



Sabiedrisko mediju sabiedriskais labums 2026: iedzīvotāju aptaujas rezultāti

Dr. sc. soc. Andris Saulītis

27.01.2026

Metodoloģija

- Reprezentatīva iedzīvotāju aptauja veikta no 2025. gada 8. decembra līdz 2026. gada 8. janvārim
 - 2026. gadā ievāktas 229 anketas (7%)
- Aptaujas dizains nemainīgs salīdzinājumā ar aptauju, kas ievākta no 27.01.2025.-11.02.2025.
 - 3,330 respondenti trīs nacionāli reprezentatīvos paneļos (CAWI)
- Jautājumi izmantoti deviņu indikatoru aprēķinā saskaņā ar SEPLP apstiprināto metodoloģiju
 - Četri caurviju rādītāji (Sasniedzamība; Kvalitāte; Ietekme; Atdeve): iekļauj visus respondentus
 - Piecas sabiedriskā labuma mērķa kategorijas (Sabiedrība; Demokrātija; Kultūra; Zināšanas; Radošums): vērtē satura lietotāji
- Papildus:
 - Sabiedrības intereses un sabiedriskā medija loma polarizācijas novēršanā
 - Sabiedriskā labuma vērtējums pēc ideoloģiskām/vērtību pozīcijām & aktivitātes
- Rīcība ārkārtas situācijās un sabiedriskā medija nozīme

Par metodoloģiju

- **Metodoloģijas pamats ir novecojis**

- Daudzi jautājumi ir balstīti subjektīvās sajūtās, kaut gan šobrīd informācija ir pieejama no neatkarīgiem, objektīviem avotiem (sasniedzamība)

- **Jo dziļāk mežā, jo vairāk malkas**

- *«Jo detalizētākas zināšanas cilvēks iegūst par empīrisko realitāti, jo vairāk viņš redzēs troksni un sajauks to ar faktisko informāciju.»*

- Taleb Nicholas, Nassim. *The Black Swan. Second Edition*. Random House, 2010. 144. lpp.

- **Daudzas kategorijas pārklājas**

- **Indikatori nav informatīvi**

- **Daudzos jautājumos sabiedrība atturas**

- **Mērķgrupu izlase ir neliela**

- **Nav konstatējama tieša cēloņsakarība starp LSM darbību un rezultātu**

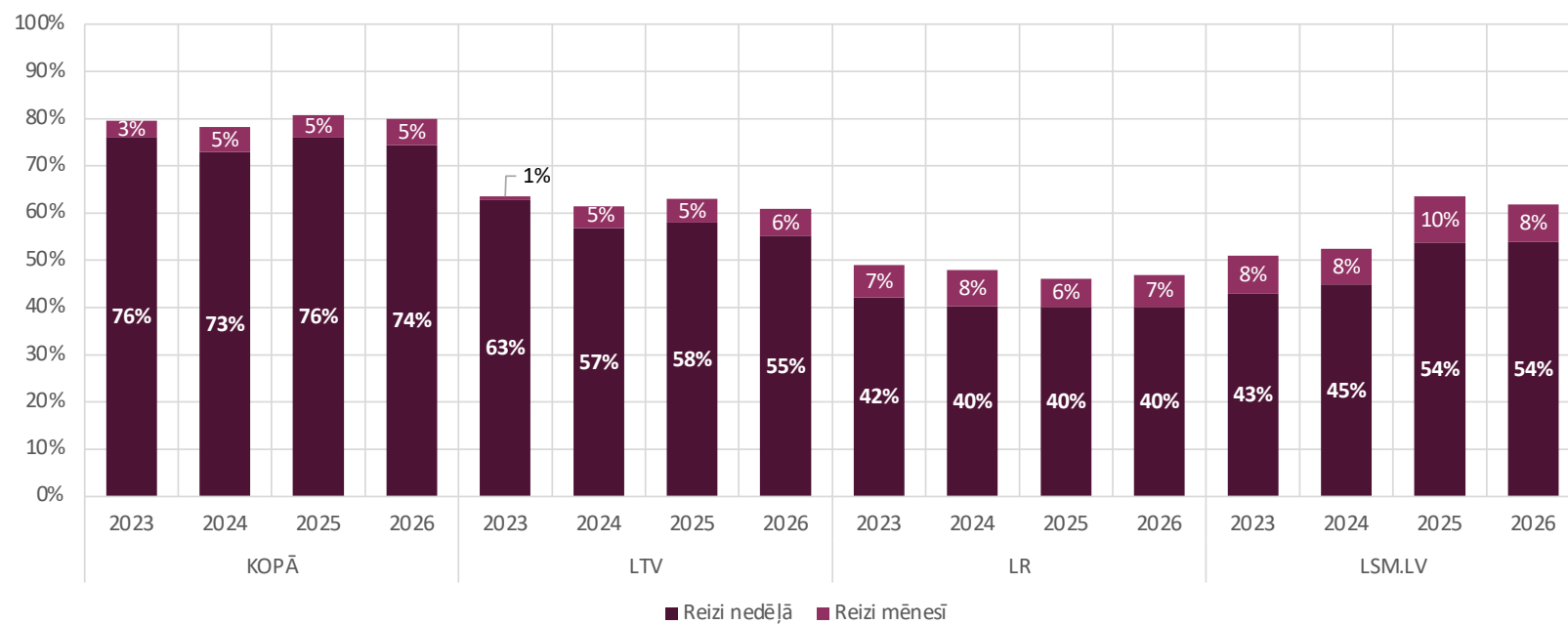
Rezultāti īsumā

- Sasniedzamība ir nebūtiski kritusies par 2pp: reizi nedēļā sasniedz 74% (mērķis: 79%)
- Indikatori ir lielākoties ar negatīvu tendenci, bet statistiskās kļūdas ietvaros ($p > 0.05$)
 - Pērn indikatori bija lielākoties ar pozitīvu tendenci, bet statistiskās kļūdas ietvaros
 - Novērojamās svārstības lielākajā daļā gadījumu ir statistiskais troksnis
- Trīs gadu laikā reti novērojamas būtiskas izmaiņas - salīdzinājumā ar būtisko kritumu laikā starp 2022. & 2023. gadu



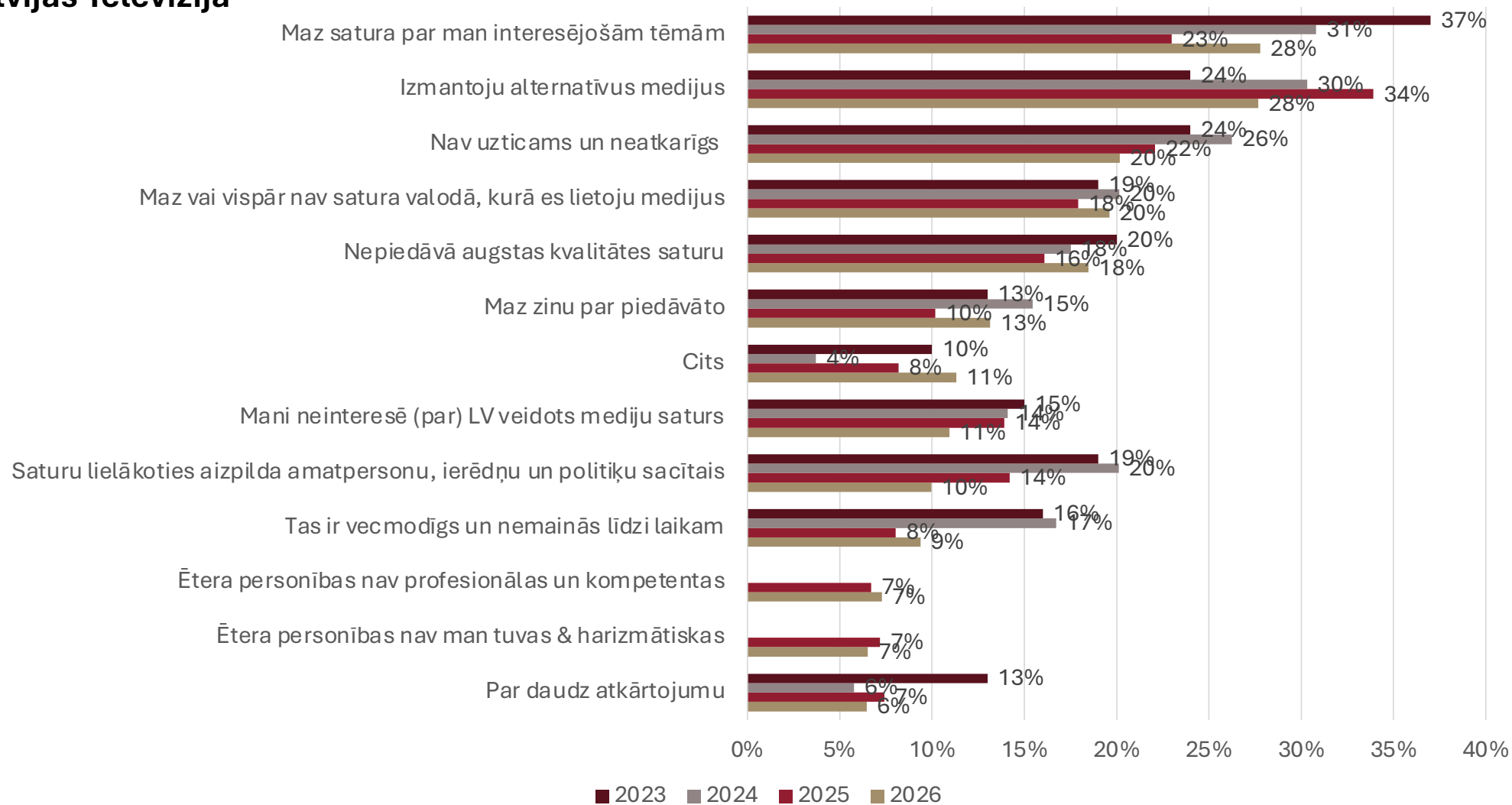
Sasniedzamība

Sasniedzamība: Visi respondenti

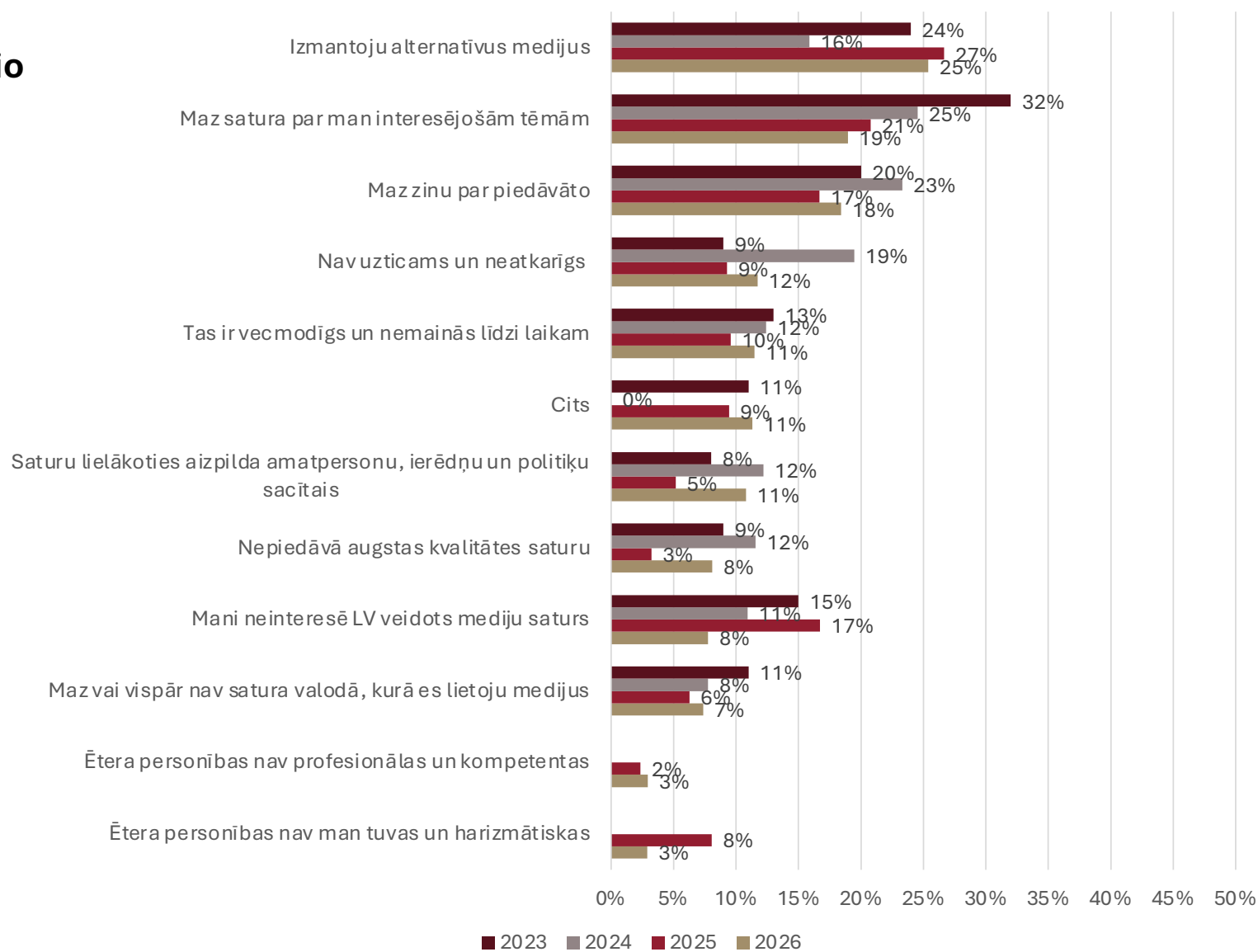


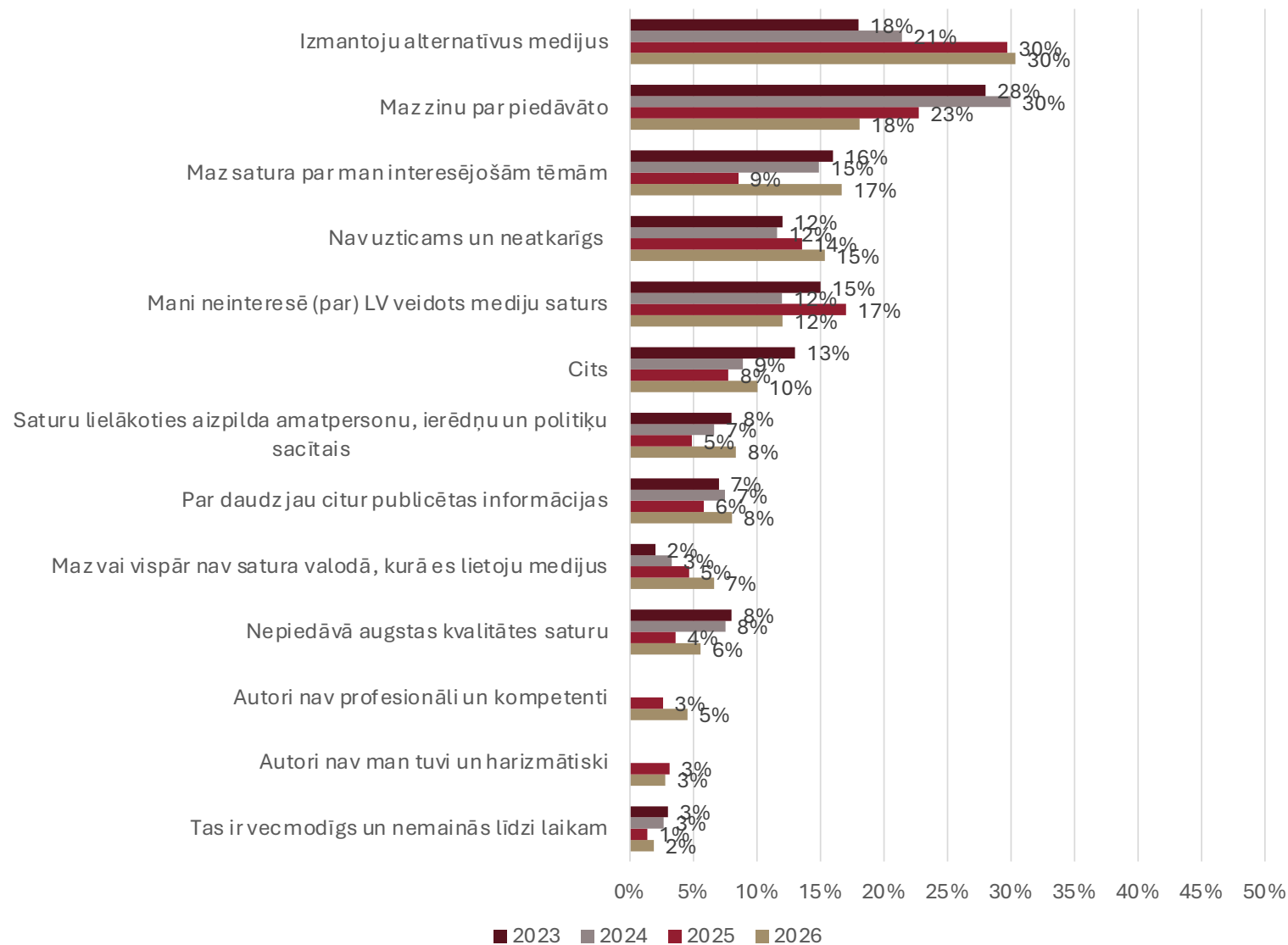
Janvāris n3	Unikālie lietotāji		Pavadītais laiks	
	2024	2026	2024	2026
Delfi	622 896	541 680	23m 59s	20m 25s
Tvnet	663 040	602 224	27m 53s	19m 47s
Rīgas Viļņi	485 008	480 960	20m 0s	15m 59s
LSM	465 392	409 472	27m 36s	35m 47s

Latvijas Televīzija



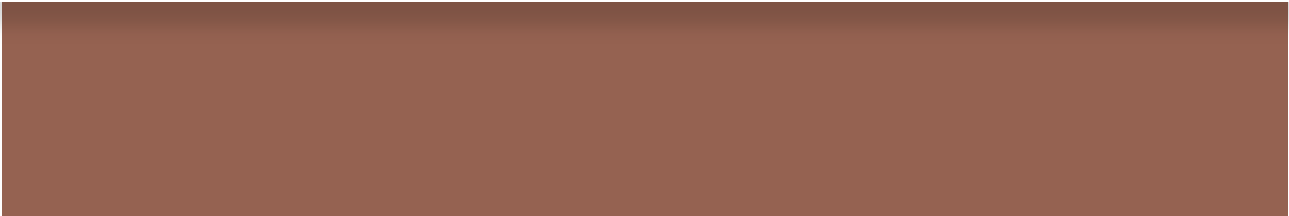
Latvijas Radio



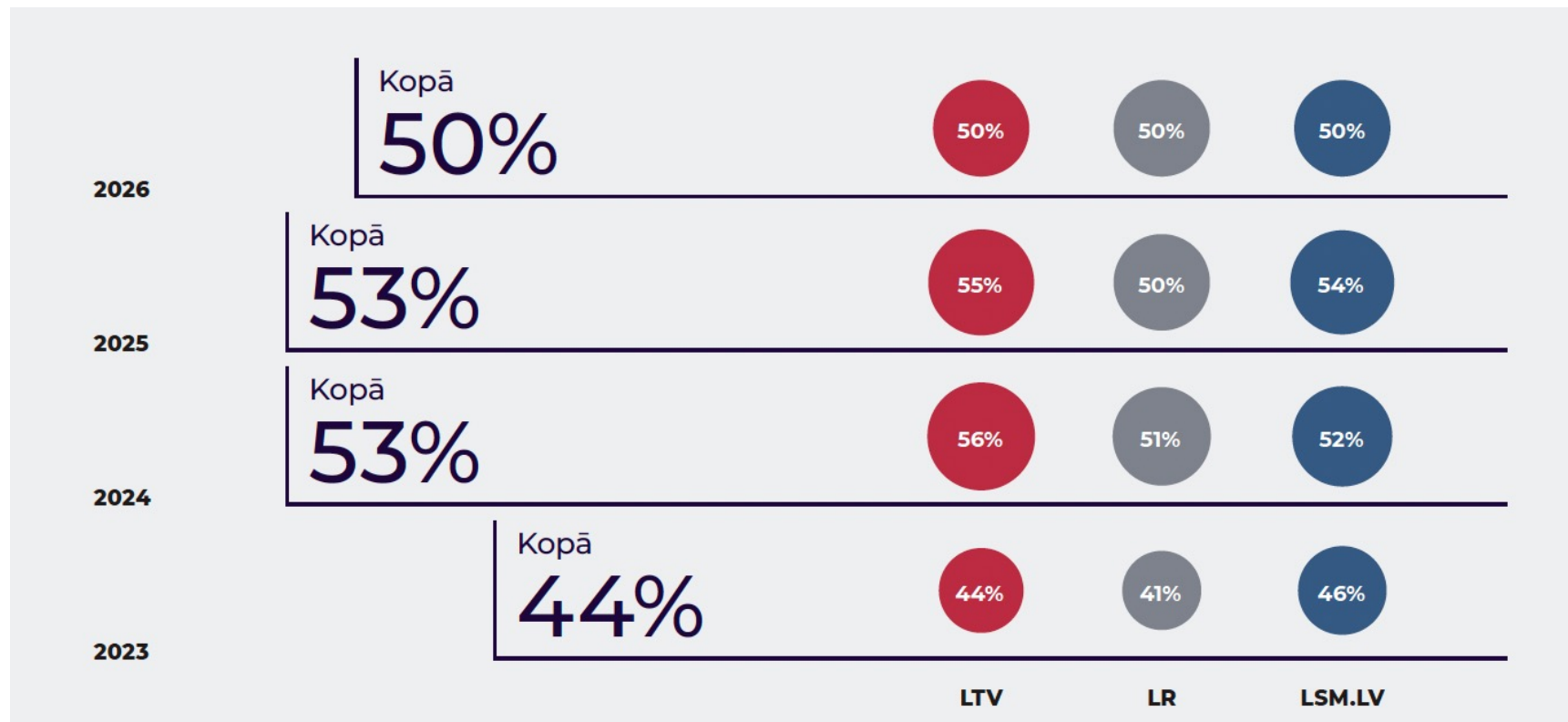




Kvalitāte & Ietekme

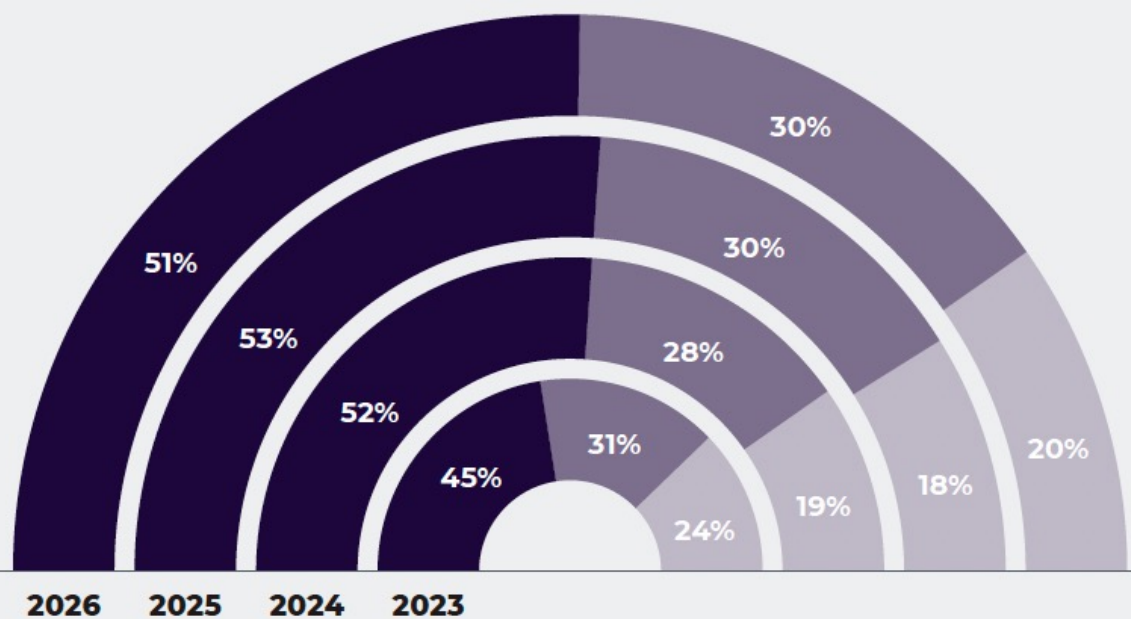


Kvalitāte

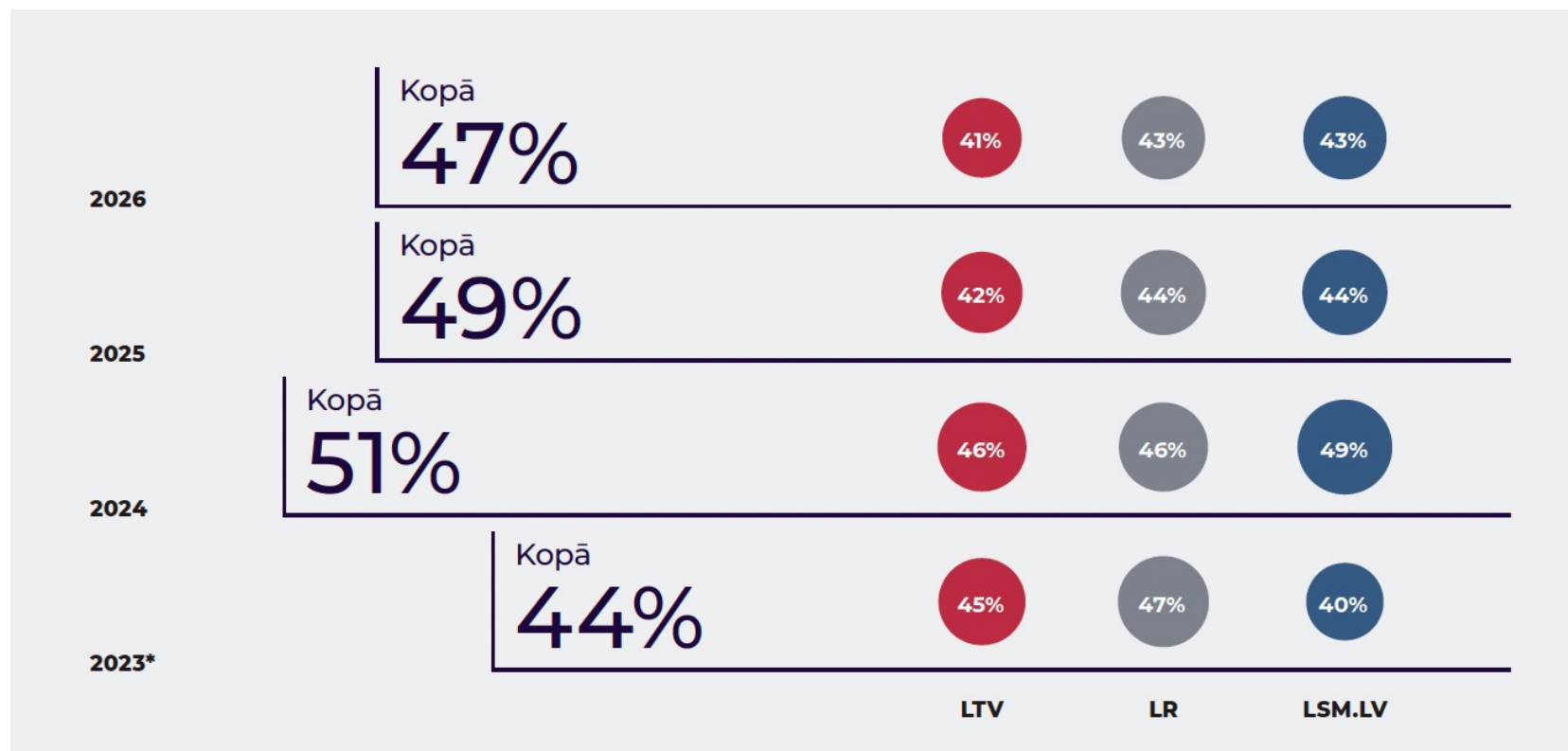


40. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM.LV) piedāvā kvalitatīvu saturu

- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu

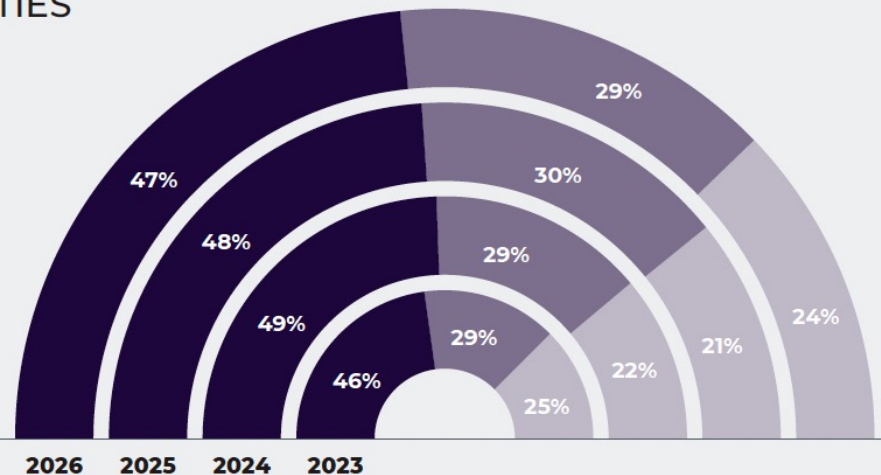


Ietekme



**47. Cik lielā mērā Jūs UZTICATIES
Sabiedriskajam medijam
(LTV/LR/LSM.LV)?**

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



LTV

27%	24%	25%	30%
28%	29%	27%	26%
44%	47%	48%	44%
2026	2025	2024	2023

LR

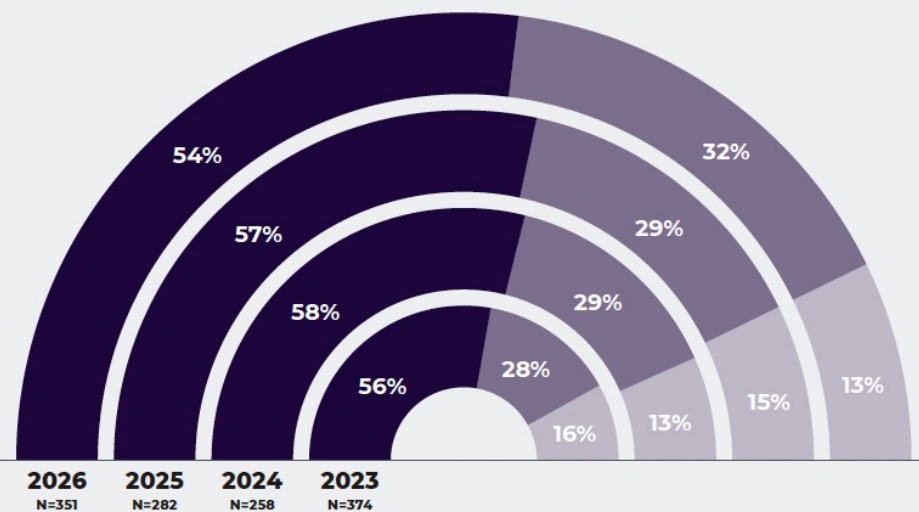
22%	20%	20%	22%
27%	29%	28%	29%
50%	51%	52%	50%
2026	2025	2024	2023

LSM.LV

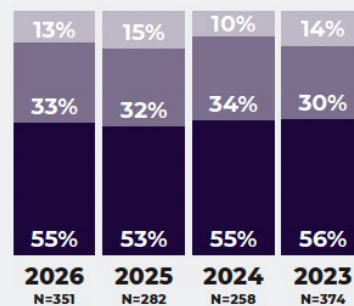
21%	20%	20%	24%
31%	32%	32%	34%
48%	48%	49%	43%
2026	2025	2024	2023

Jaunieši (15–24)

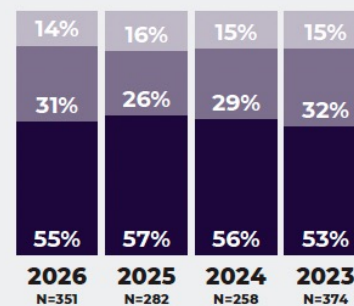
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



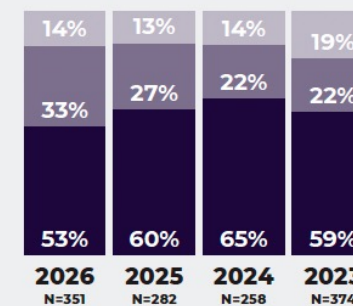
LTV



LR

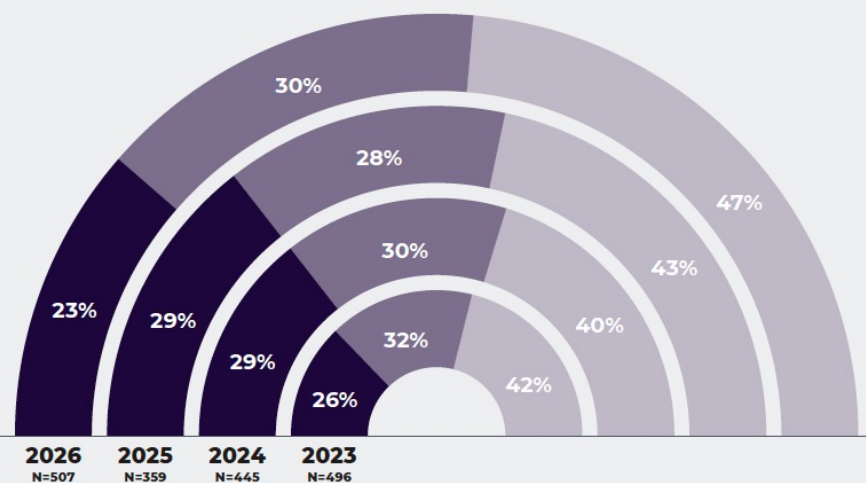


LSM.LV

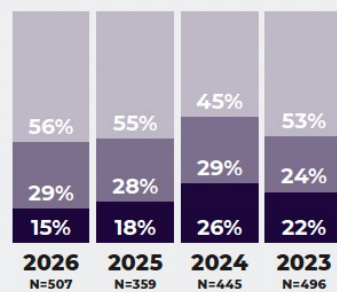


Mazākumtautības

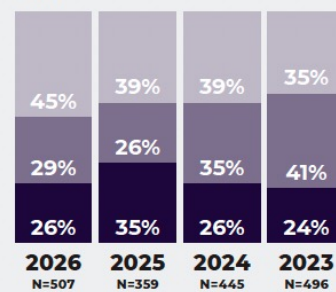
- Drīzāk uzticos, pilnībā uzticos
- Drīzāk neuzticos, ne uzticos, ne neuzticos
- Nemaz neuzticos



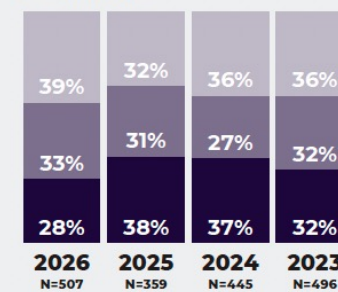
LTV



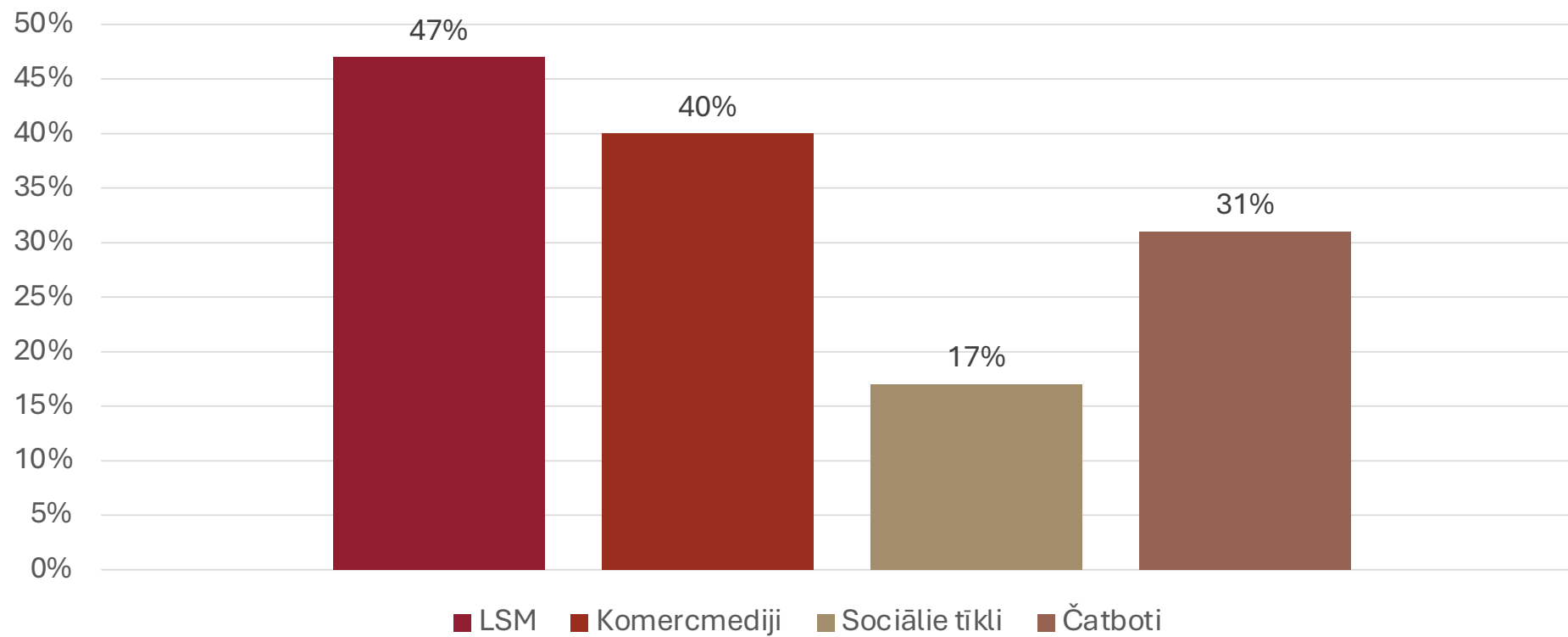
LR



LSM.LV



Uzticēšanās



56. Ja Latvijā notiktu kāda ārkārtas situācija (piemēram, trauksmes sirēnas, milzīgi vētras postījumi, sprādziena vilnis), kur jūs mēģinātu noskaidrot drošticamu informāciju, kas notiek un kā rīkoties? Lūdzu atzīmējiet trīs svarīgākos informācijas avotus!

Sabiedriskajos medijos
(Latvijas Televīzija, Latvijas Radio, LSM.LV),
tai skaitā sociālajos tīklos

53%

Zvanītu uz valsts palīdzības dienestiem
(policija, ugunsdzēsēji, ātrā palīdzība)

33%

**Mēģinātu sazināties
ar kādu tuvinieku, draugu, paziņu**

26%

Zvanītu uz pašvaldības dienestiem
(pašvaldības policija,
komunālais serviss, utml.)

20%

Komerccmedijos
(DELFI, TVNET, KASJAUNS u.c.), tai skaitā
sociālajos tīklos

19%

**Grupu tērzētavās ar kaimiņiem,
radiem, draugiem**
(Whatsapp, Telegram)

13%

**Meklētu, ko vēstī personības, viedokļu
līderi, kurām sekoju sociālajos tīklos**
(Facebook, X, Instagram)

10%

Tematiskajos tērzētavu kanālos
(Whatsapp, Telegram)

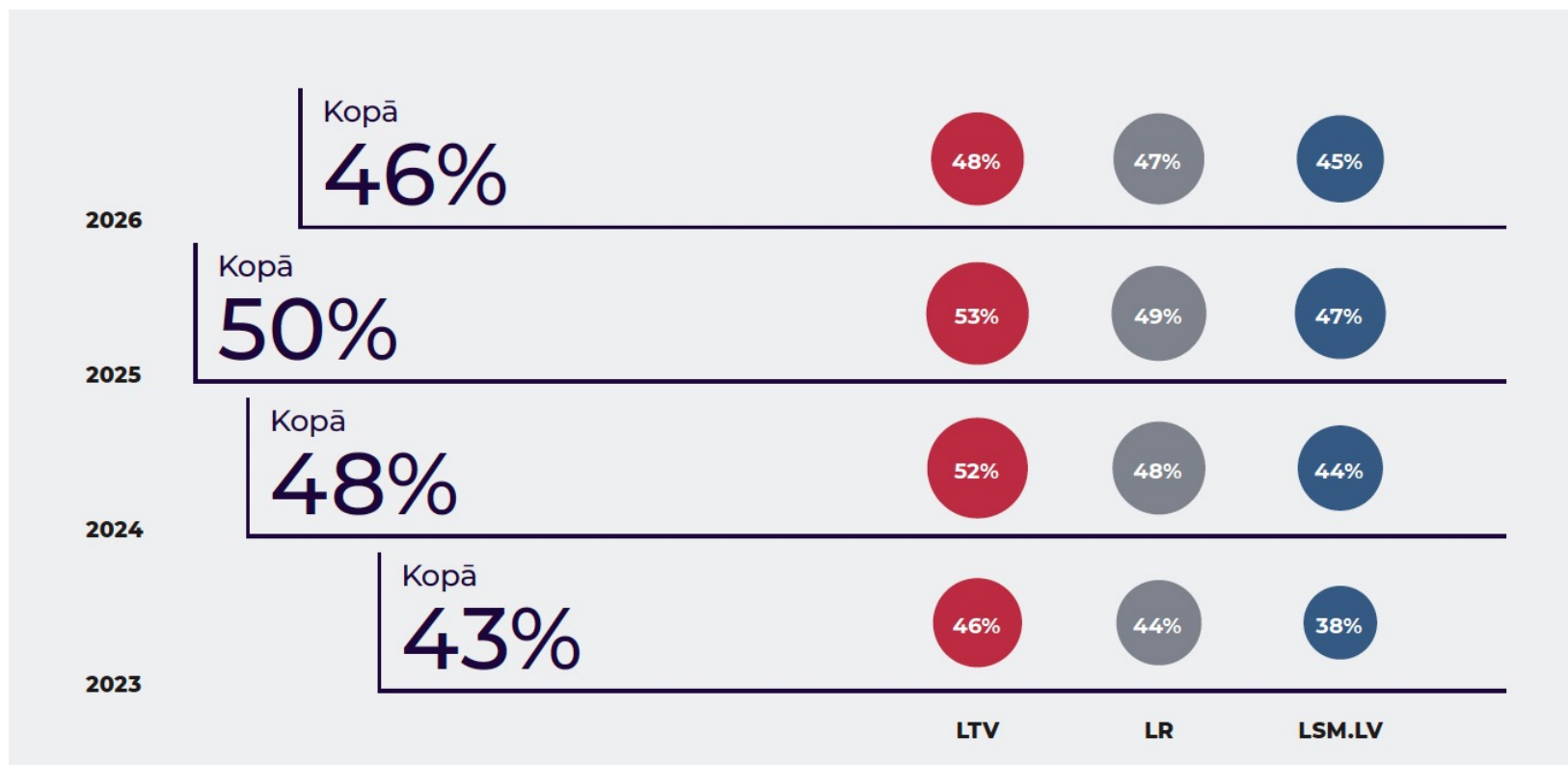
6%



Kultūra, Zināšanas & Radošums

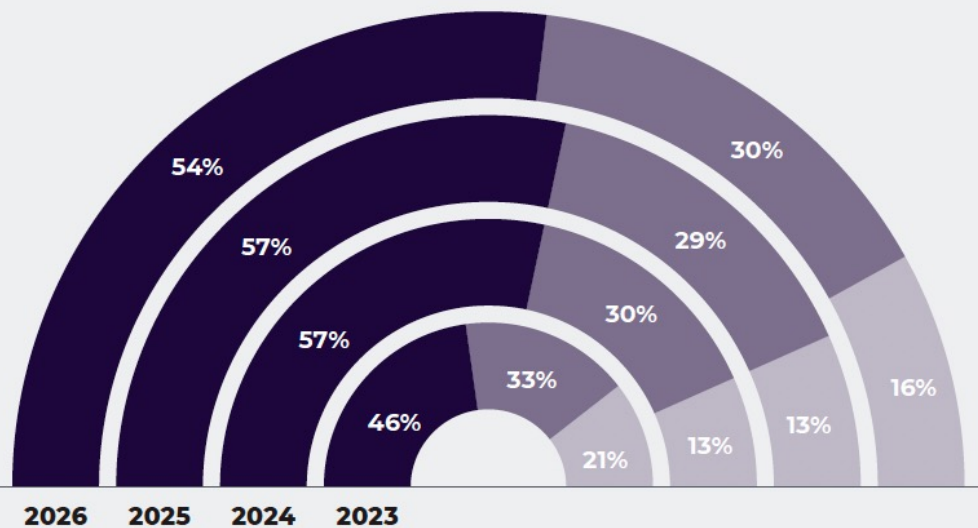


Kultūra

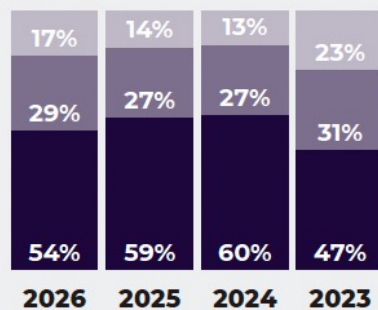


42. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM.LV) piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par kultūru

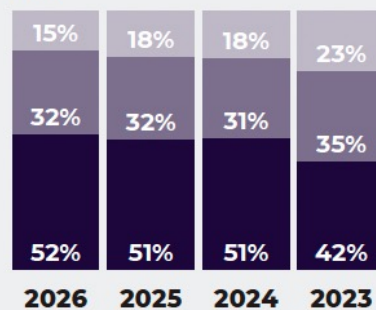
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



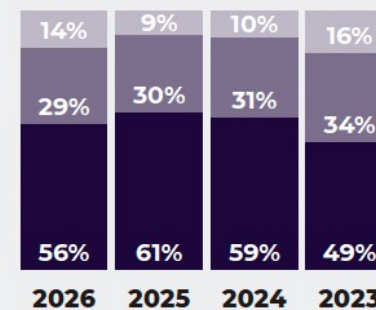
LTV



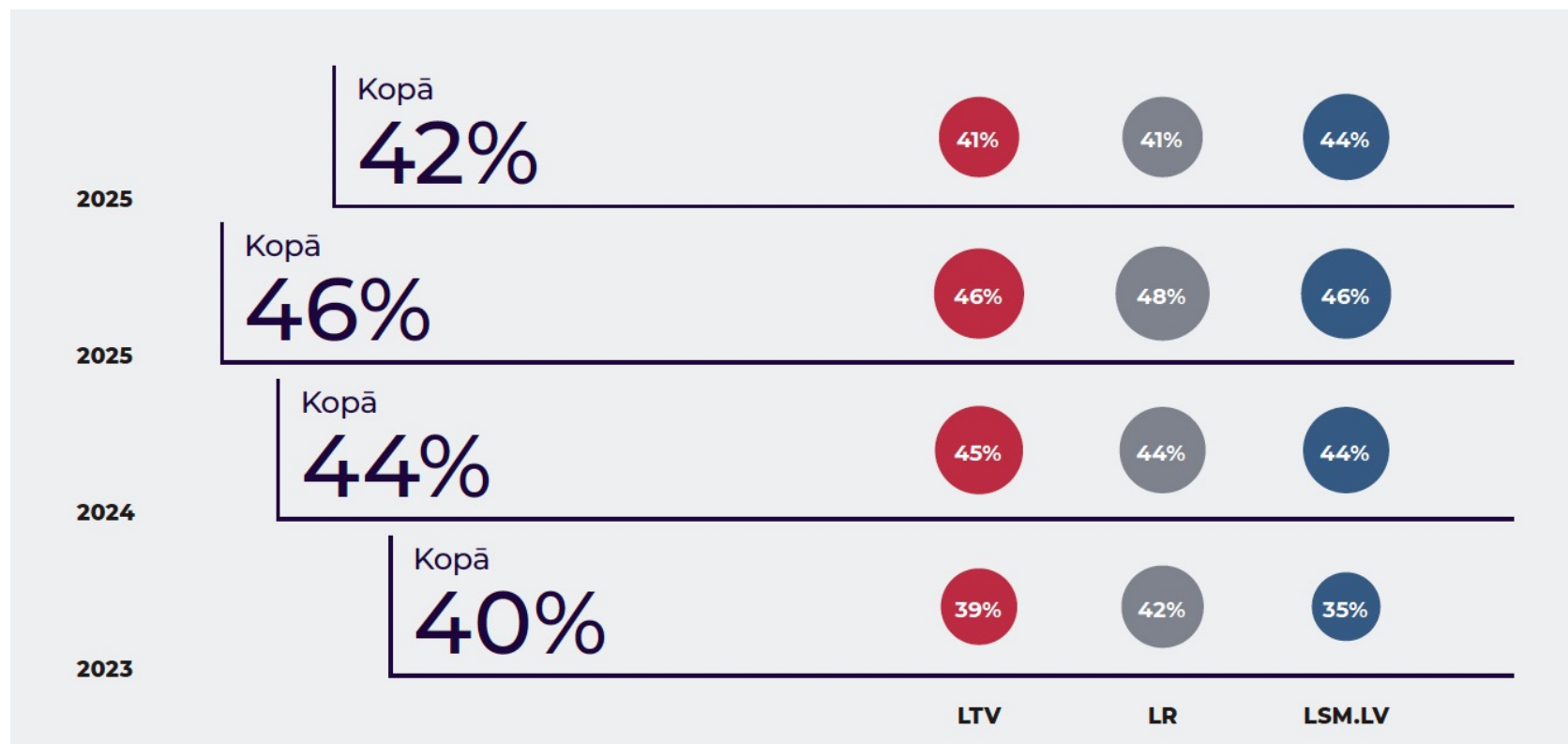
LR



LSM.LV

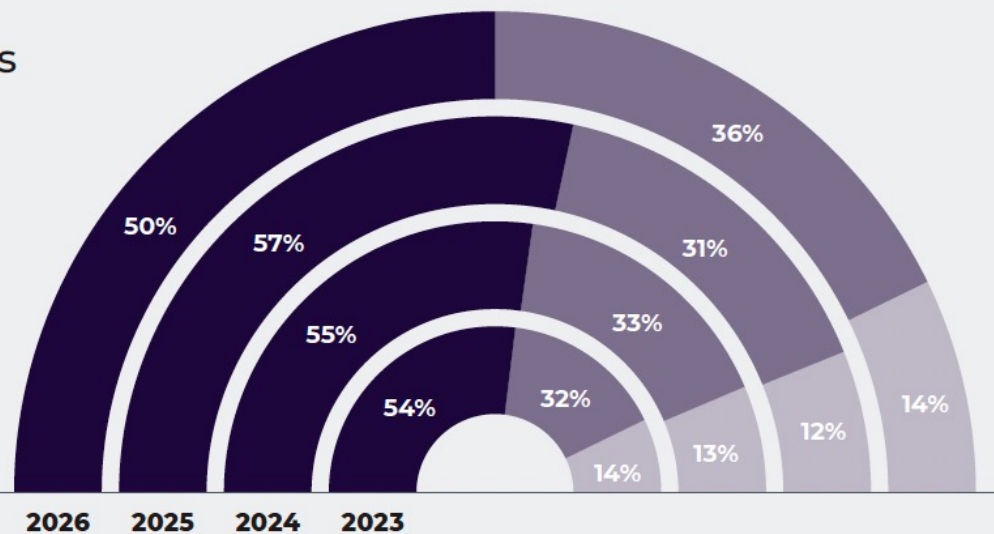


Zināšanas

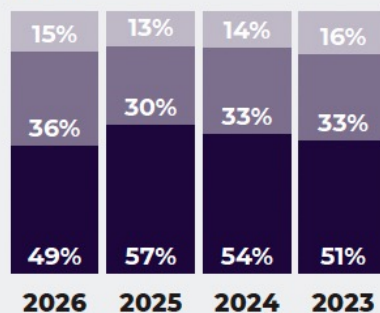


21. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM.LV) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par *Finanšu, nodokļu un naudas* *jautājumiem*

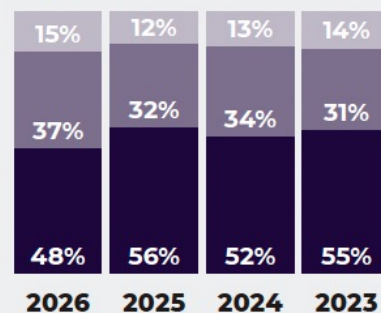
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



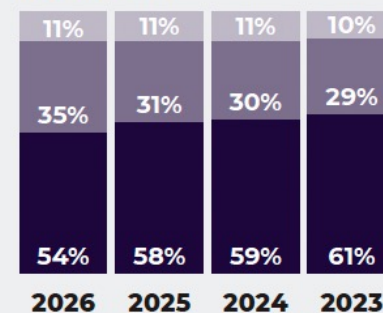
LTV



LR

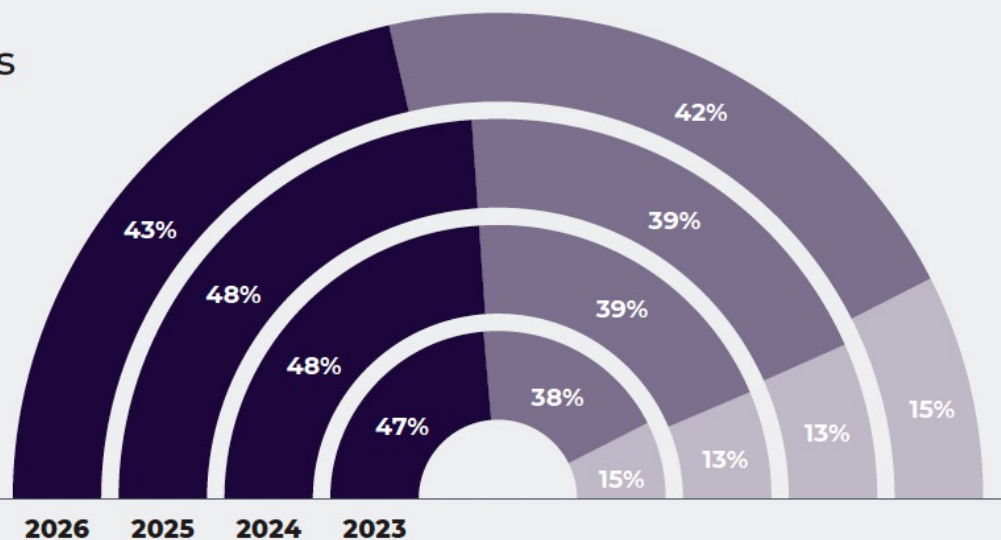


LSM.LV

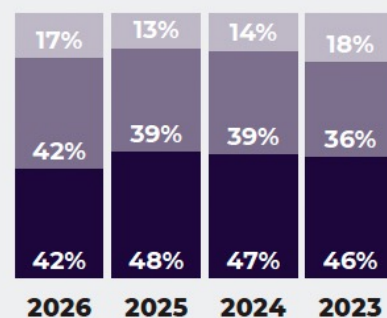


23. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM.LV) sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par *Uzņēmējdarbību*

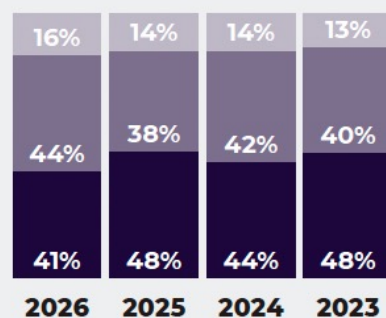
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



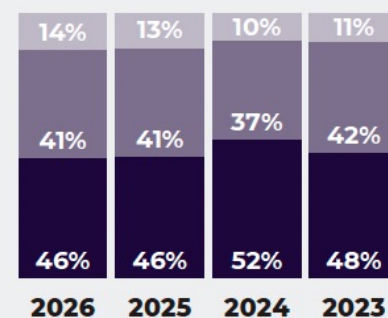
LTV



LR

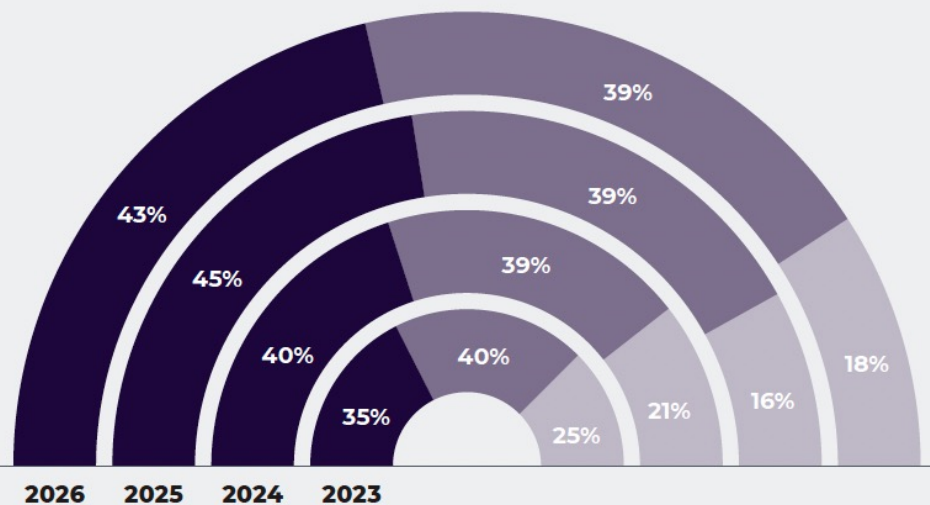


LSM.LV

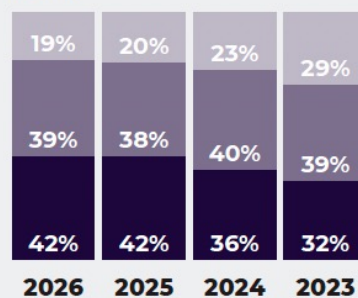


31. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM.LV) nodrošina saturu par *sabiedrības fizisko un mentālo veselību*

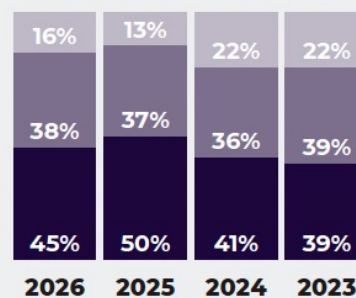
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



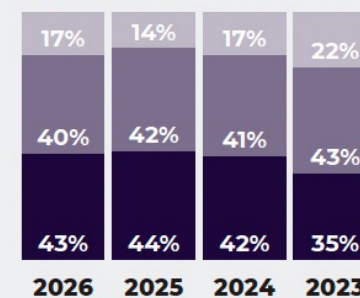
LTV



LR

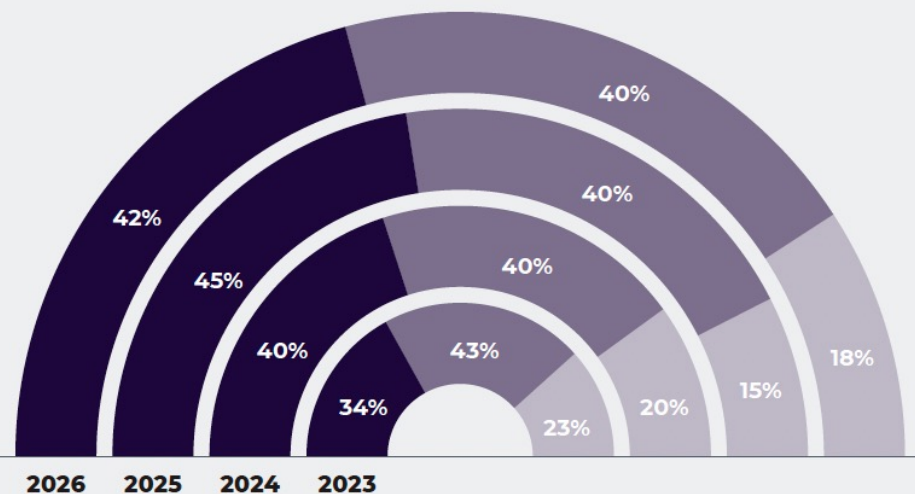


LSM.LV

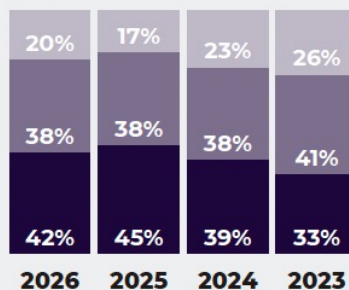


32. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM.LV) nodrošina saturu par attiecību veidošanu ģimenē un ar bērniem

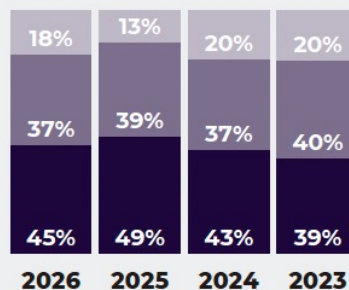
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



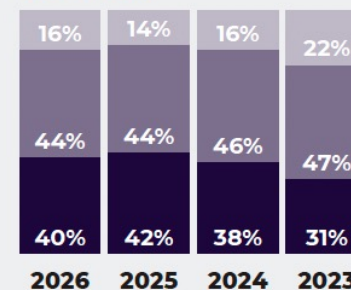
LTV



LR



LSM.LV

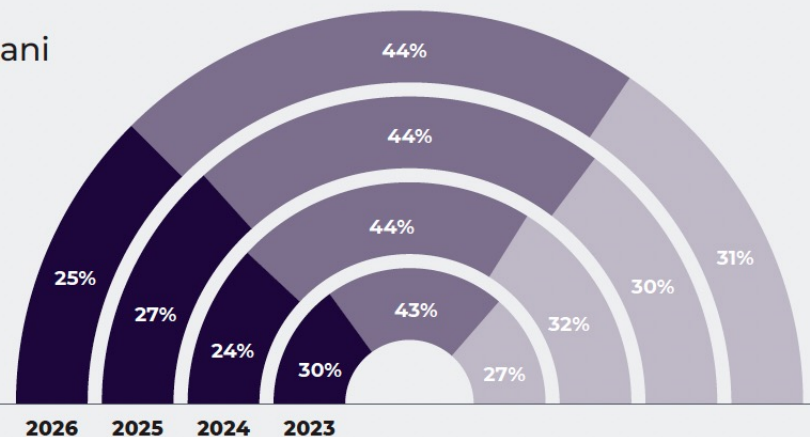


Izlasa: Visi respondenti

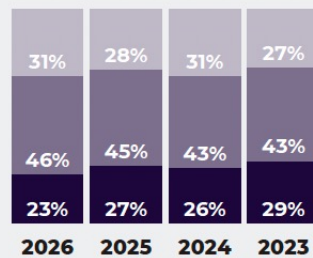
RADOŠUMS

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

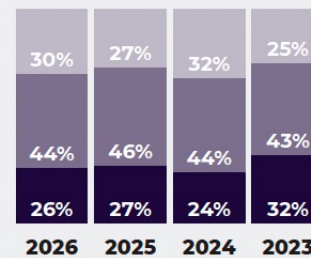
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



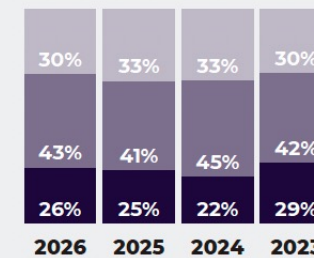
LTV



LR



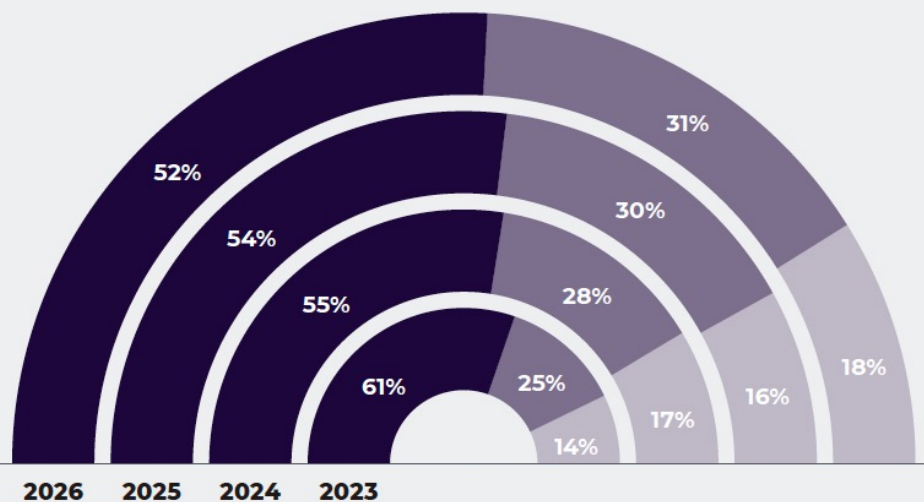
LSM.LV



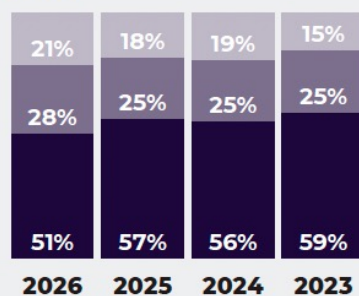
Sabiedrība & Demokrātija

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

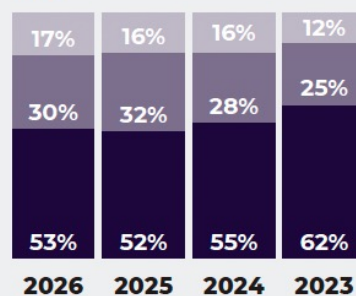
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



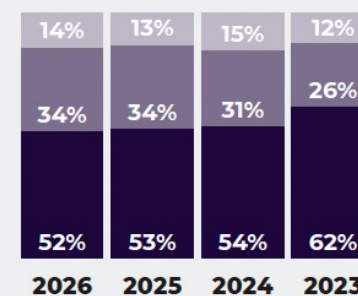
LTV



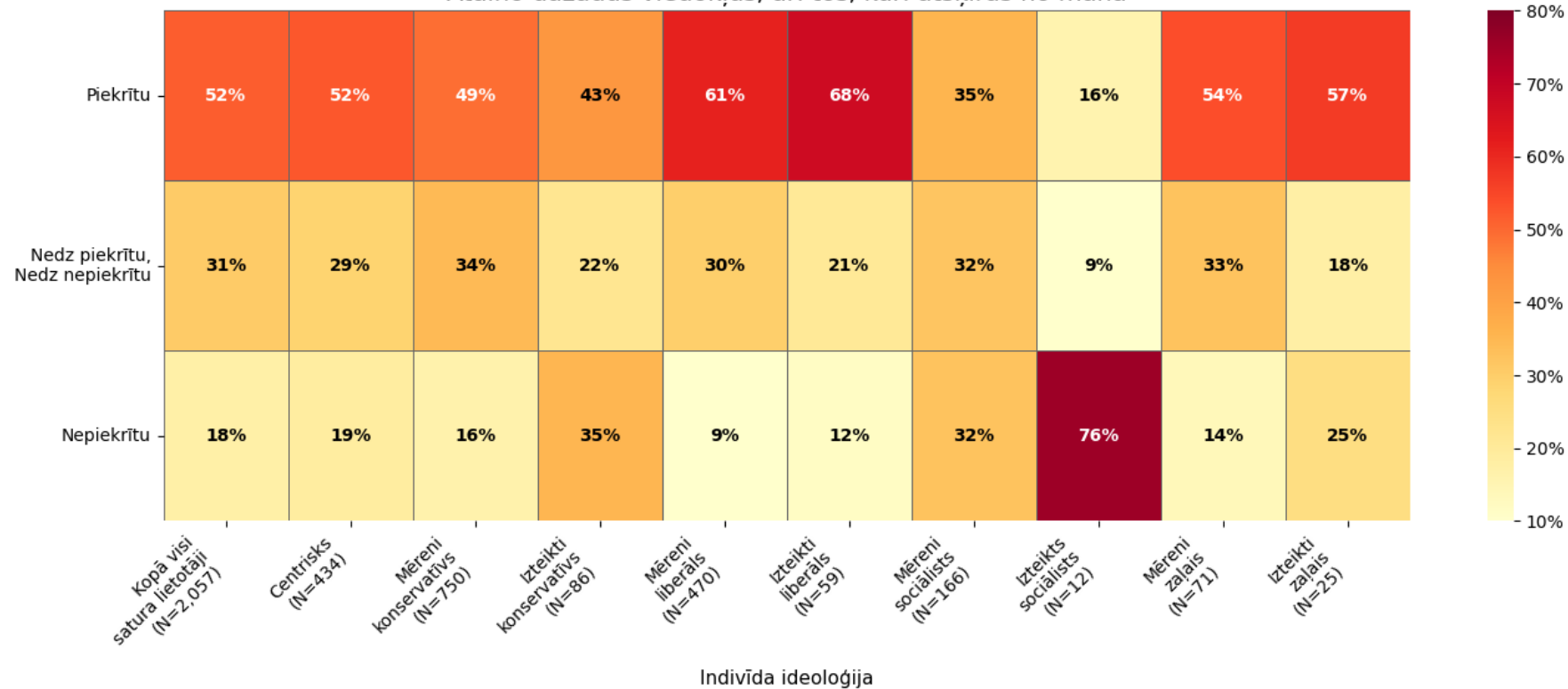
LR



LSM.LV

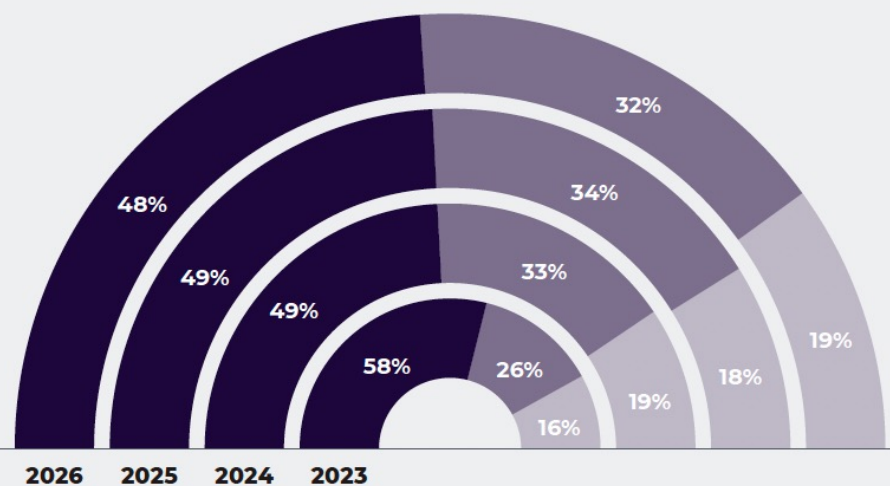


Ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no mana

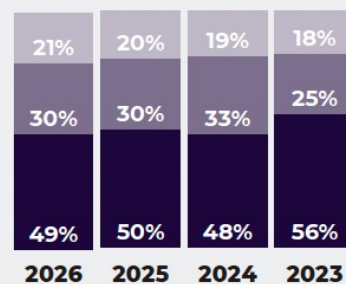


2. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM) saturā iekļauj viedokļus, kas ataino arī manus uzskatus

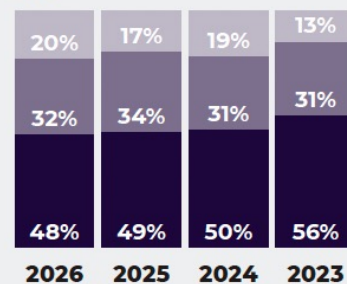
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



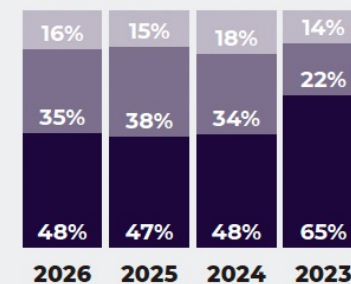
LTV



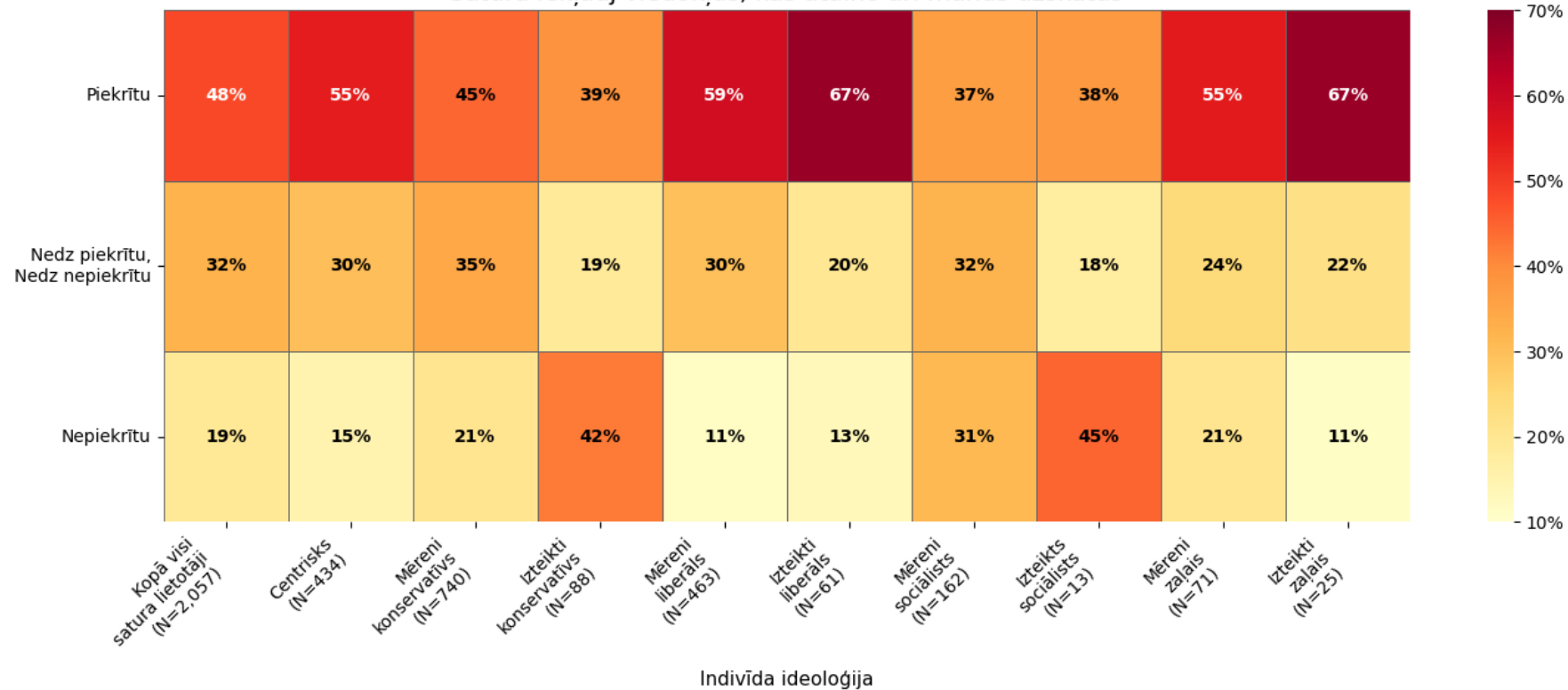
LR



LSM.LV

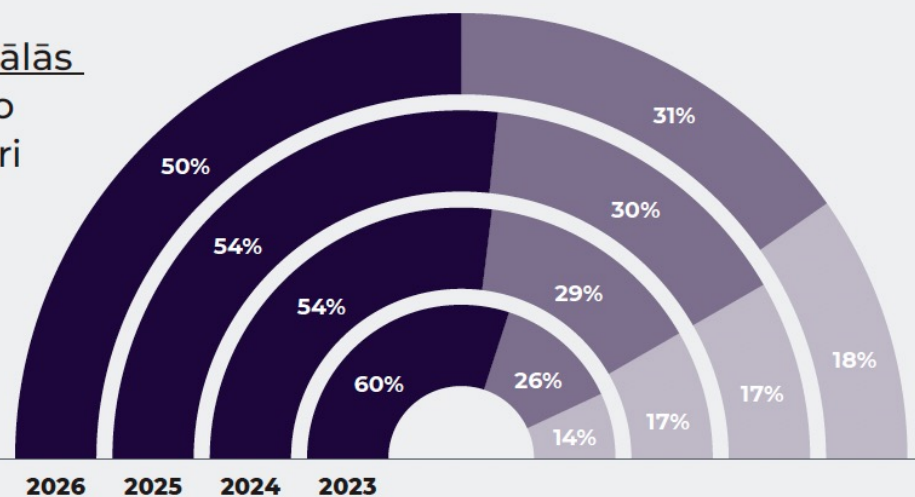


Saturā iekļauj viedokļus, kas ataino arī manus uzskatus

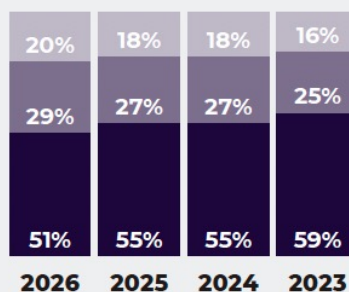


11. Sabiedriskais medijs
(LTV/LR/LSM.LV) ziņu un aktuālās
informācijas raidījumos ataino
dažādus viedokļus, arī tos, kuri
atšķiras no mana

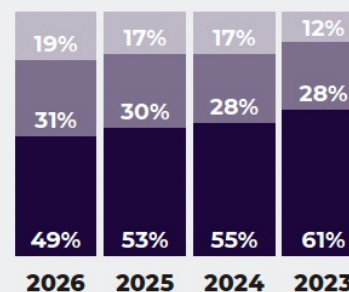
- Piekřitu
- Nedz piekřitu, nedz nepiekřitu
- Nepiekřitu



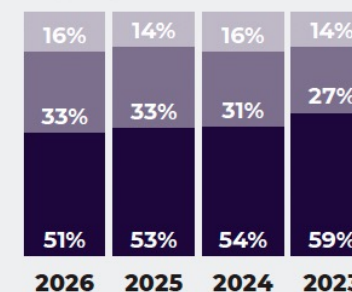
LTV



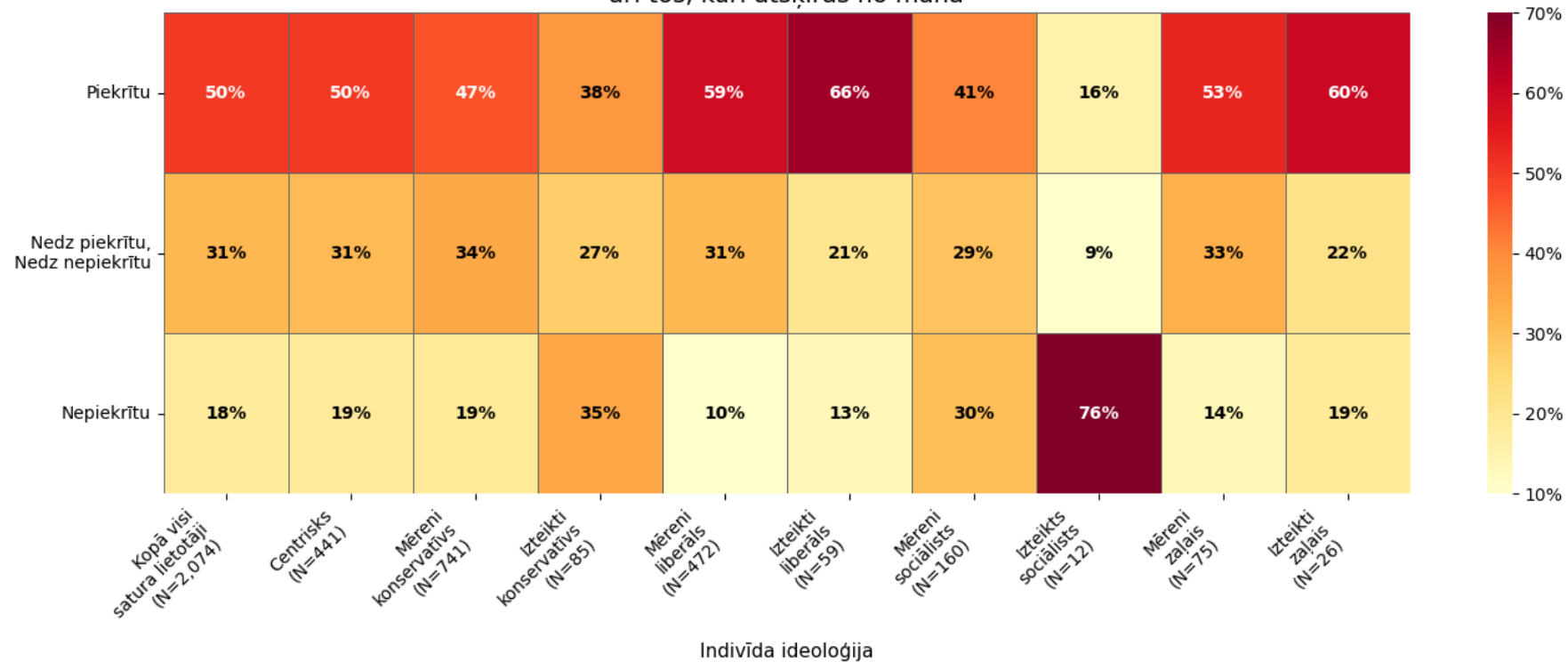
LR



LSM.LV

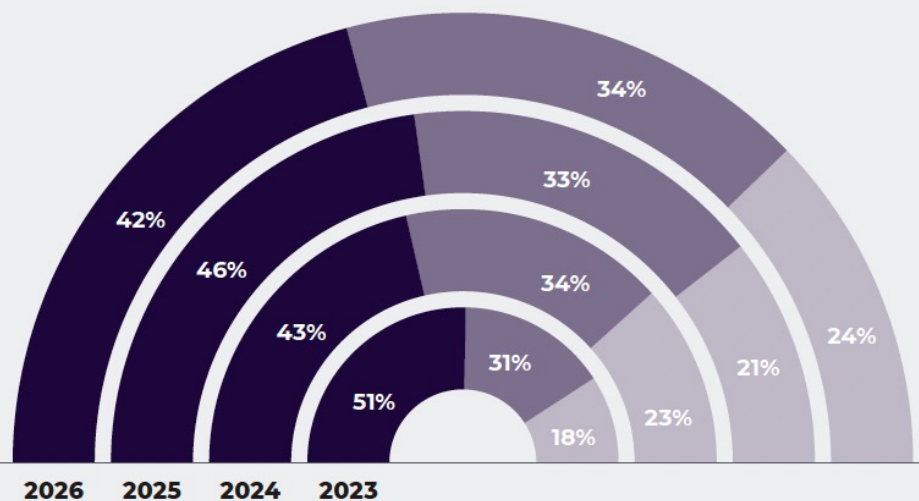


Ziņu un aktuālās informācijas raidījumos ataino dažādus viedokļus,
arī tos, kuri atšķiras no mana

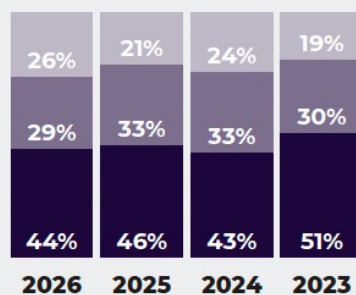


8. Sabiedriskais medijs (LTV/LR/LSM.LV) man palīdz saprast iemeslus valstī pieņemtiem lēmumiem

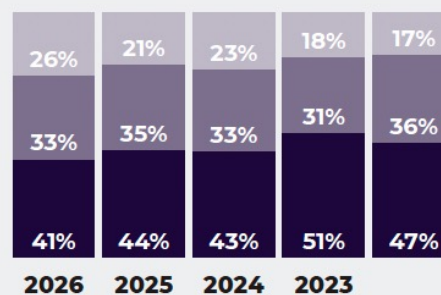
- Piekrītu
- Nedz piekrītu, nedz nepiekrītu
- Nepiekrītu



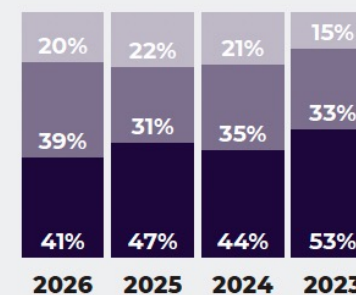
LTV



LR

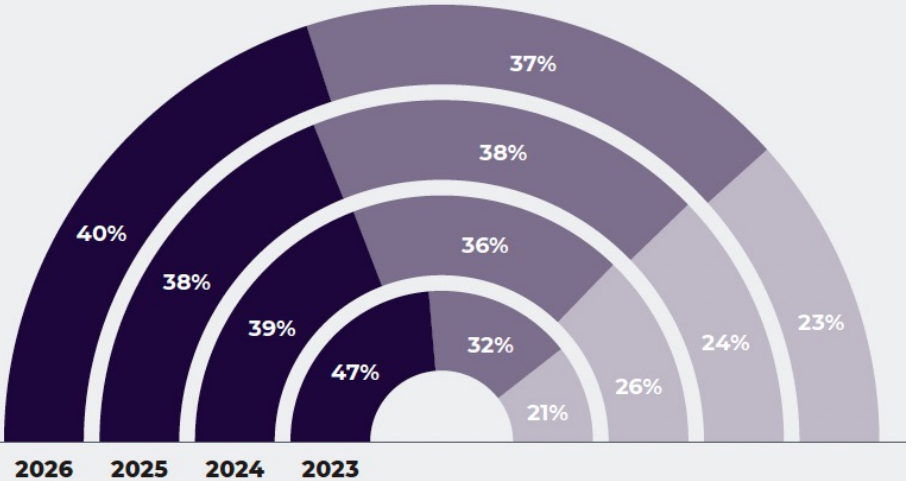


LSM.LV



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

- Piekritu
- Nedz piekritu, nedz nepiekritu
- Nepiekritu



LTV

24%	24%	26%	24%
34%	36%	34%	29%
42%	40%	40%	47%
2026	2025	2024	2023

LR

24%	25%	26%	17%
38%	38%	38%	38%
38%	37%	37%	45%
2026	2025	2024	2023

LSM.LV

22%	23%	25%	19%
38%	39%	36%	31%
40%	38%	39%	49%
2026	2025	2024	2023

Atgriežoties pie metodoloģijas

- LSM mērķi ir noteikti pret 2022. gadu, paredzot citviet pat 14pp pieaugumu
- Rezultātā LSM sasniegti/pārsniegti tikai 26% (pērn 57% (2024: 48%) (6 no 23) no mērķa vērtībām
 - LTV: 26% (pērn 39%; 2024: 43%);
 - LR: 35% (pērn 48%; 2024: 43%);
 - LSM.LV: 48% (pērn 57%; 2024: 52%);
- Troksnis 2024. gada datos radīja maldīgu sajūtu, ka paredzama pozitīva dinamika, kaut gan patiesībā novērojama stagnācija trīs gadu garumā
- Nav atbilstoši prognozēti ārējie un iekšējie faktori, kas var ietekmēt sabiedriskos elektroniskos plašsaziņas līdzekļus, atbilstoši pārskatot mērķus 2023. gadā un 2024. gadā?

Rezultatīvais rādītājs	Bāzes vērtība*	Mērķa vērtība**	Sasniegtais	95% kļūdas intervāls
Sabiedrisko mediju kopējā sasniedzamība nedēļā sabiedriskā labuma ikgadējā aptaujā.	73%	79%	74%	73.0-75.9
Kopējais jauniešu sasniedzamības rādītājs sabiedriskā labuma ikgadējā aptaujā.	65%	74%	76%	71.7-80.6
Kopējais kvalitātes rādītājs sabiedriskā labuma ikgadējā aptaujā.	53%	55%	50%	48.8-52.1

*Bāzes vērtība noteikta, izmantojot 2024. gada sākumā veiktās sabiedriskā labuma ikgadējās aptaujas datus.

Sasniedzamība (vismaz reizi nedēļā)	Mērķgrupa	Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība	Kopā	76%	63 %	42 %	43 %
2025 (mērķis)		79 %	63%	42%	52 %
Sasniegtais		74%	55%	40%	54%
Bāzes vērtība	Jaunieši (15-24)	73%	58 %	43 %	47 %
2025 (mērķis)		74%	58 %	45 %	52 %
Sasniegtais		76%	53%	38%	55%
Bāzes vērtība	Mazākumtautības	64%	41 %	31 %	45 %
2025 (mērķis)		64 %	40 %	36 %	50 %
Sasniegtais		60%	27%	29%	47%

Kvalitāte		Kopā	LTV	LR	LSM.LV
Bāzes vērtība		44 %	44 %	41 %	46 %
2025 (mērķis)		55%	58 %	53%	54 %
Sasniegtais		50%	50%	50%	50%
LSM piedāvā kvalitatīvu saturu		Kopā	LTV	LR	LSM.LV
Bāzes vērtība		45 %	40 %	48 %	48 %
2025 (mērķis)		50%	48 %	52 %	52 %
Sasniegtais		51%	46%	55%	51%

Ietekme	Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība	44 %	45 %	47 %	39 %
2025 (mērķis)	50 %	50 %	50 %	46 %
Sasniegtais	47%	41%	43%	43%
LSM stiprina manu piederības sajūtu Latvijai	Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība	57 %	57 %	61 %	50 %
2025 (mērķis)	60 %	60 %	61 %	54 %
Sasniegtais	47%	49%	51%	41%

Cik lielā mērā jūs uzticiaties LSM?	Mērķgrupa	Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība	Kopā	46 %	44 %	50 %	43 %
2025 (mērķis)		52%	49 %	53 %	49 %
Sasniegtais		47%	44%	50%	48%
Bāzes vērtība	Jaunieši (15-24)	56%	56 %	53 %	59 %
2025 (mērķis)		60%	58 %	56 %	59 %
Sasniegtais		54%	55%	55%	53%
Bāzes vērtība	Mazākumtautības	26%	22 %	24%	32 %
2025 (mērķis)		32%	28 %	30 %	36 %
Sasniegtais		23%	15%	26%	28%

Kultūra		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		43%	46%	44%	38%
2025 (mērķis)		47%	49%	47%	43%
Sasniegtais		46%	48%	47%	45%
LSM piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par kultūru		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		46 %	47 %	42 %	49 %
2025 (mērķis)		50 %	51 %	48 %	52 %
Sasniegtais		54%	54%	52%	56%
Zināšanas		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		40%	39%	42%	35%
2025 (mērķis)		45%	45%	45%	40%
Sasniegtais		42%	41%	41%	44%
Radošums		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		45 %	46 %	45 %	41%
2025 (mērķis)		49 %	49 %	49 %	46 %
Sasniegtais		37%	39%	38%	35%

Kas bija rakstīts 2024. gadā, kad notika būtisks kritums?

*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 pašizpausmes 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.*

LSM iedvesmo mani uzdrīkstēties darīt, būt uzņēmīgam		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		30 %	29 %	32 %	29 %
2025 (mērķis)		36 %	35%	36 %	34 %
Sasniegtais		25%	23%	26%	26%
LSM sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par uzņēmējdarbību		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		47 %	46 %	48 %	48 %
2025 (mērķis)		50 %	50%	51%	51 %
Sasniegtais		43%	42%	41%	46%

Sabiedrība		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		57 %	56 %	58 %	58 %
2025 (mērķis)		60 %	59 %	61 %	61 %
Sasniegtais		47%	48%	48%	45%
Demokrātija		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		51 %	50%	53%	52%
2025 (mērķis)		55 %	55 %	56 %	55%
Sasniegtais		43%	43%	42%	43%

Sabiedrība	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2026	47%	48%	48%	45%
2025	49%	51%	49%	47%
2024	48%	49%	49%	46%
2023	57%	56%	58%	58%

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 arī dzina 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.

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).

Demokrātija	KOPĀ	LTV	LR	LSM
2026	43%	43%	42%	43%
2025	45%	46%	44%	45%
2024	44%	44%	43%	44%
2023	51%	50%	53%	52%

LSM atspoguļo jaunumus objektīvi un neitrāli, nepaužot personisko attieksmi		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		45 %	43 %	46 %	49 %
2025 (mērķis)		50 %	48 %	50 %	52 %
Sasniegtais		42%	40%	44%	42%
LSM motivē kritiski domāt un spriest par man apkārt notiekošo		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		54 %	50 %	59 %	54 %
2025 (mērķis)		58 %	54%	59%	57 %
Sasniegtais		45%	45%	43%	47%
LSM ziņu un aktuālās informācijas raidījumos pārstāv visas sabiedrības intereses		Kopā	LTV	LR	LSM
Bāzes vērtība		47 %	44 %	51 %	49 %
2025 (mērķis)		51%	48 %	51 %	51 %
Sasniegtais		41%	39%	41%	42%

Nākotne

- Fokuss uz darbībām, kas veicina saliedētību, novērš polarizāciju, kā arī dod praktisku informāciju satura veidošanā LSM
- Mazāk ir vairāk

	Visi iedzīvotāji (N=3330)	Konservatīvs, LSM nesasniedz (N=302)	Liberāls, LSM nesasniedz (N=179)	Polarizācija LSM nesasniegto vidū	Konservatīvs, LSM sasniedz (N=1,043)	Liberāls, LSM sasniedz (N=639)	Polarizācija LSM sasniegto vidū
Veselības aprūpe	37%	51%	31%	20%	46%	31%	16%
Latvijas ekonomikas stāvoklis	30%	32%	35%	2%	23%	31%	8%
Atbalsts ģimenēm un bērniem, demogrāfija	20%	20%	18%	3%	23%	18%	5%
Miers un starptautiskā drošība	18%	9%	17%	7%	18%	27%	9%
Izglītība	16%	23%	8%	15%	16%	10%	6%
Nodokļi	15%	18%	14%	5%	16%	7%	9%
Birokrātija un valsts pārvalde	14%	8%	13%	5%	14%	15%	1%
Pensijas un senioru aprūpe	13%	17%	17%	0%	15%	15%	0%
Nodarbinātība un bezdarbs	11%	9%	15%	5%	7%	13%	6%
Tiesiskums un korupcija	11%	14%	11%	3%	12%	9%	3%
Armija un aizsardzība	10%	5%	7%	2%	12%	16%	5%
Imigrācija un imigranti	10%	15%	5%	10%	13%	4%	9%
Ekonomiskā nevienlīdzība	10%	8%	5%	3%	8%	7%	0%
Diskriminācija un vienlīdzība, minoritāšu grupu tiesības	9%	8%	19%	12%	3%	12%	9%
Latvijas politiskā sistēma un partijas	7%	5%	8%	3%	5%	9%	4%
Drošība un kārtība, noziedzības apkarošana	6%	5%	2%	3%	8%	6%	2%
Reģionu attīstība	6%	4%	3%	1%	7%	7%	0%
Alkohols un atkarības	6%	7%	7%	0%	6%	7%	1%
Mājokļi un dzīves apstākļi	5%	3%	11%	8%	3%	4%	1%
Emigrācija un izbraukušo Latvijas iedzīvotāju atgriešanās	5%	6%	9%	4%	4%	5%	1%
Manas pilsētas/novada ekonomikas stāvoklis	4%	4%	3%	1%	3%	3%	0%
Latviešu valoda un kultūra	4%	2%	4%	2%	6%	6%	0%
Lauksamniecība, zemkopība	3%	5%	2%	2%	4%	3%	1%
Vide un daba	3%	1%	3%	1%	2%	4%	2%
Satiksmes un transports	2%	2%	2%	0%	4%	1%	2%
Enerģētika	2%	4%	0%	4%	2%	3%	1%
Sabiedrības iesaistišanās un pasivitāte	2%	1%	4%	2%	2%	3%	1%
Inovācijas un ieguldījumi pētniecībā	2%	1%	2%	1%	2%	2%	0%
Eiropas Savienība	2%	1%	3%	2%	1%	4%	3%
Sports, atpūta	1%	0%	2%	2%	1%	2%	1%
Reliģija, morāles jautājumi un ētika	1%	1%	1%	0%	2%	0%	1%
			Vidēji Kumulatīvi	4.14% 1.28		Vidēji Kumulatīvi	3.51% 1.09