

LATVIJAS SABIEDRISKO MEDIJU SABIEDRISKAIS LABUMS

2022. gada iedzīvotāju
aptaujas rezultāti



Latvijas
Radio

**LATVIJAS
TELEVĪZIJA**



LSM

Šīs aptaujas mērķis ir sniegt sabiedrības vērtējumu par Latvijas sabiedrisko mediju (Latvijas Televīzijas, Latvijas Radio, portāla LSM.lv) 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 4. aprīļa lēmumu Nr. 17/1-1. Pētījumu īstenojis neatkarīgs eksperts: Latvijas Universitātes Filozofijas un socioloģijas institūta vadošais pētnieks Andris Saulītis (Dr. sc. soc.). Dati ievākti laikā no 2022. gada 30. maija līdz 25. jūnijam tiešsaistē (CAWI metode) ar AS “Norstat Latvija” slēgto interneta paneli, kopumā aptaujājot 3565 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/Loti apmierināts/Pilnībā uzticos (vai tml.) un “Drīzāk piekrītu/Drīzāk apmierināts/Drīzāk uzticos (vai tml.). 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.

Iedzīvotāju aptauja pēc jaunapstiprinātās metodoloģijas tiek īstenota pirmo reizi. Lielāko daļu datu ir iespējams salīdzināt ar aptauju, kas 2021. gadā veikta saskaņā ar Latvijas sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju un apstiprināta ar Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes 2021. gada 20. maija lēmumu Nr.226/1-2. Gadījumos, kad salīdzinājums nav iespējams (atšķirīgas respondentu bāzes vai jautājuma formulējuma dēļ), tas norādīts pie rezultātu tabulas, bet kopsavilkumā (1. sadaļa) 2021. gada indikators nav norādīts.



JĀNIS EGLĪTIS

Sabiedrisko elektronisko
plašsaziņas līdzekļu
padomes loceklis

“Jau otro gadu pēc kārtas pēc jaunās metodoloģijas ir veikts sabiedriskā labuma tests, kas ļauj daudz skaidrāk ieraudzīt un 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 sabiedrību nākamo periodu sabiedriskā pasūtījuma veidošanā.

Kā sabiedriskos medijus pārraugošā institūcija augstu vērtējam, ka, neskatoties uz to, ka Latvijas sabiedrisko mediju finansiālais nodrošinājums joprojām atpaliek no Eiropas Savienības vidējā līmeņa, Latvijas Radio, Latvijas Televīzijai un interneta platformai LSM.lv izdevies sasniegt ļoti atzīstamu sabiedrības novērtējumu – kopējā auditorijas sasniedzamība aizvadītajā gadā ir 82%. Būtiski, ka puse vai teju puse sabiedrisko mediju satura lietotāju augstu novērtē sabiedrisko mediju sniegumu demokrātijas vērtību veicināšanā un uzturēšanā, sociālekonomiskajā un kultūras dzīvē. Vienlaikus pētījums identificē arī jautājumus, pie kuriem sabiedriskajiem medijiem jāturpina strādāt – jāpalielina kvalitatīva satura pieejamība dažādās digitālajās platformās, īpaši domājot par gados jaunākas auditorijas sasniedzamību, jānodrošina vēl lielāka viedokļu dažādība, jāpieāvā sabalansētāks dažādu sabiedrības grupu atspoguļojums, jāveicina satura apjoma kāpināšana par zinātnes, tehnoloģiju, inovāciju un citiem mūsdienu sabiedrību un tās ikdienu ietekmējošiem un transformējošiem procesiem.

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei šādi mērījumi ir ļoti noderīgi, jo tikai tā varam visaptveroši spriest par auditorijas gaidām, novērtējumu, tā dinamiku. Tikai tā varam tuvināties pēc iespējas sabalansētākam sabiedriskajam pasūtījumam nākotnē.”



KASPARS ODINŠ

LTV valdes loceklis
programmu un
pakalpojumu attīstības
jautājumos

“Latvijas Televīzija (LTV) jau otro gadu piedalās pētījumā, kurā tiek izziņāts LTV, Latvijas Radio un LSM.lv sabiedriskā labuma pienesums valstī.

Ar gandarījumu varam konstatēt, ka šis pētījums ir apliecinājis LTV izšķirošo nozīmi mūsu valsts sabiedrības politiskajā, sociālekonomiskajā un kultūras dzīvē – salīdzinot ar pagājušo gadu, ievērojami audzis to iedzīvotāju skaits, kuri uzskata LTV par uzticamāko un kvalitatīvāko raidošo mediju.

Skatītāji augsti novērtējuši ziņu un analītiskos raidījumus par aktualitātēm Latvijā un ārzemēs, jo īpaši daudzveidīgu oriģinālo saturu – reportāžas, raidījumus un dokumentālās filmas par karu Ukrainā, kur regulāri strādā mūsu korespondenti.

Daudz vairāk respondentu nekā pērn atzinuši, ka LTV ataino visus svarīgākos kultūras notikumus valstī. Šogad kultūras žanrā LTV gan sekojusi līdzī iekdienas norisēm, gan pabeigusi filmas par izcilām personībām, ko bija aizkavējuši pandēmijas ierobežojumi, gan arī piedāvājusi skatītāju uzmanībai virkni jubilejas koncertu un citus vērienīgus pasākumus.

Saskaņā ar pētījuma datiem, augsti novērtēts arī daudzveidīgais sporta raidījumu klāsts, kuros atspoguļoti gan vietējie, gan starptautiski nozīmīgi pasākumi, kā arī bagātīga sporta filmu kolekcija.

Atzinību kā uzticams kvalitatīvas informācijas avots guvis arī sabiedrisko mediju portāls LSM.lv, kam, tiesa, pēc respondentu domām, pietrūkst atpazīstamības.

LTV turpina piedāvāt daudzveidīgu un kvalitatīvu oriģinālo saturu, stiprina demokrātiskās un nacionālās vērtības, kā arī veicina cilvēku kritisku spriestspēju par svarīgām norisēm sabiedrībā un valstī.”





UNA KLAPKALNE

Latvijas Radio valdes
priekšsēdētāja

“Jau otro gadu pēc kārtas sabiedriskā labuma tests sabiedriskajiem medijiem tiek veikts pēc jaunas un vienotas metodikas. Gan metodikas izstrāde, gan ikgadējais pētījums ir nozīmīgs solis, lai varētu salīdzināt sabiedrisko mediju darbu un sasniegumus, kā arī domāt par nepieciešamajām pārmaiņām saturā un tā izplatīšanā.

Nu jau pēc divu gadu rezultātiem īpaši iepriecina satura patērētāju uzticēšanās Latvijas Radio, kas ir augstākā no visiem sabiedriskajiem medijiem. Arī internetā radītais Latvijas Radio saturs tiek augstu vērtēts un ir lietotājiem nepieciešams.

Vienlaikus jāatzīst, ka pētījumu datu vērtība ilgtermiņā tikai pieaugs, jo ļaus daudz precīzāk saskatīt kopsakarības, analizēt tendences sabiedrisko mediju darba vērtējumā un saturā veikto pārmaiņu ietekmi uz novērtējuma rezultātiem. Tikai regulāra pētījumu veikšana ļaus izdarīt arvien precīzākus secinājumus un radīt sabiedrībai arvien vērtīgāku saturu.”

SATURS

Indikatoru kopsavilkums	7
Sabiedrība	8
Demokrātija	11
Kultūra	13
Zināšanas	14
Radošums	16
Sasniedzamība	17
Kvalitāte	20
Ietekme	22
Ieguldīto līdzekļu atdeve	26
Karš Ukrainā	27

INDIKATORU KOPSAVILKUMS



Sabiedrība

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



Demokrātija

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



Kultūra

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	51%	53%	54%	43%



Zināšanas

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	40%	39%	41%	38%



Radošums

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	27%	25%	29%	25%



Sasniedzamība

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



Kvalitāte

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	46%	47%	42%	48%
2021	43%	40%	45%	45%



Ietekme

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	41%	43%	44%	35%
2021	39%	42%	44%	32%



Ieguldīto līdzekļu atdeve

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	57%	51%	60%	62%



Karš Ukrainā

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	45%	45%	46%	45%

SABIEDRĪBA

Sabiedriskie mediji ir neatkarīgi, saturā veicina viedokļu daudzveidību, respektē mazākuma intereses un iniciē diskusijas. Indikators “Sabiedrība” izsaka vērtējumu par sabiedrisko mediju saturā iekļauto viedokļu daudzveidību. No vienas puses iedzīvotāji vērtē, vai Latvijas sabiedriskajos medijos ir iekļauti viedokļi, kas atšķiras no respondentu vērtējuma. No otras puses noskaidrots, vai paša indivīda uzskati ir iekļauti sabiedrisko mediju saturā. Tāpat respondenti vērtē, vai sabiedriskie mediji nodrošina platformu diskusijai par sabiedrībai nozīmīgām tēmām un cik lielā mērā respondentu skatījumā sabiedriskie mediji stiprina piederības sajūtu Latvijai.



**JEKATERINA
SAFRONOVA**

RUS.LSM.lv galvenā
redaktore

“Zināms, ka demokrātija ir sabiedrības organizācijas forma, kurā tauta ir galvenais valsts varas avots un turētājs. Multimediju platformā mazākumtautībām galvenā bija, ir un būs mūsu auditorija, tās uzvedība, jautājumi, reakcija uz notiekošo. Šajā grūtajā laikā, kad sabiedrība ir ļoti sašķelta, kad cilvēki neuzticas nevienam, izņemot sevi, mēs to nevaram ignorēt. Skatītāji un lasītāji kļuvuši īpaši piesardzīgi, izvēloties medijus, kas viņiem sniedz informāciju, un tas ir redzams arī pētījuma rezultātos. Taču mūsu ziņu pasniegšanas kritēriji paliek nesatricināmi – turpinām sniegt pārbaudītu informāciju, kas iegūta no dažādiem avotiem, un vienmēr aprakstām notiekošā kontekstu. Skatītāji un lasītāji, kaut arī ar piesardzību, tomēr atzīst, ka mūsu raidījumos pastāv viedokļu dažādība un objektivitāte, un tas mums ir ļoti svarīgi.”

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

Izlase: satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos.

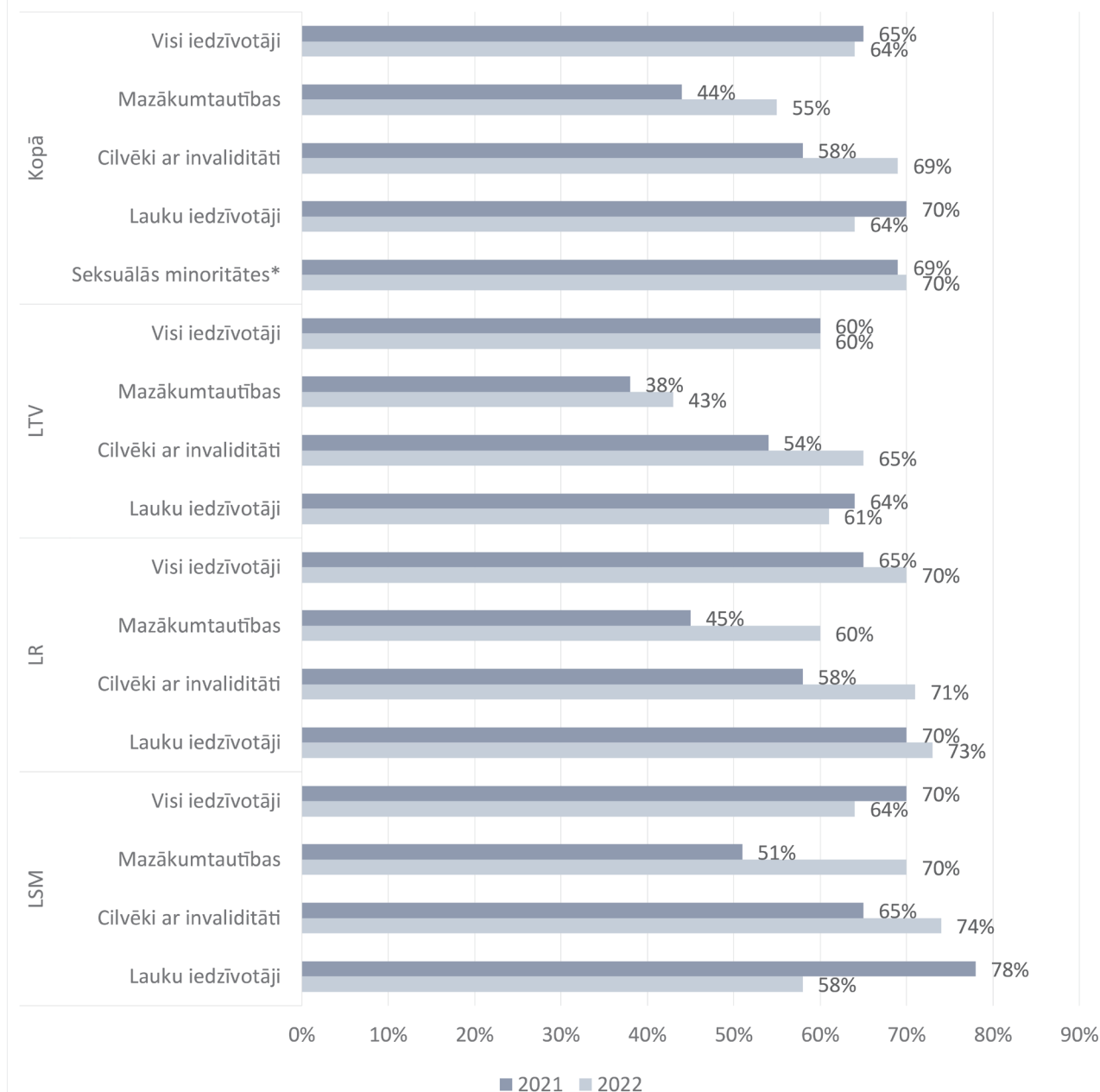
1. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no mana.

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

Sabiedriskais medijs saturā iekļauj viedokļus, kas ataino arī manus uzskatus



*Netiek atspoguļots katra medija atsevišķais rādītājs, jo respondentu skaits nepārsniedz 50.

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

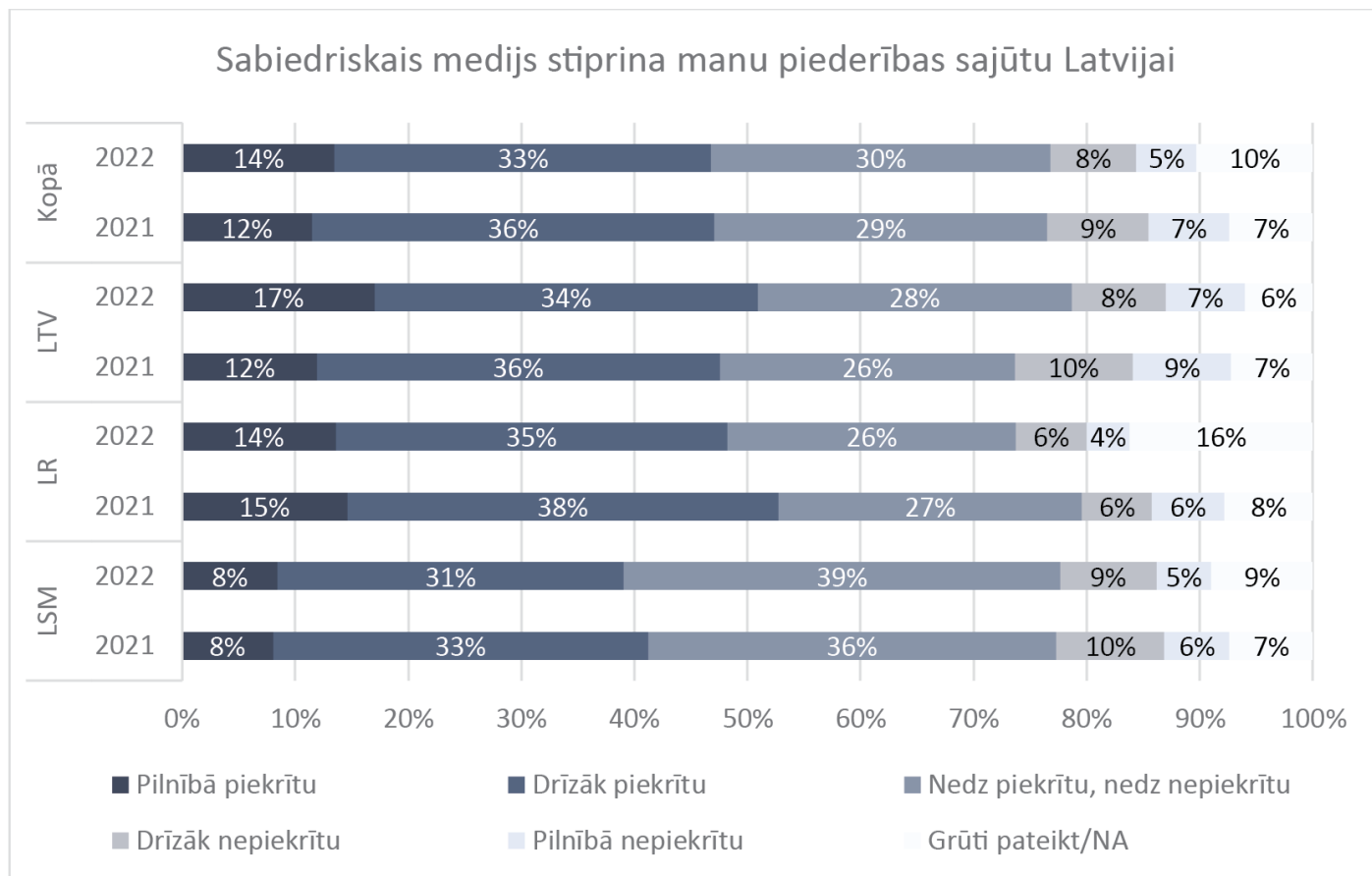
GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	53%	54%	54%	52%
2021	54%	53%	56%	54%

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

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



DEMOKRĀTIJA

Demokrātiskā sabiedrībā sabiedriskie mediji kalpo sabiedrības interesēm un veicina kritisko domāšanu, padziļinātu izpratni par sabiedrībā notiekošajiem procesiem un valstī pieņemtajiem lēmumiem. Aptaujas rezultāti liecina, ka no indikatora “Demokrātija” veidojošajiem faktoriem respondenti visaugstāk novērtē ziņu un aktuālo raidījumu spēju atainot dažādus viedokļus.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
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.

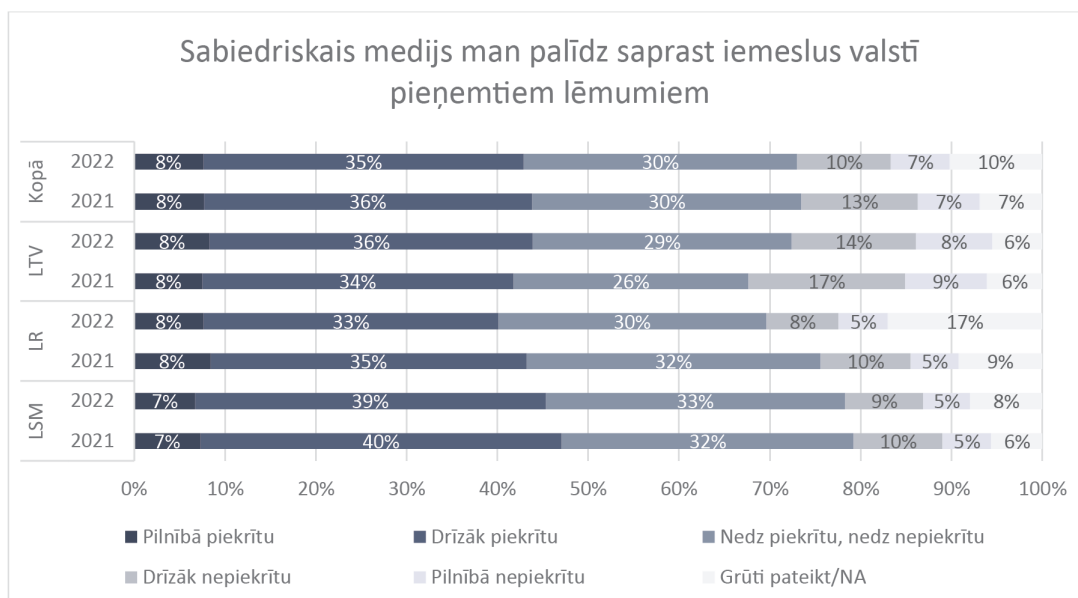
GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	47%	43%	49%	51%
2021	45%	39%	50%	48%

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
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
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
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
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
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
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
2022	42%	40%	43%	44%

KULTŪRA

Kultūra veido būtisku īpatnību sabiedrisko mediju saturā. Vairums Latvijas iedzīvotāju, kas ikdienā patērē sabiedrisko mediju saturu, pozitīvi novērtē šo mediju spēju uzlabot zināšanas par nacionālo kultūru un vietējām tradīcijām. Salīdzinoši mazāka iedzīvotāju daļa uzskata, ka sabiedriskie mediji ataino visus svarīgākos kultūras notikumus. Kritiskāks vērtējums ir tiem iedzīvotājiem, kuri ikdienā nelieto sabiedriskos medijus.

GADS		KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	Visi respondenti	51%	53%	54%	43%
	Satura lietotāji	52%	62%	62%	49%
2021*	Satura lietotāji	57%	56%	63%	53%

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

*Atšķirīga aprēķina metodoloģija.

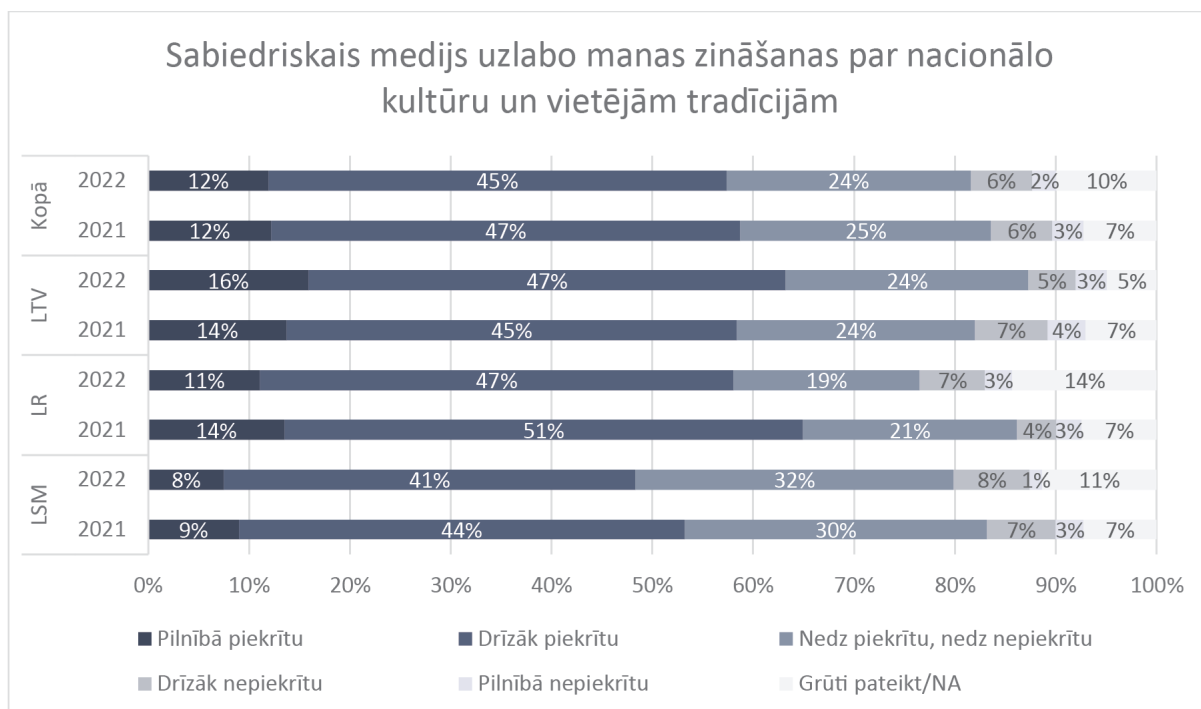
14. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) uzlabo manas zināšanas par nacionālo kultūru un vietējām tradīcijām.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	64%	66%	68%	54%
2021	63%	63%	70%	57%

Izlase: satura lietotāji kanālos/sociālajos tīklos.

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

GADS		KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	Visi respondenti	37%	40%	39%	32%
	Satura lietotāji	52%	57%	55%	44%
2021	Satura lietotāji	46%	45%	49%	44%



ZINĀŠANAS

Iedzīvotāji novērtē sabiedrisko mediju spēju sniegt zināšanas gan par pasaulē notiekošo, gan jaunākajām tehnoloģijām. Šogad jautājumu loks, kas veido indikatoru “Zināšanas”, ir pārskatīts, tāpēc dati nav tieši salīdzināmi ar 2021. gada aptaujas rezultātiem.

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

Izlase: jaukta (satura lietotāji kanālos/sociālajos medijos & visi respondenti).

*Atšķirīga aprēķina metodoloģija.

16. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz man noderīgu informāciju par citās valstīs uzkrātām zināšanām un pieredzi.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	54%	53%	56%	51%
2021	55%	50%	60%	55%

17. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) ataino iedzīvotājiem pieejamās jaunākās tehnoloģijas.

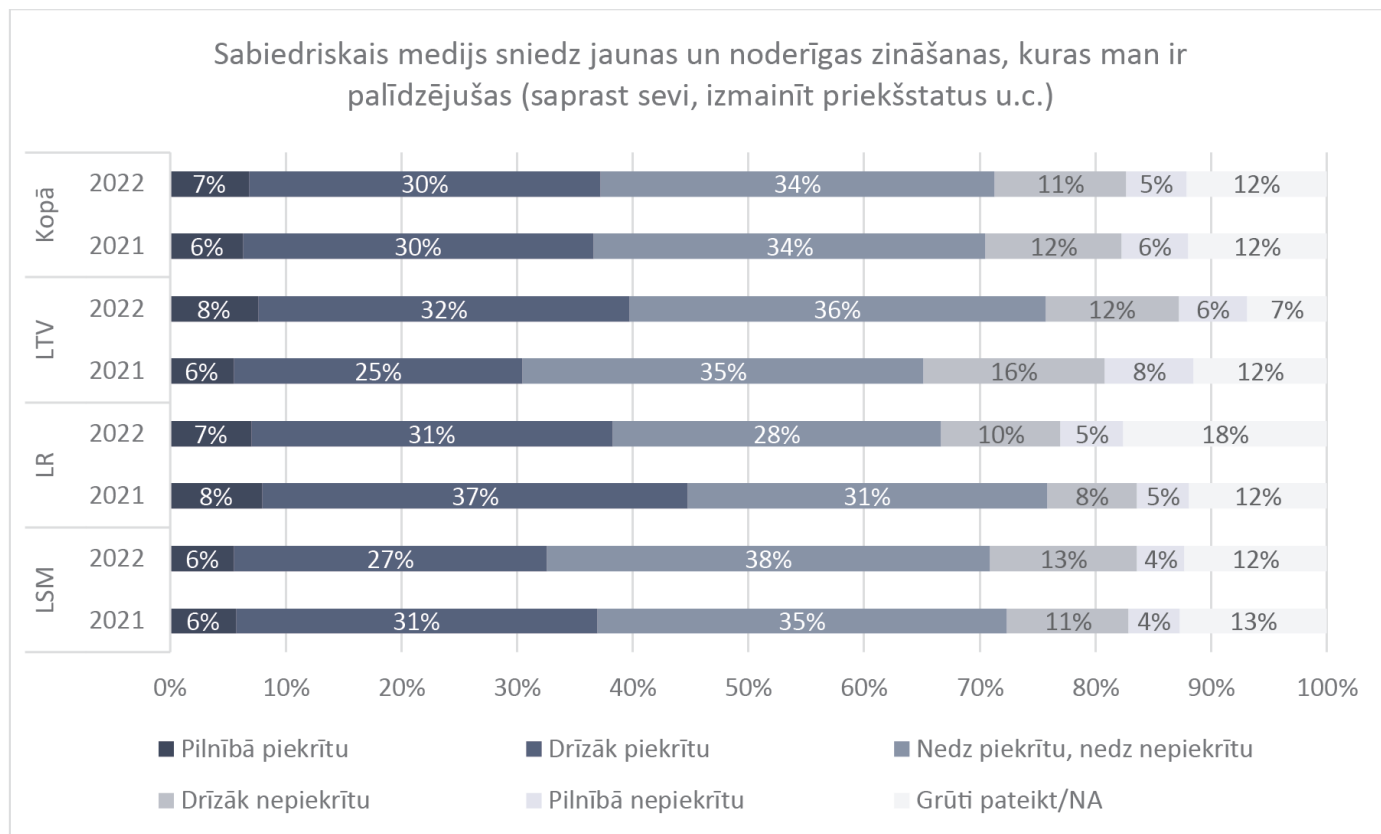
GADS		KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	Visi respondenti	31%	31%	29%	32%
	Satura lietotāji	43%	43%	41%	43%
2021	Satura lietotāji	46%	40%	49%	51%

18. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas, kuras man ir palīdzējušas (saprast sevi, izmainīt priekšstatus u.c.).

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	37%	37%	37%	33%
2021	42%	34%	51%	42%

19. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par jaunākajām tehnoloģijām, kuras man ir palīdzējušas (saprast sevi, izmainīt priekšstatus u.c.).

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	36%	34%	41%	35%



RADOŠUMS

Sabiedriskajiem medijiem būtu jāiedvesmo cilvēkus rīkoties savā un apkārtējo labā. Līdzīgi kā indikatorā “Zināšanas” šogad būtiski pārskatīts jautājumu loks, kas veido indikatoru “Radošums”, tāpēc dati nav tieši salīdzināmi ar pērnā gada rezultātiem. Tajā pašā laikā konstatējams, ka no trīs indikatoriem (“Kultūra”, “Zināšanas” un “Radošums”) tieši spēja iedvesmot jeb “Radošums” ir novērtēts viszemāk. Visbiežāk jautājumos, kas veido indikatoru “Radošums”, respondenti izvēlējušies neitrālu atbildi “Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu”, kas norāda, ka iedvesmas avoti ir daudz un dažādi un ir grūti īpaši izcelt sabiedrisko mediju lomu radošuma veicināšanā.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	27%	25%	29%	25%
2021*	48%	47%	50%	48%

Izlase: satura lietotāji kanālos/sociālajos medijos.

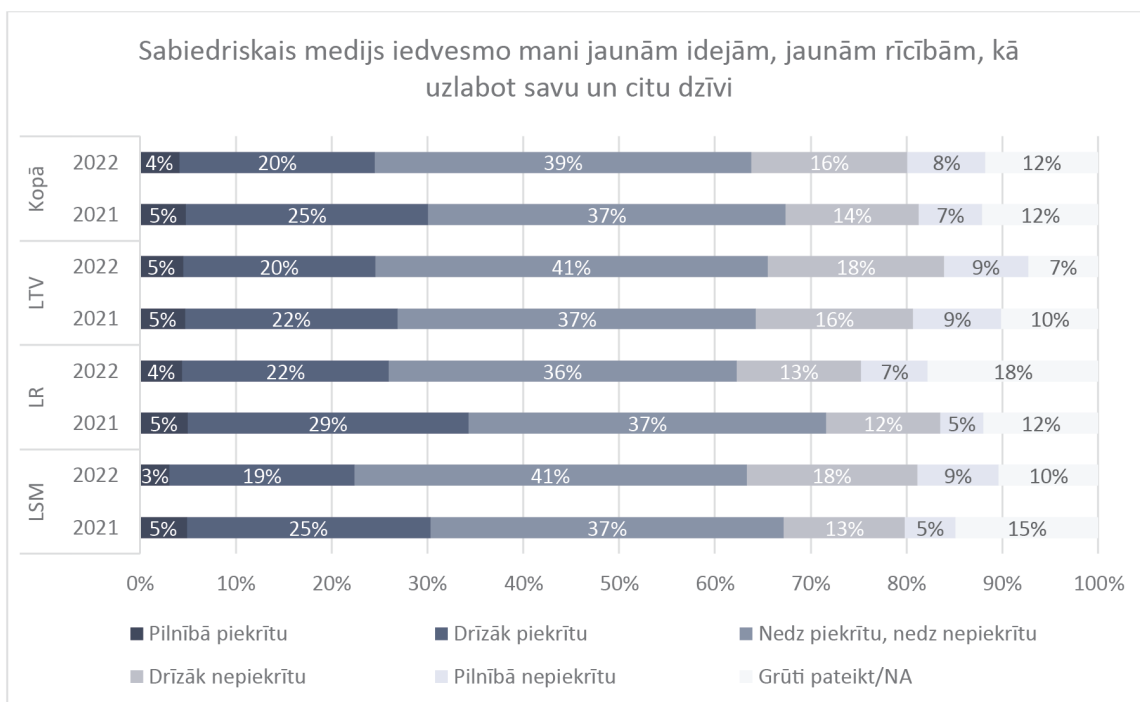
*Atšķirīga aprēķina metodoloģija.

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	26%	25%	28%	25%

21. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) iedvesmo mani jaunām idejām, jaunām rīcībām, kā uzlabot savu un citu dzīvi.

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	28%	26%	31%	25%
2021	34%	30%	39%	36%



SASNIEDZAMĪBA

82%

SABIEDRISKO
MEDIJU
KOPĒJĀ
SASNIEDZAMĪBA
2022. GADĀ

Sabiedriskie mediji kopumā sasniedz apmēram četrus no katriem pieciem iedzīvotājiem. Joprojām visbiežāk iedzīvotāji tiek sasniegti t.s. tradicionālajos kanālos. Taču arvien pieaug digitālo kanālu nozīme. Liela daļa auditorijas sabiedrisko mediju saturu ir ieguvusi gan kanālos vai LSM.lv portālā, gan sabiedrisko mediju sociālo mediju kontos.

LTV un LSM.lv sasniedzamība ir zemāka nekā 2021. gada aptaujā, taču jāņem vērā, ka mediju patēriņam ir raksturīga sezonālitate. 2021. gadā lauka darbs tika veikts rudenī, bet 2022. gadā – maijā un jūnijā, kas izskaidro patēriņa jeb sabiedrisko mediju sasniedzamības kritumu.

Iedzīvotāji, kuri nelieto sabiedriskos medijus, visbiežāk norāda, ka tiem neinteresē LTV un LR piedāvātais saturs, savukārt LSM.lv gadījumā ievērojami biežāk respondenti norādījuši, ka izvēlas alternatīvus medijus: tādus, kurus neveido profesionālas mediju organizācijas (piem., tērētavas Telegram, Whatsapp, dažādu organizāciju un personu veidotas tīmekļa vietnes un blogus), jo tie šo respondentu skatījumā piedāvā informāciju, kas citur nav pieejama.

“Mūsdienu viltus ziņu laikmetā kā ļoti pozitīvu rezultātu var izcelt to, ka lielākā daļa auditorijas uzskata LSM.lv par neatkarīgu un uzticamu mediju. Protams, turpināsim strādāt, lai arī nelielais skaits aptaujāto, kuri tā nedomā, nākamajos gados turpinātu samazināties. Piedāvāt uzticamas ziņas ir mūsu centrālais mērķis. Mērķtiecīgi strādājam, lai sniegtu lasītājiem nevis sasteigtu informāciju, bet iespēju padziļināti izprast valstī un pasaulē notiekošos procesus.

Latvijas iedzīvotāji augsti novērtējuši arī kultūras notikumu atspoguļojumu portālā LSM.lv. To uztveram kā būtisku LSM.lv funkciju.

Savukārt dažādu viedokļu atspoguļošana ir pamats iespējai dziļāk izprast notiekošos procesus, ko arī darām, un ir prieks, ka lasītāji augstu novērtējuši LSM.lv veikumu.”

JARA SIZOVA

LSM.lv galvenā redaktora p.i.

LTV	2021	2022	LR	2021	2022	LSM	2021	2022
Kopā sasniedz	58%	55%	Kopā sasniedz	46%	48%	Kopā sasniedz	49%	43%
Tikai kanālos*	26%	27%	Tikai kanālos*	27%	28%	Tikai kanālos*	13%	16%
Tikai LTV sociālo tīklu kontos	12%	8%	Tikai LR sociālo tīklu kontos	4%	2%	Tikai LSM sociālo tīklu kontos	14%	7%
Gan kanālos, gan sociālo tīklu kontos	20%	20%	Gan kanālos, gan sociālo tīklu kontos	15%	17%	Gan kanālos, gan sociālo tīklu kontos	22%	20%
Nesasniedz	36%	38%	Nesasniedz	46%	43%	Nesasniedz	50%	56%
Neskatās televīziju	6%	7%	Neklausās radio	8%	10%	Nelieto internetu mediju satura patēriņam	1%	1%

Izlase: visi respondenti.

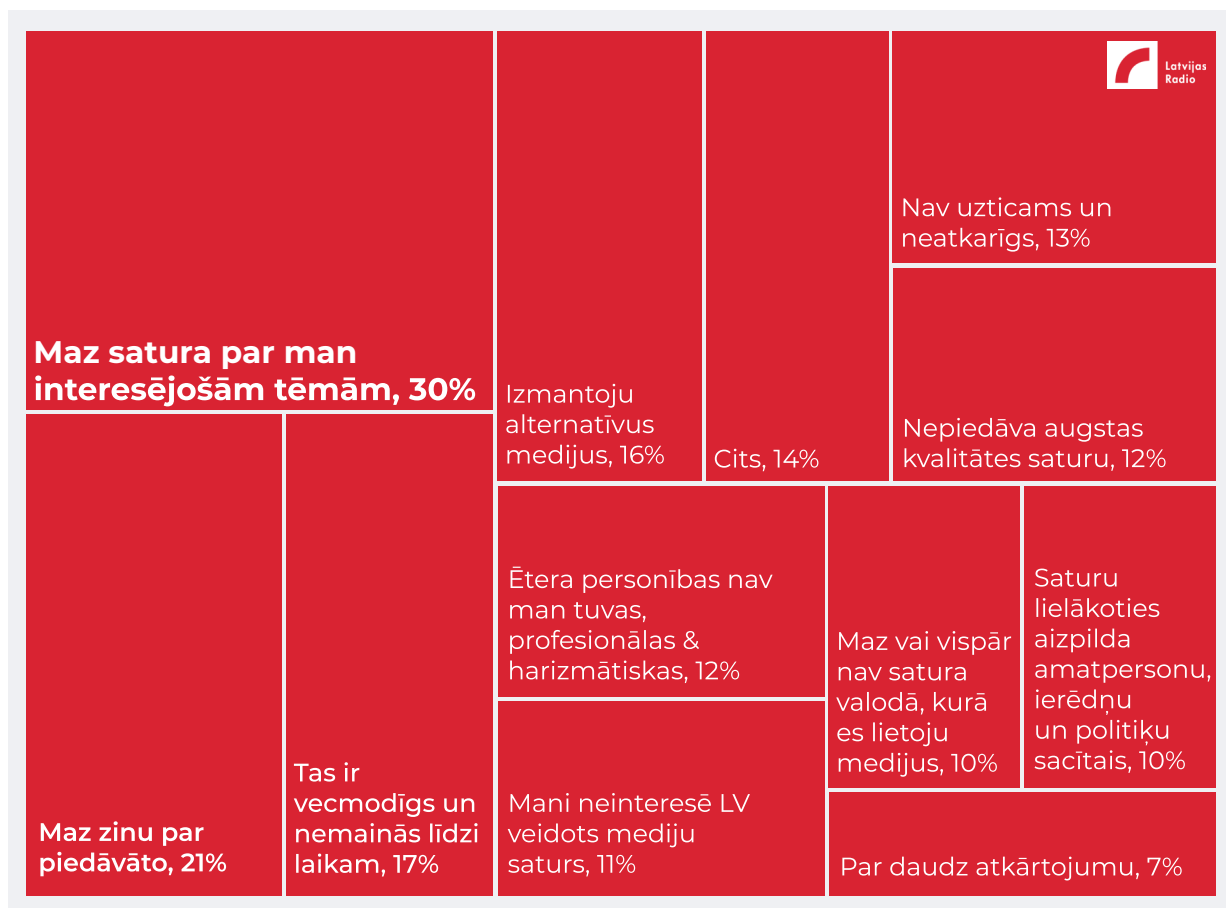
*Ietver mobilās lietotnes (LTV: Gudrs, vēl gudrāks; LR: LR lietotne; LSM: LSM un REplay).

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

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

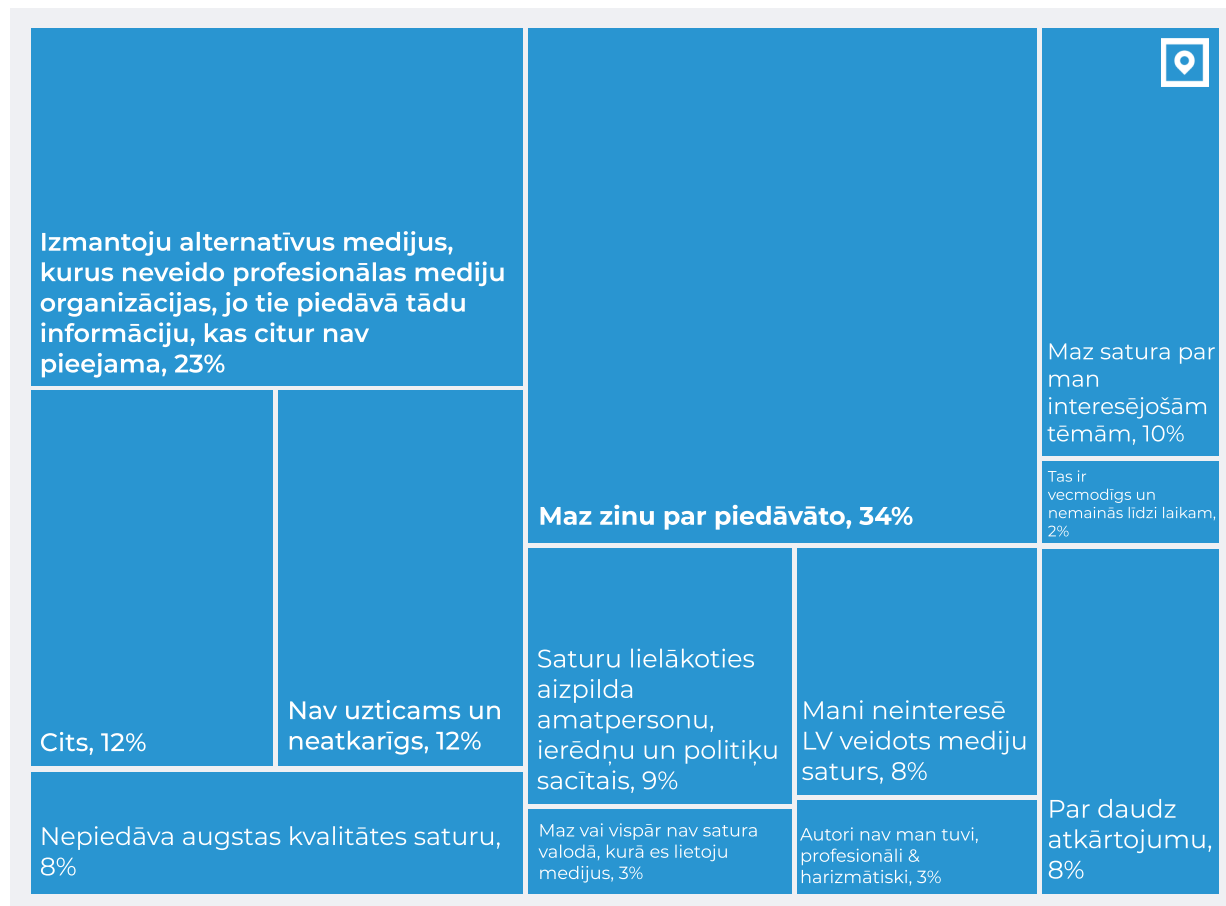
Izlase: respondenti, kuri nepatērē Latvijas Televīziju (nedz lineārajos, nedz digitālajos kanālos).

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



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

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



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

KVALITĀTE

Izvērtējot trīs satura žanrus, kuru kvalitāte ikgadēji tiek mērīta (politikas un ekonomikas ziņas; kultūra; dzīvesstils, ģimene un mājsaimniecība), īpaša uzmanība tiek pievērsta iedzīvotājiem, kuriem šis saturs medijos kopumā interesē. Aptaujas rezultāti liecina, ka interesenti saturu vērtē būtiski augstāk nekā tie, kuriem attiecīgās tēmas medijos neinteresē.

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2022	46%		47%		42%		48%	
	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs
	44%	21%	50%	25%	37%	17%	45%	20%
2021	43%		40%		45%		45%	
	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs
	45%	20%	48%	21%	46%	28%	43%	18%

Izlase: visi respondenti.

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

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2022	48%		50%		44%		50%	
	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs
	57%	33%	58%	38%	52%	28%	59%	32%
2021	44%		39%		45%		47%	
	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs
	53%	28%	48%	25%	52%	33%	60%	26%

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

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2022	46%		45%		43%		52%	
	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs
	61%	28%	62%	24%	56%	25%	65%	34%
2021	47%		44%		51%		46%	
	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs
	61%	31%	58%	29%	61%	38%	64%	25%

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

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2022	43%		46%		40%		43%	
	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs
	55%	30%	58%	34%	52%	26%	55%	29%
2021	39%		37%		40%		40%	
	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs	interesē žanrs	neinteresē žanrs
	52%	23%	51%	21%	50%	28%	55%	20%

IETEKME

Indikatora “Ietekme” uzdevums ir noskaidrot sabiedrisko mediju darbības rezultātu plašākā mērogā, tai skaitā to vidū, kas ikdienā sabiedriskos medijus nelieto. Iedzīvotāji vērtē sabiedrisko mediju nepieciešamību un lomu valsts attīstībā, kā arī uzticēšanos tiem. Aptaujas rezultāti liecina, ka tā ir būtiski augstāka nekā komercmedijiem un valsts pārvaldei. Tajā pašā laikā to vidū, kuri patērē sabiedriskos medijus, uzticēšanās valsts pārvaldei ir augstāka nekā to vidū, kuri ikdienā sabiedriskos medijus nelieto.



ANITA BRAUNA

Latvijas Radio galvenā
redaktore

“Sabiedrības uzticēšanās ir mediju pastāvēšanas pamats. Liels gandarījums, ka Latvijas Radio ir izdevies saglabāt augstu sabiedrības uzticēšanās līmeni par spīti ļoti sarežģītiem apstākļiem – ap 40% aptaujāto šovasar atzinuši, ka Latvijas Radio pilnībā vai drīzāk uzticas.

Kāpēc auditorijas uzticēšanās pašlaik nav vienkāršs uzdevums? Mēs joprojām jūtam sabiedrības viedokļu krasās polarizācijas sekas, ko izraisīja Covid-19 pandēmija, bet kvalitatīvie mediji šajā lielo neskaidrību un baiļu laikā ieņēma skaidru pozīciju, proti, nostājās zinātnes jeb pierādījumos balstītas medicīnas pusē, ko ne visi uztvēra kā pašsaprotamu izvēli.

Pandēmijas fonā Krievijas sāktais karš Ukrainā izraisīja jaunu nedrošības vilni, un cilvēki ar Latvijas drošību saistītos notikumus uztvēra un joprojām uztver ļoti saasināti. Tas, kas agrāk bija vispārpieņemta žurnālistikas prakse (piemēram, neitralitāte ziņu žurnālistikā), tagad daudzu acīs ir kļuvis par mediju “vājuma” un “patriotisma trūkuma” pazīmi. Mēs esam daudz mācījušies, lai pārorientētos darbam kara apstākļos, arī izstrādājuši kara žurnālistikas vadlīnijas. Taču vienlaikus sapratuši, ka Krievijas tuvuma dēļ klausītājs Ukrainas kara notikumu atspoguļojumā mums nepiedod to, kas Rietumeiropas medijos ir standarta prakse. Viens nepārdomāts vārds vai viens citāds viedoklis dažkārt var izraisīt milzu sašutuma vilni.

Visbeidzot, nu jau varētu teikt, ka Latvijā vēsturiski ir problēmas ar uzticēšanos medijiem, ne velti tā ir zemāka nekā pārējās Baltijas valstīs. Kopš 90. gadiem oligarhiem piederošie un viņu interesēs strādājošie mediji nenogurstoši sēja domu, ka nevienam nevar uzticēties, visi ir pērkami, visi strādā kāda interesēs.

Diemžēl šī sēkla ir kritusi auglīgā augsne. Mērķtiecīgi organizēti uzbrukumi sabiedriskajiem medijiem turpinās joprojām, un sociālās tīklošanās platformas tiem ir kļuvušas par efektīvu rīku.

Protams, mēs apzināmies, ka Latvijas Radio klausītājs pamatoti ir ļoti prasīgs. Mēs ne dienu nevaram atslābt un aizmirst, ka sabiedrība no mums sagaida visaugstākos profesionālās darbības un ētikas standartus, kā arī viņu daudzveidīgajām interesēm atbilstošu saturu.”

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	41%	43%	44%	35%
2021	39%	42%	44%	32%

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

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

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	51%	54%	56%	40%
2021	48%	52%	52%	37%

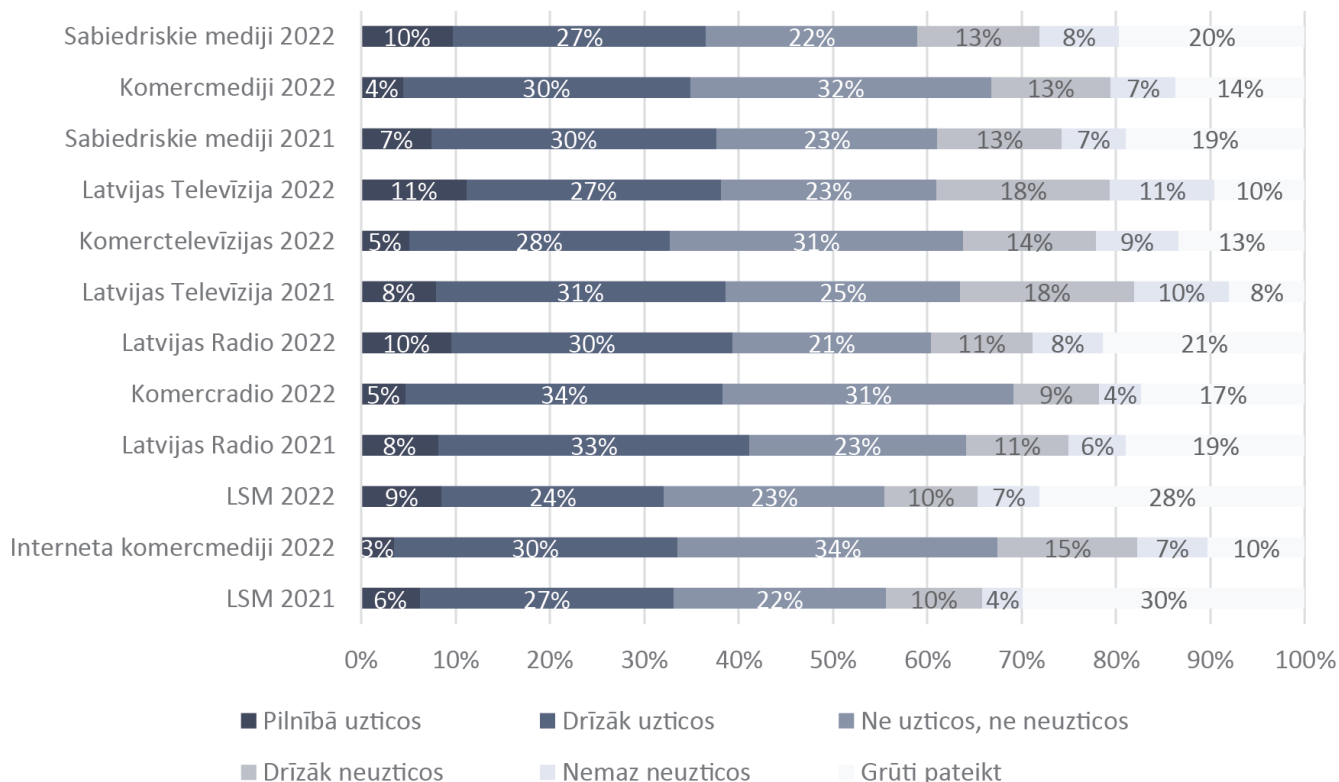
29. Cik lielā mērā jūs UZTICATIES sabiedriskajam medijam (LTV/LR/LSM) kopumā?

GADS	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	45%	42%	50%	44%
2021	46%	42%	51%	47%

30. Cik lielā mērā jūs UZTICATIES Latvijas komercmedijiem kopumā?

GADS	KOPĀ	KOMERCTELEVĪZIJA	KOMERCRAUDIO	ZIŅU PORTĀLIEM
2022	40%	37%	46%	37%

Sabiedrības uzticēšanās



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

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2022	30%		28%		30%		31%	
	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz
	32%	16%	38%	19%	36%	23%	37%	23%
2021	27%		24%		28%		28%	
	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz	Sabiedriskie mediji sasniedz	Sabiedriskie mediji nesasniedz
	29%	21%	29%	17%	33%	22%	32%	22%

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

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

GADS	KOPĀ	LTV		LR		LSM	
2022	45%	40%		46%		45%	
		LTV1	33%	LR1	25%	LV	32%
		LTV7	32%	LR2	29%	RUS	13%
				LR3	12%	ENG	4%
				LR4	12%	REplay	19%
				LR5	17%	Bērnistaba	9%
						YouTube 16+	9%
2021	46%	41%		49%		49%	
		LTV1	34%	LR1	25%	LV	38%
		LTV7	33%	LR2	29%	RUS	18%
				LR3	11%	ENG	6%
				LR4	15%	REplay	20%
				LR5	18%	Bērnistaba	10%
						YouTube 16+	11%

IEGULDĪTO LĪDZEKĻU ATDEVE

Valsts finansējums sabiedriskajiem medijiem Latvijā ir viens no zemākajiem Eiropā. Tā apjoms nav stingri noteikts Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumā, bet gan katru gadu tiek pārskatīts ar Saeimas lēmumu. Šobrīd sabiedriskie mediji ir pilnībā izgājuši no reklāmas tirgus, un saturs tiek veidots no valsts budžeta piešķirtās ikgadējās dotācijas. Vairums Latvijas iedzīvotāju (41%) atturas vērtēt satura kvalitāti pret saņemtā finansējuma apjomu uz katru pieaugušo. Tajā pašā laikā tie, kuri abonē vismaz kādu mediju pakalpojumu (straumēšanu, avīzes, žurnālus u.tml.), ievērojami biežāk uzskata, ka saturs ir vismaz atbilstošs saņemtajai naudai – ja ne pat vērtīgāks un daudzveidīgāks nekā piešķirtā valsts budžeta dotācija. Līdzīga tendence, kad vērtējums ir pozitīvāks, novērojama starp tiem, kuri patērē sabiedriskos medijus ikdienā.

33. Valsts finansējums uz katru pieaugušo Latvijas iedzīvotāju sabiedriskajam medijam vienā mēnesī veido XX EUR.* Kā jūs novērtētu saturu, kuru rada sabiedriskais medijs par šādu summu no katra iedzīvotāja?

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2022	57%		51%		60%		62%	
	sasniedz	nesasniedz	sasniedz	nesasniedz	sasniedz	nesasniedz	sasniedz	nesasniedz
	62%	30%	55%	30%	65%	31%	67%	29%
	abonē	neabonē	abonē	neabonē	abonē	neabonē	abonē	neabonē
	59%	47%	54%	37%	63%	49%	64%	56%

*Atkarībā no paneļa jautājuma pirmais teikums formulēts šādi:

Latvijas Televīzija: Valsts finansējums uz katru pieaugušo Latvijas iedzīvotāju Latvijas Televīzijai vienā mēnesī veido 1.37 EUR.

Latvijas Radio: Valsts finansējums uz katru pieaugušo Latvijas iedzīvotāju Latvijas Radio vienā mēnesī veido 0.67 EUR.

LSM: Valsts finansējums uz katru pieaugušo Latvijas iedzīvotāju interneta portālam LSM vienā mēnesī veido 0.05 EUR.

GADS	Izlase: visi respondenti	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2021	Ir ievērojami augstvērtīgāks un daudzveidīgāks	3%	3%	4%	2%
	Ir augstvērtīgāks un daudzveidīgāks nekā saņemtā nauda	7%	7%	7%	8%
	Atbilstošs saņemtajai naudai	23%	25%	24%	22%
	Varētu būt labāks un daudzveidīgāks saturs	10%	14%	9%	8%
	Varētu būt ievērojami labāks un daudzveidīgāks saturs	15%	19%	14%	11%
	Grūti pateikt	41%	32%	43%	49%
GADS	Izlase: Sabiedrisko mediju satura lietotāji	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2022	Ir ievērojami augstvērtīgāks un daudzveidīgāks	13%	17%	12%	9%
	Ir augstvērtīgāks un daudzveidīgāks nekā saņemtā nauda	11%	15%	9%	9%
	Atbilstošs saņemtajai naudai	26%	27%	27%	25%
	Varētu būt labāks un daudzveidīgāks saturs	9%	8%	8%	10%
	Varētu būt ievērojami labāks un daudzveidīgāks saturs	3%	4%	4%	2%
	Grūti pateikt	38%	29%	39%	46%

4. KARŠ UKRAINĀ

Kopš šī gada 24. februāra sabiedrisko mediju saturs ir ievērojami mainījies – būtisku daļu aizņem Ukrainā notiekošā kara atspoguļojums. Visbiežāk respondenti ir apmierināti ar sabiedrisko mediju sniegumu par šo tematiku. It īpaši tas novērojams to iedzīvotāju vidū, kuriem interesē informācija medijos par karu Ukrainā – vairums šo respondentu kara atspoguļojumu novērtējuši pozitīvi.



SIGITA ROĶE

LTV galvenā redaktore

“Pirmo reizi sabiedriskā labuma mērījumā tika iekļauts jautājums par kara Ukrainā atspoguļojumu. Tas ir ļoti augsts novērtējums, jo šis gads līdz šim mums neapšaubāmi pagājis Ukrainas zīmē.

Šie ir jauni apstākļi gan mums, gan mūsu auditorijai. Sabiedrība ļoti rūpīgi sekojusi līdzī mūsu saturam, un tai ne mirkli nav bijis vienalga, ko un kā stāstām, tas uzlicis vēl lielāku atbildību izvērtēt visu, kas parādās Latvijas Televīzijas ēterā.

Ukrainas saturu esam plānojuši ļoti rūpīgi, lai analizētu un ziņotu gan par aktuālajiem karadarbības notikumiem, gan par ukraiņu civiliedzīvotāju piedzīvoto un bēgļu gaitām. Par pasaules un Latvijas reakcijām, rīcībām un iniciatīvām.

Mūsu filmēšanas komandas vairākkārt bijušas Ukrainā un par redzēto stāstījušas ne tikai ziņās, bet arī dokumentālajās filmās. Skatītāji noteikti pamanīja tiešraides no Ukrainas atbalsta gājieniem un koncertiem. Visos nozīmīgākajos notikumos esam bijuši klāt, skaidri paužot atbalstu ukraiņiem šajā Krievijas uzsāktajā brutālajā karā.

Gandarījums, ka šis saturs ir pamanīts un novērtēts. Mēs ļoti labi apzināmies, ka informēt par Ukrainā notiekošo ir būtiski, ka mums jāturpina aktīvi sekot līdzī un stāstīt gan par aktualitātēm, gan kara ietekmēm, sekām un prognozēm.”

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LS	
2022	45%		45%		46%		45%	
	interesē	neinteresē	interesē	neinteresē	interesē	neinteresē	interesē	neinteresē
	47%	13%	55%	13%	45%	12%	43%	14%

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

34. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) piedāvā vērtīgu un saistošu saturu par karadarbību Ukrainā.

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2022	48%		47%		48%		50%	
	interesē karš Ukrainā	neinteresē karš Ukrainā	interesē karš Ukrainā	neinteresē karš Ukrainā	interesē karš Ukrainā	neinteresē karš Ukrainā	interesē karš Ukrainā	neinteresē karš Ukrainā
	61%	18%	61%	16%	61%	17%	62%	22%

35. Mani apmierina, kā sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) ir atspoguļojis Ukrainā notiekošo karadarbību.

GADS	KOPĀ		LTV		LR		LSM	
2022	45%		46%		45%		42%	
	interesē karš Ukrainā	neinteresē karš Ukrainā	interesē karš Ukrainā	neinteresē karš Ukrainā	interesē karš Ukrainā	neinteresē karš Ukrainā	interesē karš Ukrainā	neinteresē karš Ukrainā
	56%	18%	50%	42%	50%	27%	49%	24%

