šķiet “drošākas”.

- Ļoti ierobežotais valsts finansējums filmu nozarei.

- Nozares attīstībai izšķiroša IZM izpratne par to, kādi speciālisti LV gatavojami un kur nepieciešams novirzīt finansējumu pētniecībai, lai veidotos profesionāļi, kas spēj radīt produktus ar augstu pievienoto vērtību.

- *(Latviešu mentalitāte: neuzņēmīga, bailīgums, nevēlēšanās dalīties ar citiem un sadarboties, neprasmē par savu darbu paprasīt atbilstošu samaksu, tiek pārdotas labas idejas par lētu naudu.)¹⁰⁰*

¹⁰⁰ Nav saistīta specifiski tikai ar šo nozari, bet tāds apgalvojums izskanēja vairākās Vidzemes reģionā veiktajās intervijās.