

2024. gada aptaujas rezultāti

Latvijas sabiedrisko mediju sabiedriskais labums



LATVIJAS
TELEVĪZIJA



Šīs aptaujas mērķis ir sniegt sabiedrības vērtējumu par Latvijas sabiedrisko mediju (Latvijas Televīzija, Latvijas Radio, portāls LSM) sabiedriskā pasūtījumu izpildi un iesaistīt sabiedrību sabiedriskā pasūtījuma veidošanā. Aptauja īstenota saskaņā ar Latvijas sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju, kas apstiprināta ar Sabiedrisko Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes 2022. gada 8. novembra lēmumu Nr. 62/1-1. Pētījumu īstenojis neatkarīgs eksperts: Latvijas Universitātes Filozofijas un socioloģijas institūta vadošais pētnieks Andris Saulītis (Dr. sc. soc.). Dati ievākti laikā no 2024. gada 24. janvāra līdz 15. februārim tiešsaistē (CAWI metode) ar Norstat Latvija AS slēgto interneta paneli, kopumā aptaujājot 3,314 respondentus. Aptaujas dizainā izmantota randomizēti kontrolēta eksperimenta pieeja, pēc nejaušības katram respondentam uzdodot jautājumu tikai un vienīgi par vienu no trim sabiedriskajiem medijiem (Latvijas Televīziju vai Latvijas Radio, vai LSM).

Visiem jautājumiem, ar atsevišķiem izņēmumiem (piemēram, mediju lietojums), atbilžu variantos izmantota piecu punktu Likerta skala, kur vidējā vērtība ir neitrāla (piemēram, “Ne piekrītu, ne nepiekrītu”). Katrs indikators aprēķināts, summējot īpatsvaru jautājuma atbilžu variantiem “Pilnībā piekrītu/

Ļoti apmierināts/Pilnībā uzticos/u.tml.” un “Drīzāk piekrītu/Drīzāk apmierināts/Drīzāk uzticos/u tml.” Sabiedrības vērtējums jeb indikatori aprēķināti no to respondentu vidus, kuri nav atturējušies no atbilžu sniegšanas jeb nav atzīmējuši “Grūti pateikt/Nav atbildes”, izņemot sadaļā “Sasniedzamība”, kur ņemti vērā visu respondentu atbildes.

Lielāko daļu aptaujas jautājumu ir iespējams salīdzināt ar iepriekš veiktajām aptauju, kas veiktas saskaņā ar Latvijas sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju iepriekšējām redakcijām (skat. Nacionālo Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes 2021. gada 20. maija lēmumu Nr. 226/1-2 un Sabiedrisko Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes 2022. gada 4. aprīļa lēmumu Nr. 17/1-1). Aptauja ir tieši salīdzināma ar 2023. gada aptaujas vilni, jo anketas jautājumi ir nemainīgi.

Tabula nr. 1. Aptaujas tehniskā informācija

Gads	Datu ievākšanas periods
2024	24.01.2024.–15.02.2024.
2023	06.04.2023.–27.04.2023.
2022	30.05.2022.–25.06.2022
2021	05.11.2021.–25.11.2021



JĀNIS EGLĪTIS

Sabiedrisko elektronisko
plašsaziņas līdzekļu
padomes loceklis

“Jau ceturto gadu pēc kārtas ir veikts sabiedriskā labuma tests, kas ļauj novērtēt sabiedrisko mediju radītā satura pienesumu sabiedrībai un kopējam demokrātiskajam procesam. Šis ir būtisks instruments, kas vienlaikus ļauj nomērīt sabiedrisko mediju veikumu, kā arī sadzirdēt auditorijas balsi un iesaistīt iedzīvotājus nākamo periodu sabiedriskā pasūtījuma veidošanā.

Ņemot vērā stratēģisko mērķi par stipra un vienota sabiedriskā medija izveidi, pētījums ļauj novērtēt ne tikai sabiedrības vērtējumu un tā dinamiku par Latvijas Televīzijas, Latvijas Radio un interneta platformas LSM.lv veikumu, bet arī kopējo sabiedrisko mediju sniegumu dažādos būtiskos aspektos.

Padome kā sabiedriskos medijus pārraugošā institūcija augstu vērtē, ka 2023. gadā vairāk nekā puse sabiedrisko mediju lietotāju sabiedrisko mediju saturu novērtējuši kā kvalitatīvu, tiem pieaugusi arī auditorijas kopējā uzticēšanās.. Cits būtisks mērījums par auditorijas sasniedzamību rāda, ka turpinās lejupslīde lineārā satura patēriņam, vienlaikus tam pieaugot digitālajā vidē. Šī tendence uzskatāmi parāda nepieciešamību turpināt digitālās transformācijas ceļu, kas nākamgad, izveidojot vienotu sabiedrisko mediju, būs paveicams daudz efektīvāk.

Jāpiemin, ka medijiem ir jauns izaicinājums, kā panākt, ka sabiedrisko mediju sniegums uzlabojas sabiedrisko labuma mērķu “demokrātija”, “sabiedrība” un “radošums” sasniegšanā, kuros pērn piedzīvots visai būtisks kritums. Aizvadītajā gadā pēc Padomes aicinājuma eksperti veica sabiedriskā pasūtījuma izvērtējumu, kas sniedza kvalitatīvu vērtējumu par sabiedrisko mediju saturu. Eksperti norāda uz nepieciešamību stiprināt analītiskā un pētnieciskā satura kapacitāti, pievērst uzmanību žurnālistu specializācijai un uzsver, ka sabiedriskajiem medijiem nākotnē ir nopietns izaicinājums radīt saturu, kas ne tikai sasniedz plašu auditoriju, bet arī atbilst tās kvalitātes prasībām. Šī atšķirība starp sasniedzamību un kvalitāti norāda uz nepieciešamību izstrādāt stratēģijas, kas uzlabotu satura kvalitāti, padarītu to pievilcīgāku dažādām mērķauditorijām un atbilstu iedzīvotāju vajadzībām un gaidām. Ar mērķi uzlabot kopējo sabiedriskā pasūtījuma izpildes sniegumu, Padome turpinās sekot līdzi ekspertu ieteikumu ieviešanai.”



IEVA AILE

Latvijas Radio
valdes locekle
programmu
un pakalpojumu
attīstības jautājumos

Cienijamo lasītāji!

Pirmais rādītājs, ko es gadu no gada meklēju jaunākajā sabiedriskā labuma datu izlaidumā, ir iedzīvotāju uzticības līmenis sabiedriskajiem medijiem. Manuprāt, tas ir pats svarīgākais rādītājs. Tāds kā lakmusa papīrs kopējai situācijai, ko savulaik precīzi raksturojis bijušais Apvienoto Nāciju ģenerālsekretārs, Nobela Miera prēmijas ieguvējs Kofi Annans: “Sabiedrības uzticība sabiedriskajiem medijiem ir mūsu demokrātijas spēka un veselības atspulgs.” Šeit ziņas ir labas – lēnām, bet stabili pēdējo gadu laikā uzticības rādītājs palielinās gan sabiedrībā kopumā, gan jauniešu un mazākumtautību iedzīvotāju vidū. Latvijas Radio ziņām uzticas vairākums (55%), novērtējot mūsu darbu precīzas, uzticamas, operatīvas informācijas sniegšanā un taisnīguma veicināšanā.

Otra labā ziņa ir būtisks kvalitātes rādītāja pieaugums. Latvijas Radio gadījumā – par 10 (!) procentpunktiem, kas ir patiešām ievērojams lēciens viena gada laikā. To, manuprāt, sekmējusi gan redakcionālā ietvara un izcilības standartu sakārtošana, gan sabiedriskā medija ombuda institūta izveide, bet galvenokārt – pašaizliedzīgs un profesionāls radio žurnālistu darbs. Liels paldies kolēģiem par to!

Vienlaikus pētījums skaidri iezīmē arī nākamos soļus Latvijas Radio darba pilnveidošanai. Lai uzlabotu sasniedzamības rādītājus, ir nepieciešams kāpināt investīcijas digitālā satura un platformu attīstībā. Lai palielinātu sabiedrības un demokrātijas rādītājus, ir jāturpina darbs pie “skaļākas / redzamākas” sabiedrības viedokļu reprezentācijas un interešu pārstāvniecības saturā.

Paldies katram Latvijas Radio klausītājam un digitālā satura lietotājam par uzticību un novērtējumu!



IVARS PRIEDE

Latvijas Televīzijas
Valdes priekšsēdētājs

Sabiedriskā labuma rezultāti ir svarīgākā Latvijas sabiedrisko mediju vērtējuma mēraukla, kas nepastarpināti uzrāda sabiedrības skatījumu par mūsu paveikto, gan atspoguļojot gada laikā panākto progresu, gan arī norādot uz nepieciešamajiem uzlabojumiem. Sasniegtais daudzējādā ziņā ir arī sabiedrībā valdošo noskaņu spoguļattēls, vienlaicīgi tās ir arī gaidas, ar kurām mums viennozīmīgi jārēķinās, turpinot sabiedriskā medija pamata uzdevumu – kalpot Latvijas sabiedrības interesēm.

Kopumā vērtējot sabiedriskā labuma rezultātus, liels gandarījums ir par sabiedrisko mediju “Kvalitātes”, “Kultūras” un “Zināšanu” indikatoru vērtējumu. Tāpat atzinīgi jāvērtē arī “Sasniedzamības” vērtējums, jo īpaši apstākļos, kad mediju patēriņa paradigma piedzīvo īpaši straujas izmaiņas, kļūstot arvien fragmentētākai, kas mūsu uzdevumu – uzrunāt iespējami plašāku sabiedrības daļu, padara par arvien lielāku izaicinājumu.

Latvijas Televīzijas sniegunā atzinīgi vērtējams “Ietekmes” indikatora rezultāts, jo īpaši jāizceļ LSM vērtējums, kas apliecina multimediju platformu pieaugošo nozīmi kopējā mediju patēriņa struktūrā.

Mēs augsti vērtējam un esam pateicīgi katram, kas ir kopā ar mums ikdienas gaitās vai atpūtas brīžos, kā arī varbūt tikai tad, kad ir tā īpašā reize, kad svarīgi ir paļauties uz vienīgo informācijas avotu, par kura uzticamību nenākas šaubīties. Mūsu solījums savukārt ir turpināt meklēt un rast iespējas, kā arvien sekmīgāk nodrošināt sabiedriskā medija pienesumu Latvijas demokrātisko vērtību stiprināšanā, tādējādi veicinot valsts turpmāku ilgtspējīgu attīstību.

INDIKATORU KOPSAVILKUMS	7
SASNIEDZAMĪBA	9
KVALITĀTE	18
IETEKME	22
SABIEDRĪBA	30
DEMOKRĀTIJA	35
KULTŪRA	40
ZINĀŠANAS	43
RADOŠUMS	51
ATDEVE	54
PIELIKUMS. SATURA VEIDOŠANA SABIEDRISKAJOS MEDIJOS MAZĀKUTAUTĪBU VALODĀS	55

INDIKATORU KOPSAVILKUMS

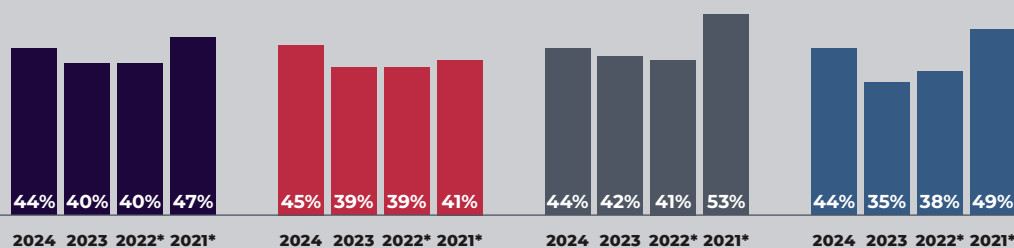


* Vismaz reizi nedēļā

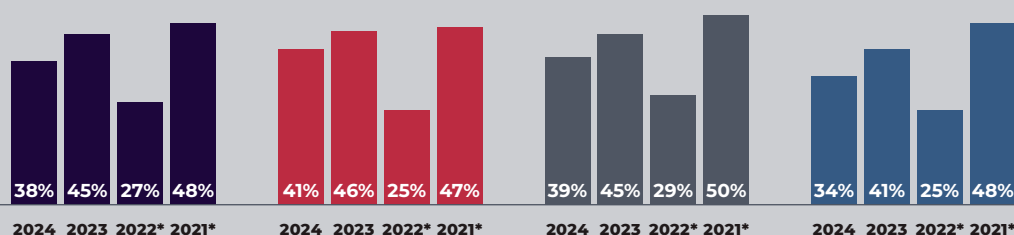
* Atšķirīga aprēķina metodoloģija (cits jautājumu loks vai respondentu izlase)

INDIKATORU KOPSAVILKUMS

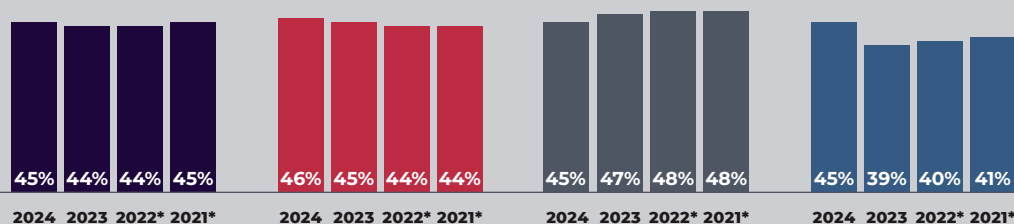
Zināšanas



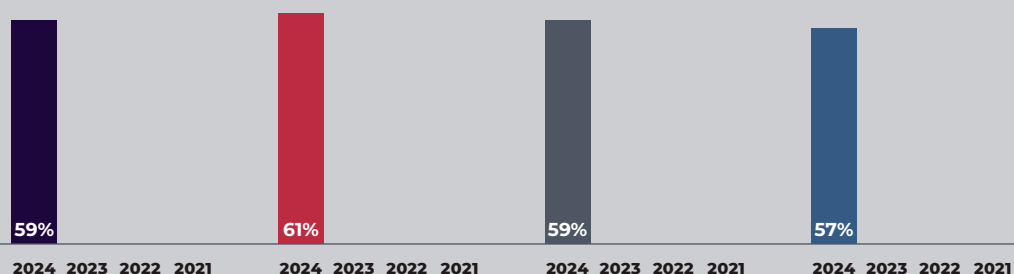
Radošums



Ietekme



Atdeve



● Kopā
 ● LTV
 ● LR
 ● LSM

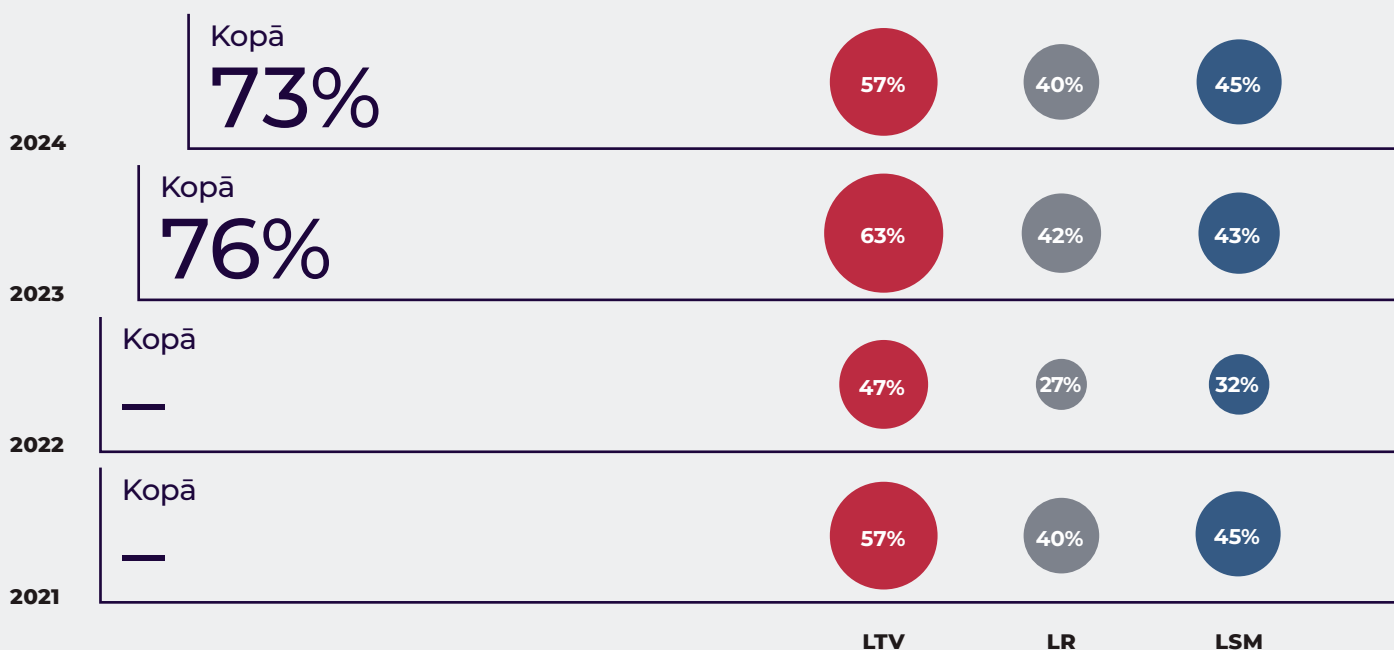
*Atšķirīga aprēķina metodoloģija (cits jautājumu loks vai respondentu izlase)

Sabiedriskie mediji kopumā vismaz reizi nedēļā sasniedz nedaudz vairāk kā 70% no Latvijas iedzīvotājiem. Aizvien pieaug sociālo tīklu nozīme: šobrīd sabiedrisko mediju auditorija, kas saturu patērē tikai un vienīgi to tradicionālajos kanālos (lineārajā televīzijā, radioaparātos vai LSM interneta lapā) ir aptuveni tikpat liela kā to iedzīvotāju daļa, kas lieto sabiedriskos medijus gan tradicionālajos kanālos, gan arīdzan sociālajos tīklos – un šādai, daudzveidīgai platformu izmantošanai ir tendence pieaugt.

73%

Sabiedrisko mediju kopējā sasniedzamība vismaz reizi mēnesī 2024. gadā

Skatot sasniedzamību kopsakarībā ar sabiedrības pieaugošo uzticēšanos (skat. sadaļu Ietekme) un pozitīvāku kvalitātes vērtējumu (skat. sadaļu Kvalitāte) par sabiedrisko mediju darbu, nemainīgā sasniedzamība ir nedaudz pārsteidzoša. Citiem vārdiem, kaut gan pieaugusi uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem un to satura kvalitāte, to lietojums nav pagaidām mainījies. Ja nākamajā gadā būs novērojams sasniedzamības pieaugums, tas varētu apliecināt, ka sabiedrības mediju patēriņa paradumi mainās lēni un auditorijas palielināšana sabiedriskajiem medijiem ir iespējams rezultāts tikai ilgākā periodā, ja izdodas saglabāt uzticēšanos un kvalitāti.

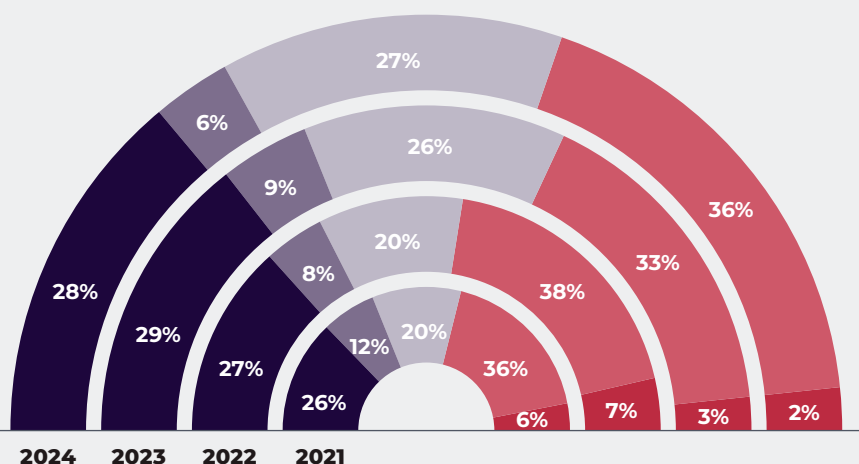


Izlase: Visi respondenti

*Ietver mobilās lietotnes (LTV: Gudrs, vēl gudrāks; LR: LR lietotne; LSM: LSM & Replay lietotnes)

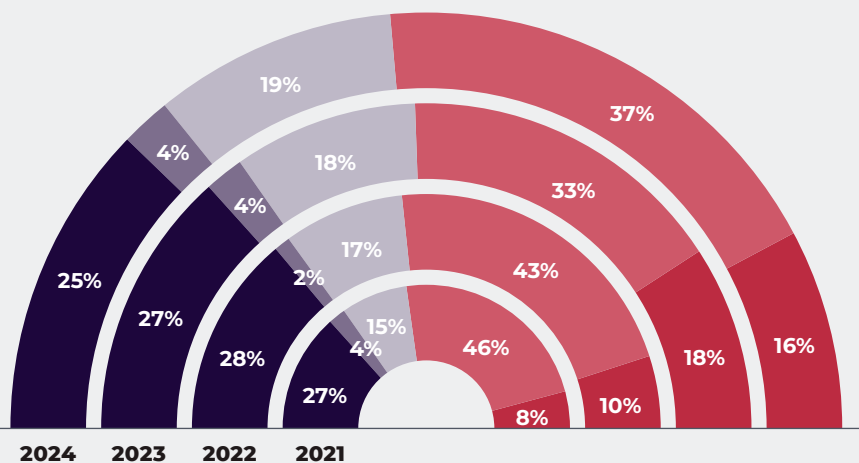
LTV

- Tikai kanālos (vismaz reizi mēnesī)
- Tikai sociālo tīklu kontos*
- Gan kanālos (vismaz reizi mēnesī), gan sociālo tīklu kontos
- Nesasniedz
- Nelieto



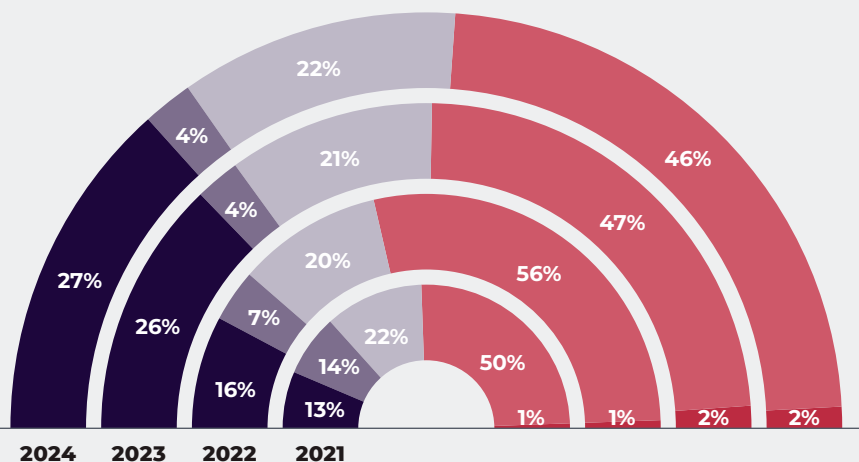
LR

- Tikai kanālos (vismaz reizi mēnesī)
- Tikai sociālo tīklu kontos*
- Gan kanālos (vismaz reizi mēnesī), gan sociālo tīklu kontos
- Nesasniedz
- Nelieto



LSM

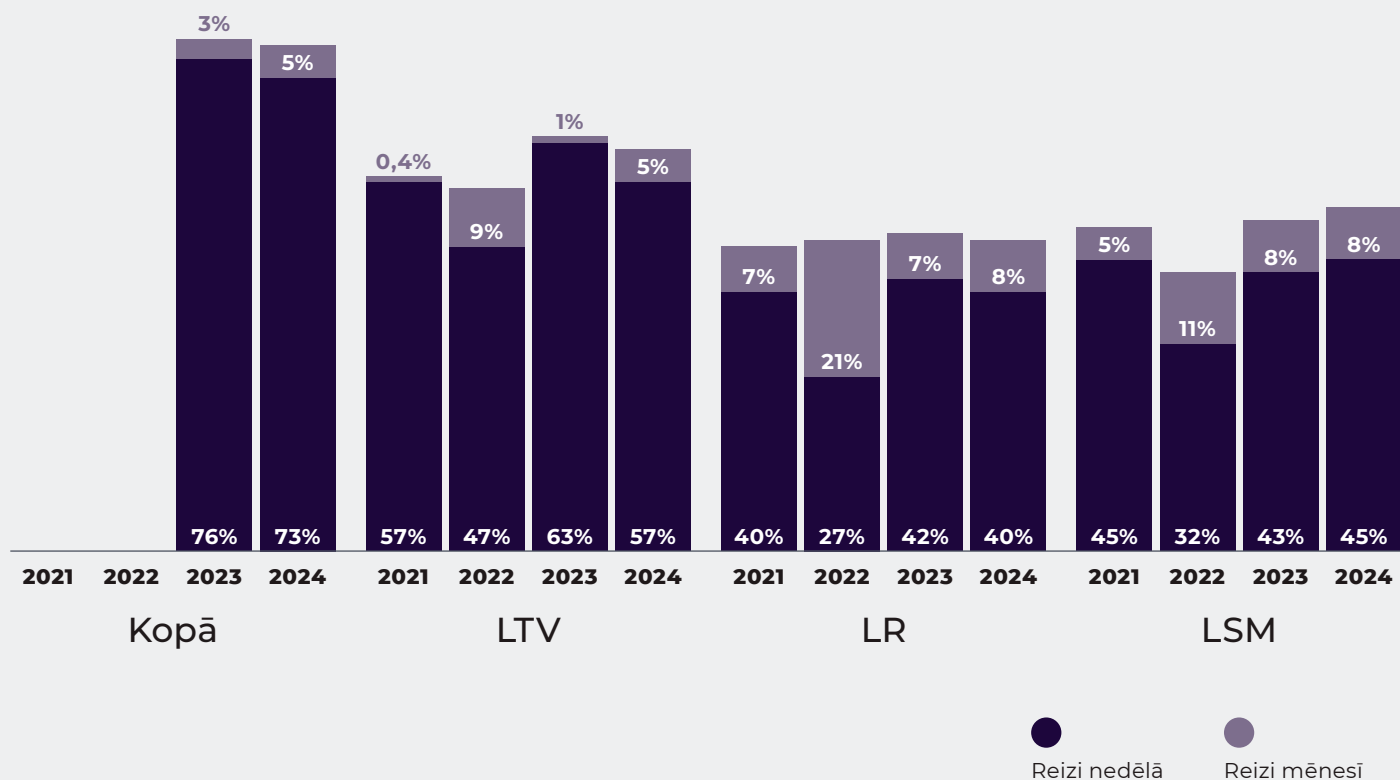
- Tikai kanālos (vismaz reizi mēnesī)
- Tikai sociālo tīklu kontos*
- Gan kanālos (vismaz reizi mēnesī), gan sociālo tīklu kontos
- Nesasniedz
- Nelieto



Izlase: Visi respondenti

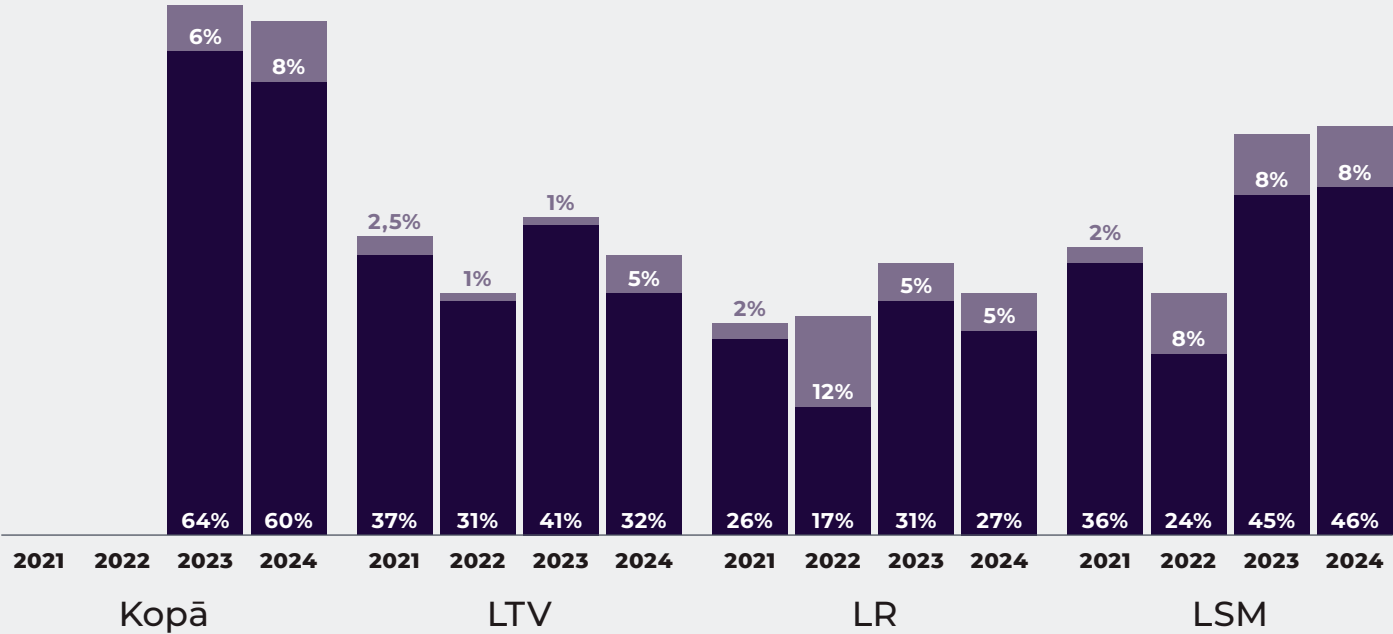
*Ietver mobilās lietotnes (LTV: Gudrs, vēl gudrāks; LR: LR lietotne; LSM: LSM & Replay lietotnes)

Sasniedzamība: Visi respondenti

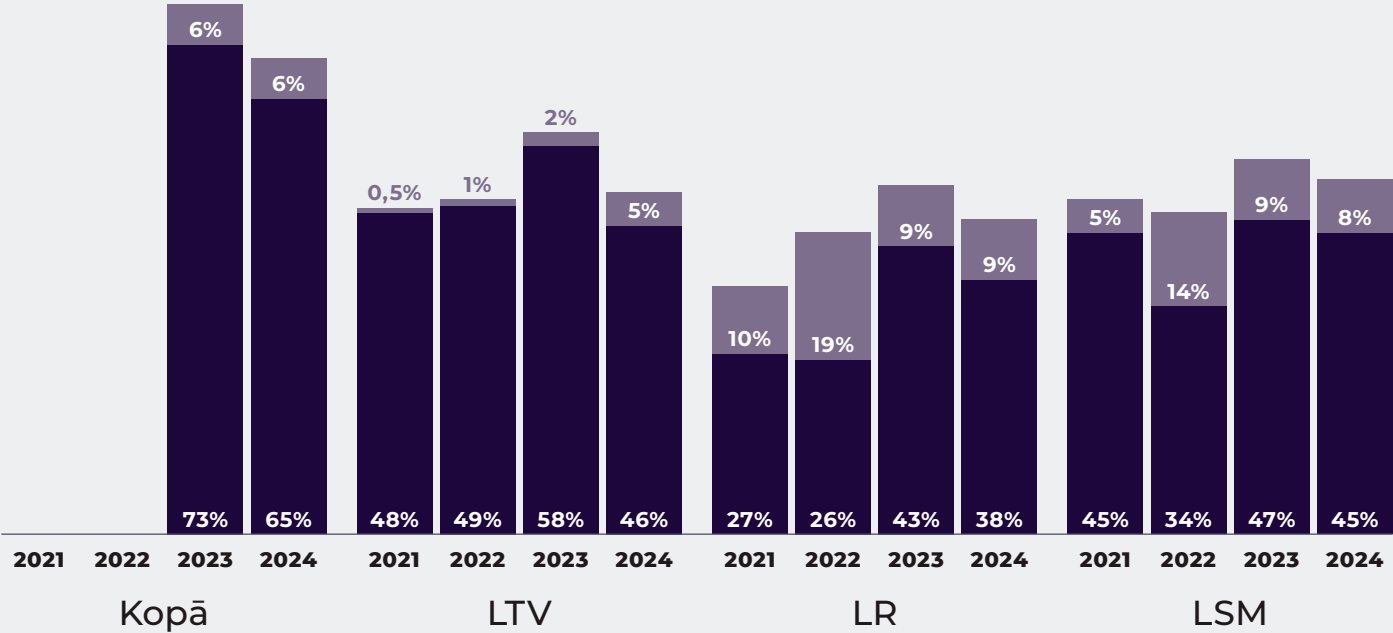


2022. gada patēriņa biežuma atšķirības (ievērojami zemāks “reizi nedēļā” respondentu īpatsvars) no citiem aptaujas gadiem varētu būt skaidrojamas ar sezonalitāti: 2022. gadā iedzīvotāji aptaujāti maija beigās/jūnijā, savukārt 2021., 2023. un 2024. gadā aptauja veikta gada rudens/ziemas sezonā (sīkāk par katras aptaujas norises laiku skat. ievadu).

Sasniedzamība: Mazākumtautības



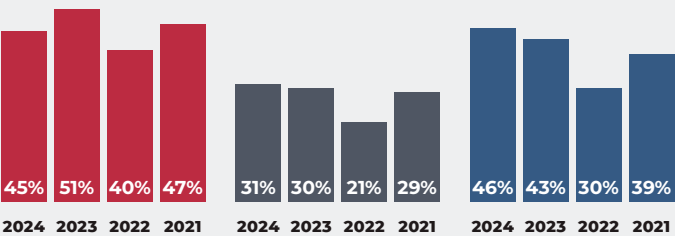
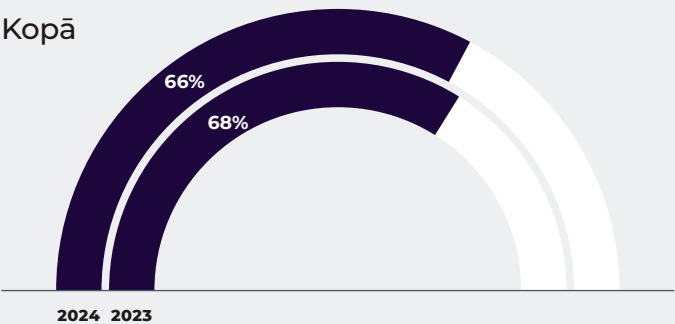
Sasniedzamība: Jaunieši



Sasniedzamība reizi nedēļā reģionos (visi respondenti)

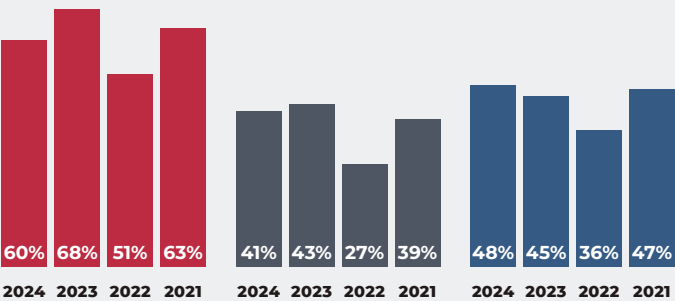
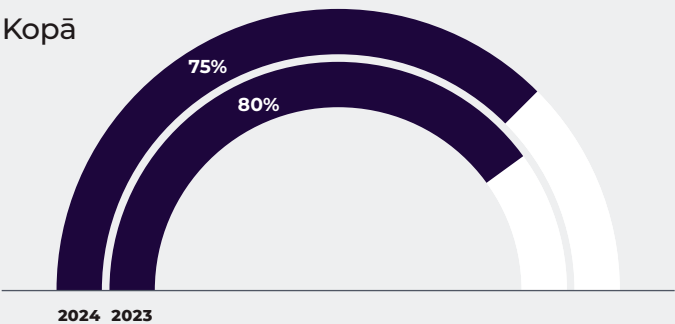
Rīga

Kopā



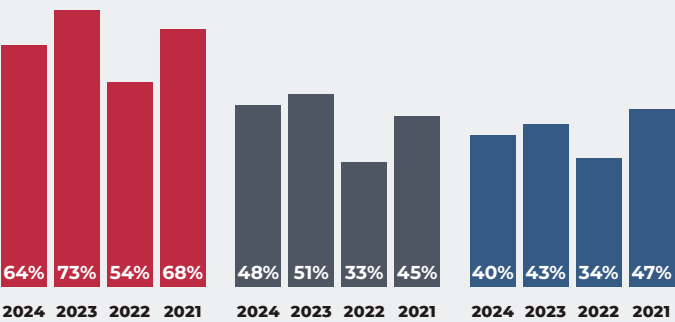
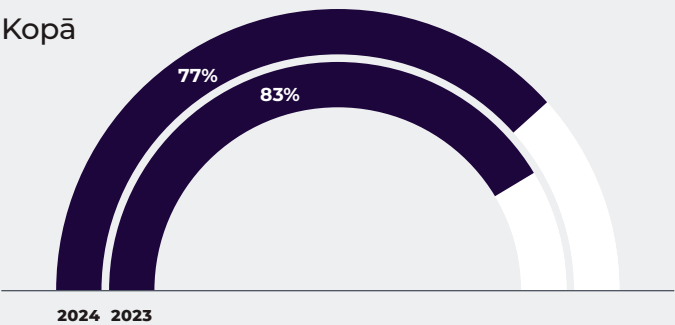
Pierīga

Kopā



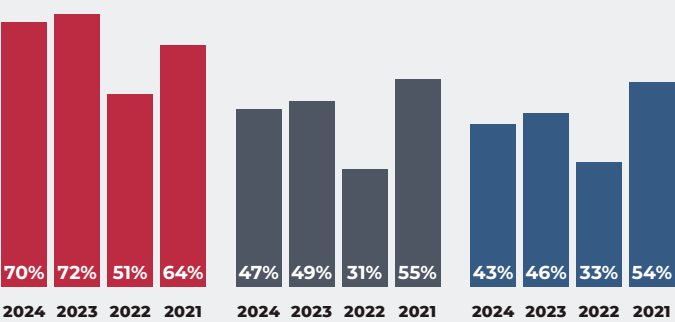
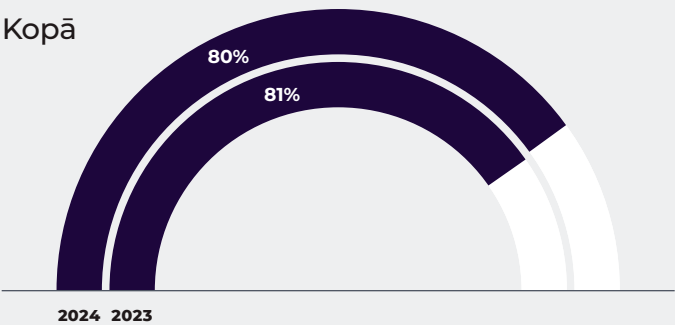
Kurzeme

Kopā

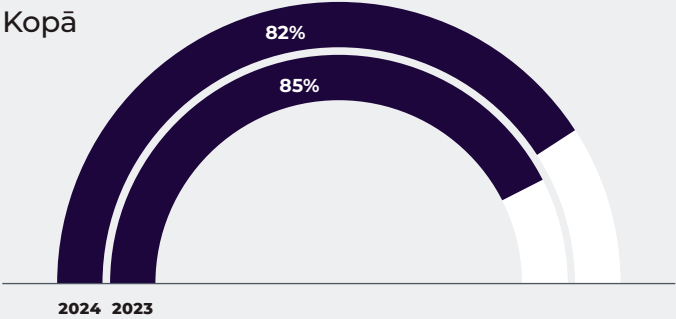


Zemgale

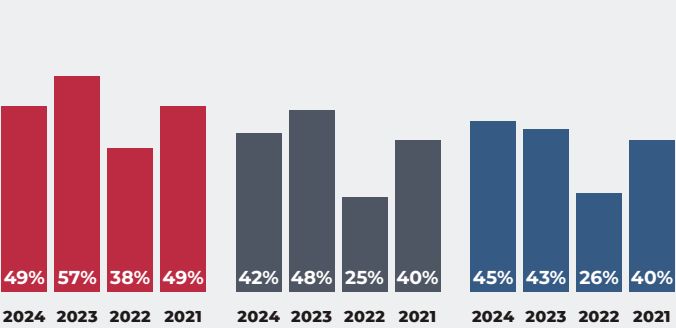
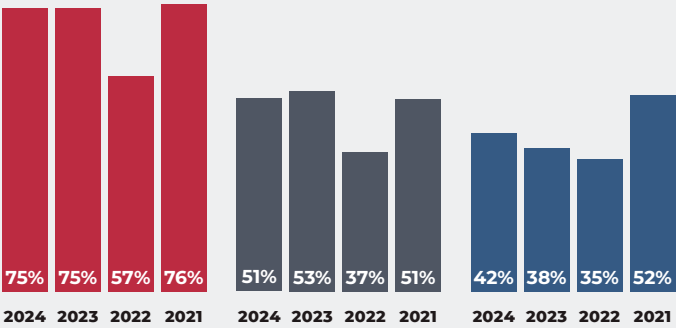
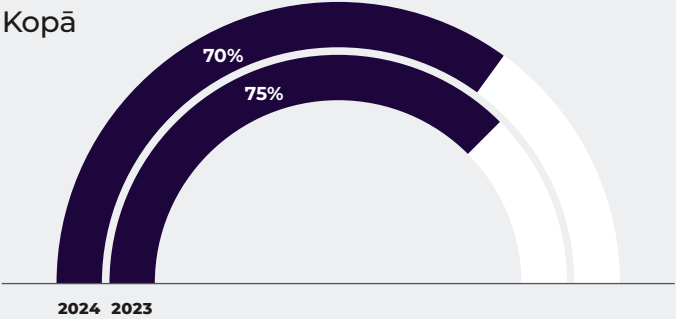
Kopā



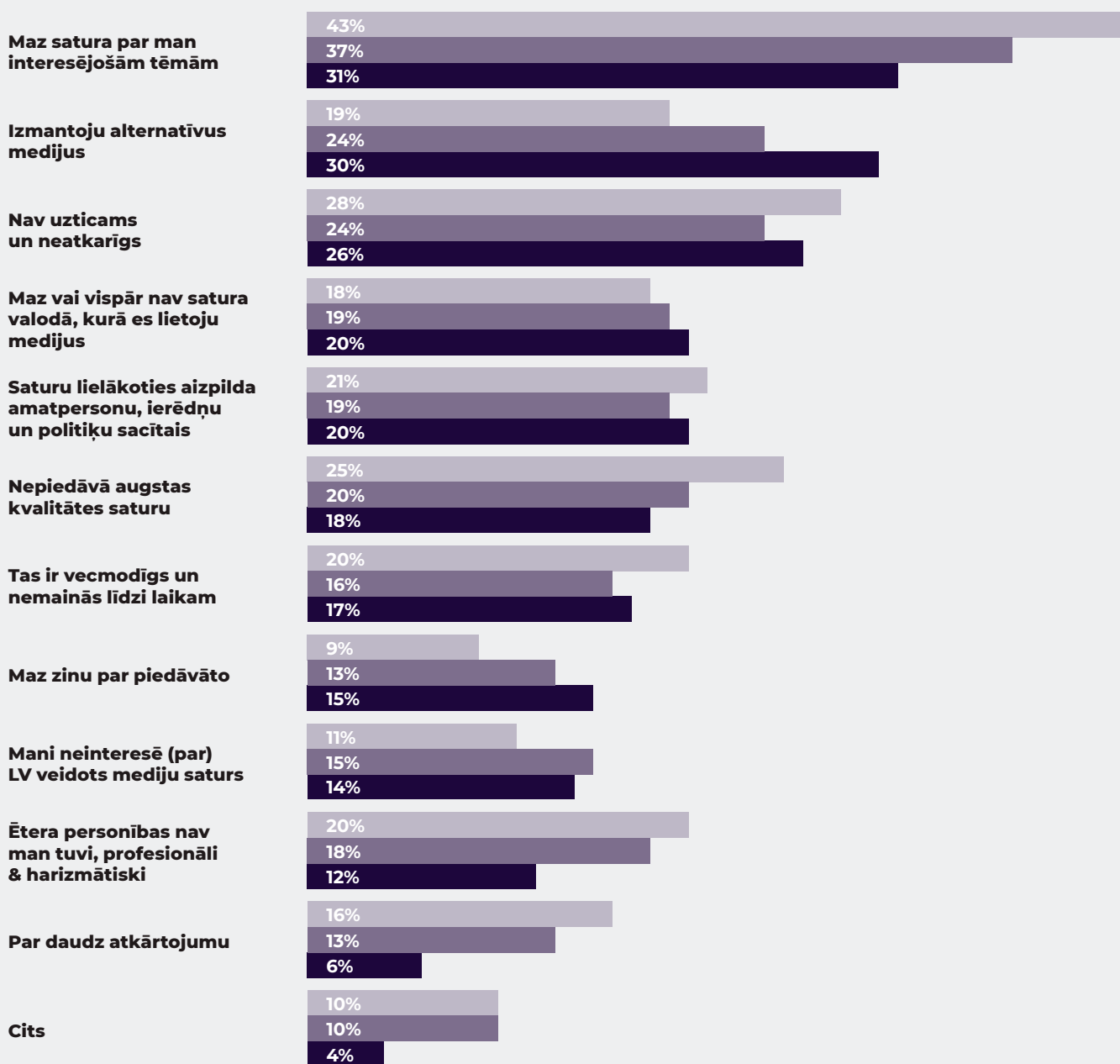
Vidzeme



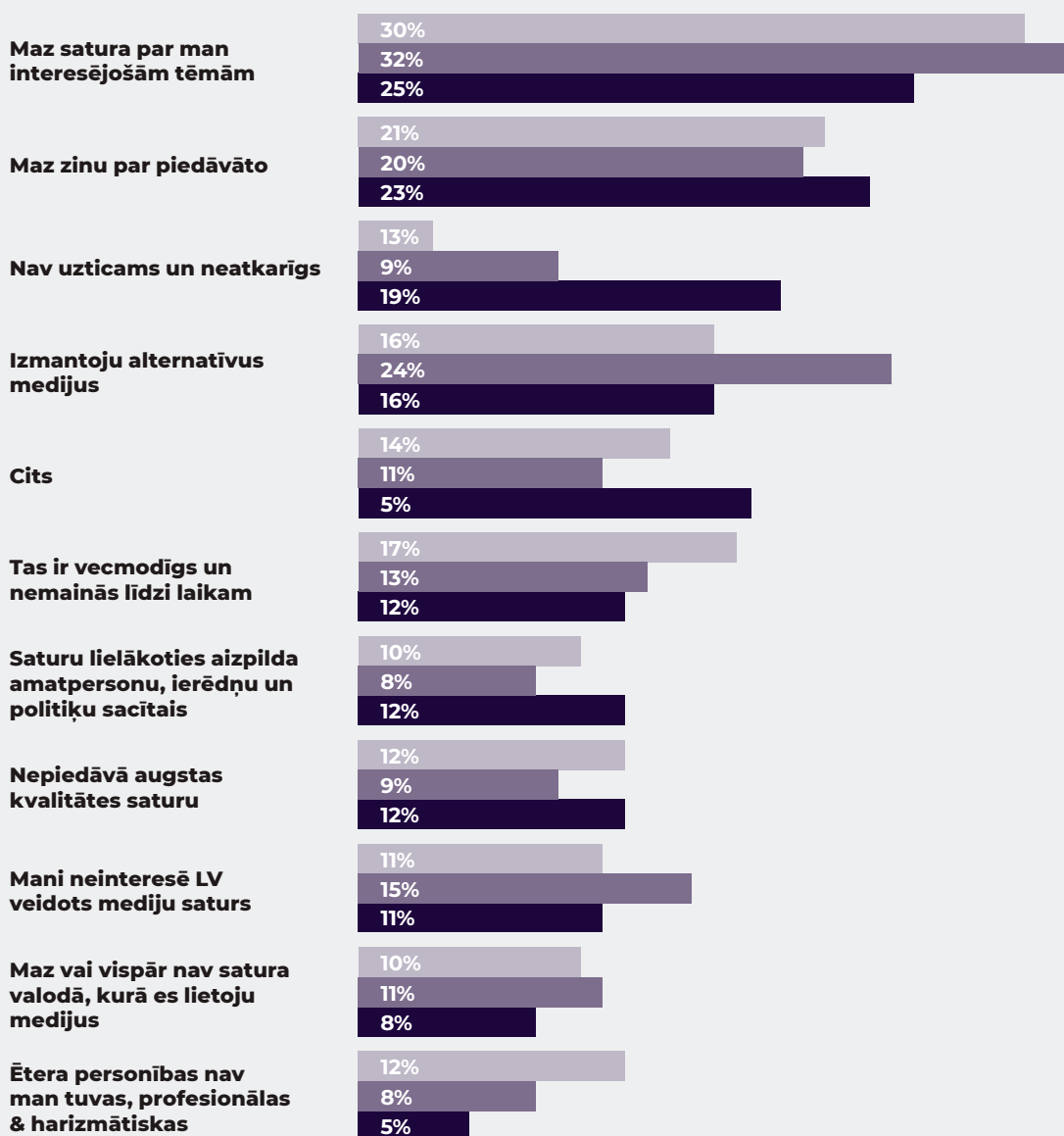
Latgale



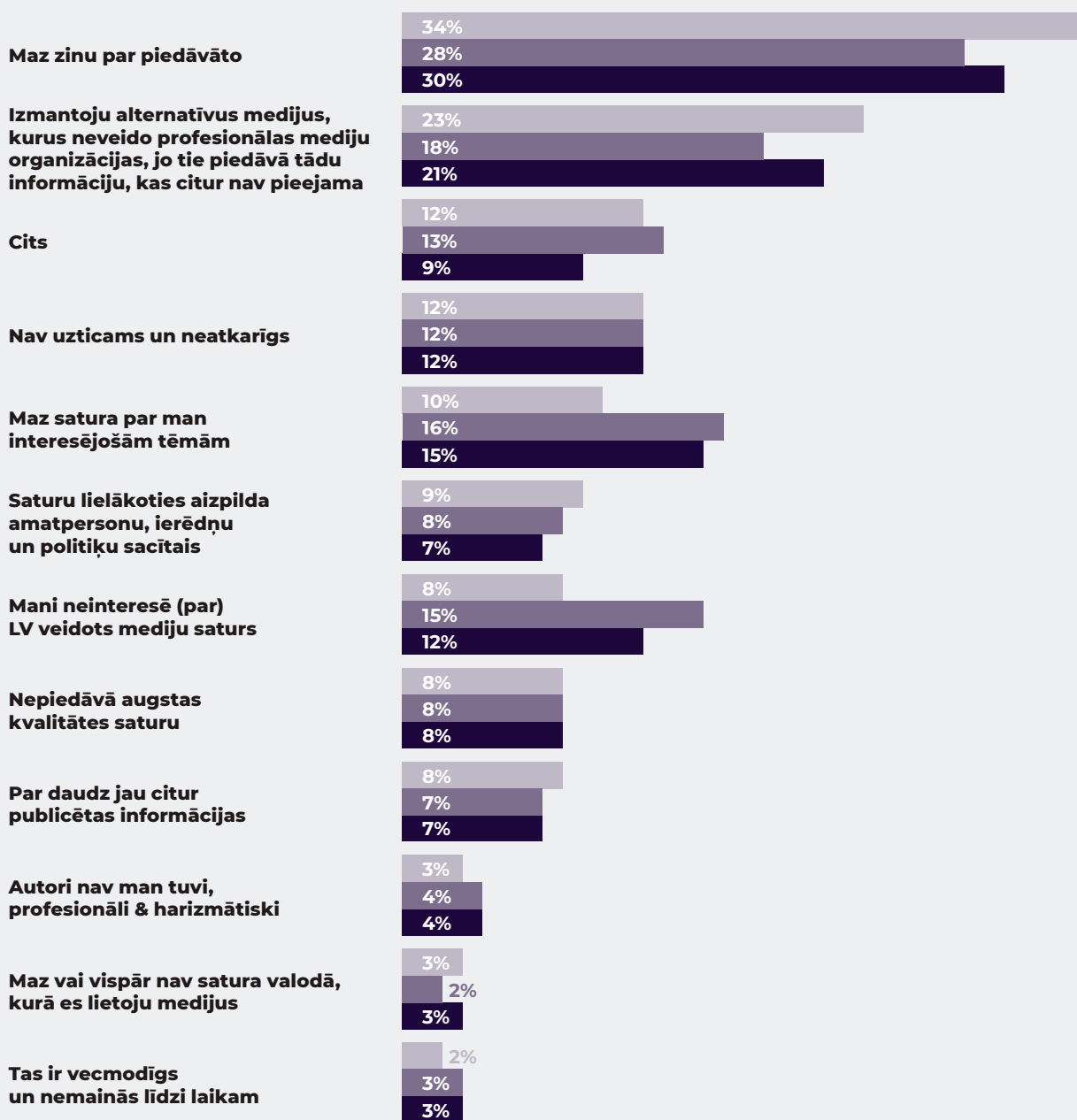
01. Kādi ir galvenie iemesli, kāpēc jūs nelietojat Latvijas Televīziju?



02. Kādi ir galvenie iemesli, kāpēc jūs nelietojat Latvijas Radio?



03. Kādi ir galvenie iemesli, kāpēc jūs nelietojat LSM?



**Anita Brauna**Latvijas Radio
galvenā redaktore

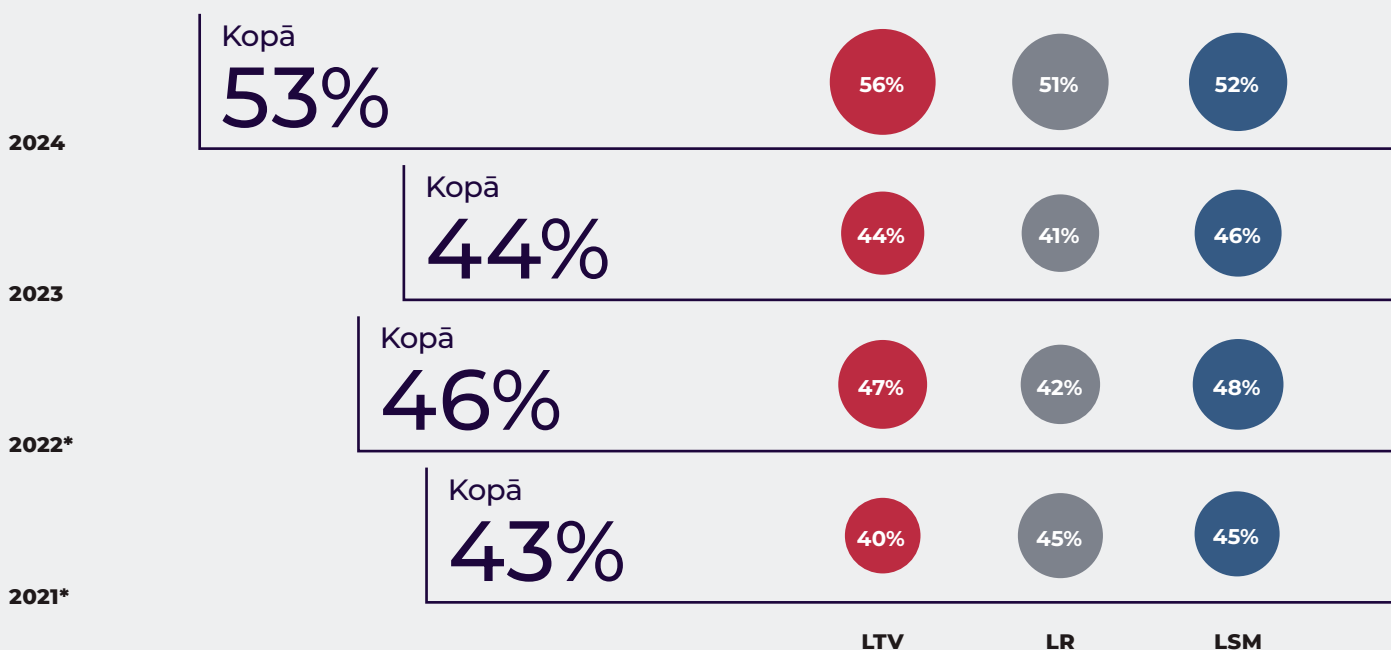
Latvijas Radio pēdējos gados ir daudz darījis, lai paplašinātu satura piedāvājumu ar augstvērtīgiem raidījumiem un raidierakstiem un to pielāgotu auditorijas dažādajām interesēm un klausīšanās paradumiem.

Latvijas Radio raidījumi ir spējuši ietekmēt politiskos procesus un pievērst kā politiķu, tā plašākas sabiedrības uzmanību būtiskiem jautājumiem, kas prasa radikālus risinājumus vai dažkārt – iejūtīgu attieksmi. Mūsu žurnālisti ir bijuši klāt notikumu epicentrā un ziņojuši par tiem – gan traģiskiem, kā karš Ukrainā, gan tiem, kas raisa milzu pacilājumu un mūs saliedē, kā dziesmu un deju svētki vai Latvijas sportistu uzvaras pasaules

čempionātos. Latvijas Radio veidotie raidieraksti ir izgaismojoši sāpīgus tematus, ļāvuši sadzirdēt citādo un, cerams, spert kaut maziņu solīti tālāk iekļaujošas sabiedrības veidošanā. Mūsu mūzikas un kultūras programmas piedāvā visplašāko saturu un ne tikai atspoguļo, bet arī aktīvi veido mūzikas un kultūras procesus Latvijā.

Esam gandarīti, ka šie pūliņi atspoguļojas Latvijas Radio satura novērtējumā – aptauja uzrāda sabiedrības augstāku apmierinātību ar Latvijas Radio satura kvalitāti. Jo īpašs prieks, ka novērtējums ir audzis par visām tematikām, sākot ar politikas un ekonomikas ziņām un beidzot ar dzīvesstilu.

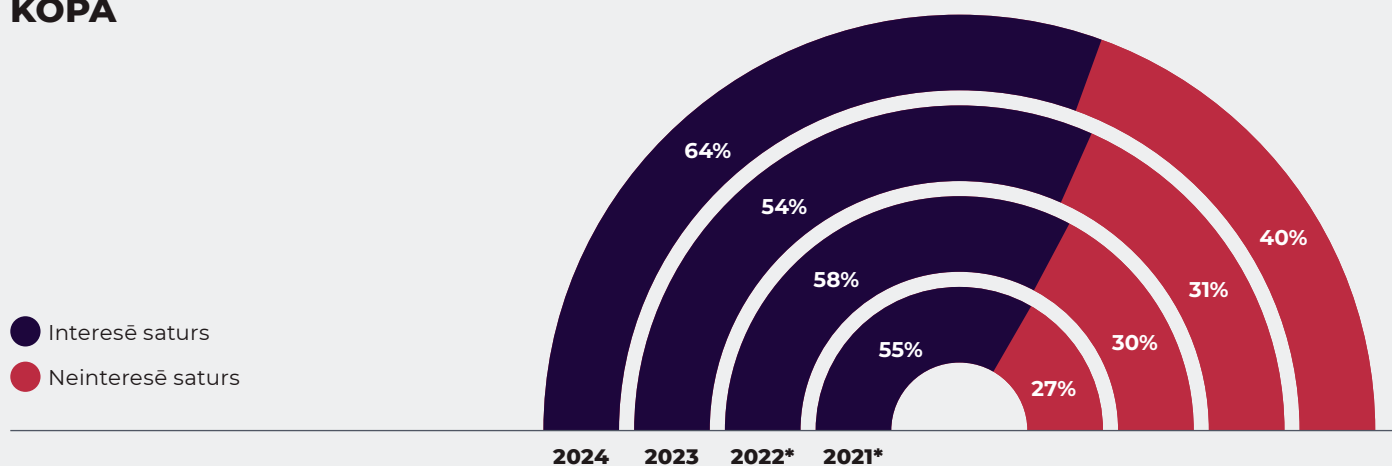
Taču mēs arī apzināmies, ka nevaram atslābt. Mūsu klausītāji no sabiedriskā medija pamatoti sagaida visaugstāko profesionalitāti, un mums jāturpina strādāt, lai to apliecinātu ik dienu.



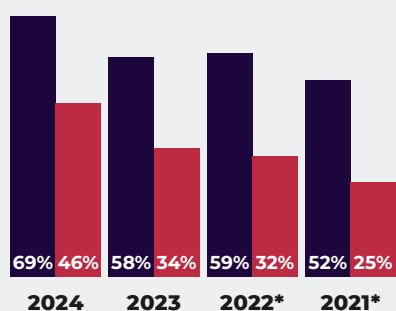
Izlase: Visi respondenti; apakšrādītāju aprēķinā par žanra interesi nav ņemts vērā 27. jautājums

*Atšķirīga aprēķina metodoloģija

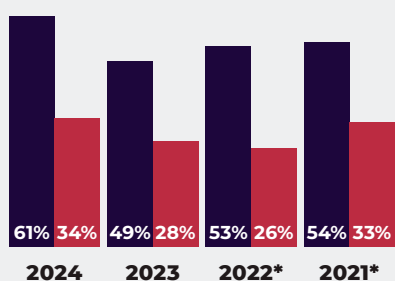
KOPĀ



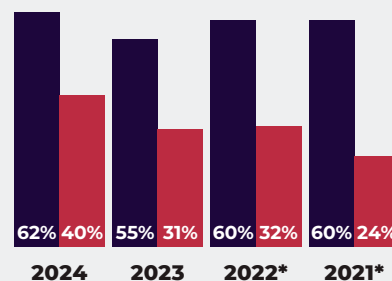
LTV



LR

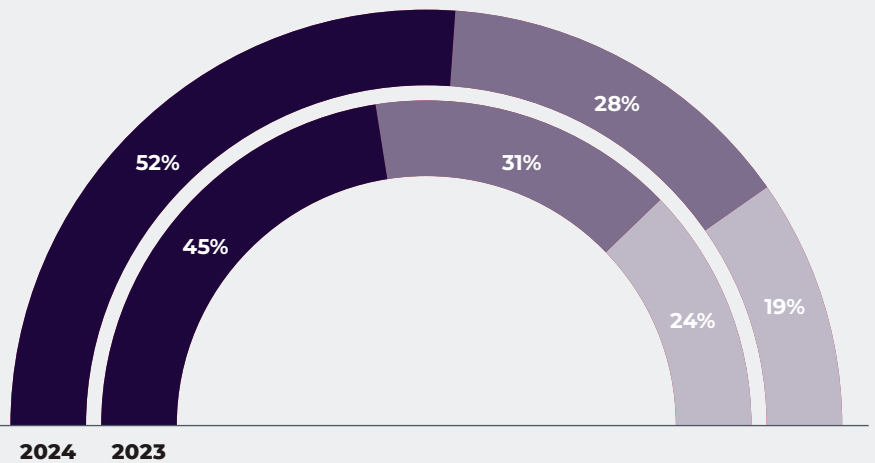


LSM

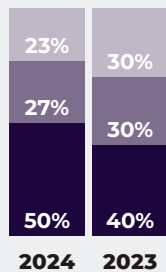


04. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) piedāvā kvalitatīvu saturu

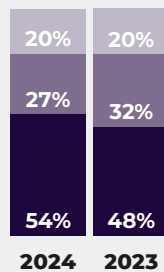
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



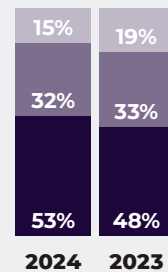
LTV



LR

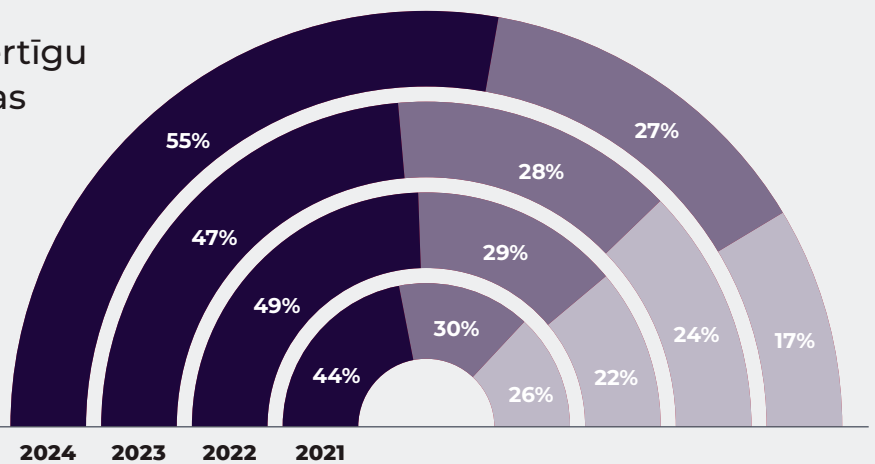


LSM

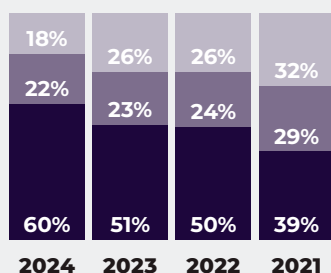


05. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par politikas un ekonomikas ziņām

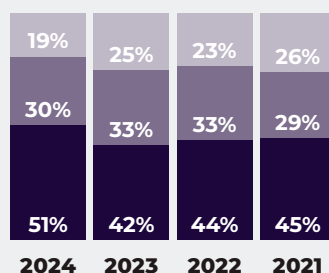
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



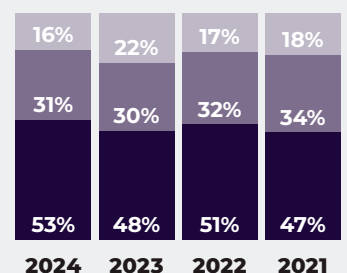
LTV



LR

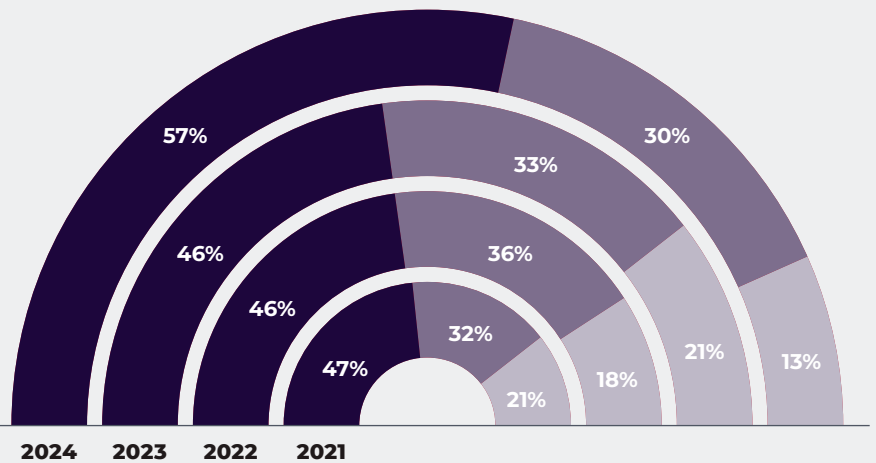


LSM

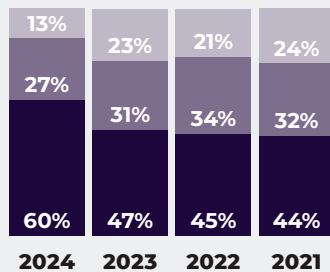


06. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par kultūru

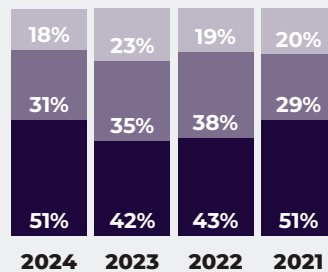
Piekrītu
 Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
 Nepiekrītu



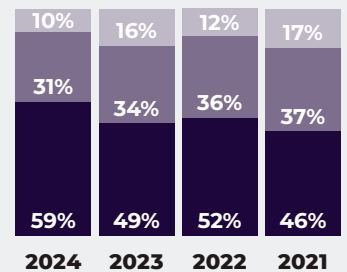
LTV



LR

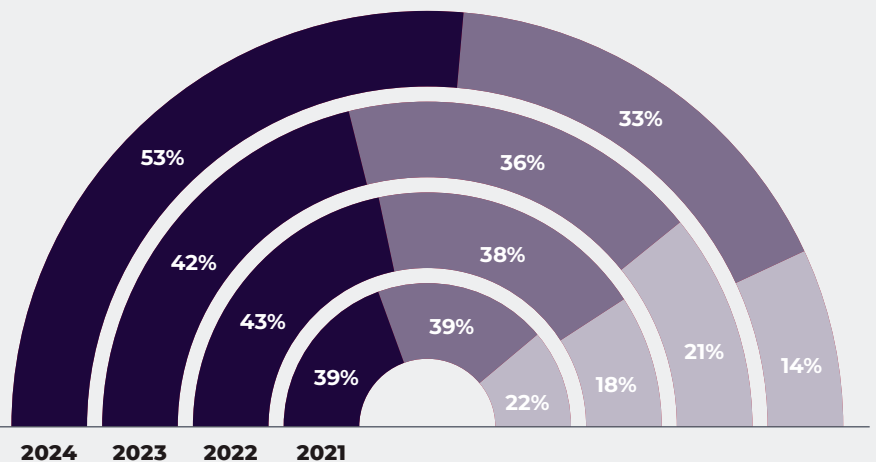


LSM

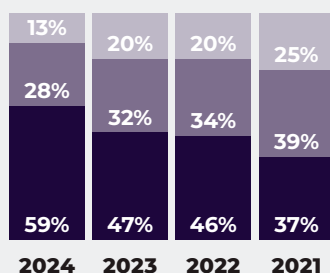


07. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par dzīves stilu, ģimeni, mājsaimniecību

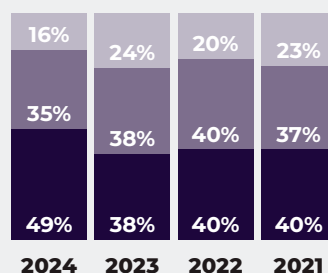
Piekrītu
 Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
 Nepiekrītu



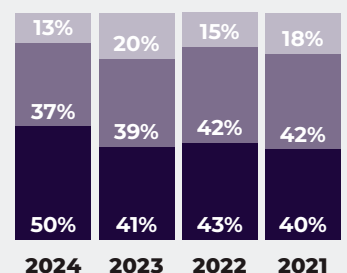
LTV



LR



LSM

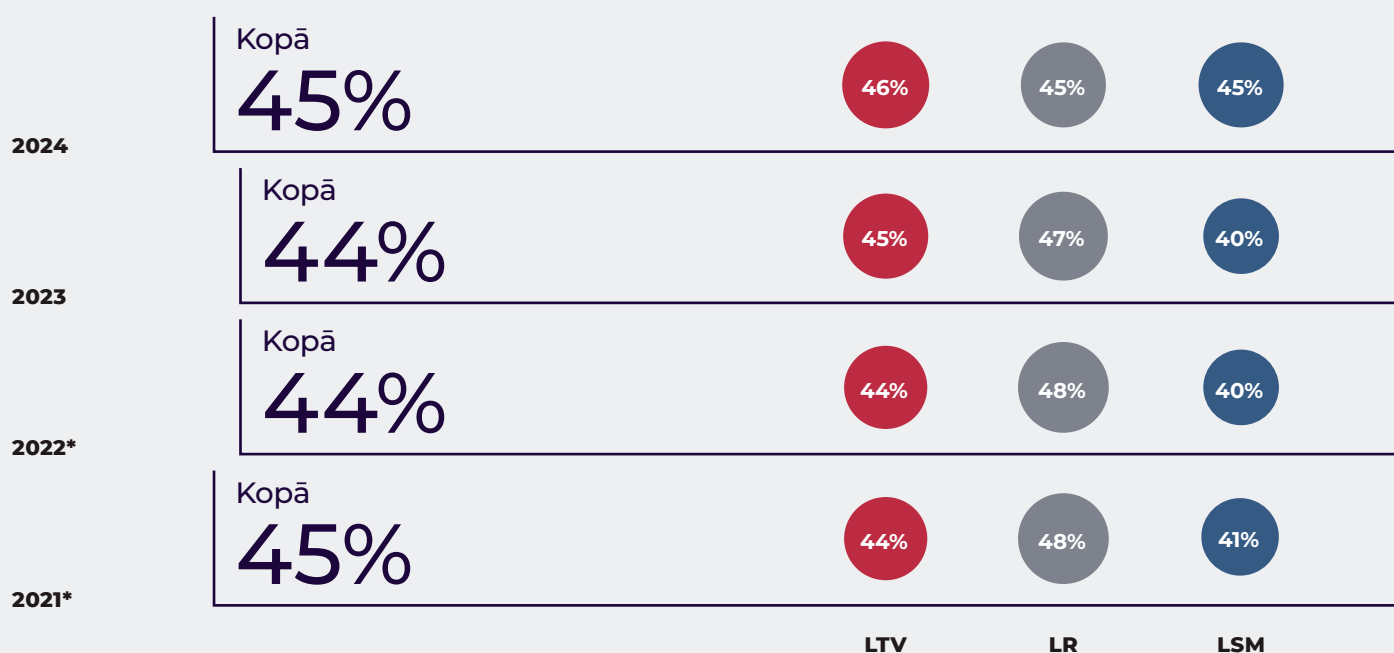


**Marta Cerava**LSM galvenā
redaktore

Šis ir pēdējais gads pirms apvienošanās, kad LSM darbojas vienoti digitālajā vidē, bet faktiski atsevišķi. Rezultatīvie rādītāji liecina, ka auditorija šo sarežģīto šķautni LSM izaugsmes laikā nav pamanījusi. Sabiedrisko mediju portāla saturu lieto, kritizē un slavē, un mēs redzam arvien lielāku pieprasījumu pēc tā. LSM 10 gadu laikā audzis un kļuvis par auditorijas atzītu, uzticamu informācijas avotu. Aptaujas rezultāti apliecina – LSM ir ietekmīgs portāls Latvijas daudzveidīgajā mediju vidē, jo auditorijai esam svarīgi ne tikai valstiski nozīmīgos notikumos, bet arī ikdienā.

Aizvadītajā gadā mēs par katru varu neskrējām pēc apjoma vai sasniedzamības. Soli pa solim uzlabojām to, ko jau bijām iesākuši – gādāt, lai publikācijas būtu palīdzošas, skaidrojošas un uztveramas, lai tajās parādītos daudzveidīgākas balsis un problemātika.

LSM veiksmes atslēga ir mūsu dažādo komandu un talantu kopums, kas ļauj nepārtraukti citam no cita mācīties un pilnveidoties, lai radītu arvien jaunu saturu, kas ir auditorijai noderīgs un nepieciešams.

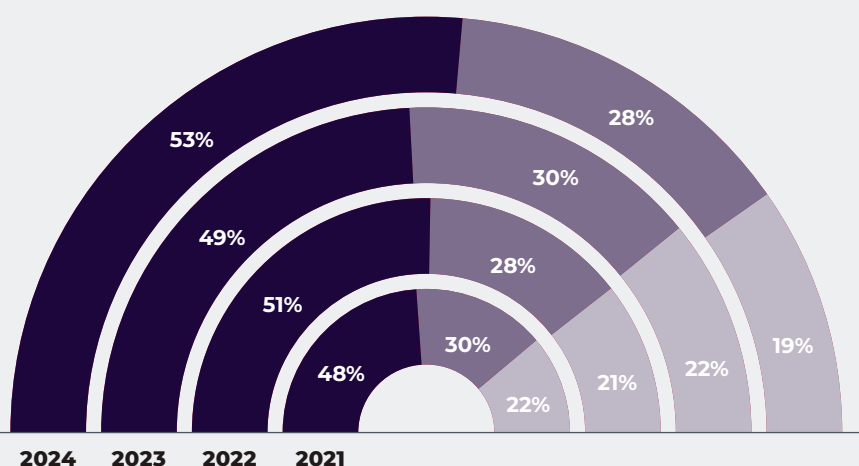


Izlase: Visi respondenti; aprēķinā nav iekļauts 30. & 31. jautājums (uzticēšanās komercmedijiem & valsts pārvaldei)

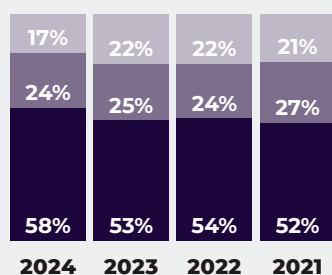
*Atšķirīga indikatora aprēķina metode

08. Sabiedriskajam medijam (LTV/LR/LSM) ir svarīga loma Latvijas valsts attīstībā

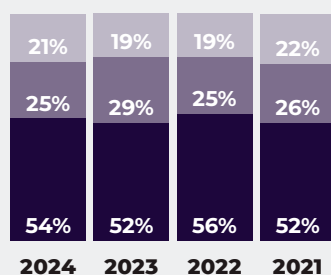
● Piekrītu
 ● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
 ● Nepiekrītu



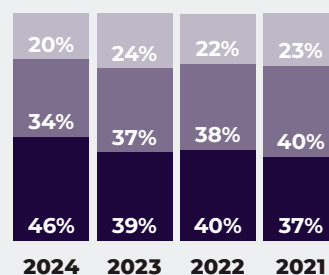
LTV



LR

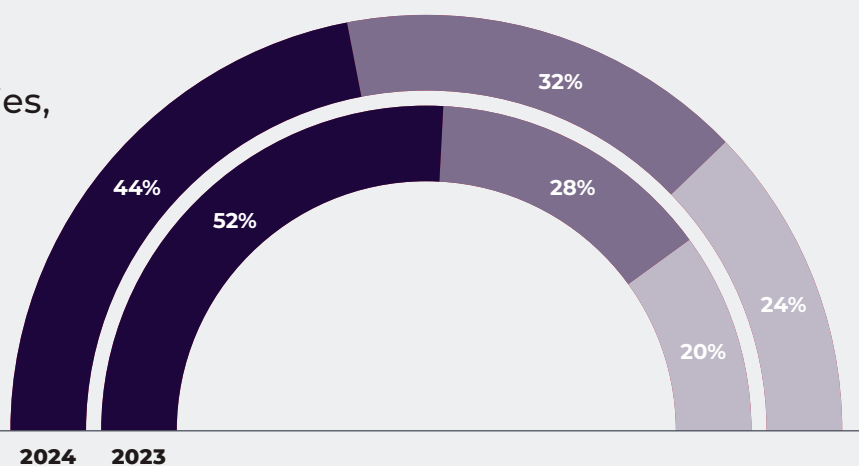


LSM

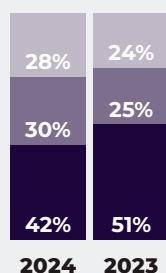


09. Esmu pārliecināts/-a, ka [Satura veidotājs] kļūdas vai neprecizitātes labo nekavējoties, ja tādas ir atklātas vai kāds/-a par to ir ziņojis/-usi redakcijai

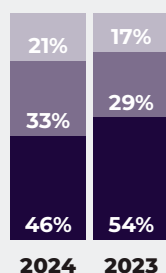
● Piekrītu
 ● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
 ● Nepiekrītu



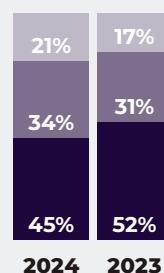
LTV



LR

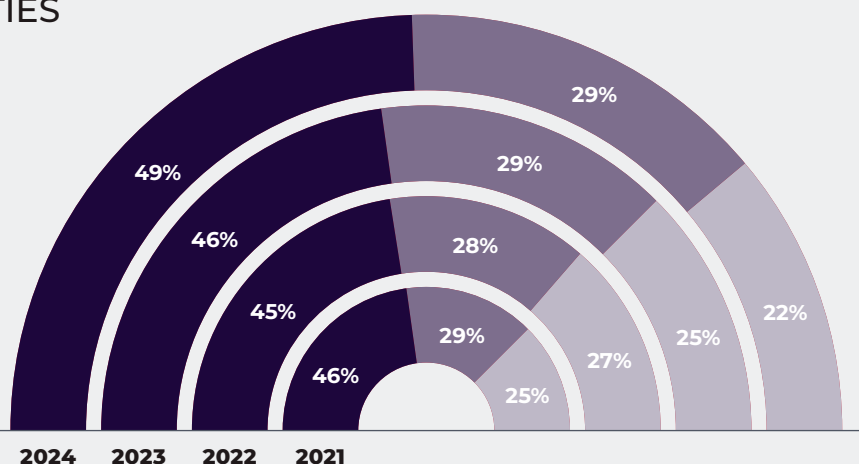


LSM

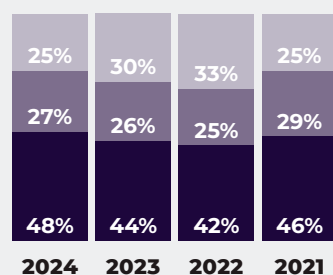


10. Cik lielā mērā Jūs UZTICATIES Sabiedriskajam medijam (LTV/LR/LSM)?

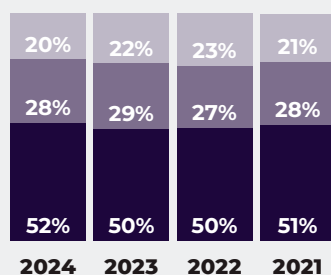
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



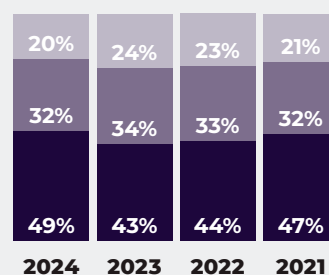
LTV



LR

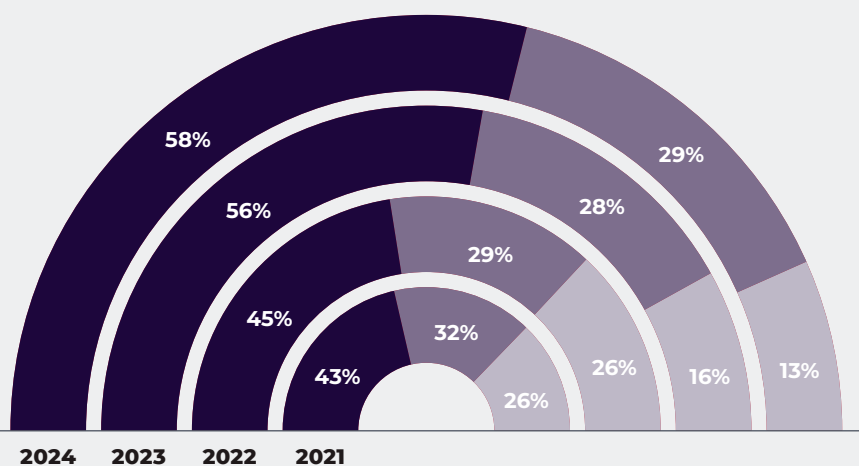


LSM

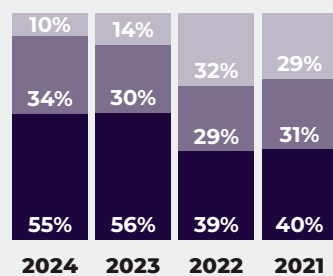


Jaunieši (15-24)

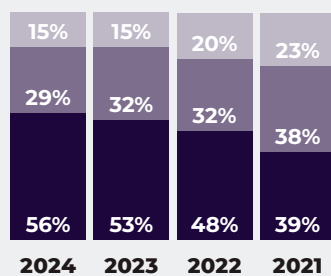
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



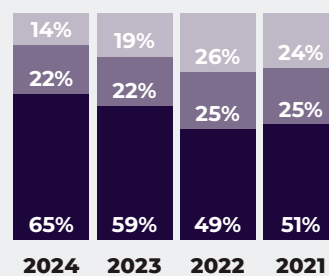
LTV



LR

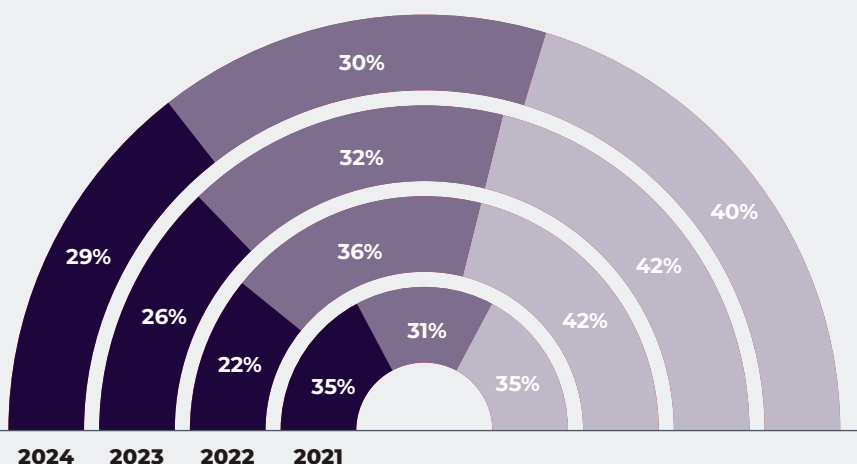


LSM

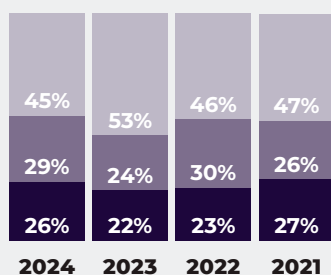


Mazākumtautības

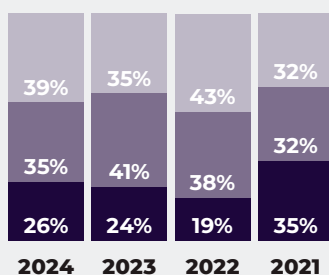
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



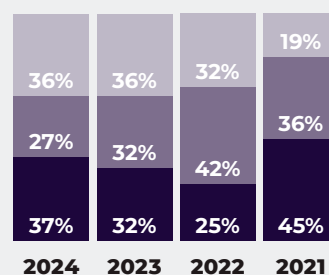
LTV



LR

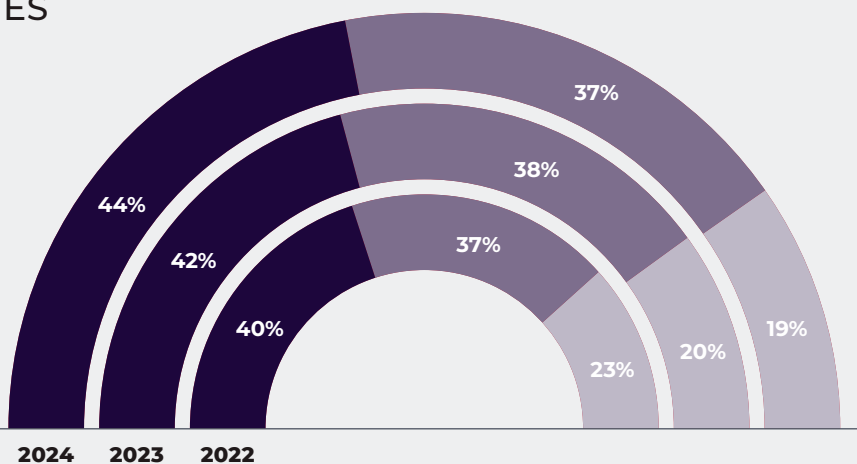


LSM

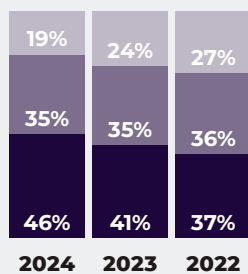


11. Cik lielā mērā Jūs UZTICATIES Latvijas komercmedijiem?

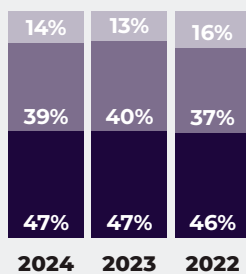
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



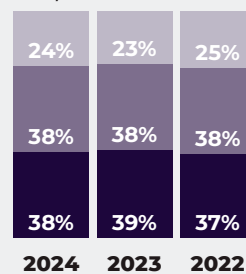
Komerctelevizijām



Komerccradio

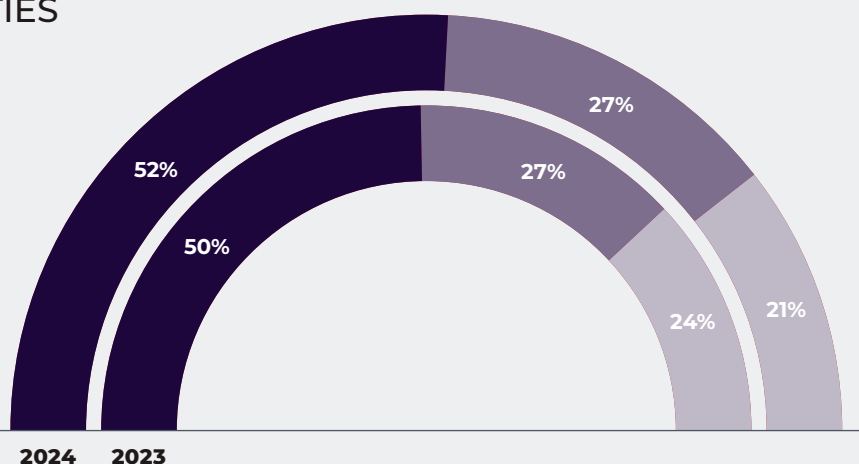


Ziņu portāliem

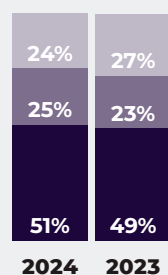


12. Cik lielā mērā Jūs UZTICATIES Latvijas Sabiedrisko mediju (LTV/LR/LSM) ziņām?

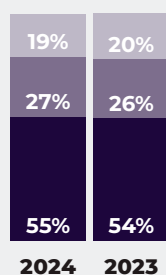
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



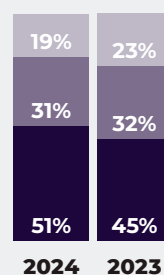
LTV



LR

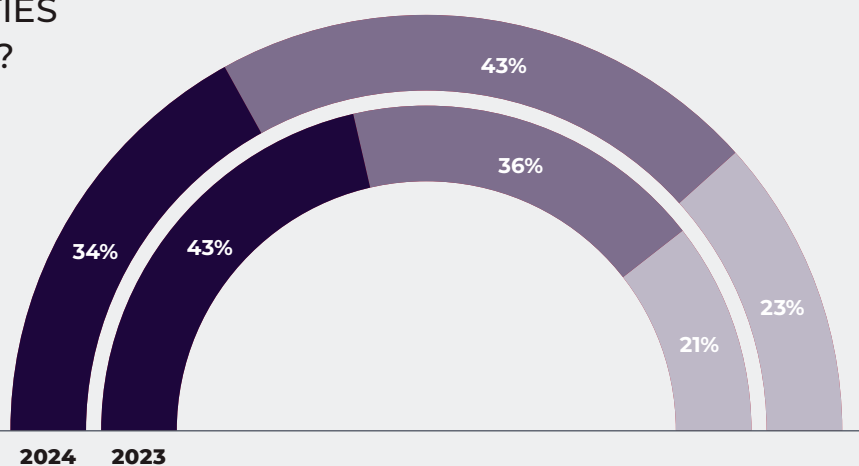


LSM

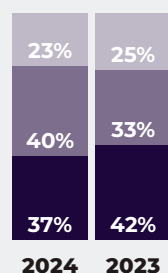


13. Cik lielā mērā Jūs UZTICATIES Latvijas komercmediju ziņām?

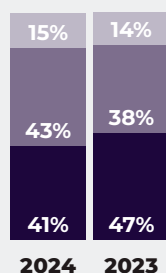
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



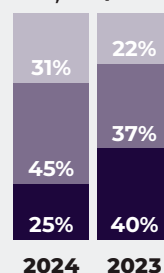
Komerctelevizijām



Komerccradio

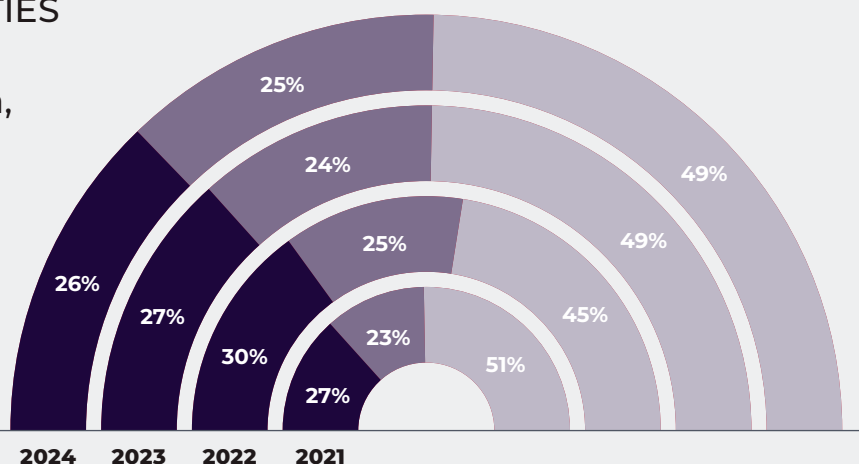


Ziņu portāliem

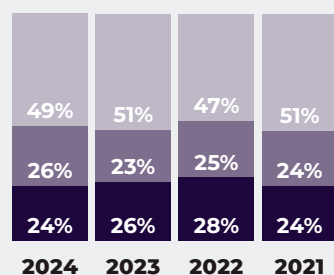


14. Cik lielā mērā Jūs UZTICATIES Latvijas valsts pārvaldei, tādām institūcijām kā Saeima, Ministru kabinets, tiesas?

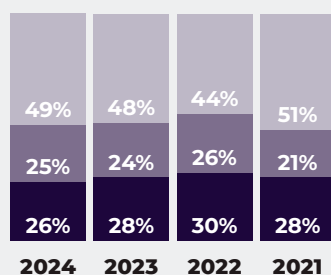
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



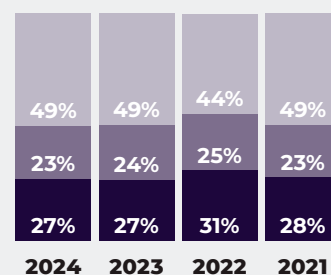
LTV



LR

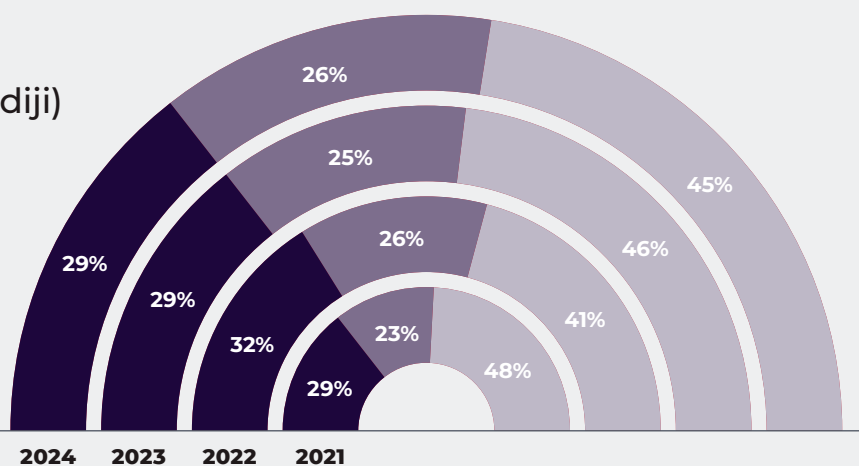


LSM

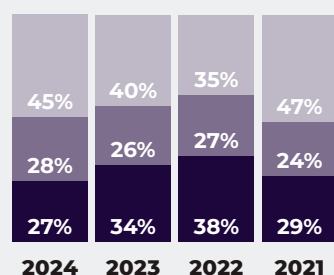


Mērķgrupa: ledzīvotāji, kurus sasniedz sabiedriskie mediji (Sasniedz visi sabiedriskie mediji)

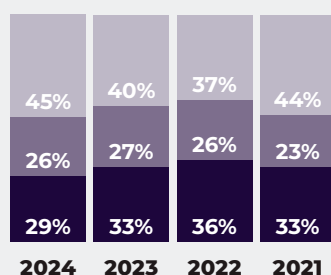
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



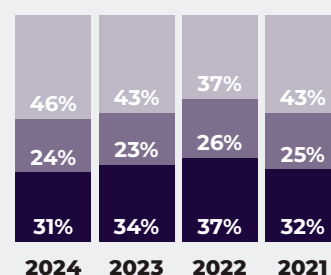
Sasniedz LTV



Sasniedz LR



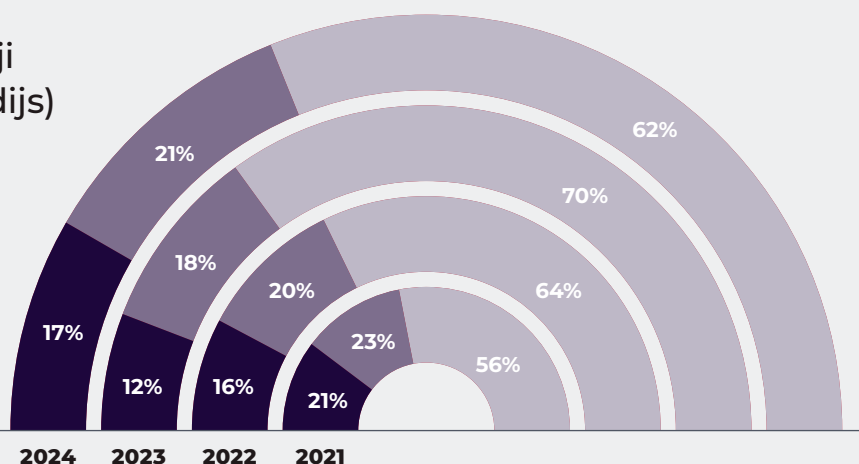
Sasniedz LSM



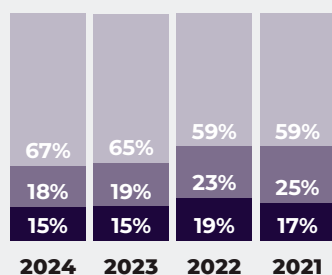
Piezīme: Subgrupās netiek ņemts vērā, vai respondentu sasniedz cits sabiedriskais mediju kanāls

Mērķgrupa: ledzīvotāji, kurus
nesasniedz sabiedriskie mediji
(Nesasniedz neviens sab. medijs)

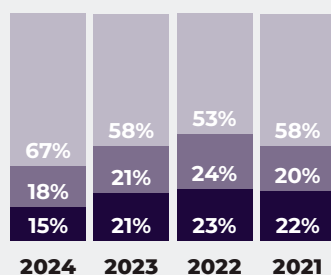
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



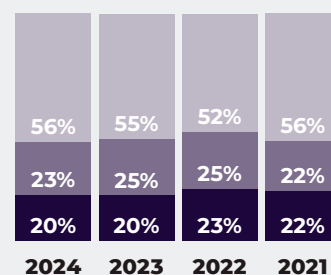
Nesasniedz LTV



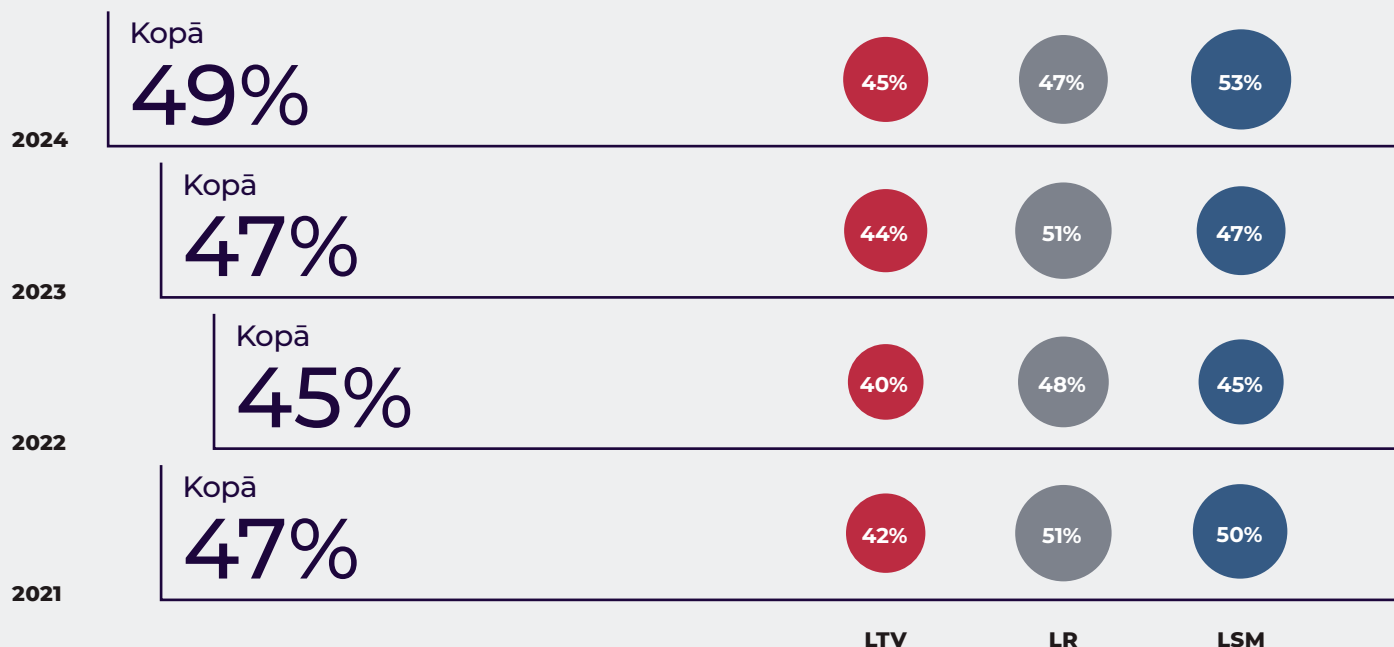
Nesasniedz LR



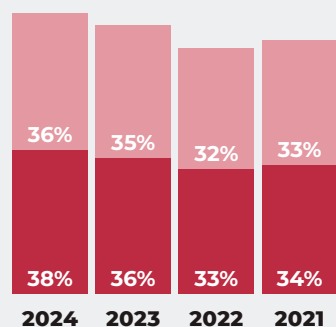
Nesasniedz LSM



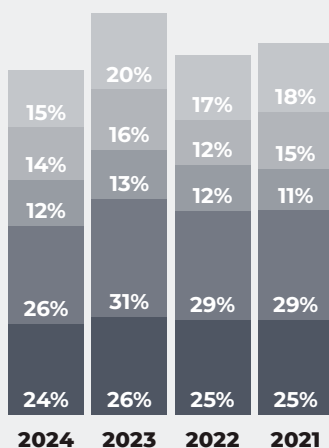
15. Lūdzu novērtējiet, cik ļoti Jums pietrūktu Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sekojošie kanāli, ja tie pārstātu raidīt/piedāvāt saturu internetā?



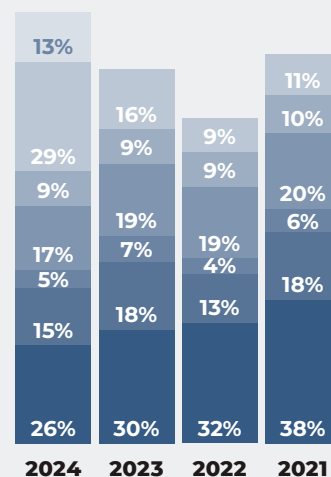
LTV



LR



LSM



● LTV1
● LTV7

● LR1
● LR2
● LR3
● LR4
● LR5

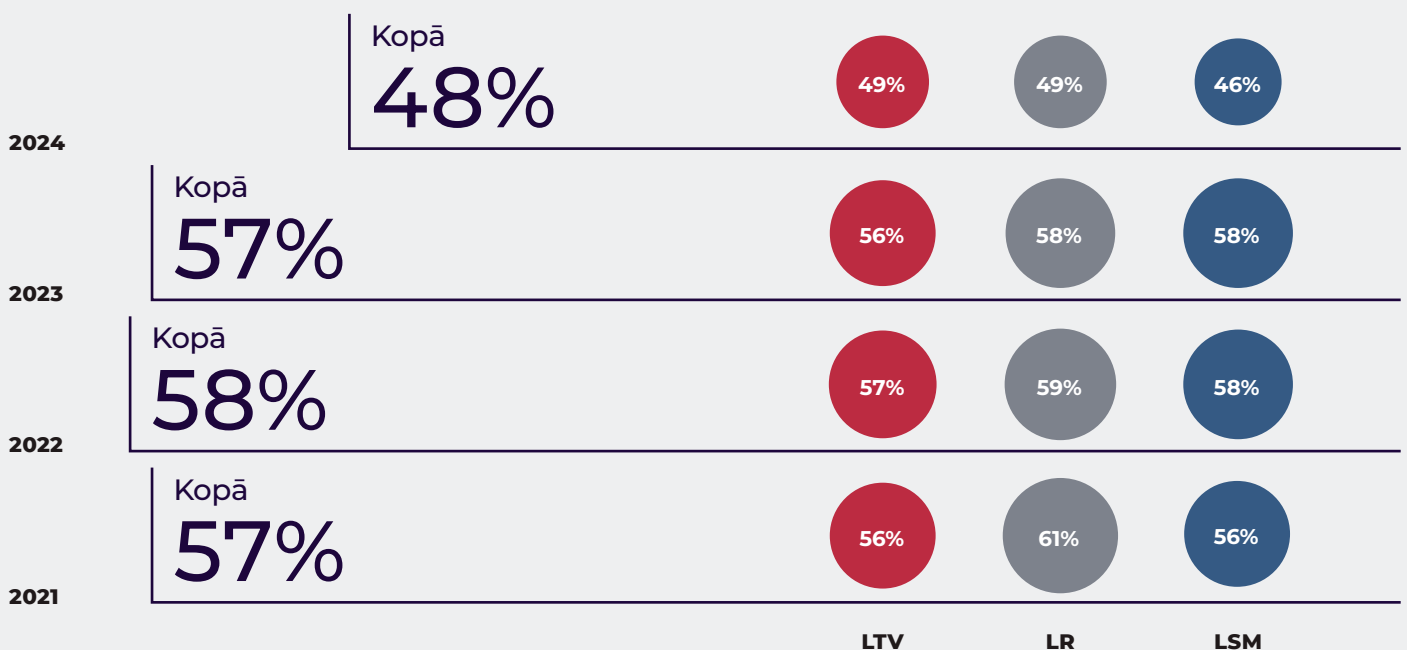
● LV
● RUS
● ENG
● Replay
● Bērnestaba
● 16+
● Plusaudzis

Šī gada aptaujas vilnī ir ievērojami zemāks rādītājs indikatoram “Sabiedrība”, kas norāda uz sabiedrisko mediju spēju nodrošināt daudzpusīgu Latvijas sabiedrības pašizziņu, pārstāvēt iedzīvotāju daudzveidību, veidojot savstarpējo izpratni starp dažādajām sabiedrības grupām un meklējot kopīgo. Jāatgādina, ka indikatoru veido vairāku apgalvojumu atbilžu “Pilnībā piekrītu” un “Daļēji piekrītu” kopsumma, tāpēc svarīgi identificēt, vai kritums ir saistīts ar negatīvās attieksmes (“Pilnībā nepiekrītu” un “Daļēji nepiekrītu”) vai arī biežāk nekā iepriekš respondenti izvēlējušies relatīvi neitrālāko “Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu”. Šajā gadījumā novērojams, ka biežāk izvēlēta gan negatīvā, gan neitrālā pozīcija salīdzinājumā ar iepriekšējiem gadiem, taču joprojām visretāk respondentiem ir daļēji vai pilnībā negatīva attieksme pret sabiedrisko mediju darbu attiecībā uz daudzveidīgu viedokļu attēlošanu sabiedriskajos medijos: vidēji tie ir 18%, kas jautājumos, kas saistīti ar Sabiedrības indikatoru, pauž negatīvu vērtējumu. Papildus tam, jāuzsver, ka vienlaicīgi uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem nav mazinājusies – gluži otrādi, tā ir pieaugusi (skat. sadaļu Ietekme).

Jāņem vērā, ka pēdējā gada laikā Latvijas politiskajā vidē ir notikušas būtiskas pārmaiņas, kas varētu būt ietekmējušas gan sabiedrisko mediju tematiku un viedokļu daudzveidību, gan arī atšķirīgu sabiedrības grupu viedokļu pārstāvību. Proti, ir mainījusies valdības koalīcija, kuras sastāvā šobrīd ir ideoloģiski pretēja politiskā pārstāvniecība. Tādējādi indikatora kritums varētu liecināt, ka sabiedriskajos medijos biežāk tiek reprezentēti valdošās koalīcijas pārstāvji, kuri šobrīd kopumā pārstāv citu ideoloģisko strāvojumu nekā iepriekšējo četru aptaujas viļņu laikā, tādējādi esošā sabiedrisko mediju auditorija saskata retāk sev simpatizējošo viedokli, bet tā, kura iepriekš sevi neredzēja, nav šobrīd aktīva sabiedrisko mediju patērētāja (jāatgādina, ka indikators tiek aprēķināts tikai un vienīgi no satura lietotājiem, ne attiecībā pret visiem respondentiem, kas atbildēja uz minēto jautājumu).

Taču, no otras puses, jāņem vērā, ka krities arī vērtējums par pretēju viedokļu redzamību sabiedriskajos medijos. Tas iespējams ir paralēlu politisko notikumu dēļ. Proti, vairāki jautājumi, kuri sabiedrībā iepriekšējos gadus izraisīja asus viedokļus – partnerattiecību regulējums un Stambulas konvencija – ir faktiski pazuduši no politiskās un arī mediju dienaskārtības. Citos jautājumos acīmredzami, Latvijas sabiedrība ir saliedētāka un retāk novērojama viedokļu pretstāve, kas arīdza retāk parādās sabiedrisko mediju saturā. Taču tikpat labi tas var liecināt, ka sabiedriskajos medijos diskusijas par citām tēmām norisinās ierobežotā sabiedrības indivīdu lokā, neiekļaujot dažādu, ne vienmēr pretēju viedokļu paudējus.

Visubeidzot, redzams arī ievērojams negatīvāks vērtējums salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu attiecībā uz sabiedrisko mediju spēju stiprināt piederības sajūtu Latvijai. Šogad vērtējums ir līdzīgs tam, kādu respondenti pauda aptaujās 2021. un 2022. gadā. Tāpēc iespējams, ka kritums ir saistīts ar Vispārējo latviešu Dziesmu un deju svētkiem, kura saturs sabiedriskajos medijos jau bija novērojams laikā, kad 2023. gadā tika veikta iedzīvotāju aptauja. Tas arī norāda, ka piederības sajūtu Latvijas iedzīvotāji izjūt lielā mērā caur kultūras identitāti, tāpēc būtu apsverams nākotnē minēto jautājumu iekļaut indikatora “Kultūra” aprēķinā, nevis attiecināt pret indikatoru “Sabiedrība”.



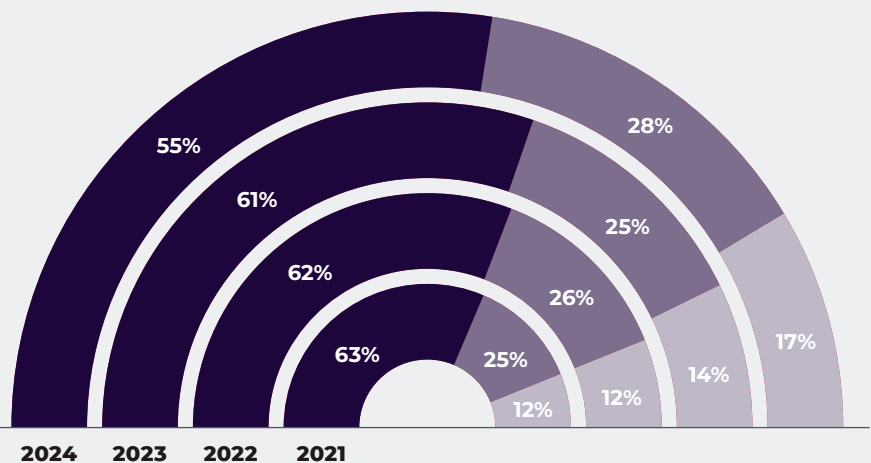
Izlase: Satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos (lieto attiecīgo sabiedrisko mediju vismaz dažas reizes pusgadā; seko sociālajos tīklos kādam no attiecīgā medija sociālo kontu profilam)

16. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no mana

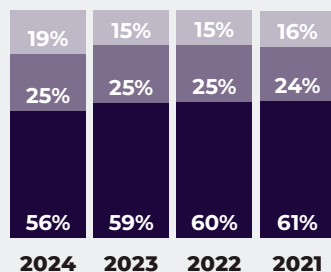
● Piekrītu

● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu

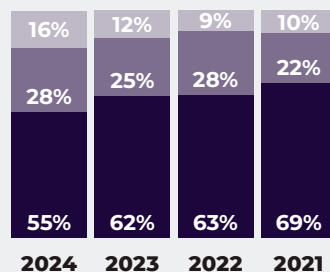
● Nepiekrītu



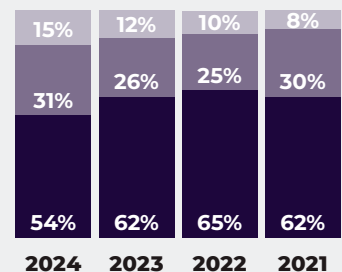
LTV



LR



LSM

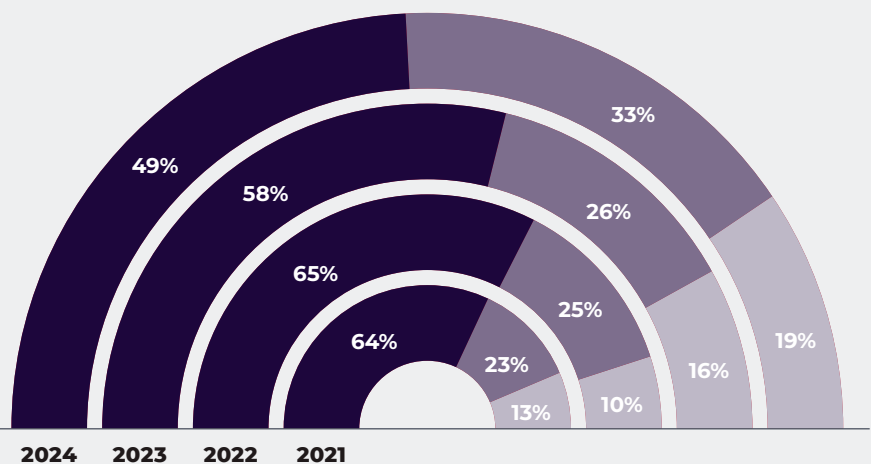


17. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) saturā iekļauj viedokļus, kas ataino arī manus uzskatus

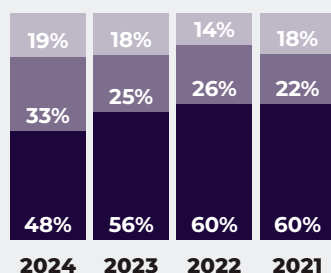
● Piekrītu

● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu

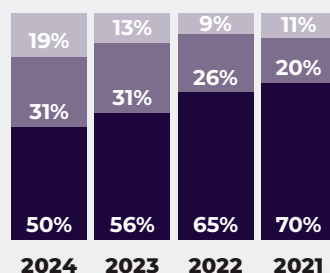
● Nepiekrītu



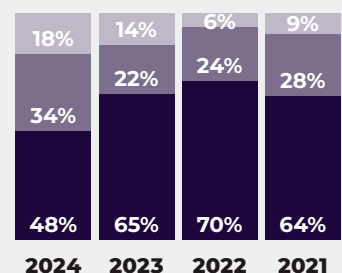
LTV



LR

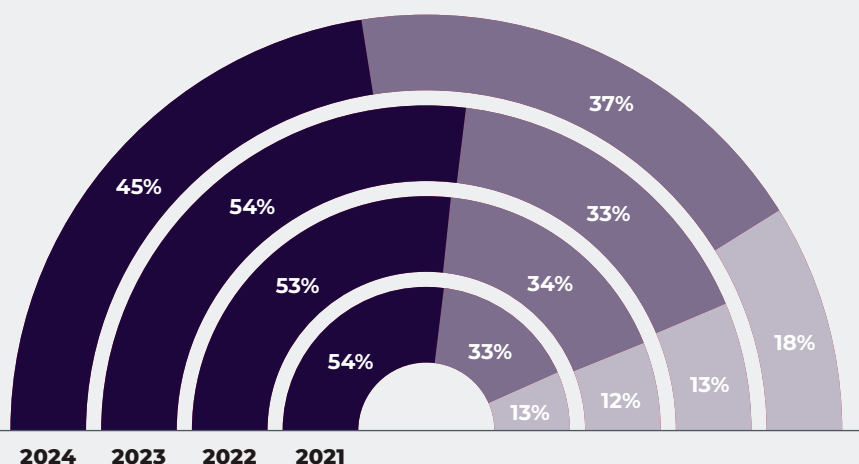


LSM

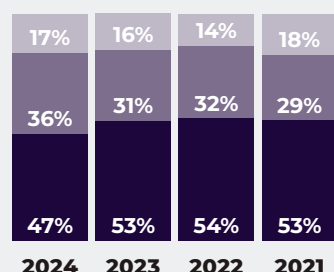


18. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) man palīdz saprast cilvēkus, viņu skatījumu uz dzīvi

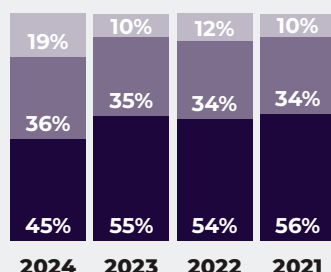
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



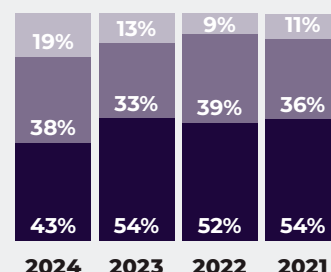
LTV



LR

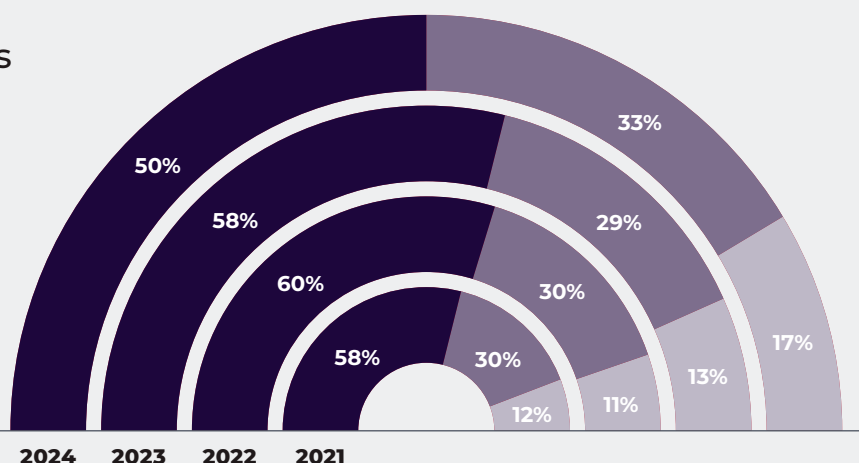


LSM

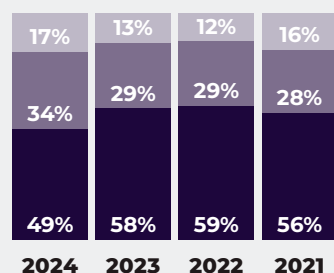


19. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) ataino diskusijas par man nozīmīgām tēmām

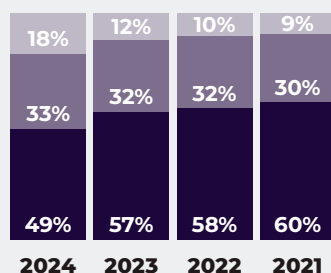
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



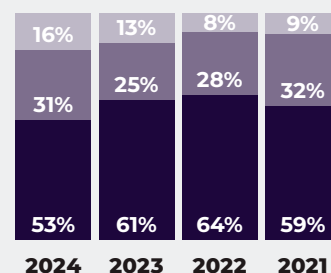
LTV



LR

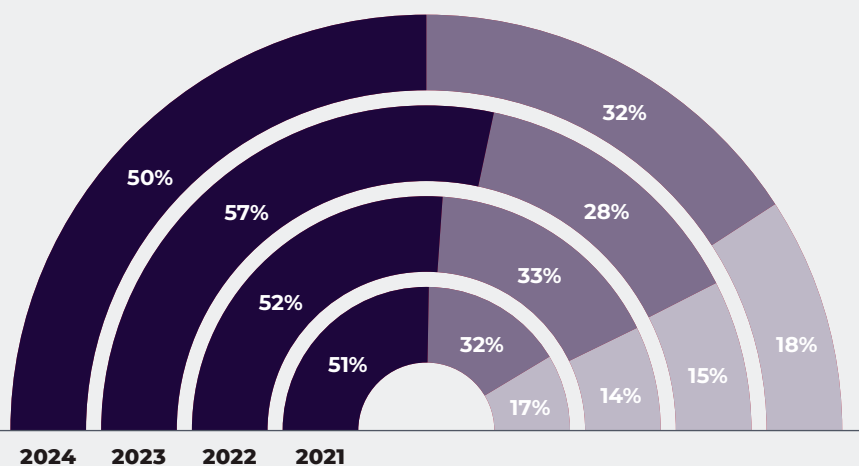


LSM

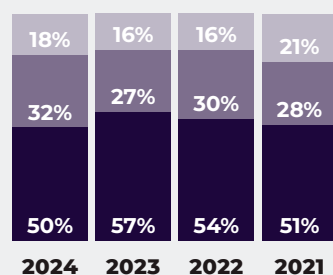


20. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) stiprina manu piederības sajūtu Latvijai

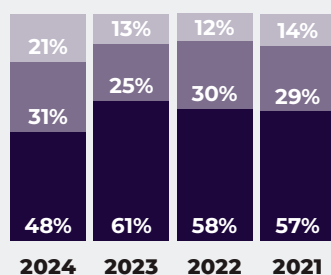
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



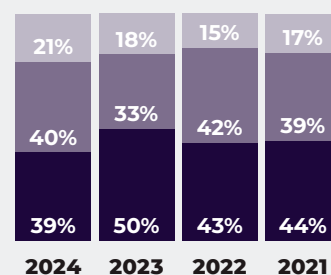
LTV



LR

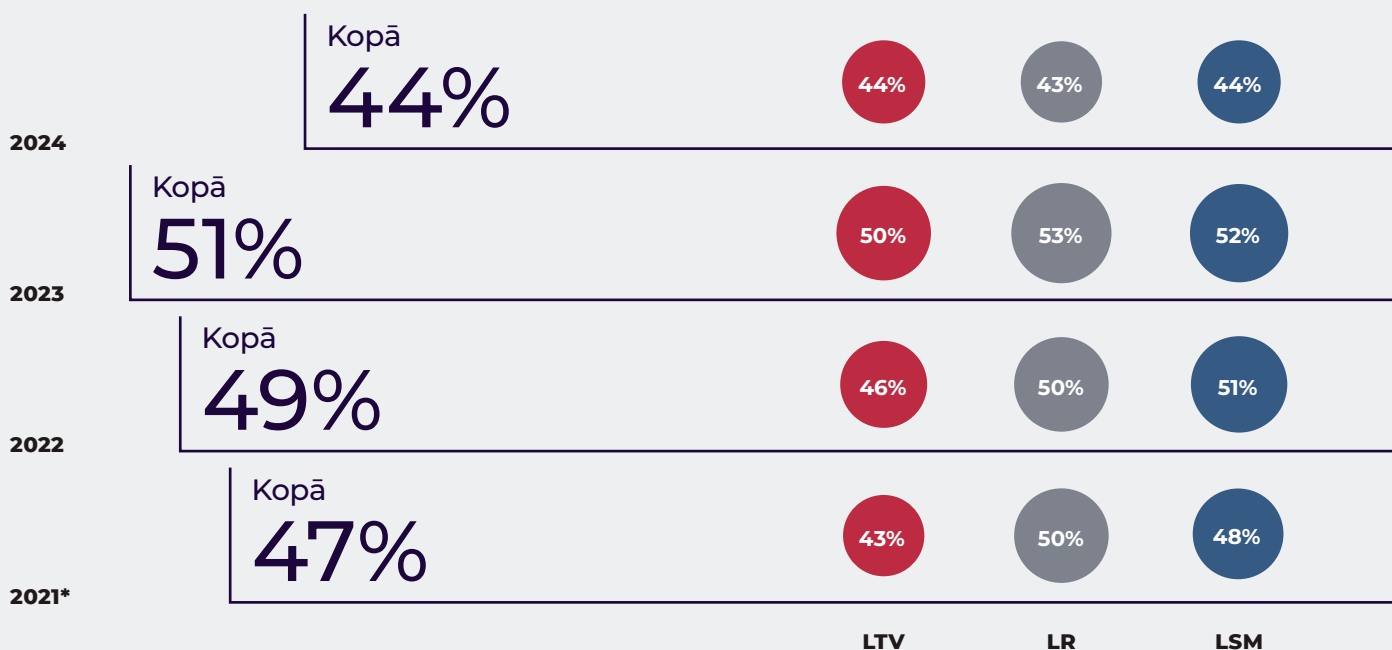


LSM



Līdzīgi kā Sabiedrības indikatoram, kritums novērojams arī Demokrātijas indikatoram, kas mēra, vai sabiedriskie mediji nodrošina sabiedrību ar vispusīgu un uzticamu informāciju, ziņu, informatīvi analītisko un pētniecisko saturu, kā arī veido diskusiju platformu. Jāuzsver, ka ne visos rādītājos ir novērojamas statistiski nozīmīgas atšķirības salīdzinājumā ar pērnā gadu. Tāpēc, kamēr kopumā indikators ir krities par septiņiem punktiem, jautājumā par neitrālu un objektīvu atspoguļojumu, piemēram, atšķirība no pērnā gada ir vien trīs procentpunktu robežās, tāpat arī piecu procentpunktu atšķirība ir attiecībā

uz jautājumu, vai ziņu un aktuālās informācijas raidījumos tiek pārstāvētas visas sabiedrības intereses. Tajā pašā laikā visbūtiskākā atšķirība no pērnā gada aptaujas ir saistībā ar spēju sabiedriskajiem medijiem piedāvāt informāciju, kas palīdz kritiskajai domāšanai, stiprinātu vēlmi nebūt vienaldzīgam par notiekošo Latvijā. Vienlaicīgi jāuzsver, ka joprojām visbiežāk sabiedrisko mediju satura lietotāji izvēlas pozitīvi novērtēt sabiedrisko mediju darbu demokrātijas stiprināšanā, visbiežāk izvēloties vai nu "Pilnībā piekrītu" vai "Daļēji piekrītu" atbildes. Tāpat pieaugusi uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem (skat. sadaļu "Ietekme")

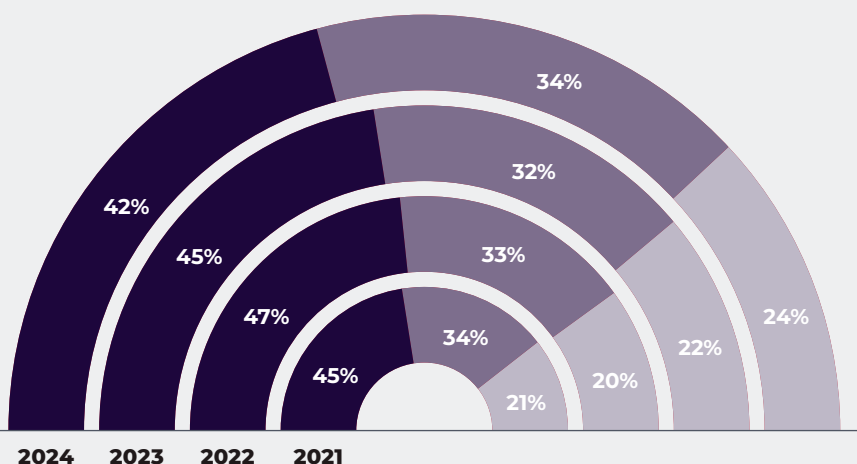


Izlase: Satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos

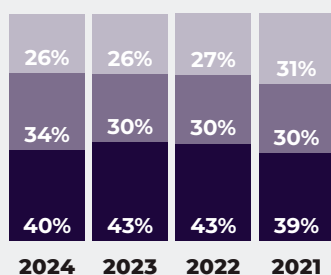
*Atšķirīgs ietverto jautājumu loks

21. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) atspoguļo jaunumus objektīvi un neitrāli, nepaužot personisko attieksmi

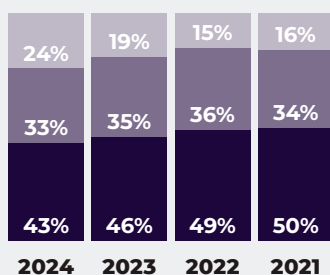
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



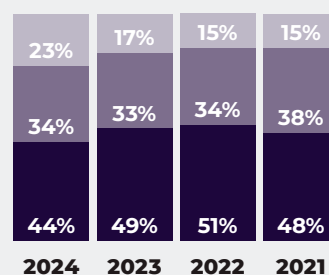
LTV



LR

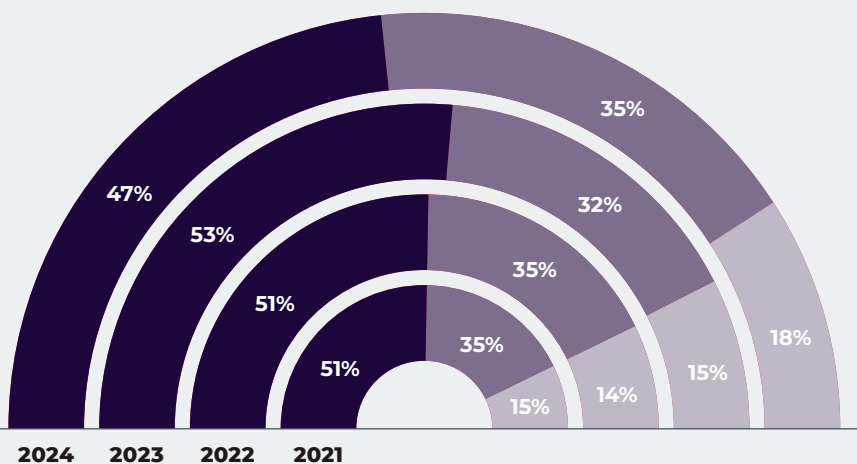


LSM

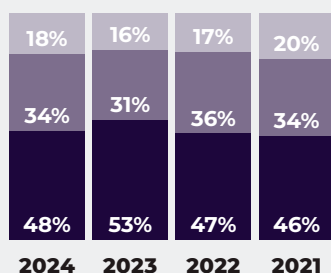


22. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) man palīdz saprast kopsakarības starp dažādiem notikumiem

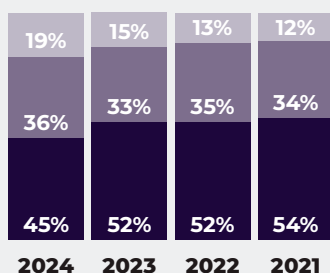
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



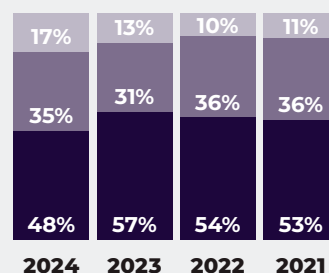
LTV



LR

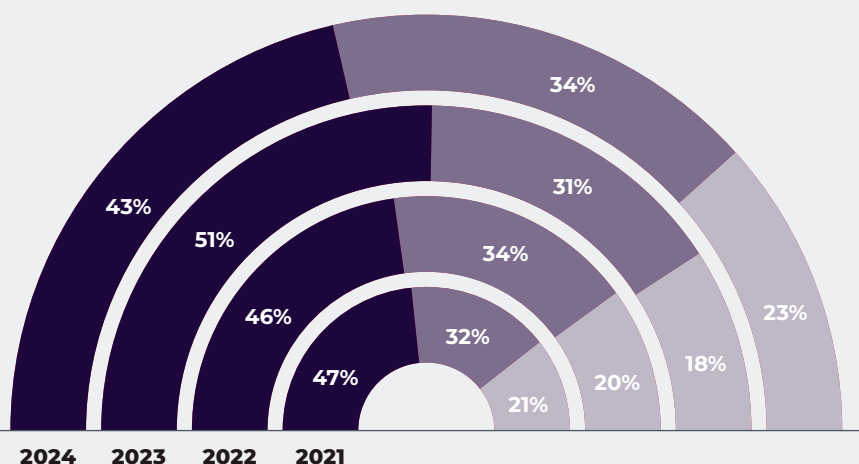


LSM

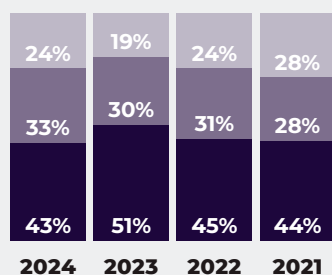


23. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) man palīdz saprast iemeslus valstī pieņemtiem lēmumiem

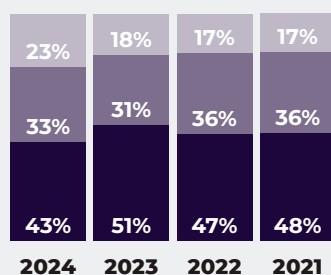
● Piekrītu
● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
● Nepiekrītu



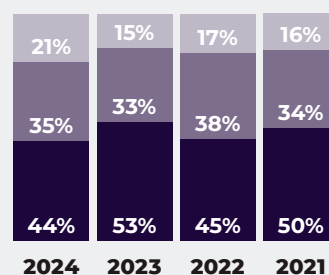
LTV



LR

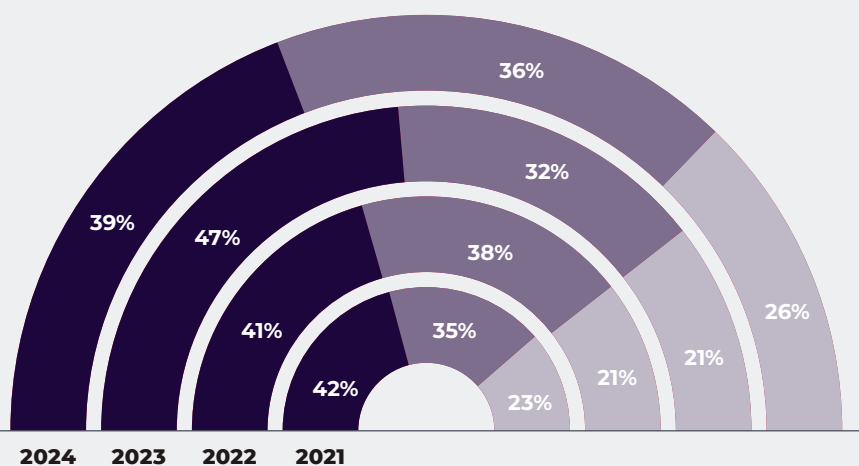


LSM

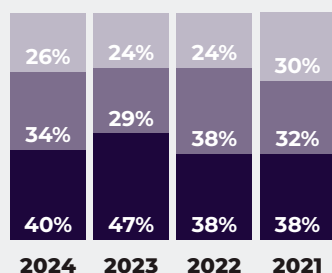


24. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) man palīdz atpazīt viltus ziņas un dezinformāciju

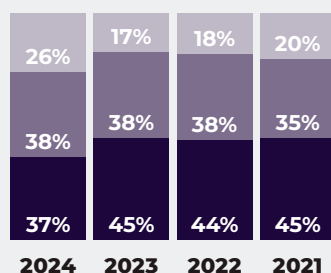
● Piekrītu
● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
● Nepiekrītu



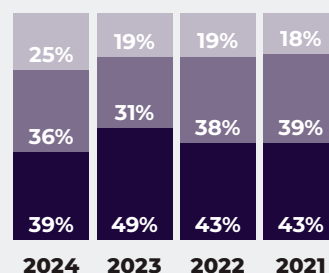
LTV



LR

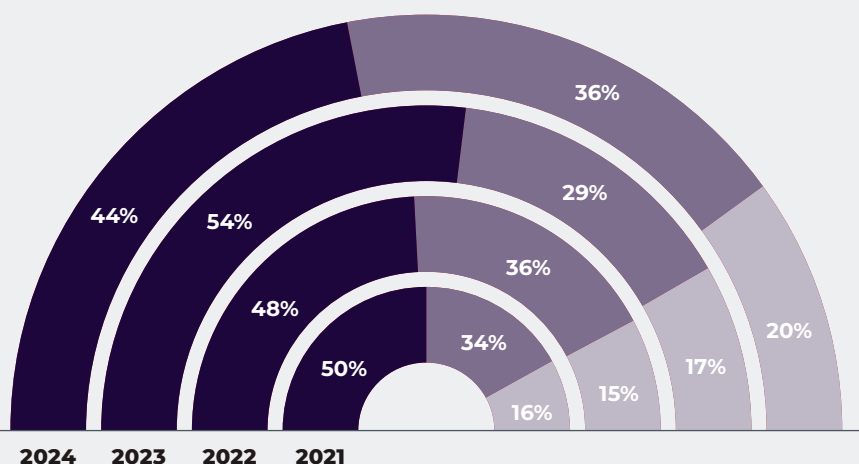


LSM

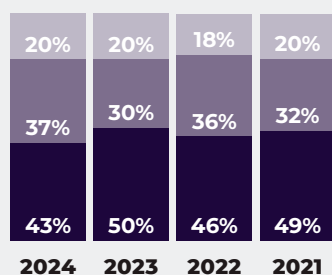


25. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) motivē kritiski domāt un spriest par man apkārt notiekošo

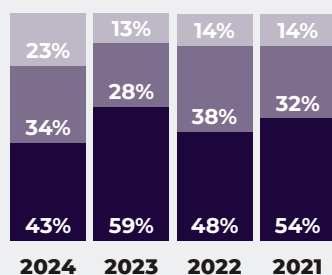
● Piekrītu
 ● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
 ● Nepiekrītu



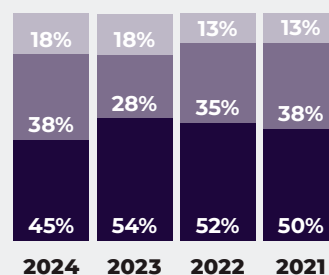
LTV



LR

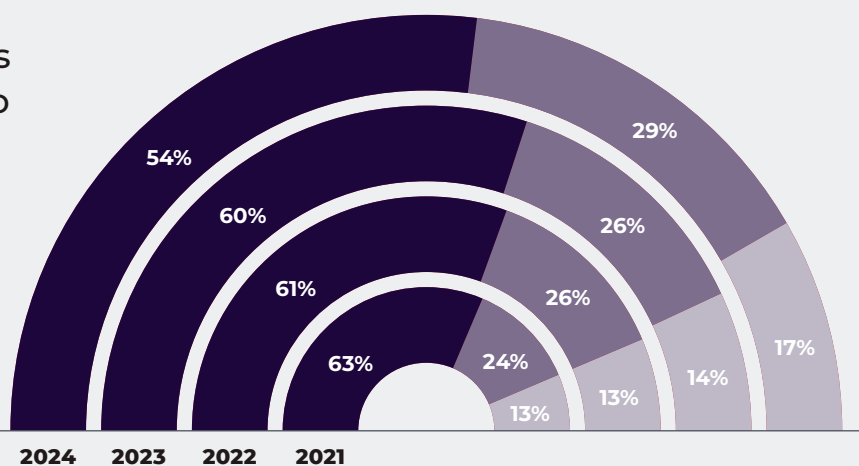


LSM

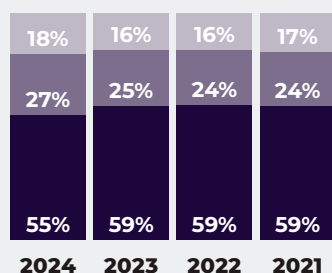


26. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) ziņu un aktuālās informācijas raidījumos ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no mana

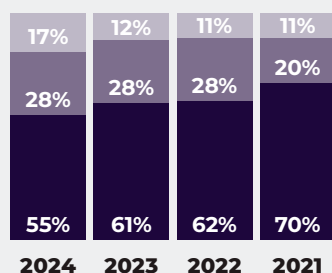
● Piekrītu
 ● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
 ● Nepiekrītu



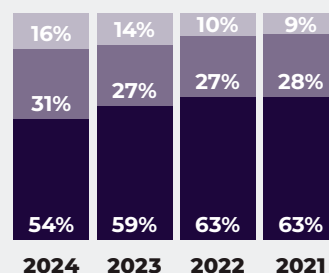
LTV



LR

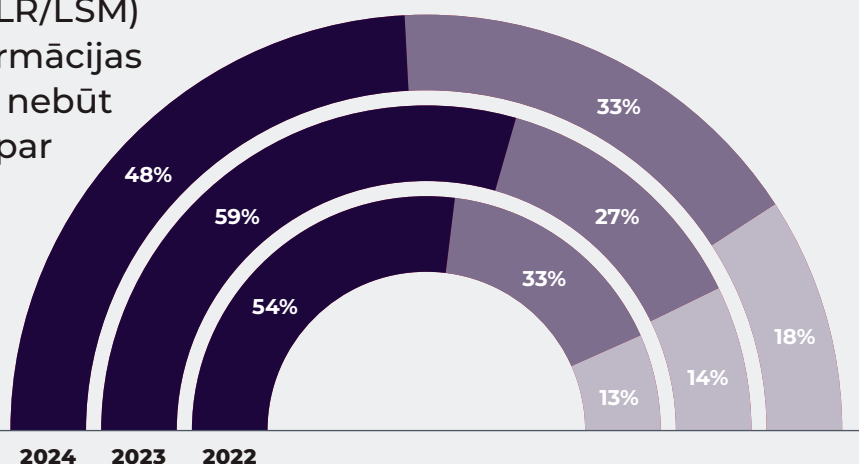


LSM

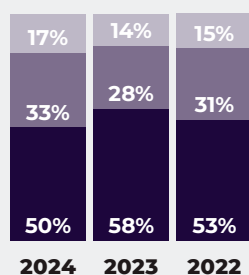


27. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) veidotie ziņu un aktuālās informācijas raidījumi stiprina manu vēlmi nebūt vienaldzīgam un interesēties par Latvijā notiekošo

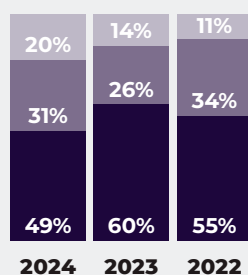
● Piekrītu
 ● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
 ● Nepiekrītu



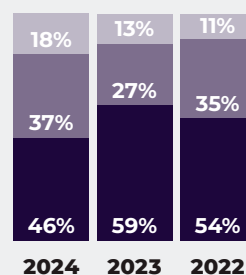
LTV



LR

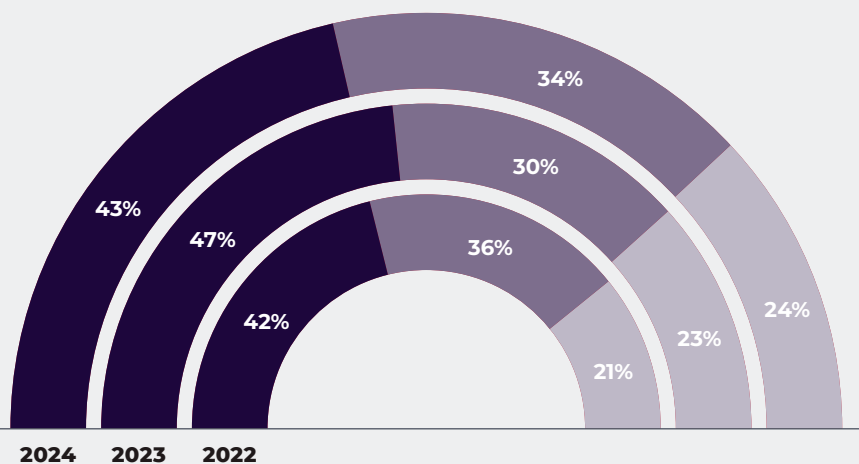


LSM

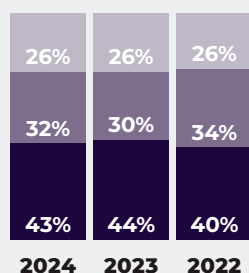


28. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) veidotie ziņu un aktuālās informācijas raidījumos pārstāv visas sabiedrības intereses

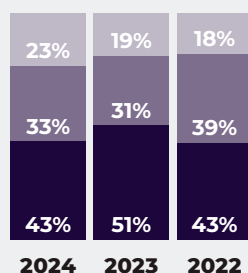
● Piekrītu
 ● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
 ● Nepiekrītu



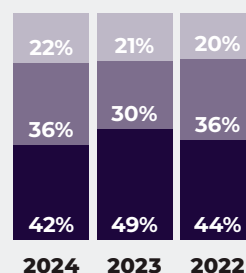
LTV



LR

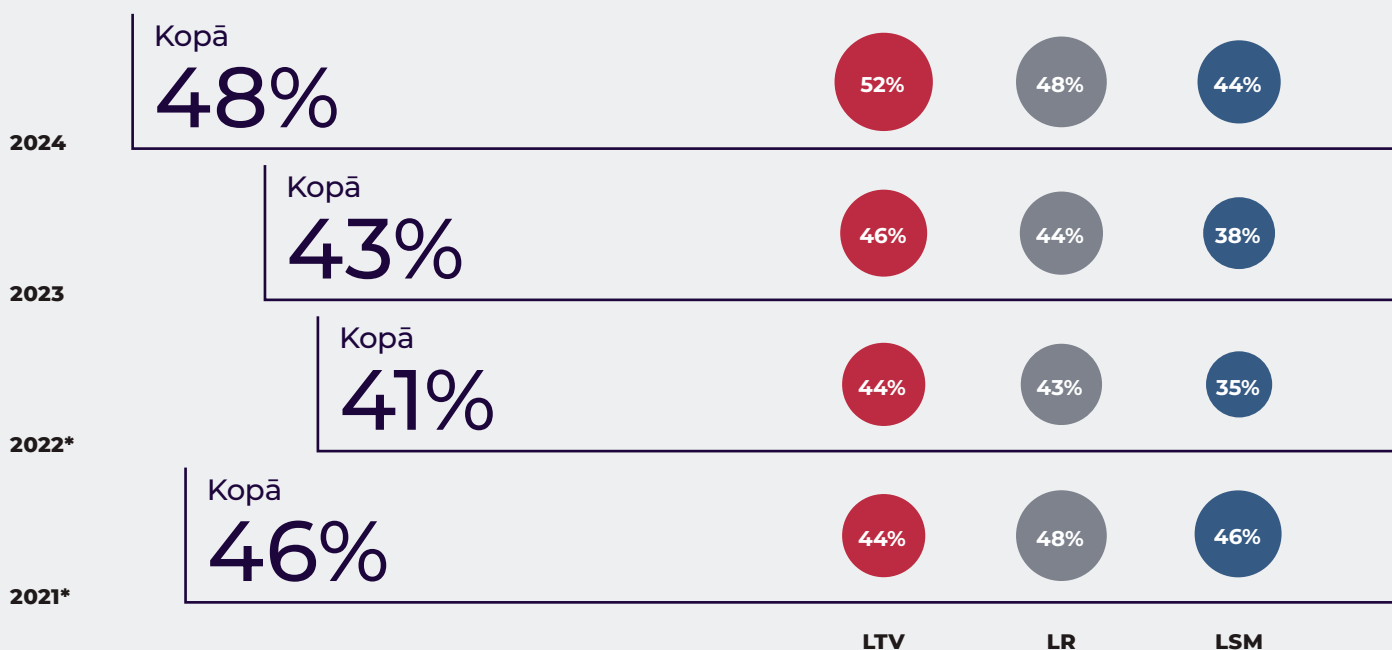


LSM



Kaut gan kopumā Kultūras indikatoram ir pozitīva tendence, kopumā sabiedriskajiem medijiem kopā sasniedzot augstāko rādītāju pēdējo četru gadu laikā, dinamika atsevišķos jautājumos ir pretēja. Iedzīvotāji retāk uzskata, ka sabiedriskie mediji uzlabo zināšanas par nacionālo kultūru un vietējām tradīcijām, savukārt aptuveni tādā pašā līmenī novērtēts pasaulē notiekošo kultūras procesu atspoguļojums. Šie divi jautājumi tika uzdoti tikai satura lietotājiem. Savukārt vērtējumu par to, vai sabiedriskie mediji ataino visus svarīgos kultūras notikumus, deva visi aptaujātie. Tā rezultātā arīdzan tam ir lielāks svars uz kopējo indikatora Kultūra aprēķinu un augstāks kopējais vērtējums.

Satura lietotāju kritiskāks skatījums varētu liecināt, ka sabiedrisko mediju piedāvātais kultūras saturā nav novērojama daudzveidība salīdzinājumā ar pērno gadu, kas regulāram skatītājam rada nogurumu un atkārtotā sajūtu. Iespējams, ir novērojams Vispārējo latviešu Dziesmu un deju svētku efekts: pērn aptauja veikta dažus mēnešus pirms svētkiem, kas varēja sabiedrisko mediju saturā iekļaut daudzveidīgāku saturu saistībā ar gaidāmo svētku norisi ārpus ziņu virsrakstiem, kurš tagad saturā pietrūkst (skat. līdzīgu tendenci arī indikatoram Radošums). Tikpat iespējams, ka sabiedrības pozitīvais vērtējums par kultūras notikumu atspoguļojumu ir arī inerce no svētkiem – par to būs iespējams spriest nākamā gada aptaujas datos.



Izlase: Jaukta (satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos & visi respondenti)

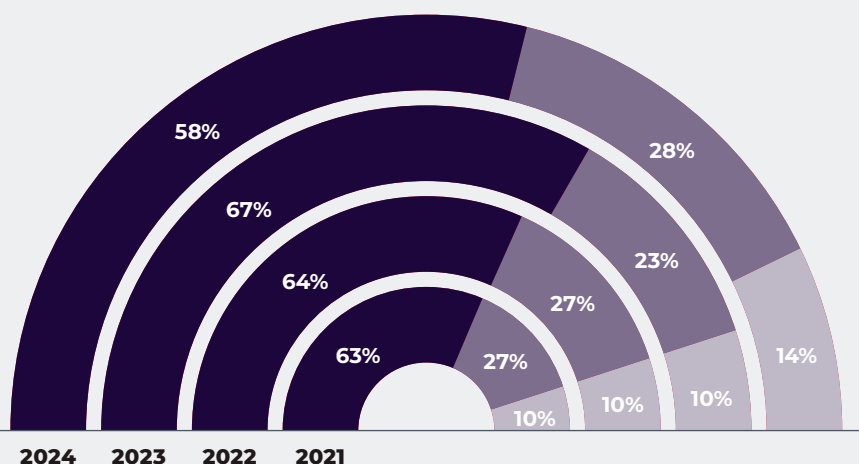
*Atšķirīga aprēķina metodoloģija (atšķirīgs indikatoru veidojušo jautājumu skaits)

29. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) uzlabo manas zināšanas par nacionālo kultūru un vietējām tradīcijām

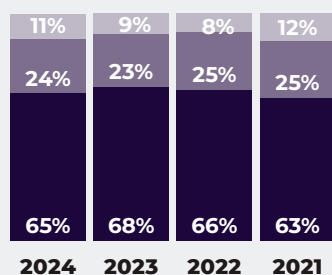
● Piekrītu

● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu

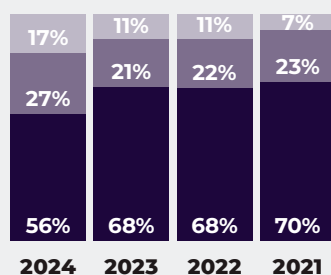
● Nepiekrītu



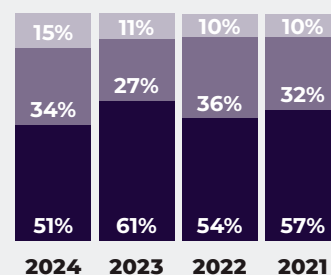
LTV



LR



LSM



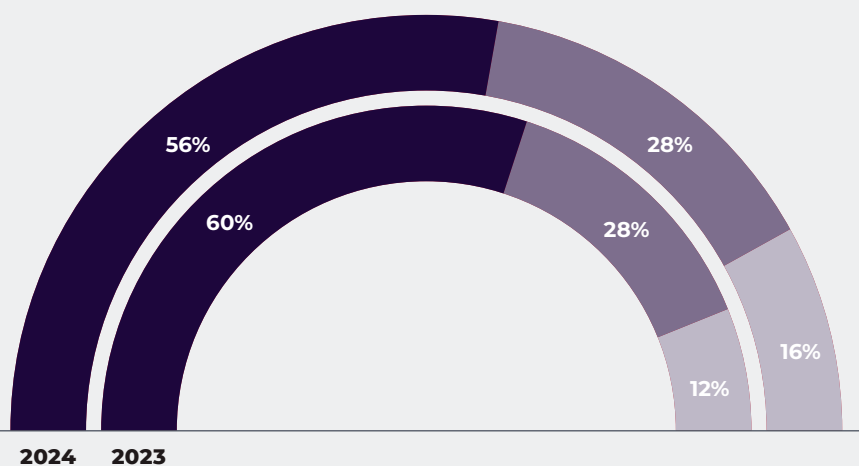
Izlase: Satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos

30. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) uzlabo manas zināšanas par pasaulē notiekošajiem kultūras procesiem un notikumiem

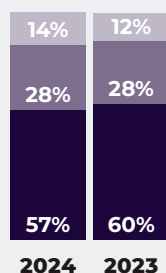
● Piekrītu

● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu

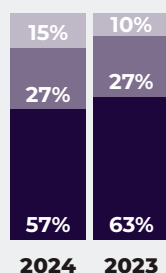
● Nepiekrītu



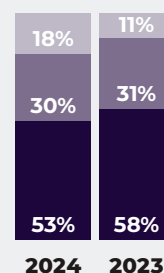
LTV



LR



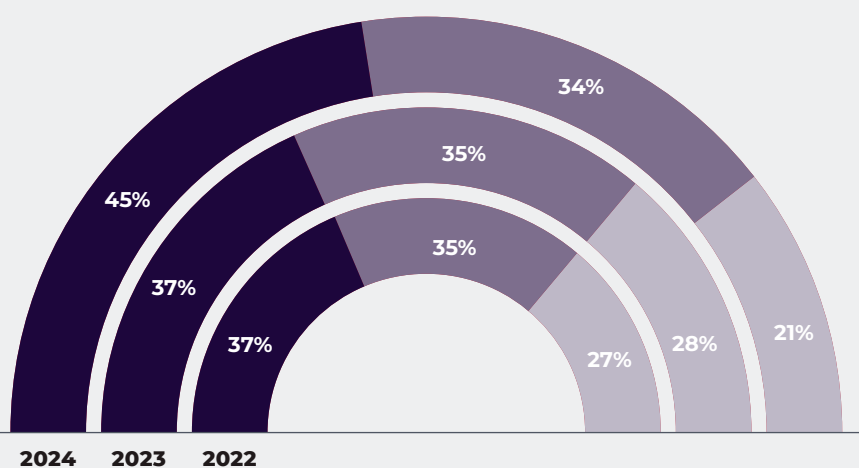
LSM



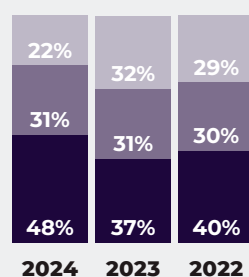
Izlase: Satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos

31. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) ataino visus man svarīgos kultūras notikumus

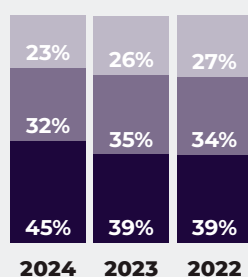
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



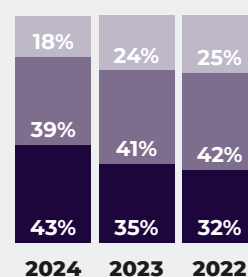
LTV



LR



LSM



Izlase: Visi respondenti



Sigita Roķe

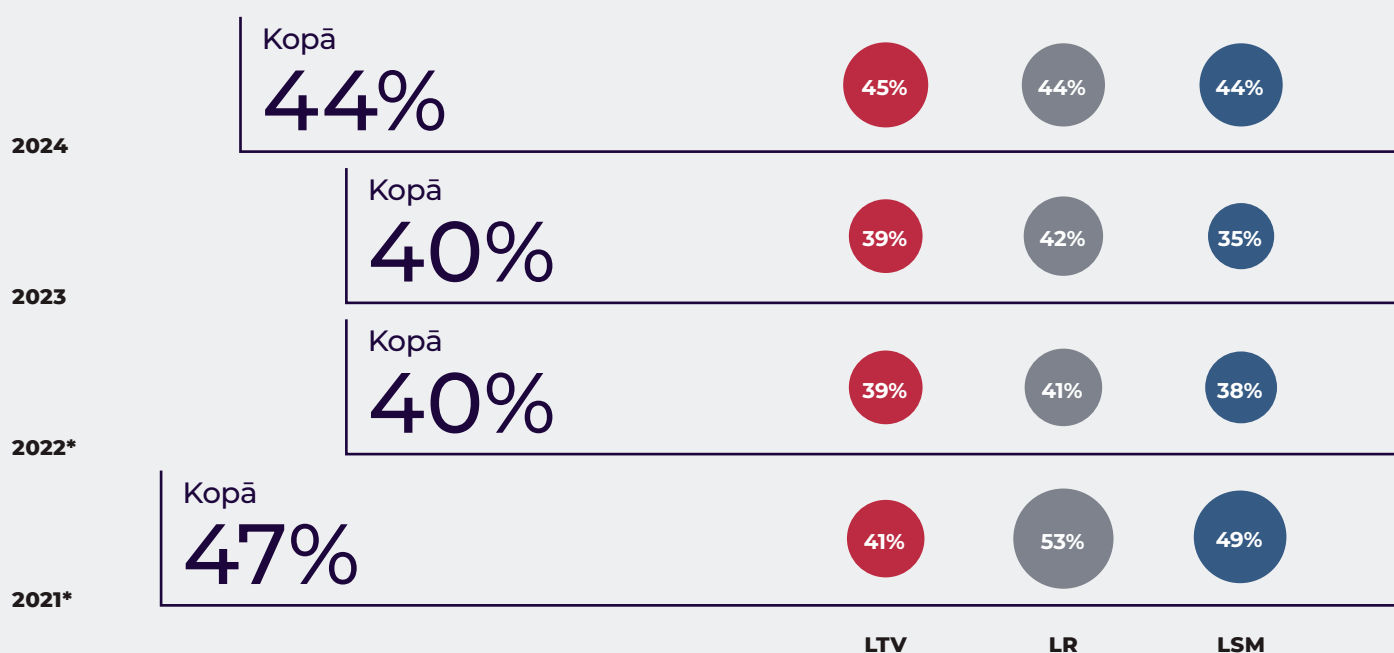
LTV galvenā
redaktore

Viens no sabiedriskā medija uzdevumiem ir sniegt zināšanas, kas palīdz izprast sabiedrību, procesus, vidi, norises, pārmaiņas un notikumus, kas ietekmē mūsu ikdienu un lēmumus. Sabiedriskā labuma rādītājs – zināšanas – 2023. gadā ir paaugstinājies gan katram medijam atsevišķi, gan, protams, visiem sabiedriskajiem medijiem kopā. Tas nozīmē, ka auditorijas vērtējumā esam spējuši sniegt jaunas tēmas izziņai un pārdomām.

Pagājušajā gadā esam veidojuši saturu gan par finanšu un tiesību jautājumiem, gan tīri praktiski stāstījuši, kā izvairīties no dažāda veida krāpniecības, kā justies drošāk, realizēt savas tiesības un zināt pienākumus.

Esam pievērsušies vides problēmām un tendencēm. Daudz runāts par vēsturi – skatītāji īpaši novērtēja mūsu dokumentālās filmas par maz zināmām Latvijas vēstures lappusēm – “Neērtie latvieši”, “Latviešu spiedzes”, “Nolaupīt Vosu”. Turpinām goda darbu – dokumentēt izcilas, vēsturiski, kultūrvēsturiski nozīmīgas Latvijas personības un notikumus.

Daudz satura, kas veicina zināšanas un dzīves kvalitāti, ir rodams portālā LSM.lv – gan par zinātni, mūžizglītību, sabiedrības fizisko un mentālo veselību, bērniem un daudzām citām tēmām. Tas ir regulārs saturs LTV ziņu raidījumos un tematiskajos raidījumos.



Izlase: Jaukta (satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos & visi respondenti)

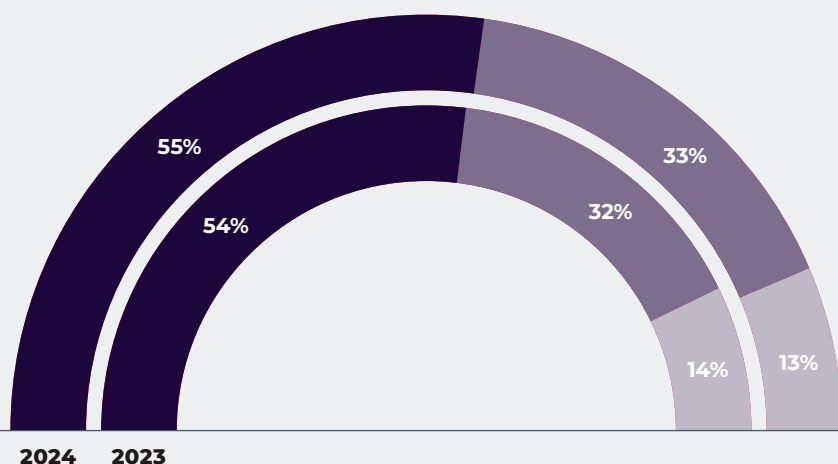
*Atšķirīgas aprēķina metodoloģijas

32. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par Finanšu, nodokļu un naudas jautājumiem

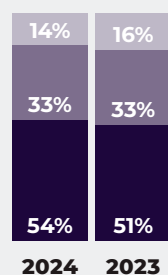
Piekrītu

Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu

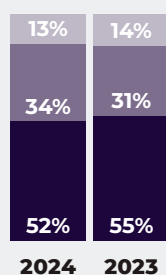
Nepiekrītu



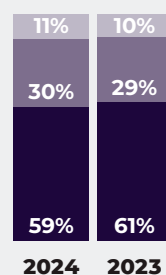
LTV



LR



LSM

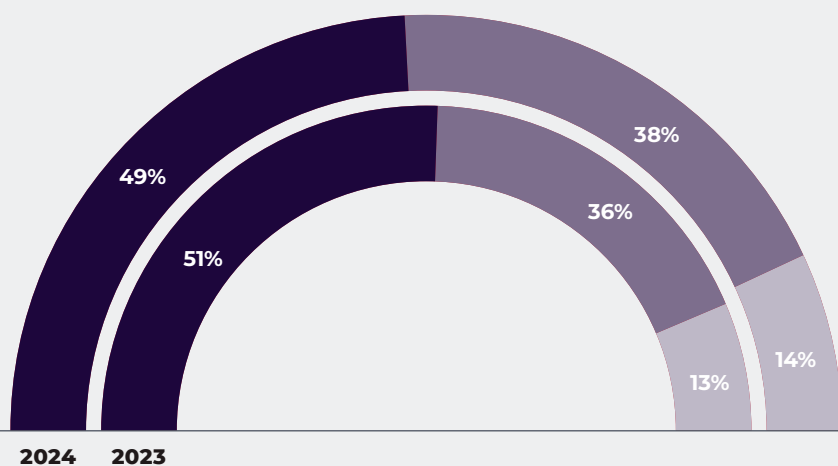


33. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par Tiesību jautājumiem

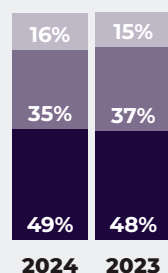
Piekrītu

Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu

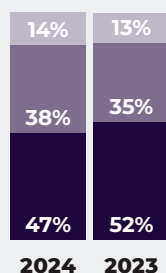
Nepiekrītu



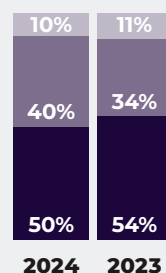
LTV



LR



LSM

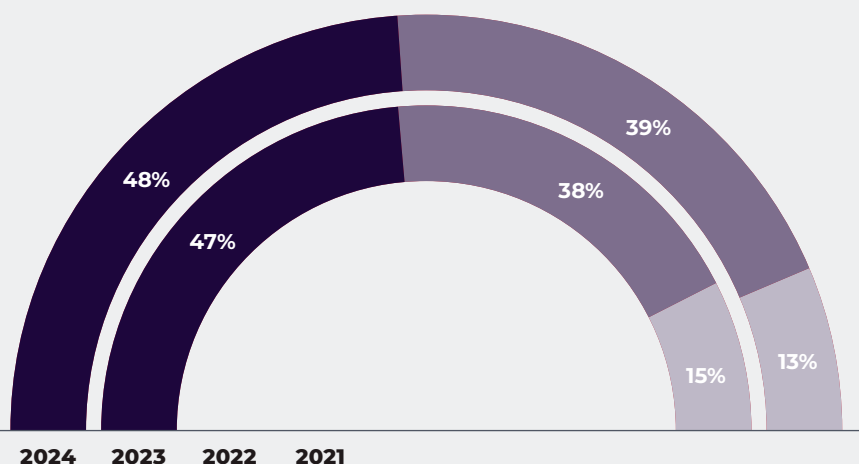


34. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par Uzņēmējdarbību

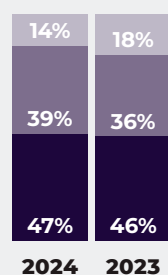
● Piekrītu

● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu

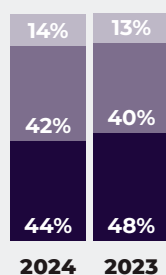
● Nepiekrītu



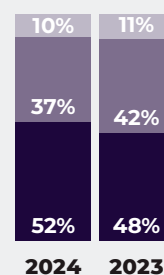
LTV



LR



LSM

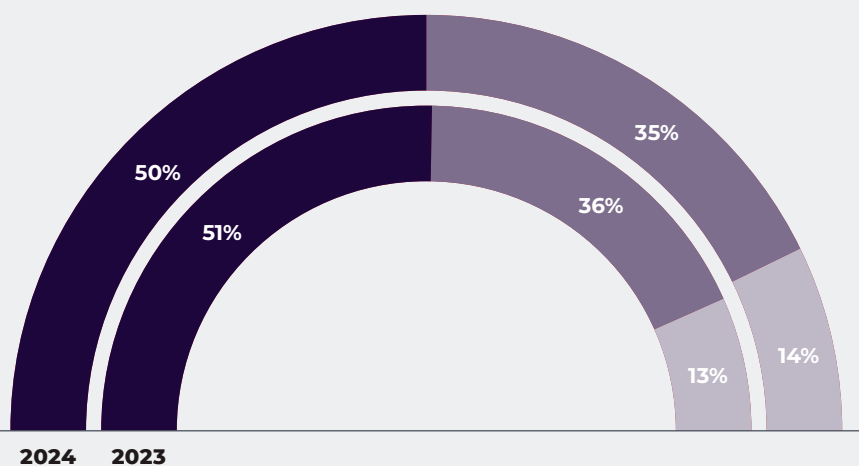


35. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par Jaunākajām tehnoloģijām

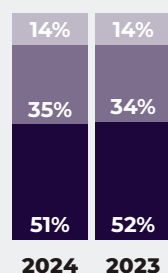
● Piekrītu

● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu

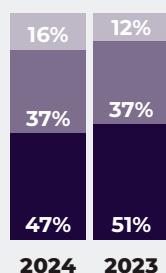
● Nepiekrītu



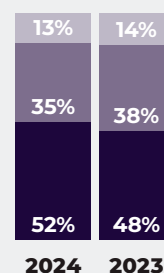
LTV



LR

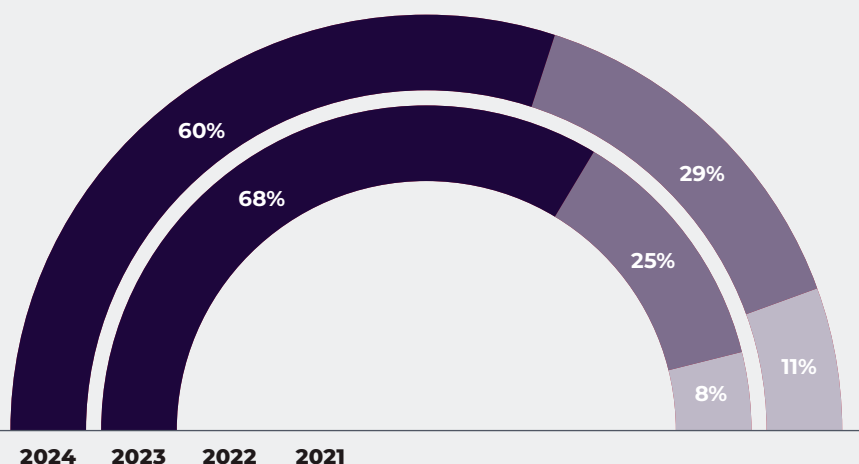


LSM

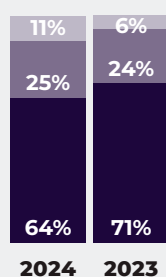


36. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par *Dabu, vidi un klimata jautājumiem*

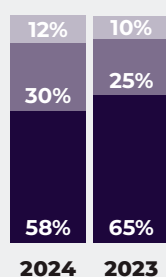
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



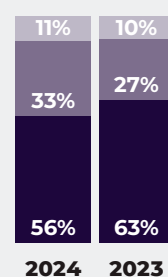
LTV



LR

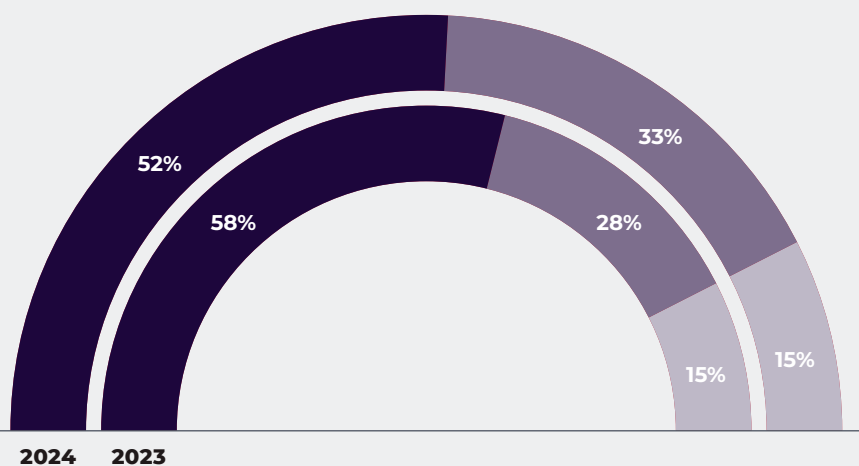


LSM

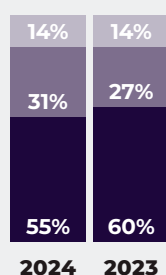


37. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par *Vēsturi*

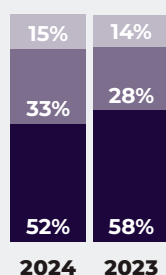
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



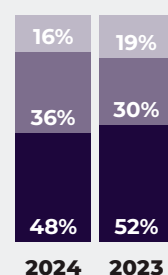
LTV



LR

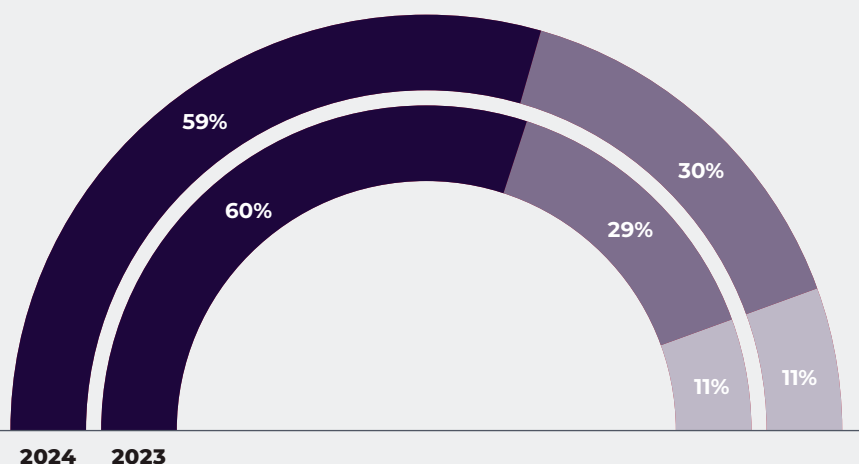


LSM

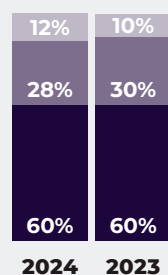


38. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par Zinātņi, zinātnes atklājumiem Latvijā un pasaulē

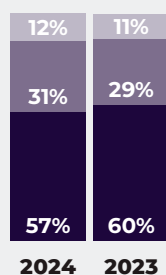
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



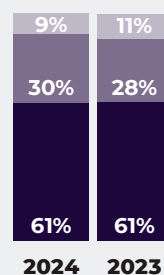
LTV



LR

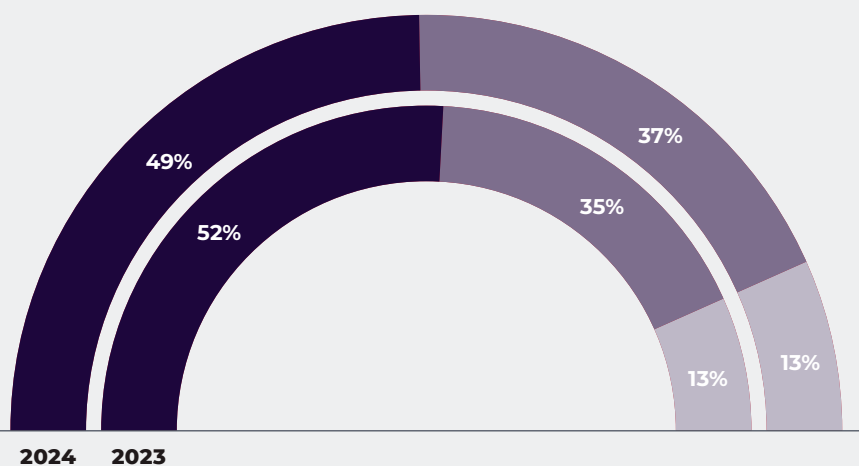


LSM

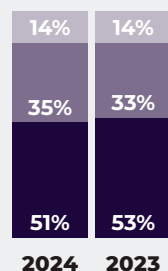


39. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par Pieredzi, kas uzkrāta citās valstīs

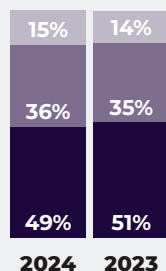
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



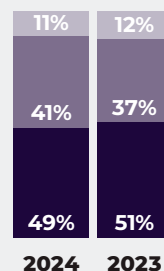
LTV



LR

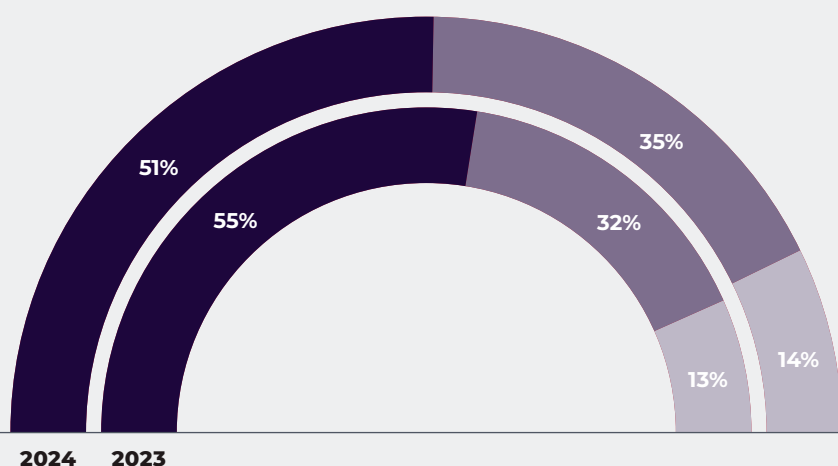


LSM

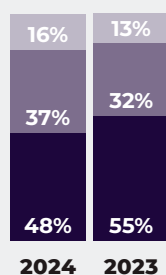


40. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par *Lietām, kas praktiski palīdz ikdienas dzīvē*

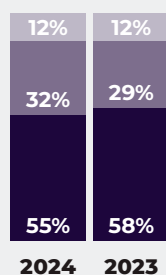
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



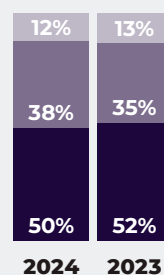
LTV



LR

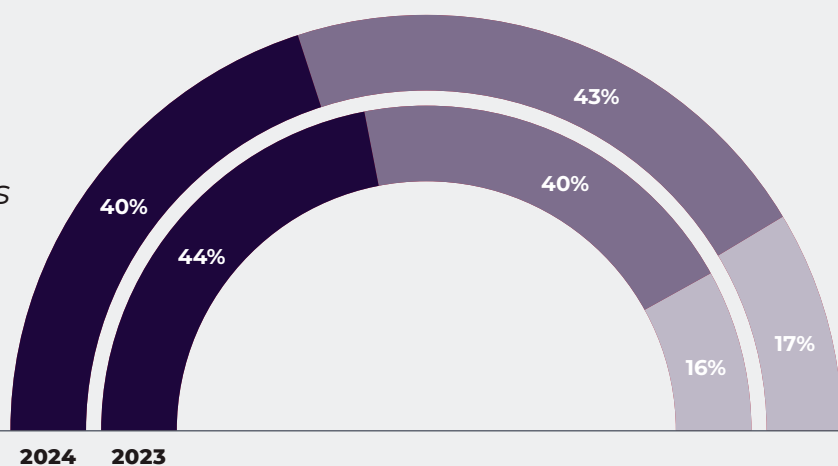


LSM

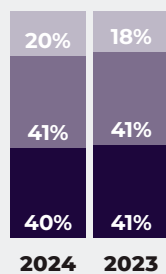


41. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par *Mūžizglītību, tās nozīmi un praktiskām iespējām mācīties*

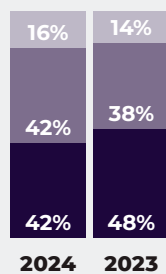
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



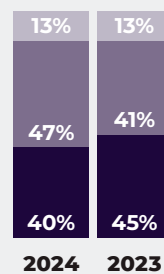
LTV



LR

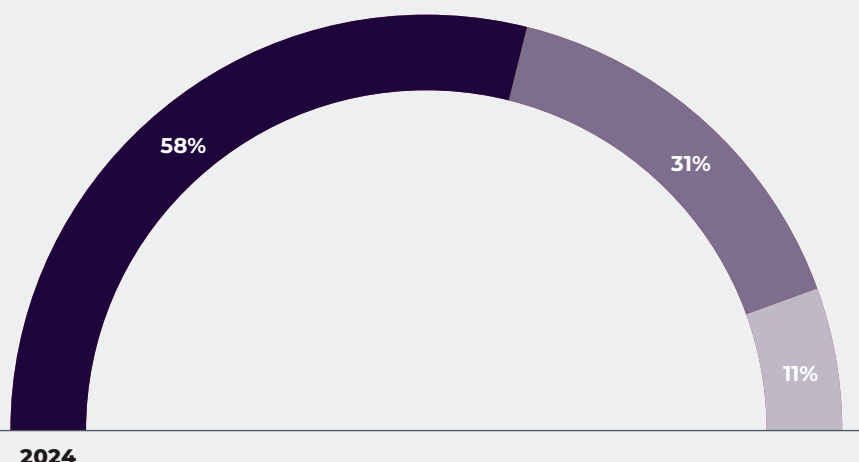


LSM

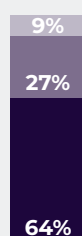


42. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par Sportu un fiziskajām aktivitātēm*

- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu

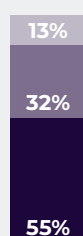


LTV



2024

LR



2024

LSM

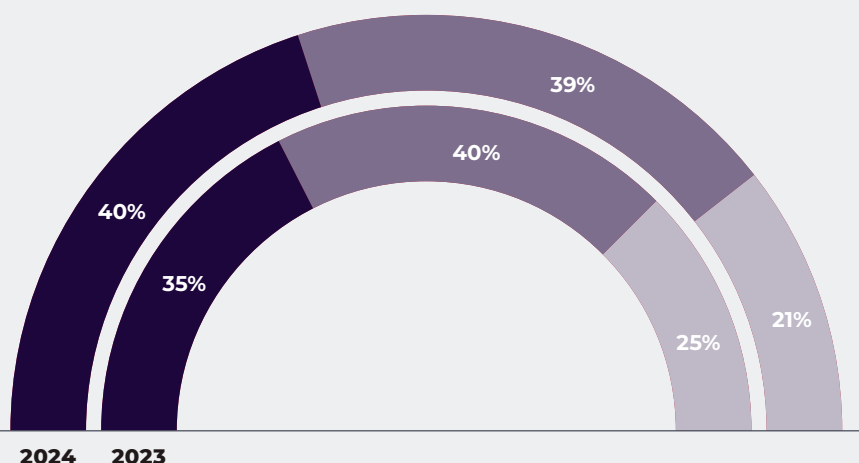


2024

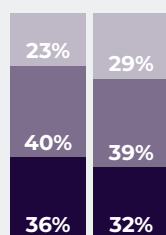
*Netiek iekļauts indikatora aprēķinā
Izlasē: Satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos

43. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) nodrošina saturu par Sabiedrības fizisko un mentālo veselību

- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu

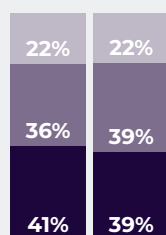


LTV



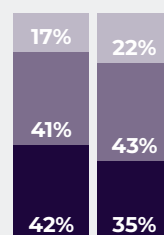
2024 2023

LR



2024 2023

LSM

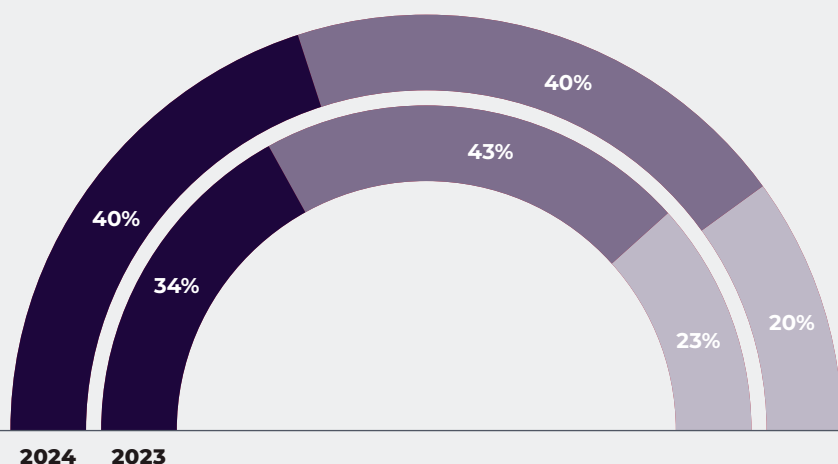


2024 2023

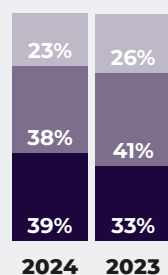
Izlasē: Visi respondenti

**44. Sabiedriskais medijs
(LTV/LR/LSM) nodrošina
saturu par
Attiecību veidošanu
ģimenē un ar bērniem**

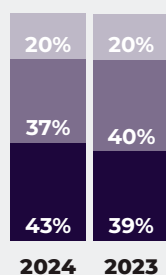
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



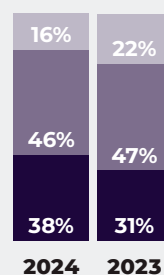
LTV



LR



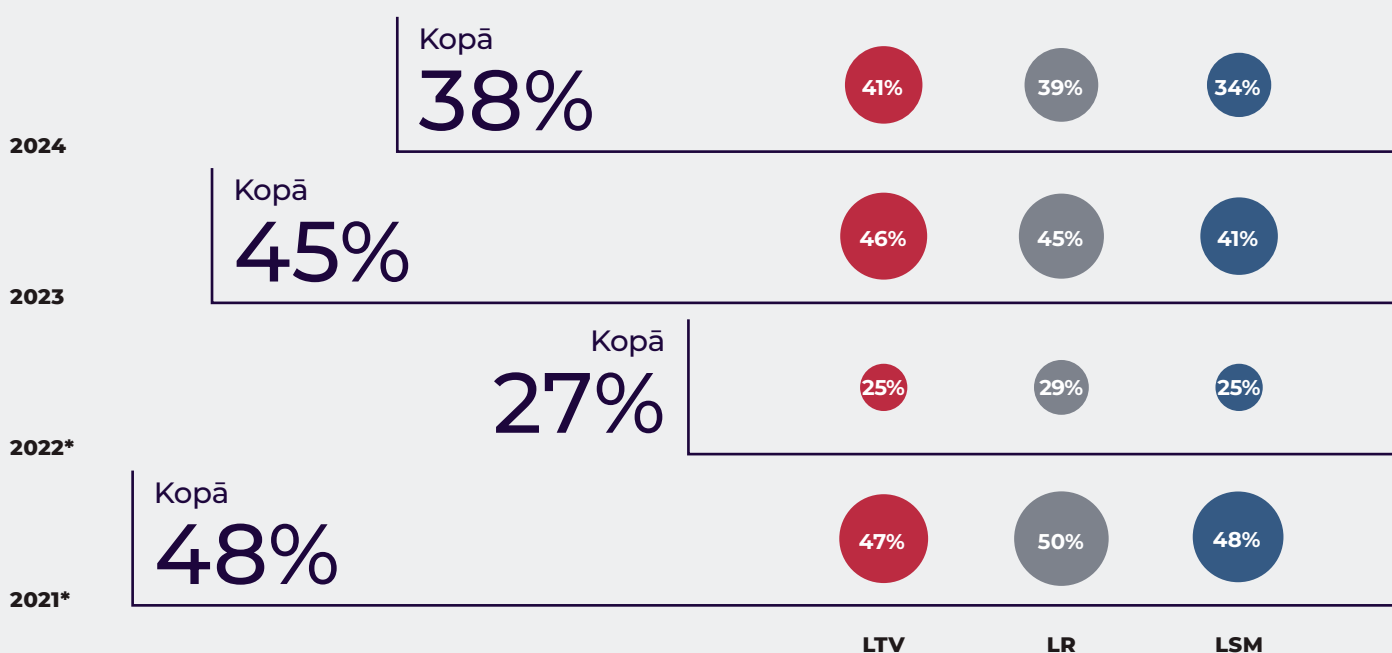
LSM



Izlase: Visi respondenti

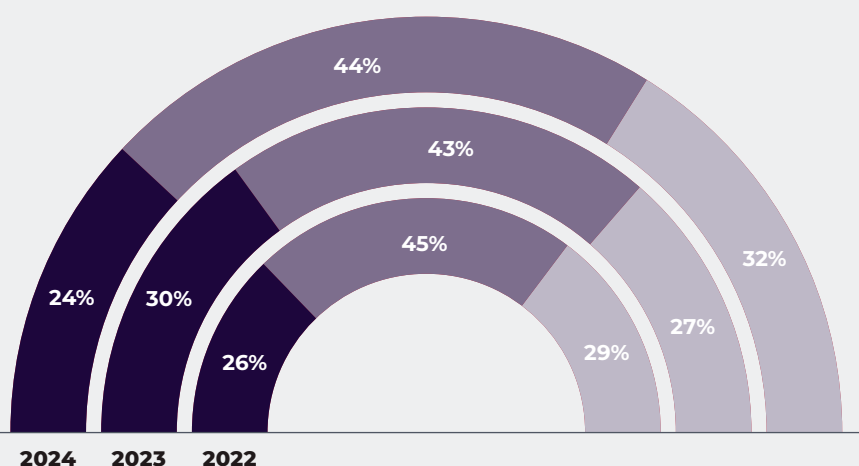
Līdzīgi kā citviet, arī Radošuma indikatora kritumu varētu būt ietekmējuši aizvadītajā gadā notikušie Vispārējie latviešu Dziesmu un deju svētki, kad saturā līdz ar to bija vairāk iedvesmojoša satura par līdzcilvēku darbošanos un uzņēmību, kas mudināja iesaistīties, sadarboties un līdzdarboties, tāpat arī vairāk piedāvāja saturu par pašizpaušmes iespējām. No otras puses, novērojama stabila tendence, ka aspekti, kas saistīti ar spēja iedvesmot

un mudināt uzņemšanos ko darīt ir būtiski zemāki nekā sabiedrisko mediju spēja vēstīt par līdzcilvēku veiksmēm, neveiksmēm un pieredzi. Tas apliecina sabiedrisko mediju spēju un pieredzi dažādu un daudzpusīgu cilvēkstāstu veidošanā, taču izaicinājums ir šādus portretus ietvert plašākā sociālā un ekonomiskā kontekstā, lai cilvēkstāstu pozitīvajam vērtējuma līmenim pietuvotos arī indikatora “Zināšanas” rādītāji.

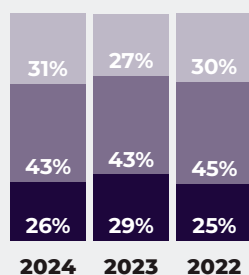


45. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) iedvesmo mani uzdrīkstēties darīt, būt uzņēmīgam

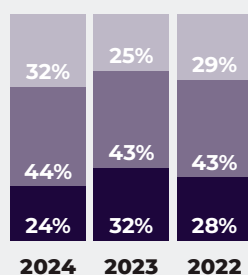
● Piekrītu
 ● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
 ● Nepiekrītu



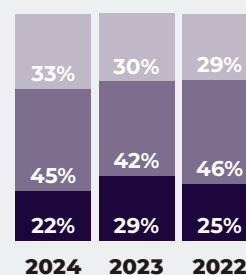
LTV



LR

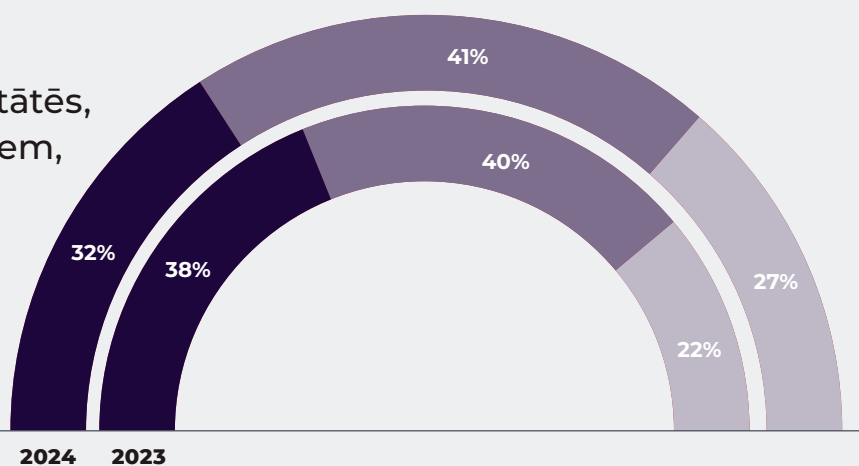


LSM

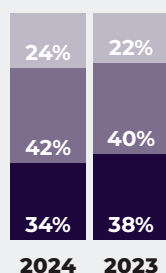


46. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) mudina mani iesaistīties sabiedriskās aktivitātēs, palīdzēt un sadarboties ar citiem, sniegt atbalstu

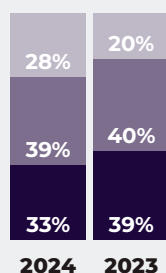
● Piekrītu
 ● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
 ● Nepiekrītu



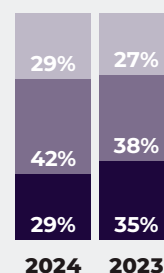
LTV



LR



LSM

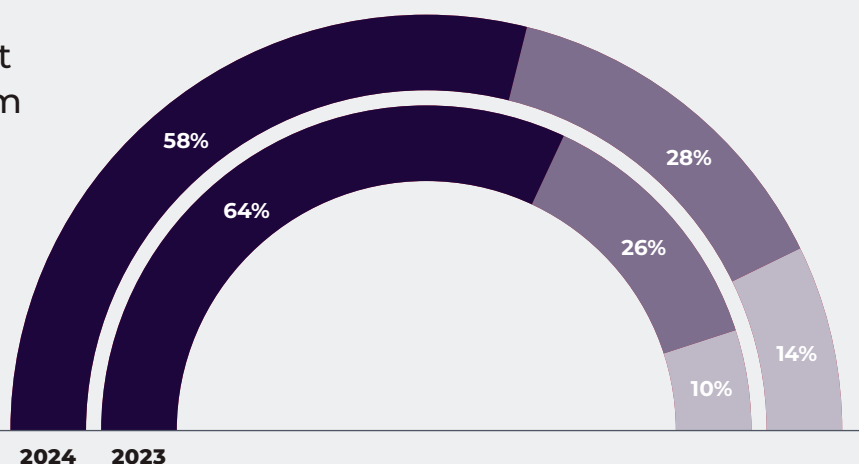


47. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) ļauj man uzzināt par līdzcilvēkiem, to veiksmēm un neveiksmēm, pieredzi

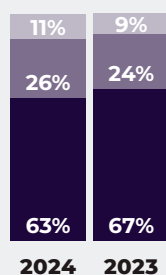
● Piekrītu

● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu

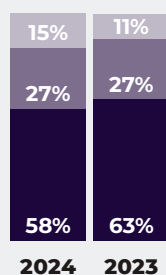
● Nepiekrītu



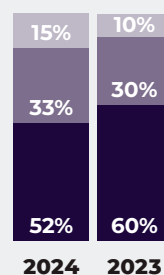
LTV



LR



LSM

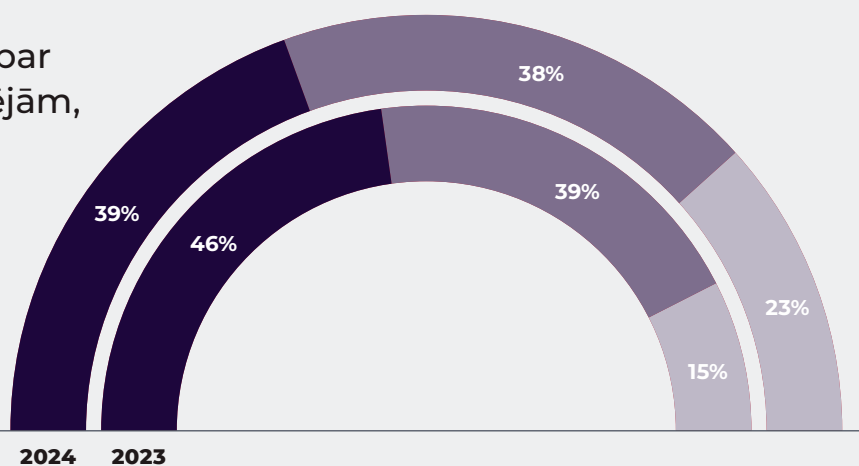


48. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) piedāvā saturu par dažādām pašizpausmes iespējām, talantiem mums apkārt, kas iedvesmo arī man pašam/-ai radoši izpausties

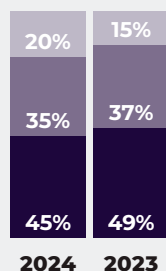
● Piekrītu

● Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu

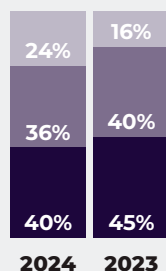
● Nepiekrītu



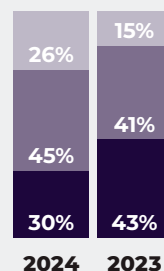
LTV



LR

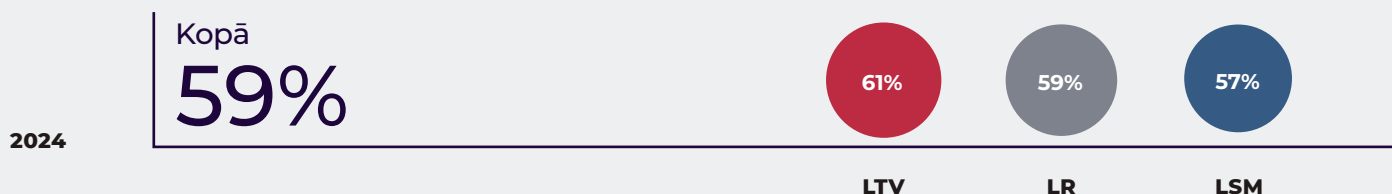


LSM



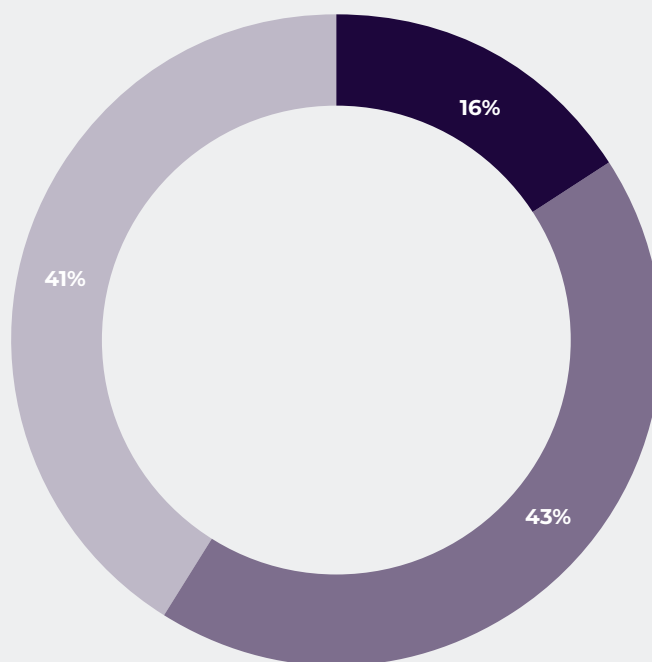
Atbilstoša, vidējā termiņā prognozējuma un neatkarīga sabiedrisko mediju finansējuma un finansēšanas kārtības nodrošināšana, ir viena no galvenajām Padomes prioritātēm, īpaši ņemot vērā, ka 95% no piešķirtā finansējuma ir valsts budžeta dotācija jeb sabiedrības piešķirts finansējums. 2023. gadā kopējais Latvijas sabiedrisko mediju finansējums bija 0,10% no IKP, kas joprojām bija ievērojami zemāks kā vidējais rādītājs EBU (Eiropas Raidorganizāciju apvienība) dalībvalstīs, kurās apvienojušies

Eiropas sabiedriskie mediji – 0,14% no IKP. Pārrēķinot, valsts ieguldījums sabiedriskajos medijos mēnesī veidoja 2,04 EUR uz katru Latvijas pilngadīgo iedzīvotāju. Tas ir ievērojami mazāk, ka abonentmaksa par jebkādu komerciālu mediju saturu. Vairums aptaujāto uzskata, ka par šādu ieguldījumu radītais saturs ir atbilstošs, vai pat labāks kā varētu sagaidīt. Savukārt 41% uzskata, ka saturam par šādu ieguldījumu būtu jābūt labākam.



49. Valsts ieguldījums sabiedriskajos medijos (Latvijas Televīzija, Latvijas Radio, interneta portāls LSM) mēnesī veido 2,04 EUR uz katru Latvijas pilngadīgo iedzīvotāju. Kā Jums šķiet, kāds ir par šo naudu radītais saturs?

- Nodrošinātais saturs ir labāks nekā nauda, ko sabiedrība tam velta
- Nodrošinātais saturs ir atbilstošs naudai, ko sabiedrība par to tērē
- Par šādu naudu varētu nodrošināt labāku saturu

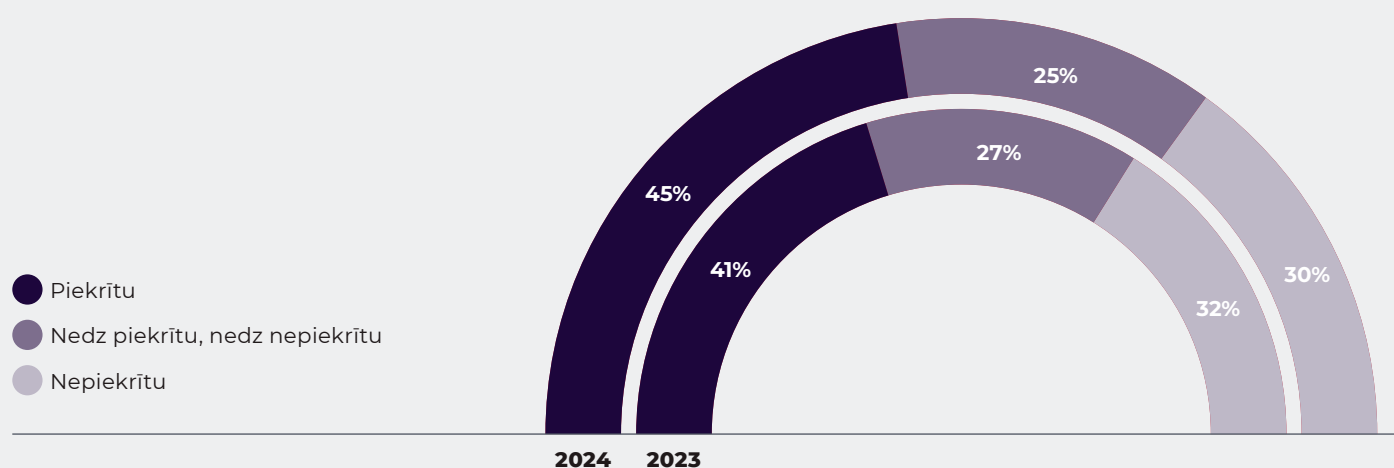


Pielikums.

Satura veidošana sabiedriskajos medijos mazākutautību valodās



50. Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat, ka sabiedriskajiem medijiem (Latvijas Televīzija, Latvijas Radio, interneta portāls LSM) ir jāveido saturs krievu valodā?

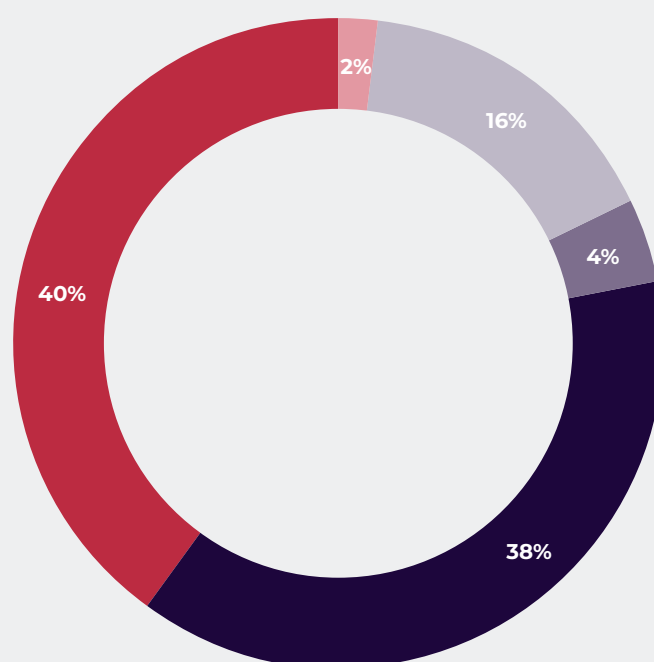


Latvijas sabiedriskos medijus tikai un vienīgi mazākumtautību valodās (t.i., patērē Latvijas Radio 4 kanālu un/vai RUS.LSM.LV platformu, bet nevienu citu Latvijas sabiedriskā medija kanālu/platformu, tai skaitā sociālajos tīklos) patērē 22% Latvijas mazākumtautību iedzīvotāji. Ņemot vērā, ka pēc Centrālās statistikas pārvaldes jaunākiem datiem uz šī pārskata publicēšanas brīdi (2023. gads) Latvijā ir

aptuveni 700 000 cittautiešu, tad aptuveni 155 000 iedzīvotāju sabiedriskos medijus šobrīd lieto tikai un vienīgi mazākumtautību valodās. Tie ir katri divi no pieciem mazākumtautību iedzīvotājiem, kuri vismaz reizi nedēļā patērē Latvijas sabiedriskos medijus, ņemot vērā, ka sabiedriskie mediji vismaz reizi nedēļā sasniedz 60% no visām mazākumtautībām Latvijā jeb 420 000 mazākumtautību iedzīvotāju.

51. Mazākumtautību sabiedrisko mediju patēriņš latviešu un mazākumtautību valodās

- Tikai Latvijas Radio un tikai mazākumtautību valodās
- Tikai LSM un tikai mazākumtautību valodās
- Gan Latvijas Radio, gan LSM tikai mazākumtautību valodās
- Sasniedz citā sabiedrisko mediju kanālu/platformu kombinācijā, kas vienmēr ietver latviešu valodu
- Sabiedriskie mediji nerasniedz ne latviešu, ne mazākumtautību valodās

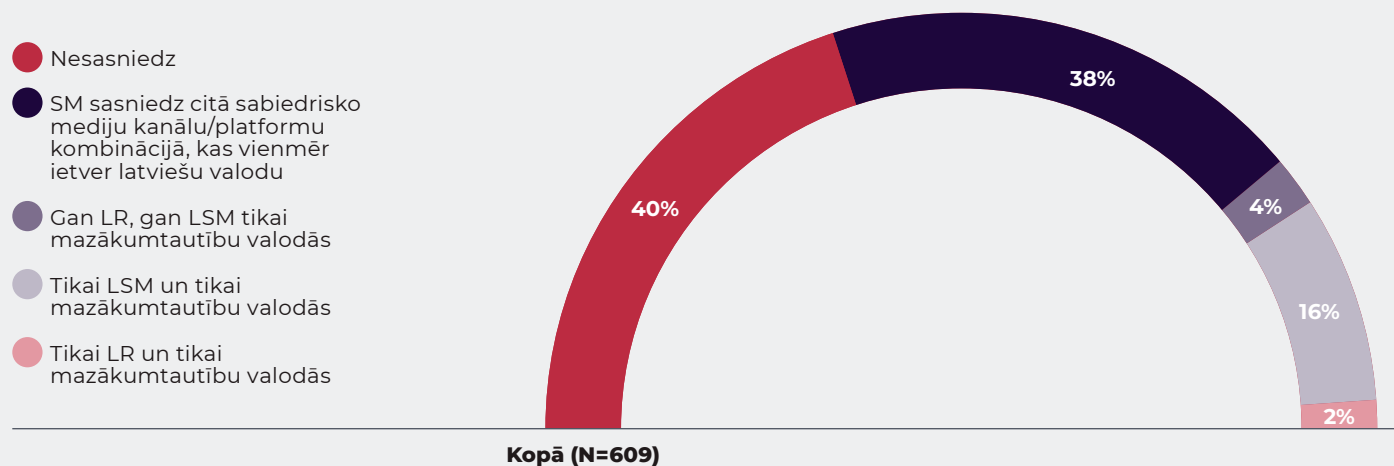


Reģionāli visaugstākais Latvijas sabiedrisko mediju patēriņš tikai un vienīgi mazākumtautību valodās ir Rīgā (24%) un Latgalē (27%), bet Kurzemē tā ir viszemākā. Jāņem gan vērā, ka tas ir saistīts ar nevienmērīgu mazākumtautību īpatsvaru dažādos Latvijas reģionos. Tā rezultātā Vidzemes datus būtu

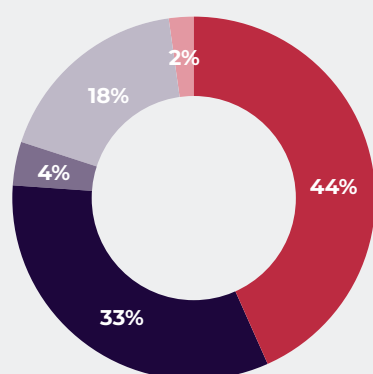
jāuzlūko piesardzīgi, jo tas veidojas vien no 21 respondenta atbildēm, ievērojami palielinot statistiskās kļūdas iespējamību. Tāpat arī Zemgalē aptaujā piedalījušies vien 38 respondenti, kas sevi uzskata par piederīgu mazākumtautībām, arīdzan būtiski ierobežojot datu interpretācijas iespējas.

52. Sabiedrisko mediju lietojums latviešu un mazākumtautību valodās dažādos Latvijas reģionos

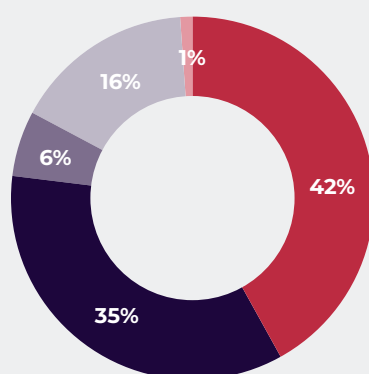
Respondenti, kuri uzskata par piederīgiem Latvijas mazākumtautībām



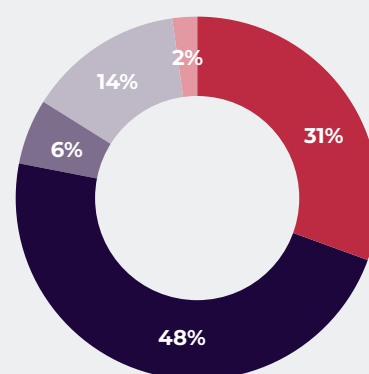
Rīga (N=309)



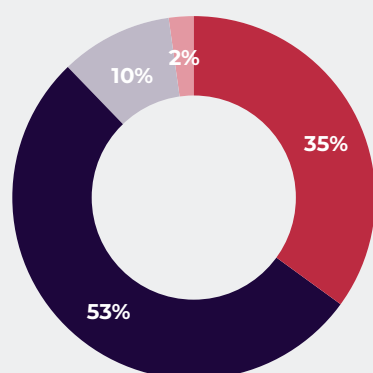
Pierīga (N=102)



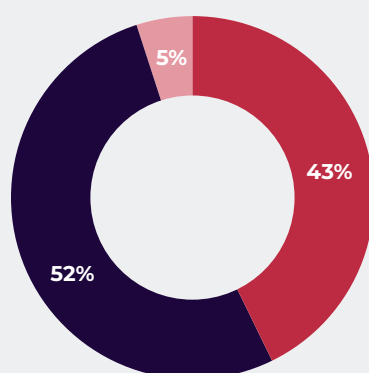
Kurzeme (N=50)



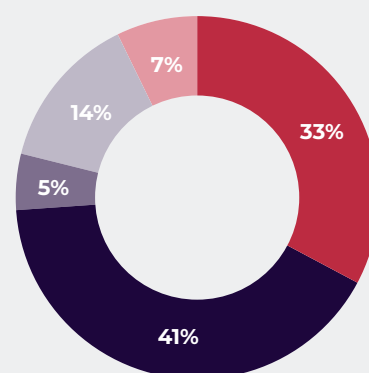
Zemgale (N=38)



Vidzeme (N=21)



Latgale (N=89)



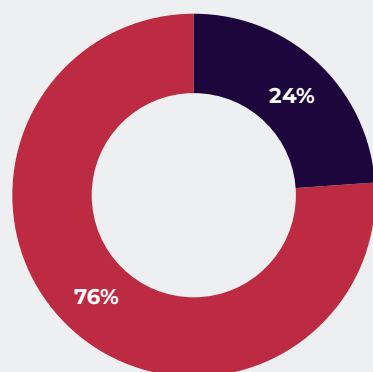
Jāuzsver, ka respondenti aptaujā ievērojami retāk sevi pieskaita mazākumtautībām nekā uzskata par piederīgiem kādai no Latvijas etniskajām minoritātēm vai kuru biežākā sarunvaloda ģimenē nav latviešu valoda. Skatot datus pēc sarunvalodas ģimenē, datu kopa kļūst aptuveni divas reizes lielāka (par mazākumtautībām sevi uzskatīja 610 aptaujāto, savukārt galvenokārt krievu valodā ģimenē sarunājas 1,181 respondents) nav novērojamas būtiskas atšķirības salīdzinājumā ar mazākumtautībai piederīgo vidū. Vienīgi novērojams, ka sabiedrisko mediju veidotā mazākumtautību valodu satura atšķirīgs patēriņš (un arī kopumā sabiedrisko mediju sasniedzamība) Latvijā visos reģionos lielākoties ir līdzīga, izņemot Vidzemē un Latgalē, kur sabiedrisko mediju sasniedzamība ir augstāka. Vidzemē ievērojami biežāk (57%) sabiedrisko mediju saturu lieto tādā kanālu/platformu kombinācijā, kas vienmēr ietver latviešu valodu. Latgalē līdzīgi ir augstāks

(bet ne tik augsts kā Vidzemē) sabiedrisko mediju patēriņš latviešu vai latviešu un mazākumtautību valodās, bet arīdzan augsts tādu iedzīvotāju īpatsvars, kas patērē sabiedrisko mediju tikai un vienīgi mazākumtautību valodās.

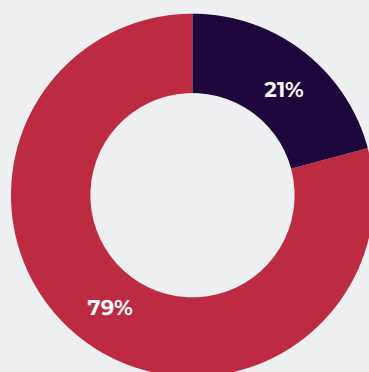
Aptaujas dati liecina, ka mazākumtautību iedzīvotājiem, kuri vismaz reizi nedēļā patērē Latvijas sabiedriskos medijus tikai un vienīgi mazākumtautību valodās, ir pakļauti lielākam dezinformācijas riskam, jo ietilpst tajā grupā, kas ar augstāka varbūtība lieto Krievijas televīziju kanālus, kuru patēriņš Latvijā ir aizliegts. Proti, šajā mazākumtautību grupā aptuveni 30% jeb teju katrs trešais no aptaujātajiem atzina, ka ir skatījušies aizliegtos Krievijas televīzijas kanālus. Aprēķinot pret visu Latvijas etnisko minoritāšu kopu, tie ir aptuveni 46 000 iedzīvotāju, kuri šobrīd vienlaicīgi patērē gan Kremļa propagandas kanālus, gan arī Latvijas sabiedriskos medijus tikai un vienīgi mazākumtautību valodās.

53. Mazākumtautību sabiedrisko mediju un aizliegto Krievijas televīziju kanālu patēriņš

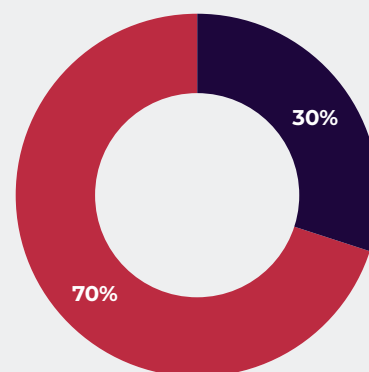
Latvijas sabiedriskie mediji nesasniedz (vismaz reizi nedēļā)



Latvijas sabiedriskie mediji sasniedz (arī) latviešu valodā (vismaz reizi nedēļā)



Latvijas sabiedriskie mediji sasniedz tikai mazākumtautību valodās (vismaz reizi nedēļā)



- Ir skatījis Krievijas TV (pēdējo 6 mēn. laikā)
- Nav skatījis Krievijas TV (pēdējo 6 mēn. laikā) mazākumtautību valodās

