

# LATVIJAS SABIEDRISKO MEDIJU SABIEDRISKAIS LABUMS

2023. gada iedzīvotāju  
aptaujas rezultāti

22.04.2024. redakcija



Latvijas  
Radio

LATVIJAS  
TELEVĪZIJA



LSM

Šīs aptaujas mērķis ir sniegt sabiedrības vērtējumu par Latvijas sabiedrisko mediju (Latvijas Televīzijas, Latvijas Radio un portāla LSM.lv) sabiedriskā pasūtījuma 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 2023. gada 6. aprīļa līdz 26. jūnijam tiešsaistē (CAWI metode) ar AS “Norstat Latvija” slēgto interneta paneli, kopumā aptaujājot 3614 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, Latvijas Radio vai LSM.lv).

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 ņemtas vērā visu respondentu atbildes.

Lielāko daļu aptaujas jautājumu ir iespējams salīdzināt ar aptaujām, kas veiktas saskaņā ar iepriekšējām Latvijas sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju redakcijām (skatīt Nacionālās 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). Tajā pašā laikā indikatoru rezultātu interpretācija ir jāveic ar piesardzību, ņemot vērā atšķirīgo aprēķinā iekļauto jautājumu loku un respondentu bāzi katrā aptaujas vilnī, kas var būt krasi atšķirīgas.



## JĀNIS EGLĪTIS

Sabiedrisko elektronisko  
plašsaziņas līdzekļu  
padomes loceklis

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

Ņemot vērā sabiedrisko mediju likumā noteikto 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 – gan attiecībā uz auditorijas sasniedzamību un uzticēšanos to radītajam saturam, gan satura kvalitāti un daudziem citiem svarīgiem aspektiem. Kā sabiedriskos medijus pārraugošā institūcija augstu vērtējam, ka, neskatoties uz to, ka Latvijas sabiedrisko mediju finansiālais nodrošinājums joprojām ievērojami atpaliek no Eiropas Savienības vidējā līmeņa, sabiedriskajiem medijiem kopā izdevies sasniegt ļoti atzīstamu sabiedrības novērtējumu. Vismaz reizi mēnesī sabiedriskos medijus lieto 80% auditorijas Latvijā, apliecinot ka krīzes brīžos sabiedrība izvēlas sabiedrisko mediju kā uzticamāko informācijas avotu. Būtiski, ka vairāk nekā puse sabiedrisko mediju satura lietotāju augstu novērtē sabiedrisko mediju sniegumu demokrātijas vērtību veicināšanā un uzturēšanā, kā arī sociālekonomiskajā un kultūras dzīvē. Vienlaikus pētījums identificē arī jautājumus, pie kuriem sabiedriskajiem medijiem jāturpina strādāt – galvenajai prioritātei ir jābūt satura kvalitātes celšanai, tāpat sabiedriskajiem medijiem jāturpina sekot līdz auditorijas paradumu maiņai, palielinot savu klātbūtni dažādās digitālajās platformās. Tāpat no pētījuma secināms, ka sabiedriskajos medijos cilvēkstāsti dominē pār saturu, kas veicina auditorijas zināšanas. Kvalitatīvu vērtējumu par sabiedrisko mediju saturu sniegs Padomes pasūtītais trīsgades sabiedrisko pasūtījumu izvērtējums, kas tiks prezentēts šogad rudenī.”





## KASPARS ODIŅŠ

Latvijas Televīzijas valdes loceklis programmu un pakalpojumu attīstības jautājumos

“Jaunākais sabiedriskā labuma pētījums apliecinājis Latvijas Televīzijas un portāla LSM.lv nozīmīgo ieguldījumu demokrātijas vērtību stiprināšanā, kā arī vadošo lomu masu mediju vidē Latvijā. Šogad Latvijas Televīzija sasniegusi būtiski lielāku auditoriju gan lineārajā apraidē, gan digitālajā vidē, piedāvājot sabiedrībai kvalitatīvu, saistošu, augstiem profesionāliem standartiem atbilstošu un žanru ziņā daudzveidīgu saturu. Saskaņā ar pētījuma datiem īpaši jāatzīmē Latvijas Televīzijas un LSM.lv iesaiste, veidojot pilsonisko apziņu, kā arī apliecinot piederības izjūtu un lojalitāti nācijai un valstij; sabiedriskais medijs ir mudinājis kritiski izvērtēt norises politikā, ekonomikā un kultūrā, piedāvājis viedokļu daudzveidību un pārlicinoši skaidrojis valstī pieņemtus lēmumus, kā arī palīdzējis atpazīt viltus ziņas un dezinformāciju.

Salīdzinot ar pagājušo gadu, būtiski augusi portāla LSM.lv mazākumtautību sasniedzamība, tiesa, to reprezentācija joprojām nav pietiekama. Pētījums arī parādījis zīmīgas izmaiņas auditorijas mediju lietošanas paradumos, tādējādi secināts, ka Latvijas Televīzijai jāturpina palielināt kvalitatīva un daudzveidīga satura klāsts jau esošajās digitālajās vietnēs, kā arī “jāielaužas” vēl neapgūtās satura platformās, īpaši pievēršoties bērniem, jauniešiem un pusaudžiem. Tāpat vēlams vairāk uzmanības veltīt lietišķi analītisku materiālu izveidei.

Ik gadu veiktais sabiedriskā labuma pētījums, balstoties uz auditorijas vērtējumiem un gaidām, ļauj rūpīgi pārskatīt Latvijas Televīzijas paveikto un izmantot gūtās atziņas turpmākajā sabiedriskā medija attīstībā.”





## IEVA AILE

Latvijas Radio  
valdes locekle  
programmu un  
pakalpojumu attīstības  
jautājumos

“Sabiedriskais labums ir visas mūsu darbības pamatā – tieši tik vienkārši. Lai sargātu demokrātiju, vārda brīvību, informatīvās telpas drošību, viedokļu daudzveidību. Cieņpilni izturētos pret dažādību – katru klausītāju, katru skatītāju un katru lasītāju. Un visam pāri nodrošinātu neatkarīgu, iespējami objektīvu un augstākajiem žurnālistikas standartiem atbilstošu saturu.

Vai mums tas izdodas? Sabiedriskā labuma pētījums trīsgades periodā uzrāda – kopumā sabiedriskajiem medijiem IR stabila un nozīmīga loma Latvijas sabiedrībā. Mums katram ir sava auditorija, bet visi kopā esam spējuši kāpināt sasniedzamības rādītājus: 87% ir tiešām lielisks rezultāts! Un visi kopā esam iemantojuši stabilu un augstu auditorijas uzticību.

Latvijas Radio kontekstā īpašs gandarījums par demokrātijas indikatora pieaugumu – sabiedrības ieskatā mēs aizvien labāk palīdzam cilvēkiem saprast Latvijā un pasaulē notiekošo, rosinām kritiski domāt un nepalikāt vienaldzīgiem.

Vienlaikus sabiedriskā labuma dati mums iezīmē ceļa karti turpmākajiem attīstības virzieniem. Īpaši – domājot par digitālās vides satura veidošanu, sabiedrisko mediju kapacitāti pielāgoties cilvēku satura patērišanas paradumu maiņai, kā arī spēju pastāstīt par 200+ Latvijas Radio raidījumiem un raidierakstiem, starp kuriem, atļaušos apgalvot, ikkatrs Latvijas iedzīvotājs atrastu sev interesējošu un saistošu saturu.

Multiplatformu un multiformātu laikmetā cīņa par cilvēka laiku un uzmanību ir sevišķi spraiga. Tāpēc no sirds pateicamies katram, kas sabiedriskos medijus sauc par savējiem!”



## SATURS

Indikatoru kopsavilkums	7
Sabiedrība	9
Demokrātija	11
Kultūra	14
Zināšanas	15
Radošums	16
Sasniedzamība	17
Kvalitāte	21
Ietekme	23

## INDIKATORU KOPSAVILKUMS



### Sabiedrība

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	57%	56%	58%	58%
2022	58%	57%	59%	58%
2021	57%	56%	61%	56%



### Demokrātija

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	51%	50%	53%	52%
2022	49%	46%	50%	51%
2021*	47%	43%	50%	48%



### Kultūra

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	43%	46%	44%	38%
2022*	41%	44%	43%	35%
2021*	46%	44%	48%	46%



### Zināšanas

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	40%	39%	42%	35%
2022*	40%	39%	41%	38%
2021*	47%	41%	53%	49%



### Radošums

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	45%	46%	45%	41%
2022*	27%	25%	29%	25%
2021*	48%	47%	50%	48%



### Sasniedzamība

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2021	87%	63%	49%	51%
2022	82%	55%	48%	43%
2021		58%	46%	49%



## Kvalitāte

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	44%	44%	41%	46%
2022*	46%	47%	42%	48%
2021*	43%	40%	45%	45%



## Ietekme

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	44%	45%	47%	39%
2022*	44%	44%	48%	40%
2021*	45%	44%	48%	41%

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



## SABIEDRĪBA

Misija: sabiedriskie mediji ataino sabiedrību un tās daudzveidīgās grupas, palīdzot izprast kopīgo, un veido pamatu sabiedrības attīstībai un labklājībai.

Mērķis: nodrošināt daudzpusīgu Latvijas sabiedrības pašizziņu, pārstāvot iedzīvotāju daudzveidību, veidojot izpratni starp dažādām sabiedrības grupām un meklējot kopīgo.



**SIGITA  
ROĶE**

Latvijas Televīzijas galvenā  
redaktore

“Viens no būtiskākajiem Latvijas Televīzijas uzdevumiem ir pārstāvēt sabiedrību visā tās dažādībā. Mūsu nav daudz, bet mēs katrs esam unikāls – ar dažādām pieredzēm, ģimenēm, darbiem, vaļaspriekiem, valodām, uzskatiem un mērķiem. Šī dažādība ir mūsu bagātība, tādēļ esam interesanti, koši un iezīmējam savu vietu arī pasaules mozaikā.

Mēs kā sabiedriskais medijs ļoti vēlamies parādīt šo dažādību, dot vārdu, pieņemt un cienīt. Un darīt to ar vienu mērķi – lai katrs Latvijā – savā zemē un valstī – jūtas īstajā vietā. Aptaujas dati rāda, ka Latvijas Televīzijai ir izdevies stiprināt cilvēku piederības sajūtu Latvijai. Tas ļoti priecē, jo mūsu darbam ir rezultāts. Protams, situāciju ietekmē arī skarbie ģeopolitiskie apstākļi, kuros dzīvojam. Mēs esam sapratuši, ka mierīgas debesis nav pašsaprotamas un mūžīgas, tāpēc ir jāsaliedējas – lai būtu modri un stāvētu sardzē – katrs savā vietā, neraugoties uz atšķirīgo dzīvesveidu, ģimenes modeli vai valodu, – visi kopā esam Latvija. Un sabiedriskais medijs ļauj mums visiem satikties, tāpēc esam lepnī par izdošanos un pateicīgi skatītājiem par novērtējumu.”

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	57%	56%	58%	58%
2022	58%	57%	59%	58%
2021	57%	56%	61%	56%

Izlase: satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos.

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	61%	59%	62%	62%
2022	62%	60%	63%	65%
2021	63%	61%	69%	62%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	58%	56%	56%	65%
2022	65%	60%	65%	70%
2021	64%	60%	70%	64%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	54%	53%	55%	54%
2022	53%	54%	54%	52%
2021	54%	53%	56%	54%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	58%	58%	57%	61%
2022	60%	59%	57%	64%
2021	58%	56%	60%	59%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	57%	57%	61%	50%
2022	52%	54%	58%	43%
2021	51%	51%	57%	44%

## DEMOKRĀTIJA

Misija: sabiedriskie mediji nodrošina sabiedrību ar vispusīgu un uzticamu informāciju, ziņu, informatīvi analītisko un pētniecisko saturu, kā arī veido diskusiju platformu.

Mērķis: veidot sabiedrības izpratni par sabiedrībai nozīmīgiem lēmumiem, sekmēt pierādījumos balstītu lēmumu pieņemšanu, informēt sabiedrību par sociālpolitiskām aktualitātēm, veicināt politisko atbildīgumu un medijpratību, vairojot izpratni par mediju lomu demokrātijā.



**ANITA  
BRAUNA**

Latvijas Radio galvenā  
redaktore

“Mūsdienu tehnoloģijas ļauj jebkuram savu vēstījumu auditorijai nodot nepastarpināti, bez klasisko mediju iesaistes. Uz šī fona nozīmīgāka kļūst žurnālistu loma kritiski izvērtēt milzīgo informācijas plūsmu un atsijāt graudus no pelavām. Kā rāda sabiedriskā labuma aptauja, ir pieaudzis to cilvēku skaits, kuri atzīst, ka Latvijas Radio viņus motivē kritiski domāt un spriest par apkārt notiekošo. Pieaugošu tendenci uzrāda arī to cilvēku skaits, kuri aptaujā pauduši, ka Latvijas Radio viņiem palīdz saprast valstī pieņemtos lēmumus. To uztveru kā labu novērtējumu mūsu darbam un vienlaikus apliecinājumu, ka sabiedriskajiem medijiem ir un būs svarīga loma Latvijas demokrātijas funkcionēšanā.”

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	51%	50%	53%	52%
2022	49%	46%	50%	51%
2021	47%	43%	50%	48%

*Izlase: satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos.*

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	45%	43%	46%	49%
2022	47%	43%	49%	51%
2021	45%	39%	50%	48%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	53%	53%	52%	57%
2022	51%	47%	52%	54%
2021	51%	46%	54%	53%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	51%	51%	51%	53%
2022	46%	45%	47%	45%
2021	47%	44%	48%	50%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	47%	47%	45%	49%
2022	41%	38%	44%	43%
2021	42%	38%	45%	43%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	54%	50%	59%	54%
2022	48%	46%	48%	52%
2021	50%	49%	54%	50%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	60%	59%	61%	59%
2022	61%	59%	62%	63%
2021	63%	59%	70%	63%

12. Sabiedriskā medija (LTV/LR/LSM) veidotie ziņu un aktuālās informācijas raidījumi stiprina manu vēlmi nebūt vienaldzīgam un interesēties par Latvijā notiekošo.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	59%	58%	60%	59%
2022	54%	53%	55%	54%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	47%	44%	51%	49%
2022	42%	40%	43%	44%

## KULTŪRA

Misija: sabiedriskie mediji saglabā, veido un attīsta Latvijas kultūrtelpu, nodrošinot tās klātbūtni pasaulē.

Mērķis: radīt saturu, kas veido un bagātina Latvijas kultūrtelpu, stiprināt Latvijas nacionālo identitāti, sekmēt kultūras jaunradi, apzināt kultūras mantojumu, to padziļināti izzinot un rodot pielietojumu šodienā.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	<b>43%</b>	<b>46%</b>	<b>44%</b>	<b>38%</b>
2022*	<b>41%</b>	<b>44%</b>	<b>43%</b>	<b>35%</b>
2021*	<b>46%</b>	<b>44%</b>	<b>48%</b>	<b>46%</b>

*Izlase: jaukta (satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos un visi respondenti).  
\*Atšķirīga aprēķina metodoloģija (atšķirīgs indikatoru veidojušo jautājumu skaits).*

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	<b>67%</b>	<b>67%</b>	<b>68%</b>	<b>61%</b>
2022	<b>64%</b>	<b>66%</b>	<b>68%</b>	<b>54%</b>
2021	<b>63%</b>	<b>63%</b>	<b>70%</b>	<b>57%</b>

*Izlase: satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos.*

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	<b>68%</b>	<b>70%</b>	<b>67%</b>	<b>66%</b>

*Izlase: satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos.*

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	<b>60%</b>	<b>60%</b>	<b>63%</b>	<b>58%</b>

*Izlase: satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos.*

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	<b>37%</b>	<b>37%</b>	<b>39%</b>	<b>35%</b>
2022	<b>37%</b>	<b>40%</b>	<b>39%</b>	<b>32%</b>
2021	<b>44%</b>	<b>39%</b>	<b>45%</b>	<b>47%</b>

*Izlase: visi respondenti.*

## ZINĀŠANAS

Misija: sabiedriskie mediji vairo sabiedrības zināšanas un uzlabo iedzīvotāju dzīves kvalitāti.

Mērķis: nodrošināt skaidrojošu saturu, kas veicinātu sabiedrības tiesību pratību (zināšanas par tiesībām un pienākumiem), finanšu pratību, veidotu izpratni par mūžizglītības lomu, savstarpējo attiecību veidošanu ģimenē un ar bērniem, fizisko un mentālo veselību un citām tēmām, kas ļautu iedzīvotājiem uzlabot savu ikdienas dzīves kvalitāti.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	40%	39%	42%	35%
2022*	40%	39%	41%	38%
2021*	47%	41%	53%	49%

Izlase: jaukta (satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos un visi respondenti).  
\*Atšķirīgas aprēķina metodoloģijas.

### 18. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par...

2023	KOPĀ	LTV	LR	LSM
Finanšu, nodokļu un naudas jautājumiem	54%	51%	55%	61%
Tiesību jautājumiem	51%	48%	52%	54%
Uzņēmējdarbību	47%	46%	48%	48%
Jaunākajām tehnoloģijām	51%	52%	51%	48%
Dabu, vidi un klimata jautājumiem	68%	71%	65%	63%
Vēsturi	58%	60%	58%	52%
Zinātni, zinātnes atklājumus Latvijā un pasaulē	60%	60%	60%	61%
Pieredzi, kas uzkrāta citās valstīs	52%	53%	51%	51%
Lietām, kas praktiski palīdz ikdienas dzīvē	55%	55%	58%	52%
Mūžizglītību, tās nozīmi un praktiskām iespējām mācīties	44%	41%	48%	45%

Izlase: satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos.

### 19. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) nodrošina saturu par sabiedrības fizisko un mentālo veselību.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	35%	32%	39%	35%

Izlase: visi respondenti.

### 20. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) nodrošina saturu par attiecību veidošanu ģimenē un ar bērniem.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	34%	33%	39%	31%

Izlase: visi respondenti.

## RADOŠUMS

Misija: sabiedriskie mediji atbalsta un veicina iedzīvotāju pašizpausmi, savu talantu atklāšanu, kā arī iedvesmo uzdrīkstēties darīt un realizēt sevi.

Mērķis: iedvesmot un sekmēt sabiedrības radošumu, izaugsmi un uzņēmību visās dzīves jomās, tajā skaitā veicinot starpnozaru un paaudžu sadarbību.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	45%	46%	45%	41%
2022*	27%	25%	29%	25%
2021*	48%	47%	50%	48%

Izlase: satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos.  
\*Atšķirīgas aprēķina metodoloģijas.

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	30%	29%	32%	29%
2022	26%	25%	28%	25%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	38%	38%	39%	35%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	64%	67%	63%	60%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	46%	49%	45%	43%



## SASNIEDZAMĪBA

# 80%

SABIEDRISKO  
MEDIJU  
KOPĒJĀ  
SASNIEDZAMĪBA  
2023. GADĀ (+5%)

Sabiedriskie mediji kopumā vismaz reizi mēnesī sasniedz aptuveni četrus no pieciem Latvijas iedzīvotājiem. Joprojām visbiežāk iedzīvotāji tiek sasniegti t.s. tradicionālajos kanālos. Taču aizvien pieaug digitālo kanālu nozīme. Liela daļa sabiedrisko mediju auditorijas saturu ir ieguvusi gan kanālos vai LSM.lv portālā, gan arī dzan paralēli sabiedrisko mediju sociālo tīklu kontos un lietotnēs.



**MARTA  
CERAVA**

LSM.lv galvenā redaktore

“Katrs papildu sasniegtais Latvijas iedzīvotājs ir pozitīvs novērtējums mūsu darbam. Mēs redzam, ka auditoriju nevar tikai gaidīt, mums pašiem ir jāiet pie tās – sociālajos tīklos, interneta meklēšanas servisos, e-pastos, domubiedru grupās un arī ar atgādinājumiem telefonos un datoros.

Vēlamies ērti, ātri un kvalitatīvi nonākt pie ikviena jaunāka vai vecāka, latviski, krieviski vai angļiski runājoša interneta lietotāja, kam interesē aktualitātes, tiešraides, bagātinošs vai bērņus izglītojošs saturs. Redzam, ka arī mūsu centieni radīt primāri digitālajai videi piemērotu saturu kultūras, vērtīborientējošās vai ziņu analīzes jomās nes gaidītos augļus. Šie mūsu jaunrades mēģinājumi ir jāturpina, lai mēs vienmēr būtu aktuāli.”

LTV	2021	2022	2023*
Kopā sasniedz	58%	55%	63%
Tikai kanālos**	26%	27%	29%
Tikai LTV sociālo tīklu kontos	12%	8%	9%
Gan kanālos, gan sociālo tīklu kontos	20%	20%	26%
Nesasniedz	36%	38%	33%
Neskatās televīziju***	6%	7%	3%

LR	2021	2022	2023*
Kopā sasniedz	46%	48%	49%
Tikai kanālos**	27%	28%	27%
Tikai LR sociālo tīklu kontos	4%	2%	4%
Gan kanālos, gan sociālo tīklu kontos	15%	17%	18%
Nesasniedz	46%	43%	33%
Neklausās radio***	8%	10%	18%

LSM	2021	2022	2023*
Kopā sasniedz	49%	43%	51%
Tikai kanālos**	13%	16%	26%
Tikai LSM sociālo tīklu kontos	14%	7%	4%
Gan kanālos, gan sociālo tīklu kontos	22%	20%	21%
Nesasniedz	50%	56%	47%
Nelieto internetu mediju saturā	1%	1%	2%

Izlase: visi respondenti.

\* Atšķirīga aprēķina metodika: par sasniegtiem kanālos/portālā uzskata lietotājus ar regularitāti ne retāk kā 1-3 reizes mēnesī (iepriekš – bināra atbilde (jā/nē) par lietojumu).

\*\* Ietver mobilās lietotnes (LTV: Gudrs, vēl gudrāks; LR: LR lietotne; LSM: LSM un REplay lietotnes).

\*\*\* 2022. gadā aptaujā jautājums par lietojumu ietver "Televīzijas un dažādu video skatīšanās, kas ilgāki par 5 minūtēm (t.sk. raidījumu, filmu un seriālu skatīšanās internetā un straumēšanas vietnēs, piemēram, Netflix, YouTube, HelioTV, LMT Straume u.tml.)"; par radio – "Radio un raidierakstu jeb podkāstu klausīšanās (tajā skaitā radio veidota saturs klausīšanās internetā un tiešsaistes atskaņotājos (Spotify, Tidal, Apple Music u.tml.) (iepriekš – Radio klausīšanās (tajā skaitā radio veidota saturs klausīšanās internetā un tiešsaistes atskaņotājos (Spotify, Tidal u.tml.)).

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

LTV	2022	2023
Maz satura par man interesējošām tēmām	43%	37%
Nav uzticams un neatkarīgs	28%	24%
Izmantoju alternatīvus medijus	19%	24%
Nepiedāvā augstas kvalitātes saturu	25%	20%
Saturu lielākoties aizpilda amatpersonu, ierēdņu un politiķu sacītais	21%	19%
Maz vai vispār nav satura valodā, kurā es lietoju medijus	18%	19%
Autori nav man tuvi, profesionāli & harizmātiski	20%	18%
Tas ir vecmodīgs un nemainās līdzī laikam	20%	16%
Mani neinteresē LV veidots mediju saturs	11%	15%
Par daudz atkārtojumu	16%	13%
Maz zinu par piedāvāto	9%	13%
Cits	10%	10%

Izlase: respondenti, kuri nepatērē Latvijas Televīziju (nedz lineārajos, nedz digitālajos kanālos).

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

LR	2022	2023
Maz satura par man interesējošām tēmām	30%	32%
Izmantoju alternatīvus medijus	16%	24%
Maz zinu par piedāvāto	21%	20%
Mani neinteresē LV veidots mediju saturs	11%	15%
Tas ir vecmodīgs un nemainās līdzī laikam	17%	13%
Maz vai vispār nav satura valodā, kurā es lietoju medijus	10%	11%
Cits	14%	11%
Nepiedāvā augstas kvalitātes saturu	12%	9%
Nav uzticams un neatkarīgs	13%	9%
Saturu lielākoties aizpilda amatpersonu, ierēdņu un politiķu sacītais	10%	8%
Ētera personības nav man tuvas, profesionālas & harizmātiskas	12%	8%

Izlase: respondenti, kuri nepatērē Latvijas Radio (nedz lineārajos, nedz digitālajos kanālos).

## 27. Kādi ir galvenie iemesli, kāpēc jūs nelietojat LSM.lv?

<b>LSM</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Maz zinu par piedāvāto	34%	28%
Izmantoju alternatīvus medijus, kurus neveido profesionālas mediju	23%	18%
Maz satura par man interesējošām tēmām	10%	16%
Mani neinteresē LV veidots mediju saturs	8%	15%
Cits	12%	13%
Nav uzticams un neatkarīgs	12%	12%
Saturu lielākoties aizpilda amatpersonu, ierēdņu un politiķu sacītais	9%	8%
Nepiedāvā augstas kvalitātes saturu	8%	8%
Par daudz jau citur publicētas informācijas	8%	7%
Autori nav man tuvi, profesionāli & harizmātiski	3%	4%
Tas ir vecmodīgs un nemainās līdzī laikam	2%	3%
Maz vai vispār nav satura valodā, kurā es lietoju medijus	3%	2%

*Izlase: respondenti, kuri nepatērē LSM.lv (nedz portālā, nedz sociālajos tīklos).*

## KVALITĀTE

Analizējot trīs žanru – 1) politikas un ekonomikas ziņu, 2) kultūras, 3) dzīvesstila, ģimenes un mājsaimniecības – kvalitāti, kas tiek mērīta ik gadu, tiek pievērsta īpaša uzmanība tiem iedzīvotājiem, kuriem šie saturs žanri kopumā interesē medijos. To vidū kvalitātes vērtējums par sabiedrisko mediju saturu ir augstāks salīdzinājumā ar tiem, kuriem attiecīgā tematika jeb žanrs neinteresē.

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2023	<b>44%</b>		<b>44%</b>		<b>41%</b>		<b>46%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>54%</b>	<b>31%</b>	<b>58%</b>	<b>34%</b>	<b>49%</b>	<b>28%</b>	<b>43%</b>	<b>31%</b>
2022*	<b>46%</b>		<b>47%</b>		<b>42%</b>		<b>48%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>58%</b>	<b>30%</b>	<b>59%</b>	<b>32%</b>	<b>53%</b>	<b>26%</b>	<b>60%</b>	<b>32%</b>
2021*	<b>43%</b>		<b>40%</b>		<b>45%</b>		<b>45%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>55%</b>	<b>27%</b>	<b>52%</b>	<b>25%</b>	<b>54%</b>	<b>33%</b>	<b>60%</b>	<b>24%</b>

Izlase: visi respondenti; apakšrādītāju aprēķinā par žanra interesi nav ņemts vērā 28. jautājums.  
\*Atšķirīga aprēķina metodoloģija.

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	<b>45%</b>	<b>40%</b>	<b>48%</b>	<b>48%</b>

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

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2023	<b>47%</b>		<b>51%</b>		<b>42%</b>		<b>48%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>56%</b>	<b>31%</b>	<b>60%</b>	<b>36%</b>	<b>49%</b>	<b>27%</b>	<b>57%</b>	<b>29%</b>
2022	<b>48%</b>		<b>50%</b>		<b>44%</b>		<b>50%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>57%</b>	<b>33%</b>	<b>58%</b>	<b>38%</b>	<b>52%</b>	<b>28%</b>	<b>59%</b>	<b>32%</b>
2021	<b>44%</b>		<b>39%</b>		<b>45%</b>		<b>47%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>53%</b>	<b>28%</b>	<b>48%</b>	<b>25%</b>	<b>52%</b>	<b>33%</b>	<b>60%</b>	<b>26%</b>

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

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2023	<b>46%</b>		<b>47%</b>		<b>42%</b>		<b>49%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>56%</b>	<b>31%</b>	<b>58%</b>	<b>28%</b>	<b>50%</b>	<b>30%</b>	<b>58%</b>	<b>35%</b>
2022	<b>46%</b>		<b>45%</b>		<b>43%</b>		<b>52%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>61%</b>	<b>28%</b>	<b>62%</b>	<b>24%</b>	<b>56%</b>	<b>25%</b>	<b>65%</b>	<b>34%</b>
2021	<b>47%</b>		<b>44%</b>		<b>51%</b>		<b>46%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>61%</b>	<b>31%</b>	<b>58%</b>	<b>29%</b>	<b>61%</b>	<b>38%</b>	<b>64%</b>	<b>25%</b>

31. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par dzīvesstilu, ģimeni un mājsaimniecību.

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2023	<b>42%</b>		<b>47%</b>		<b>38%</b>		<b>41%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>51%</b>	<b>31%</b>	<b>55%</b>	<b>37%</b>	<b>47%</b>	<b>27%</b>	<b>50%</b>	<b>29%</b>
2022	<b>43%</b>		<b>46%</b>		<b>40%</b>		<b>43%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>55%</b>	<b>30%</b>	<b>58%</b>	<b>34%</b>	<b>52%</b>	<b>26%</b>	<b>55%</b>	<b>29%</b>
2021	<b>39%</b>		<b>37%</b>		<b>40%</b>		<b>40%</b>	
	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs	interesē saturs	neinteresē saturs
	<b>52%</b>	<b>23%</b>	<b>51%</b>	<b>21%</b>	<b>50%</b>	<b>28%</b>	<b>55%</b>	<b>20%</b>

## IETEKME

Indikatora "Ietekme" pamatu veido iedzīvotāju vērtējums par uzticēšanos sabiedriskajiem medijiem. Šogad pirmo reizi papildus vispārējam uzticības līmenim noskaidrota arī uzticēšanās sabiedrisko mediju veidotajām ziņām. Vienlaikus iedzīvotāju aptaujā vaicāts par uzticēšanos valsts pārvaldei un komercmedijiem. Tādējādi ir iespējams veikt relatīvu salīdzinājumu ar uzticēšanos sabiedriskajiem medijiem. Aptaujas rezultāti liecina, ka sabiedriskie mediji joprojām bauda visaugstāko sabiedrības uzticēšanos. Tāpat šogad pirmo reizi noskaidrots, vai pēc respondentu domām sabiedriskie mediji kļūdas un vai neprecizitātes labo nekavējoties.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	44%	45%	47%	40%
2022*	44%	44%	48%	40%
2021*	45%	44%	48%	41%

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

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	49%	53%	52%	39%
2022*	51%	54%	56%	40%
2021*	48%	52%	52%	37%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023	52%	51%	54%	52%

34. Cik lielā mērā jūs UZTICĀTIES sabiedriskajam medijam (LTV/LR/LSM)?

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2023: Kopumā	46%	44%	50%	43%
2023: Ziņām	50%	49%	54%	45%
2022: Kopumā	45%	42%	50%	44%
2021: Kopumā	46%	42%	51%	47%

35. Cik lielā mērā jūs UZTICĀTIES Latvijas komercmedijiem?

GADS	KOPĀ	KOMERCTELEVĪZIJĀM	KOMERCRADIO	ZIŅU PORTĀLIEM
2023: Kopumā	42%	41%	47%	39%
2022: Ziņām	43%	42%	47%	40%
2022: Kopumā	40%	37%	46%	37%

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

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2023	<b>27%</b>		<b>26%</b>		<b>28%</b>		<b>28%</b>	
	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz	LTV sasniedz	LTV nesasniedz	LR sasniedz	LR nesasniedz	LSM sasniedz	LSM nesasniedz
	<b>29%</b>	<b>12%</b>	<b>34%</b>	<b>15%</b>	<b>33%</b>	<b>21%</b>	<b>34%</b>	<b>20%</b>
2022	<b>30%</b>		<b>28%</b>		<b>30%</b>		<b>31%</b>	
	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz	LTV sasniedz	LTV nesasniedz	LR sasniedz	LR nesasniedz	LSM sasniedz	LSM nesasniedz
	<b>32%</b>	<b>16%</b>	<b>38%</b>	<b>19%</b>	<b>36%</b>	<b>23%</b>	<b>37%</b>	<b>23%</b>
2022	<b>27%</b>		<b>24%</b>		<b>28%</b>		<b>28%</b>	
	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz	LTV sasniedz	LTV nesasniedz	LR sasniedz	LR nesasniedz	LSM sasniedz	LSM nesasniedz
	<b>29%</b>	<b>21%</b>	<b>29%</b>	<b>17%</b>	<b>33%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>32%</b>

Piezīme: subgrupās netiek ņemts vērā, vai respondentu sasniedz cits sabiedrisko mediju kanāls.

37. Lūdzu novērtējiet, cik ļoti jums pietrūktu sabiedriskā medija (LTV/LR/LSM) kanāli, ja tie pārstātu raidīt/piedāvāt saturu internetā?

GADS	KOPĀ	LTV		LR		LSM	
2023	<b>47%</b>	<b>44%</b>		<b>51%</b>		<b>47%</b>	
		LTV1	<b>36%</b>	LR1	<b>26%</b>	LV	<b>30%</b>
		LTV7	<b>35%</b>	LR2	<b>31%</b>	RUS	<b>18%</b>
				LR3	<b>13%</b>	ENG	<b>7%</b>
				LR4	<b>16%</b>	REplay	<b>19%</b>
				LR5	<b>20%</b>	Bērnistaba	<b>9%</b>
						YouTube 16+	<b>16%</b>
2022	<b>45%</b>	<b>40%</b>		<b>48%</b>		<b>45%</b>	
		LTV1	<b>33%</b>	LR1	<b>25%</b>	LV	<b>32%</b>
		LTV7	<b>32%</b>	LR2	<b>29%</b>	RUS	<b>13%</b>
				LR3	<b>12%</b>	ENG	<b>4%</b>
				LR4	<b>12%</b>	REplay	<b>19%</b>
				LR5	<b>17%</b>	Bērnistaba	<b>9%</b>
						YouTube 16+	<b>9%</b>
2021	<b>47%</b>	<b>42%</b>		<b>51%</b>		<b>50%</b>	
		LTV1	<b>34%</b>	LR1	<b>25%</b>	LV	<b>38%</b>
		LTV7	<b>33%</b>	LR2	<b>29%</b>	RUS	<b>18%</b>
				LR3	<b>11%</b>	ENG	<b>6%</b>
				LR4	<b>15%</b>	REplay	<b>20%</b>
				LR5	<b>18%</b>	Bērnistaba	<b>10%</b>
						YouTube 16+	<b>11%</b>