

# Latvijas iedzīvotāju medijpratība

KVANTITATĪVAIS PĒTĪJUMS

© "Latvijas Fakti"  
2020. gada oktobris

# SATURS

<b>I. METODOLOĢISKĀ INFORMĀCIJA.....</b>	<b>3</b>
Respondentu sociāli demogrāfiskais profils .....	4
Pētījuma rezultātu statistiskās kļūdas noteikšanas tabula .....	6
<b>II. GALVENIE SECINĀJUMI .....</b>	<b>7</b>
<b>III. APTAUJAS REZULTĀTI .....</b>	<b>16</b>
1. Valoda, kādā visbiežāk tiek patērēti mediji .....	16
2. Mediju izvēle, lietošana, priekšstati .....	17
3. Kā Covid 19 pandēmija ietekmē mediju lietošanu?.....	50
4. Populārākie un uzticamākie mediji .....	66
5. Krievijā veidoto TV programmu patēriņš .....	104
6. Dalība mediju satura radīšanā.....	109
7. Priekšstati par to, cik lielā mērā mediji ietekmē personīgos uzskatus.....	113
8. Pašvērtējums spējai atpazīt uzticamu informāciju no maldinošas .....	115
9. Interese par medijpratību.....	117
10. Gatavība maksāt par saturu interneta medijā .....	124
11. Stereotipi mediju saturā un attieksme pret tiem.....	126
<b>IV. APTAUJAS ANKETA.....</b>	<b>134</b>

## I. METODOLOĢISKĀ INFORMĀCIJA

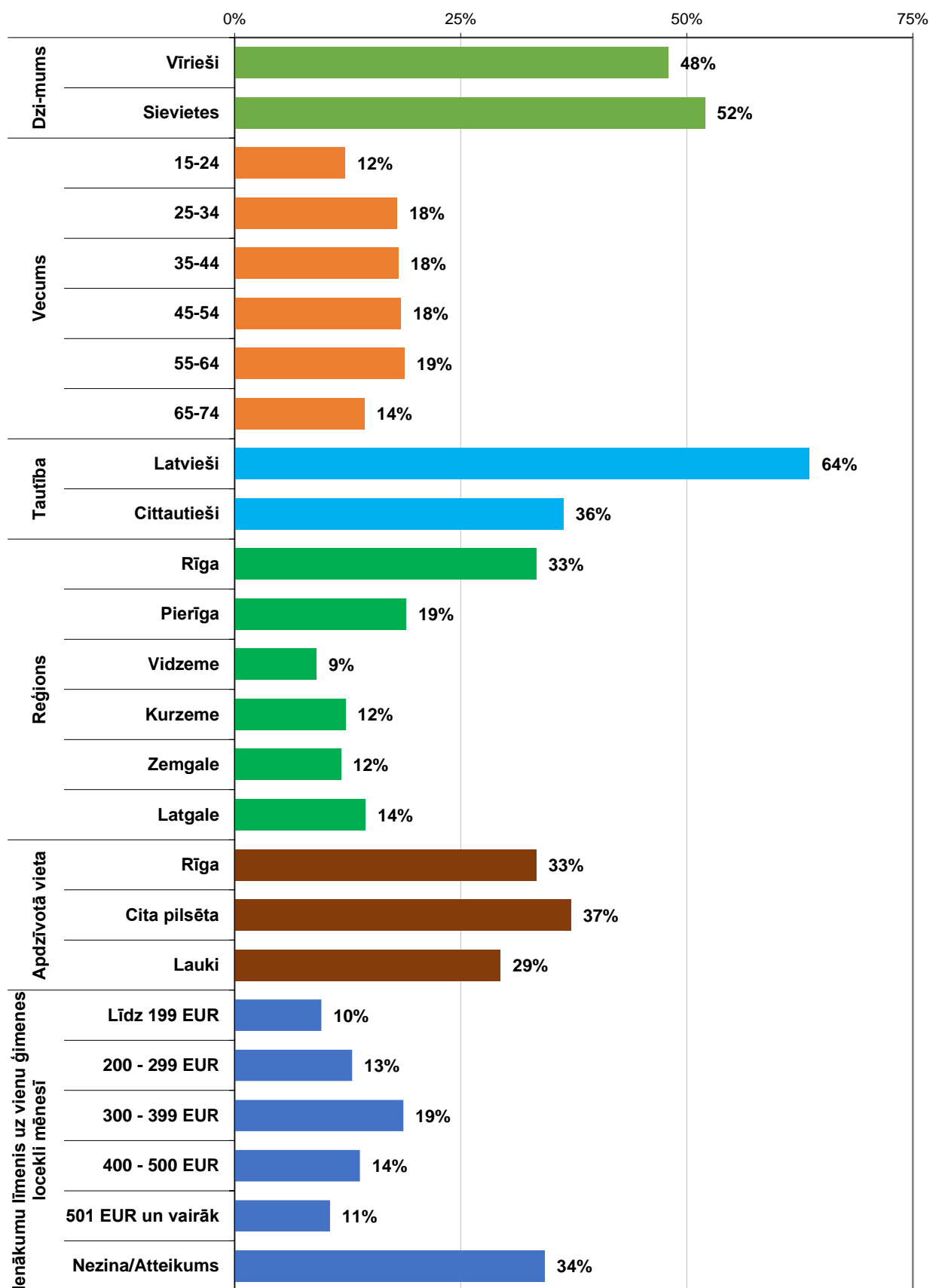
<b><u>IZLASE:</u></b>	Aptaujā pēc stratificētās nejaušības principa tika iekļauts 1001 Latvijas Republikas pastāvīgais iedzīvotājs vecumā no 15 līdz 74 gadiem. Stratifikācijas pazīmes: a) ģeogrāfiskā b) nacionālā. Izlase aprēķināta, balstoties uz jaunākajiem statistikas datiem par Latvijas Republikas iedzīvotājiem.
<b><u>METODE:</u></b>	Aptauja tika veikta, izmantojot tiešās (personīgās) intervēšanas metodi respondentu dzīves vietās. Respondentu dzīvesvietu atlasē izmantota nejaušā maršruta metode. Respondentu atlase veikta ar «pēdējās dzimšanas dienas principa» palīdzību
<b><u>INTERVĒŠANAS LAIKS:</u></b>	Intervēšanu veica 63 "Latvijas Faktu" intervētāji. Intervētāju instruktāžu un darba kvalitātes pārbaudi veica 5 "Latvijas Faktu" intervētāju tīkla reģionālie pārraugi. Intervēšana notika latviešu un krievu valodās. 9.10.2020. – 19.10.2020.

### Aptaujā sasniegtās izlases salīdzinājums ar iedzīvotāju statistiku

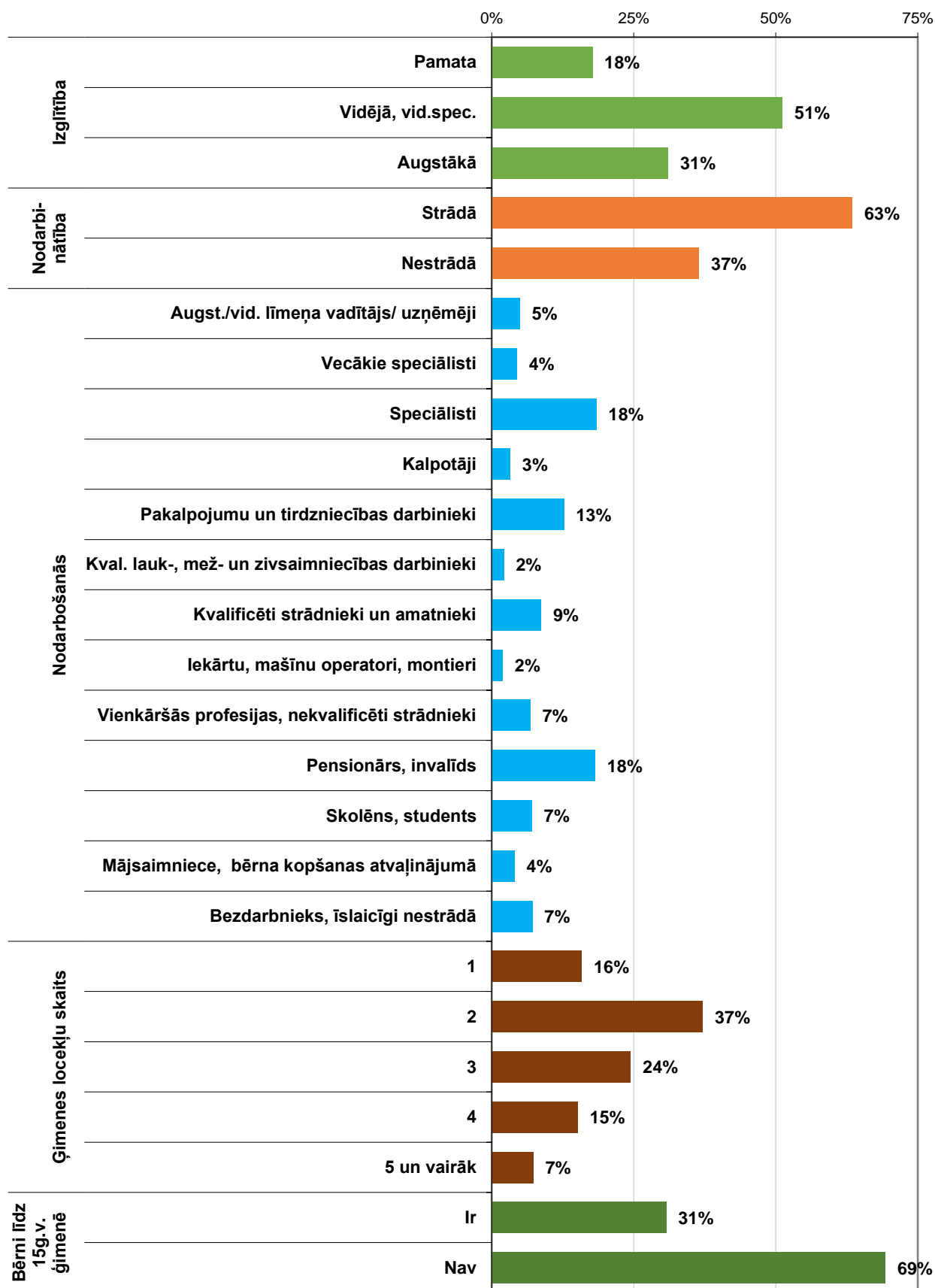
	<b>Respondentu skaits izlasē (%)</b>	<b>Iedzīvotāju statistika (%)</b>
<b><u>Dzimums</u></b>		
Vīrieši	48.0%	47.0%
Sievietes	52.0%	53.0%
<b><u>Vecums</u></b>		
15-24	12.2%	12.9%
25-34	18.0%	18.9%
35-44	18.2%	17.7%
45-54	18.4%	18.5%
55-64	18.8%	18.4%
65-74	14.4%	13.5%
<b><u>Tautība</u></b>		
Latvieši	63.6%	62.0%
Cittautieši	36.4%	38.0%
<b><u>Reģions</u></b>		
Rīga	33.4%	32.9%
Pierīga	19.0%	18.7%
Vidzeme	9.1%	9.8%
Kurzeme	12.3%	12.6%
Zemgale	11.8%	12.1%
Latgale	14.5%	13.9%

## Respondentu sociāli demogrāfiskais profils

### Pētījuma izlases sadalījums (I) (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



**Pētījuma izlases sadalījums (II)**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



**Pētījuma rezultātu statistiskās kļūdas noteikšanas tabula  
(ar 95% varbūtību)**

Atbilžu sadalījums %	Respondentu skaits (bāze) N =														
	50	75	100	150	200	300	350	400	500	600	800	1000	1200	1500	2000
2 vai 98	4.0	3.2	2.8	2.3	2.0	1.6	1.5	1.4	1.3	1.1	1.0	<b>0.9</b>	0.8	0.7	0.6
4 vai 96	5.6	4.5	3.9	3.2	2.8	2.3	2.1	2.0	1.8	1.6	1.4	<b>1.3</b>	1.1	1.0	0.9
6 vai 94	6.8	5.5	4.8	3.9	3.4	2.8	2.5	2.4	2.1	2.0	1.7	<b>1.5</b>	1.4	1.2	1.0
8 vai 92	7.7	6.2	5.4	4.4	3.8	3.1	2.8	2.7	2.4	2.2	1.9	<b>1.7</b>	1.6	1.4	1.2
10 vai 90	8.5	6.9	6.0	4.9	4.3	3.5	3.1	3.0	2.7	2.5	2.1	<b>1.9</b>	1.7	1.5	1.3
12 vai 88	9.2	7.5	6.5	5.3	4.6	3.8	3.4	3.3	2.9	2.7	2.3	<b>2.1</b>	1.9	1.6	1.4
15 vai 85	10.1	8.2	7.1	5.9	5.1	4.1	3.7	3.6	3.2	2.9	2.5	<b>2.3</b>	2.1	1.8	1.6
20 vai 80	11.4	9.2	8.0	6.6	5.7	4.6	4.2	4.0	3.6	3.3	2.8	<b>2.5</b>	2.3	2.0	1.8
25 vai 75	12.3	10.0	8.7	7.1	6.1	5.0	4.5	4.3	3.9	3.6	3.0	<b>2.8</b>	2.5	2.2	1.9
30 vai 70	13.0	10.5	9.2	7.5	6.5	5.3	4.8	4.6	4.1	3.8	3.2	<b>2.9</b>	2.6	2.3	2.0
35 vai 65	13.5	11.0	9.5	7.8	6.8	5.5	5.0	4.8	4.3	3.9	3.3	<b>3.1</b>	2.8	2.4	2.1
40 vai 60	13.9	11.3	9.8	8.0	7.0	5.7	5.1	4.9	4.4	4.0	3.4	<b>3.1</b>	2.8	2.5	2.2
45 vai 55	14.1	11.4	9.9	8.1	7.0	5.8	5.2	5.0	4.5	4.1	3.5	<b>3.2</b>	2.9	2.5	2.2
50 vai 50	14.2	11.5	10.0	8.2	7.1	5.8	5.2	5.0	4.5	4.1	3.5	<b>3.2</b>	2.9	2.5	2.2

Lietojot pētījuma rezultātu statistiskās kļūdas noteikšanas tabulu, par kopējās izlases bāzi jāpieņem N = 1000.

Rezultātu precizitātes intervāls ar 95% varbūtību tiek aprēķināts pēc šādas formulas:

$$\text{Precizitātes intervāls} = \pm 1,96 \sqrt{\frac{\pi(100 - \pi)}{n}}$$

$\pi$  = atbilžu sadalījums procentos %; n = respondentu skaits

## II. GALVENIE SECINĀJUMI

### 1. Valoda, kādā visbiežāk tiek patērēti mediji

- Līdzīgi kā 2017.g., arī 2020.g. pētījuma rezultāti apstiprina tēzi, ka Latvijā kopumā ir saglabājies informācijas telpu (latviešu valodā un krievu valodā) nošķīrums.
- Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, gandrīz divas trešdaļas (60%; -3% salīdzinājumā ar 2017.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju parasti priekšroku dod medijiem latviešu valodā. Nozīmīgs konkurents latviešu valodai Latvijas informatīvajā telpā ir krievu valoda, kurā medijus patērē vairāk nekā trešdaļa (37%; +4% salīdzinājumā ar 2017.g.). Informācijas avotiem angļu valodā priekšroku dod 3% aptaujas dalībnieku.
- Aptaujas rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, atklāj, ka 90% aptaujāto latviešu ikdienā parasti izvēlas medijus latviešu valodā un 90% cittautiešu priekšroku dod medijiem krievu valodā. Cittautiešu vidū medijiem latviešu valodā priekšroku dod tikai 9% respondentu un tas ir mazāk (-6%) nekā 2017.g.

### 2. Mediju izvēle, lietošana, priekšstati

- Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, Latvijas sabiedrību var iedalīt divās vienlīdz lielās grupās – 47% aptaujas dalībnieku mediju saturu, galvenokārt, lieto tradicionāli, izmantojot televīziju, radio, presi un tikpat liels respondentu skaits mediju saturu, galvenokārt, izvēlas lietot interneta vidē. Visbūtiskāk abas auditorijas atšķiras vecuma grupās – jo gados jaunāki ir respondenti, jo biežāk mediju saturs tiek lietots interneta vidē, jo gados vecāki ir respondenti, jo biežāk tiek lietoti tradicionālie mediji, kā televīzija, radio, prese.
- Pētījuma rezultāti liecina, ka sabiedrībā pieaug uzskats, ka masu mediji sniedz vienvērtīgu informāciju, visi stāsta vienu un to pašu. Ja vēl 2017.g. lielākā daļa (54%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju puda viedokli, ka informācija par vienu un to pašu notikumu dažādos medijos mēdz atšķirties, tad šogad tā domā vairs tikai 40% aptaujāto. Pieaudzis uzskats, ka informācija par vienu un to pašu notikumu visos medijos tiek atspoguļota vienādi vai ar nebūtiskām atšķirībām – no 25% 2017.g. uz 36% 2020.g.
- Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, vairākums sabiedrības (56%) izmanto tikai vienu vai divus informācijas avotus vai medijus, lai iegūtu priekšstatu par kādu sev interesējošu jautājumu, problemātiku. Vienu mediju izmanto 17%, divus – 39% pētījuma dalībnieku. Būtiski ir atzīmēta, ka visvairāk to respondentu, kuri priekšstata gūšanai izmanto tikai vienu informācijas avotu, ir jauniešu grupā vecumā līdz 24 gadiem – 25%. Trīs medijus izmanto 21%, četrus vai vairāk – 12% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.

- Spontāno izvēli, kuram medijam dot priekšroku ziņu ieguvē, visbiežāk ietekmē:
  - ✓ Ģimenes locekļi (nosauca 38% respondentu, biežāk tie, kuri priekšroku dod tradicionālajiem medijiem, kā TV, radio, prese);
  - ✓ Draugi, kaimiņi vai kolēģi (30%);
  - ✓ Ieraksti sociālos tīklos (29%, biežāk minēja aktīvākie interneta lietotāji – gados jaunāki, ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni).
- Pētījuma rezultāti liecina, ka Latvijā ar vietējiem masu saziņas līdzekļiem sekmīgi konkurē ārvalstu mediji – vairāk nekā trešdaļa (37%; +2% salīdzinājumā ar 2017.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju atzina, ka pārsvarā patērē mediju saturu, kas radīts ārpus Latvijas (ārvalstu televīzijas programmas, ārvalstu žurnāli, Youtube u.tml.). Jauniešu grupā (15 - 24 gadi) tā atbildēja vairākums (56%) respondentu, cittautiešu auditorijā – katrs otrais (49%).
- Arī 2020.g. pētījuma rezultāti apstiprina, ka sabiedrībai ir svarīga informācija, kas ir uzticama un brīva no propagandas. Tā atbildēja 89% (+4% salīdzinājumā ar 2017.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Noraidošu viedokli pārstāvēja 5% (-3% salīdzinājumā ar 2017.g.) respondentu.
- 2020.g. aptaujātie iedzīvotāji kopumā ar lielāku uzticēšanos attiecās pret līdzcilvēku un mediju sniegto informāciju nekā tas bija 2017.g. Vairākums aptaujas dalībnieku piekrita izteikumiem:
  - ✓ *Es varu uzticēties tai informācijai, ko izplata mani draugi, radi, paziņas* (piekrita 66% (+12% salīdzinājumā ar 2017.g.); nepiekrita 26% (-12% salīdzinājumā ar 2017.g.));
  - ✓ *Ja kāda informācija ir rakstīta avīzē, izskanējusi radio vai televīzijā, tad tai var uzticēties* (piekrita 58% (+8% salīdzinājumā ar 2017.g.); nepiekrita 37% (-6% salīdzinājumā ar 2017.g.)).
- Rezervētāk sabiedrībā tiek uztverta informācijas uzticamība internetā, sociālajos tīklos, vairākums interneta lietotāju nepiekrita apgalvojumiem:
  - ✓ *Interneta meklētāju (piemēram, Google, Bing vai citu) pirmie piedāvātie rezultāti tiek parādīti vispirms, jo tie ir visuzticamākie* (nepiekrita 65% (+6% salīdzinājumā ar 2017.g.); piekrita 16% (-11% salīdzinājumā ar 2017.g.));
  - ✓ *Mēdzu internetā dalīties ar informāciju (šērot, retvīt, pārsūtīt e-pastā u.c.), pirms tam nepārbaudot, vai tajā viss ir patiesi* (nepiekrita 69% (-3% salīdzinājumā ar 2017.g.); piekrita 24% (+2% salīdzinājumā ar 2017.g.));
  - ✓ *Es ticu informācijai, ko var atrast sociālo tīklu medijos – Facebook, Twitter, Instagram, TikTok u.c.* (nepiekrita 53% (-5% salīdzinājumā ar 2017.g.); piekrita 36% (+4% salīdzinājumā ar 2017.g.)).
- Vērojams augsts interneta pieejamības un lietošanas līmenis. Internets ir pieejams 89% (+4% salīdzinājumā ar 2017.g.) māsasaimniecību, vismaz reizi nedēļā to lieto 86% (+4% salīdzinājumā ar 2017.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.



- Pētījuma rezultāti atklāj, ka vairākums interneta lietotāju mēdz izmantot sociālo tīklu medijus, kā Facebook, Twitter, Instagram, TikTok u.c., lai rastu viedokļus un informāciju tādās tēmās, kā:
  - ✓ Ziņas, aktualitātes;
  - ✓ Covid 19 aktualitātes, problemātika;
  - ✓ Kultūra.
- Sociālos tīklus informācijas gūšanai dažādos jautājumos visbiežāk izmanto gados jaunākie respondenti vecumā līdz 34 gadiem.

### 3. Kā Covid 19 pandēmija ietekmē mediju lietošanu?

- Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, mediju patēriņš Covid 19 pandēmijas laikā sabiedrībā ir kopumā pieaudzis. Katrs trešais (33%) aptaujas dalībnieks apgalvoja, ka Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā viņu mediju lietošanas (TV, radio, internets, prese) patēriņš pieauga. Pretēju viedokli (nediju patēriņš ir mazinājies) pārstāvēja tikai 4% respondentu. Vairākums (59%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju atzina, ka viņu mediju lietošanas patēriņš nav mainījies. Biežāk par citiem mediju patēriņš pieaudzis Rīgas iedzīvotājiem, šajā grupā tā atbildēja pat 51% respondentu.
- Pētījuma rezultāti liecina, ka sabiedrībā pakāpeniski mainās mediju patēriņa ieradumi par labu interneta medijiem, iespējams, to sekmējusi Covid 19 pandēmija/ krīze:
  - ✓ 87% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju apgalvoja, ka lieto interneta medijus. 22% visu aptaujas dalībnieku atzina, ka pašlaik tos lieto biežāk nekā pirms gada, 4% respondentu tos patērē retāk, bet 60% respondentu interneta mediju patēriņš pēdējā gada laikā nav mainījies.
- Citu mediju veidu izmantošana nemainās vai pat krītas:
  - ✓ Pie televīzijas lietotāju auditorijas sevi pieskaitīja 88% visu aptaujas dalībnieku. 12% respondentu šogad to lieto biežāk nekā pirms gada, 13% respondentu – retāk, bet 62% respondentu – līdzšinējā apjomā.
  - ✓ Pie radio klausītāju auditorijas sevi pieskaitīja 78% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. 58% respondentu nav pamanījuši, ka pēdējā gada laikā viņu radio klausīšanās biežums būtu mainījies, kamēr 4% aptaujāto šogad to sākuši darīt biežāk, bet 13% aptaujas dalībnieku – retāk nekā pirms gada.
  - ✓ Kopumā 63% visu aptaujas dalībnieku apgalvoja, ka ar lielāku vai mazāku intensitāti lieto drukātos medijus. Apmēram trešdaļai (37%) visu aptaujas dalībnieku drukāto mediju patēriņš pēdējā gada laikā nav mainījies, 1% respondentu tos pēdējo 12 mēnešu laikā patērē biežāk, bet 22% respondentu – retāk nekā pirms gada.

- Runājot par mediju lietošanas ieradumiem Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā, vairākums aptaujas dalībnieku piekrita izteikumiem:
  - ✓ *Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā man bija svarīga tā informācija, ko sniedza valsts iestādes un institūcijas* (piekrita 72%, nepiekrita 21% respondentu);
  - ✓ *Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā biežāk priekšroku dodu izklaides raidījumiem* (piekrita 62%, nepiekrita 34% respondentu);
  - ✓ *Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā izmantoju vairāk informācijas avotu/ mediju, lai labāk izprastu notiekošo* (piekrita 61%, nepiekrita 36% respondentu);
  - ✓ *Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā rūpīgāk izvēlos ziņu avotus, lai nodrošinātos no viltus ziņām* (piekrita 56%, nepiekrita 39% respondentu);
  - ✓ *Latvijas medijos sniegtajai informācijai par Covid 19 jautājumiem, problemātiku var uzticēties* (piekrita 55%, nepiekrita 31% respondentu).
- Pētījuma dalībnieku viedokļi dalījās vērtējot sekojošu izteikumu:
  - ✓ *Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā biežāk priekšroku dodu ziņu vai analītiskajiem raidījumiem* (piekrita 47%, nepiekrita 48% respondentu);
- Katrs trešais (33%) aptaujas dalībnieks atzina, ka Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā biežāk lieto ārvalstu medijus svešvalodās.

#### 4. Populārākie un uzticamākie mediji

- Respondenti tika lūgti nosaukt biežāk izmantotos informācijas avotus dažādām vajadzībām, mērķiem – 1) vietējās ziņas/ aktualitātes par notikumiem Latvijā; 2) starptautiskās ziņas/ aktualitātes par notikumiem ārvalstīs; 3) izklaide.
- Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, populārākie mediji jaunumu, ziņu ieguvei Latvijā ir Latvijas sabiedriskā televīzija un interneta portāls [www.delfi.lv](http://www.delfi.lv), kurus kā iecienītāko mediju vietējo ziņu kontekstā to nosauca attiecīgi 21% un 20%, ārvalstu aktualitāšu kontekstā – 16% un 15% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.
- Populārākie mediji izklaides mērķiem ir TV3 (nosauca 13% iedzīvotāju), interneta resursi un sociālie tīkli, kā YouTube (minēja 13% respondentu) un Facebook (9%).
- Populārākie TV kanāli Latvijā ir LTV1 un TV3. Ar tiem sekmīgi konkurē populārākais Krievijas produkts – Pirmais Baltijas kanāls, kā arī RTR Rossiya un NTV/ HTB. Populārākais TV ziņu raidījums Latvijā ir Panorāma (LTV1).

- Populārākie mediji sekojošam mērķim - vietējās ziņas/ aktualitātes par notikumiem Latvijā:
  - ✓ LTV1 (minēja 21% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju; rezultāti atklāj tendenci – jo gados vecāki ir respondenti, jo biežāk priekšroka tiek dota LTV);
  - ✓ Delfi (20%; biežāk izvēlas gados jaunākie iedzīvotāji);
  - ✓ TV3 (17%, biežāk minēja respondenti vecumā no 35 līdz 44 gadiem);
  - ✓ TvNet (10%)
  - ✓ PBK (1.Baltijas Kanāls) (7%)
  - ✓ LTV7 (6%);
  - ✓ Latvijas radio 1 (4%);
  - ✓ Facebook (4%);
  - ✓ Apollo (4%).
  
- Populārākie mediji - starptautiskās ziņas/ aktualitātes par notikumiem ārvalstīs:
  - ✓ LTV1 (minēja 16% aptaujāto, biežāk – latvieši un gados vecākie respondenti);
  - ✓ Delfi (minēja 15% aptaujas dalībnieku, biežāk – vecumā līdz 44 gadiem);
  - ✓ TV3 (12%);
  - ✓ RTR Rossiya (10%; populārākā izvēle (25%) cittautiešu auditorijā);
  - ✓ NTV/ HTB (6%);
  - ✓ TvNet (6%);
  - ✓ PBK (1.Baltijas Kanāls) (6%).
  
- Populārākie mediji izklaides mērķiem:
  - ✓ TV3 (minēja 13% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju)
  - ✓ Youtube (13%);
  - ✓ Facebook (9%);
  - ✓ NTV/ HTB (6%);
  - ✓ LTV1 (6%).
  
- Respondenti tika lūgti nosaukt, viņuprāt, trīs uzticamākos medijus, kā arī pamatot šo izvēli. Uzticamāko mediju hierarhijas galvgalī ierindojās LTV1, ko nosauca 28% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Uzticamāko mediju trijniekā ierindojās arī TV3 un Delfi, kurus minēja attiecīgi 25% un 15% aptaujas dalībnieku. Citus medijus minēja mazāk par 10% aptaujāto.
  
- Latvijas sabiedrībai raksturīgs augsts uzticēšanās līmenis sabiedriskajiem medijiem un šī uzticēšanās pieaug. Šogad Latvijas sabiedriskie mediji uzticamāko mediju vidū kopumā tika ierindoti salīdzinoši biežāk nekā tas bija 2017.g. pētījumā. Līdzīgi kā 2017.g., arī šogad Latvijas Televīzija un Latvijas radio savos mediju tirgus segmentos ir uzticības līderi, LTV1 “Panorāma” kopumā tika atzīta par uzticamāko TV ziņu raidījumu. Ievērojami augstāka popularitāte un uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem vērojama gados vecāko latviešu auditorijā.

- Ja aptaujātie latvieši, galvenokārt, izvēlas un uzticas vietējiem medijiem latviešu valodā, tad cittautiešu auditorijā liela daļa (40%) nosaukto mediju bija Krievijas izcelsmes.
- Nozīmīgas atšķirības vērojamas arī rezultātos dažādās respondentu vecuma grupās. Gados jaunākie pētījuma dalībnieki vairāk lieto un uzticas dažādiem interneta resursiem, portāliem, sociālajiem tīkliem. Gados vecākie respondenti, kā uzticamākos, biežāk sauca tradicionālos medijus – televīziju un radio.

## 5. Krievijā veidoto TV programmu patēriņš

- 2017.g. un 2020.g. pētījumu rezultātu salīdzinājums liecina, ka Krievijā veidoto TV programmu patēriņš pēdējo gadu laikā nav mainījies. Līdzīgi kā 2017.g., arī šogad Krievijā veidotās televīzijas programmas kā, piemēram, PBK, NTV Mir Baltic, RTR Rossiya, mēdz skatīties gandrīz divas trešdaļas (63%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.
- Likumsakarīgi, ka lielākā Krievijas TV kanālu skatītāju auditorija ir cittautiešu vidū – 85%. Līdzīgi kā 2017.g., arī šogad gandrīz puse (49%; -3% salīdzinājumā ar 2017.g.) aptaujāto latviešu regulāri vai dažreiz skatās Krievijā veidotās televīzijas programmas. Šie rezultāti sasaistē ar iepriekš aplūkotajiem par valodas izvēli mediju patēriņā (37% Latvijas iedzīvotāju priekšroku dod medijiem krievu valodā) apliecina to, ka nozīmīga cittautiešu daļa Latvijā “dzīvo” Krievijas informatīvajā telpā.
- Vienīgā sociāli demogrāfiskā grupa, kur Krievijas TV kanālu skatītāju auditorija ir mazāka par 50%, ir gados jaunākie respondenti vecumā līdz 35 gadiem. Iedzīvotāju vidū vecumā virs 45 gadiem Krievijas TV programmas skatās vairāk 70% respondentu.
- Līdzīgi kā 2017.g., arī 2020.g. pētījuma rezultāti liecina, ka izvēle par labu Krievijas televīzijām visbiežāk tiek dota izklaides nolūkos. No Krievijas televīziju piedāvātā satura, aptaujas dalībniekus visvairāk interesē filmas un seriāli. Tos Krievijas televīzijās skatās katrs otrais (50%) aptaujas dalībnieks. Iecienīti ir arī Krievijā veidotie humora raidījumi (skatās 39% aptaujāto), kā arī koncerti un muzikālie šovi, kurus skatās katrs trešais (33%) Latvijas iedzīvotājs.
- Krievijas televīziju veidotās ziņu pārraides skatās 27% (kas būtiski neatšķiras no 2017.gada rezultātiem) Latvijas iedzīvotāju. Pētījuma rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, apliecina, ka salīdzinoši lielākais Krievijas televīziju ziņu pārraižu skatītāju skaits vērojams cittautiešu vidū (skatās 52%) un respondentu vidū vecumā virs 45 gadiem (35%).

## 6. Dalība mediju satura radīšanā

- ❑ Pētījuma rezultāti atklāj, ka 11% (līdzīgi kā 2017.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju iesaistās mediju satura radīšanā, kā, piemēram, raksta blogu, publicē saturu sociālo tīklu medijos, piedāvā rakstus, sižetus vai fotogrāfijas medijiem, raksta komentārus pie publikācijām. Ievērojami vairāk (32%) viņu ir jauniešu vidū vecumā līdz 24 gadiem.
- ❑ Vairākums respondentu, kuri iesaistās mediju satura radīšanā, raksta komentārus pie publikācijām (76%) un regulāri publicē saturu (fotogrāfijas, viedokļus, atziņas) sociālo tīklu medijos, piemēram, Facebook, Twitter, Instagram, TikTok vai citos (68%).
- ❑ Nozīmīgākais iemesls, kāpēc Latvijas iedzīvotāji neiesaistās mediju satura radīšanā, ir intereses trūkums, tā atbildēja vairākums (56%) respondentu. Nozīmīgs respondentu skaits minēja arī tādus iemeslus kā laika (28%) un zināšanu, prasmju trūkumu (25%).

## 7. Priekšstati par to, cik lielā mērā mediji ietekmē personīgos uzskatus

- ❑ Dominējošā daļa (80%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju piekrita, ka mediji un to saturs ietekmē viņu uzskatus, viedokli par dažādiem jautājumiem, vērtībām, notikumiem. Tomēr tikai 8% pētījuma dalībnieku atzina, ka ir bieži manījuši, ka mediji ietekmē viņu uzskatus. Parasti respondenti atbildēja, ka manījuši to reizēm (tā atbildēja 35%) vai reti (37%). 13% aptaujāto apgalvoja, ka mediji neietekmē viņu uzskatus un viņi ir neatkarīgi no mediju ietekmes.
- ❑ Interesanti, ka dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti ir visai līdzīgi, nav vērojamas kādas būtiskas rezultātu atšķirības. Salīdzinoši biežāk mediju ietekmi personiskajos uzskatos atzina jaunieši vecumā līdz 24 gadiem. Šajā grupā 17% respondentu atzina, ka ir bieži manījuši, ka mediji ietekmē viņu viedokli par dažādiem jautājumiem, vērtībām, notikumiem.

## 8. Pašvērtējums spējai atpazīt uzticamu informāciju no maldinošas

- Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, sabiedrībā pieaug bažas par spēju atpazīt uzticamu informāciju no maldinošas, pieaug gadījumi, kad gadījies noticēt kādai maldinošai informācijai medijos.
  - ✓ 18% (+7% salīdzinājumā ar 2017.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju savu spēju atpazīt uzticamu informāciju no maldinošas vērtēja kritiski, norādot, ka viņiem trūkst kompetences šajā jautājumā. Nedaudz biežāk tā atbildēja gados vecākie respondenti, ar zemāku izglītības un ienākumu līmeni.
  - ✓ 29% (+7% salīdzinājumā ar 2017.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju ir saskārušies ar negatīvu pieredzi mediju izmantošanā, kad ir gadījies noticēt tendenciozai vai “safabricētai” informācijai medijos, to saprotot tikai vēlāk.
  - ✓ Būtiski samazinājies to aptaujas dalībnieku skaits (23%; -17% salīdzinājumā ar 2017.g.), kuri uzskata, ka parasti spēj atpazīt, kura informācija medijos ir uzticama un kura tendencioza vai “safabricēta”. Augstāks pašvērtējums spējai atpazīt uzticamu informāciju no maldinošas, ir iedzīvotājiem ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni.

## 9. Interese par medijpratību

- Sabiedrībā pieaug interese par medijpratību jeb prasmi kritiski izvērtēt mediju sniegto informāciju un atpazīt uzticamu žurnālistiku no viltus ziņām. Šogad interesi par medijpratību pauda vairākums (58%; +23% salīdzinājumā ar 2017.g.) aptaujas dalībnieku. Nedaudz biežāk minētā interese tika pausta respondentu vidū ar augstāku ienākumu un izglītības līmeni, vecumā līdz 34 gadiem.
- Gandrīz puse (43%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju informāciju par medijpratību jeb prasmi kritiski izvērtēt mediju sniegto informāciju labprāt saņemtu medijos (TV, radio, internets, prese). Citi iespējamie informācijas kanāli tika minēti ievērojami retāk. Nozīmīgs skaits aptaujas dalībnieku kā piemērotus kanālus informācijas sniegšanai par medijpratību minēja arī izglītības iestādes (13%), bibliotēkas (9%), seminārus, konferences (8%), kā arī publiskus pasākumus (piemēram, festivāli, pilsētas svētki, brīvā laika aktivitātes u.tml.) (7%).

## 10. Gatavība maksāt par saturu interneta medijā

- Tikai 7% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju puda gatavību maksāt par saturu interneta medijā, izmantojot tiešsaistes izdevumu abonēšanas iespēju, līdzīgi kā to piedāvā, piemēram, Delfi. Salīdzinoši biežāk tā izskanēja respondentu vidū vecumā līdz 44 gadiem, ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni.

## 11. Stereotipi mediju saturā un attieksme pret tiem

- Vērtējot dažādu ar tautību, rasi, vecumu vai dzimumu saistītu stereotipu esamību medijos, plaši pārstāvēti tika dažādi uzskati un aptaujāto Latvijas iedzīvotāju viedokļi dalījās:
  - ✓ 39% - 42% aptaujāto iedzīvotāju skatījumā šādi stereotipi ir bieži vai reizēm sastopami masu mediju saturā.
  - ✓ 42% - 44% aptaujas dalībnieku skatījumā šādi stereotipi masu mediju saturā ir retums vai to nav vispār.
  - ✓ Plaši pārstāvēti bija arī galējo viedokļu pārstāvji: pēc 12-15% Latvijas iedzīvotāju domām dažādi ar tautību, rasi, vecumu vai dzimumu saistīti stereotipi bieži parādās masu mediju saturā, savukārt 17%-20% aptaujāto iedzīvotāju ar šādiem stereotipiem masu medijos nav nekad saskārušies.
- Līdzīgi viedokļi dalījās arī jautājumā, vai dažādi ar tautību, rasi, vecumu vai dzimumu saistīti stereotipi vērtējami kā nelabvēlīgi vai neiecietību veicinoši:
  - ✓ 37% - 39% aptaujāto iedzīvotāju skatījumā stereotipi ir raksturojami kā nelabvēlīgi vai neiecietību veicinoši;
  - ✓ 38% - 40% respondentu skatījumā minētie stereotipi nav raksturojami kā nelabvēlīgi vai neiecietību veicinoši;
  - ✓ Interesanti, ka dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūto rezultātu analīze neatklāj kādas ievērojamas atšķirības.

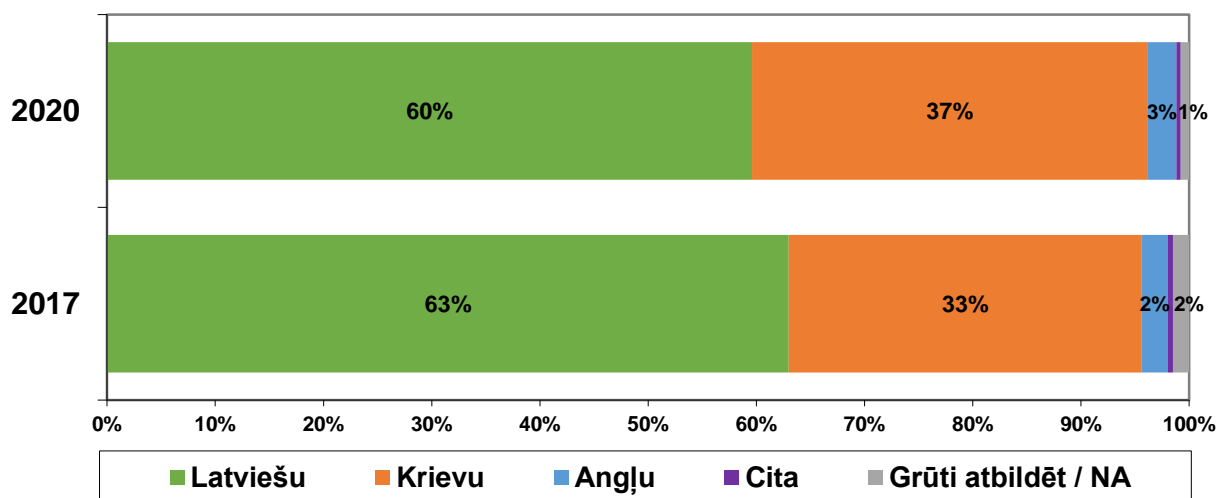
### III. APTAUJAS REZULTĀTI

#### 1. Valoda, kādā visbiežāk tiek patērēti mediji

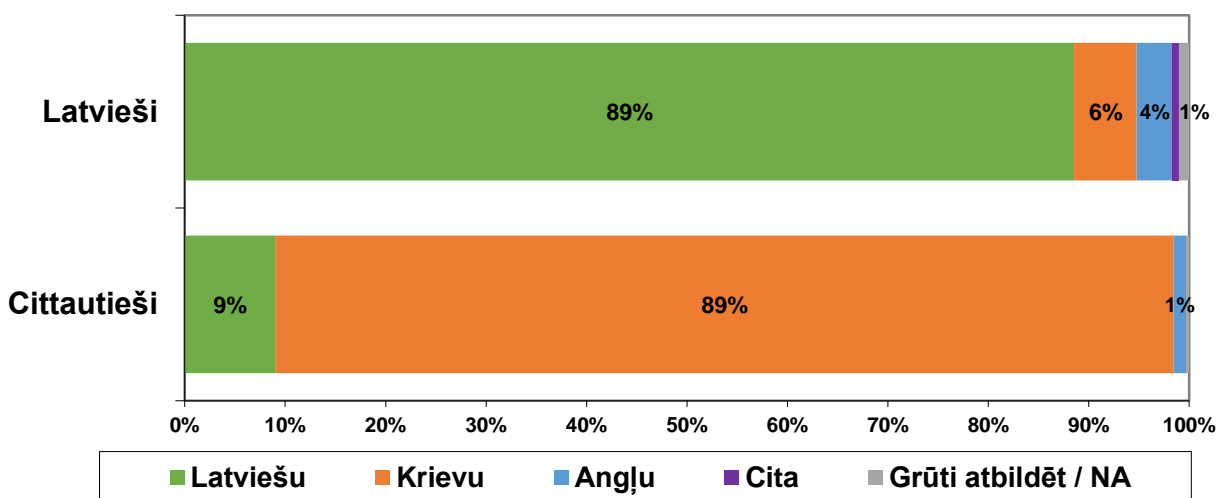
Aptaujas jautājums:

- “Kādā valodā Jūs **VISBIEŽĀK** patērējat medijus: presi, interneta portālus, radio un TV?”

Kādā valodā Jūs **VISBIEŽĀK** patērējat medijus:  
presi, interneta portālus, radio un TV?  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Kādā valodā Jūs **VISBIEŽĀK** patērējat medijus:  
presi, interneta portālus, radio un TV?  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

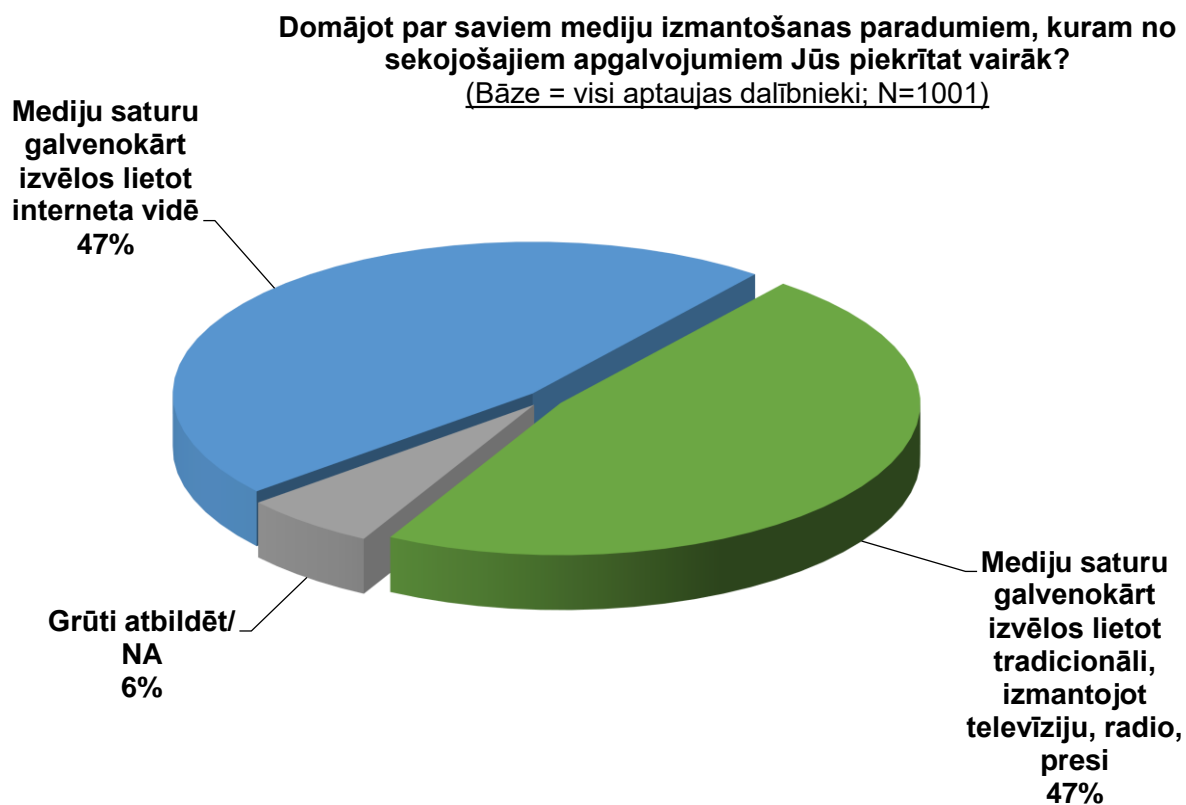




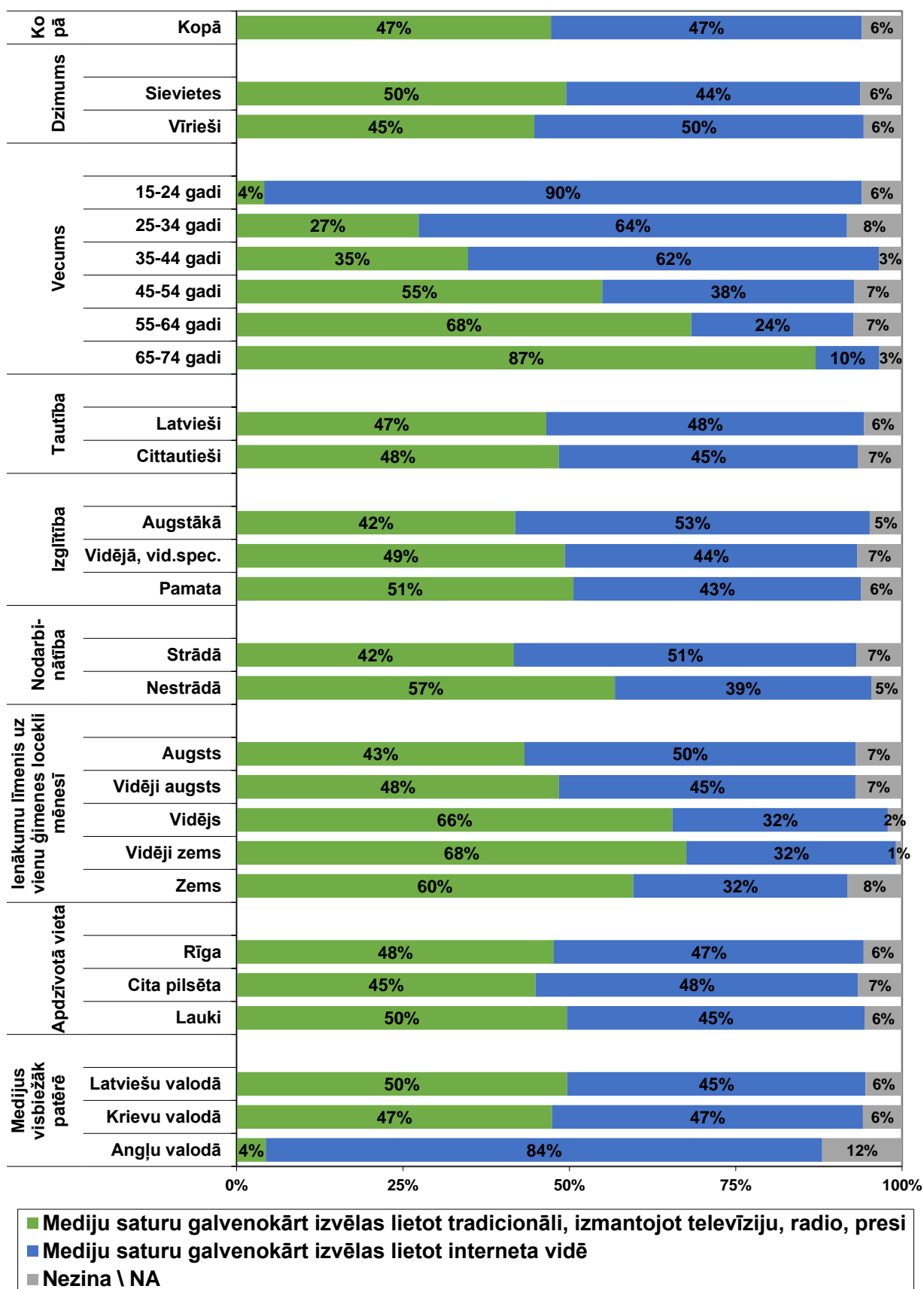
## 2. Mediju izvēle, lietošana, priekšstati

Aptaujas jautājums:

- **“Domājot par saviem mediju izmantošanas paradumiem, kuram no sekojošajiem apgalvojumiem Jūs piekrītat vairāk?”**



Domājot par saviem mediju izmantošanas paradumiem, kuram no sekojošajiem apgalvojumiem Jūs piekrītat vairāk?  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

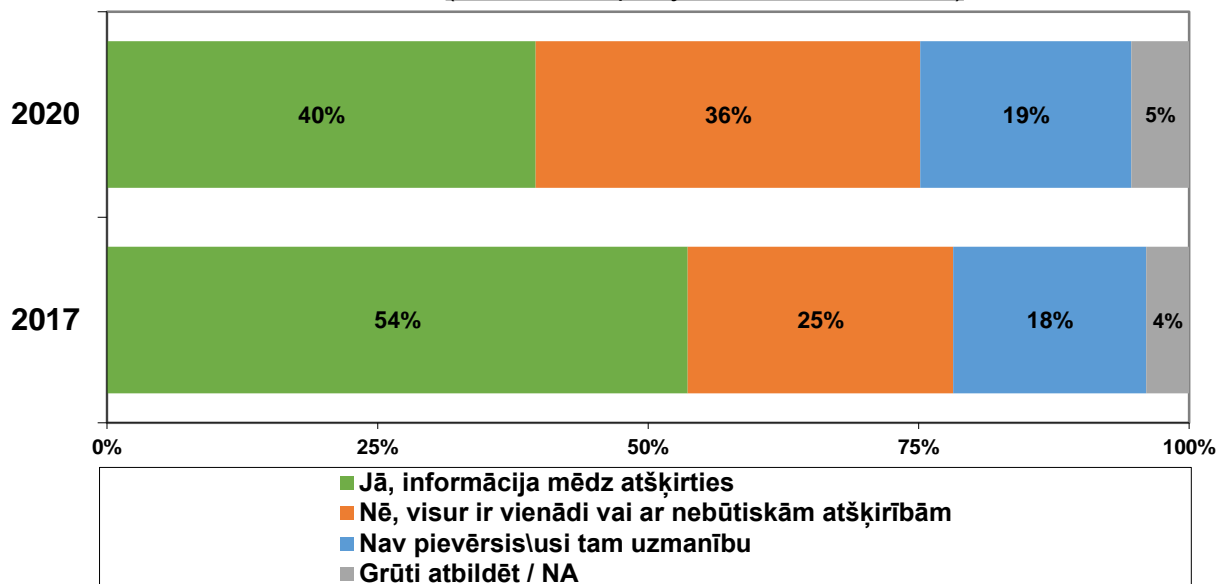


Aptaujas jautājums:

- **“Vai Jūsaprāt pastāv atšķirības tajā, kā informācija par vienu un to pašu notikumu tiek atspoguļota dažādos medijos, piemēram, atšķirīgās televīzijas programmās vai dažādos interneta portālos?”**

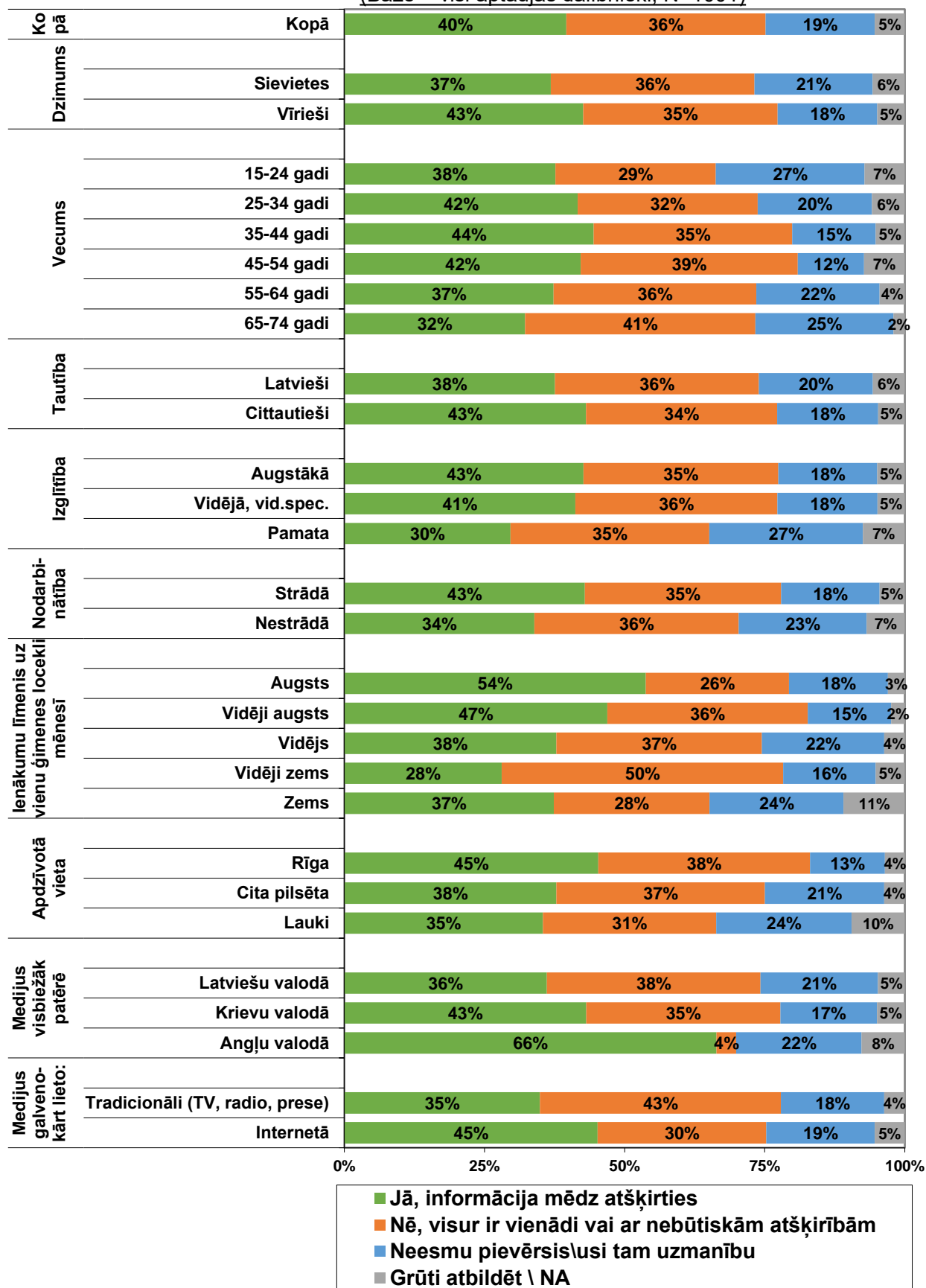
**Vai Jūsaprāt pastāv atšķirības tajā, kā informācija par vienu un to pašu notikumu tiek atspoguļota dažādos medijos, piemēram, atšķirīgās televīzijas programmās vai dažādos interneta portālos?**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Vai Jūsaprāt pastāv atšķirības tajā, kā informācija par vienu un to pašu notikumu tiek atspoguļota dažādos medijos, piemēram, atšķirīgās televīzijas programmās vai dažādos interneta portālos?

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

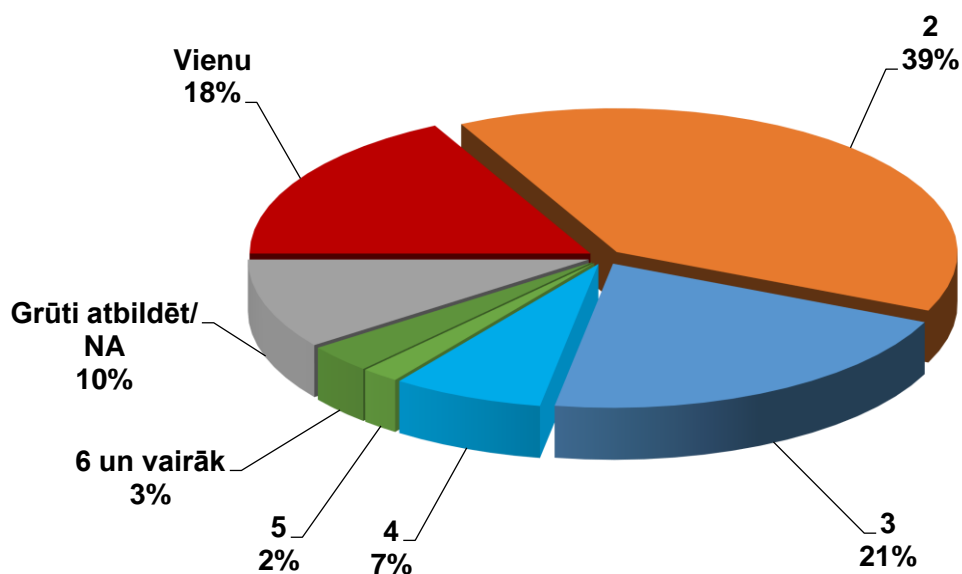


Aptaujas jautājums:

- **“Cik daudz dažādu informācijas kanālu vai mediju Jūs parasti izmantojiet, lai iegūtu priekšstatu par kādu Jūs interesējošu jautājumu, problemātiku?”**

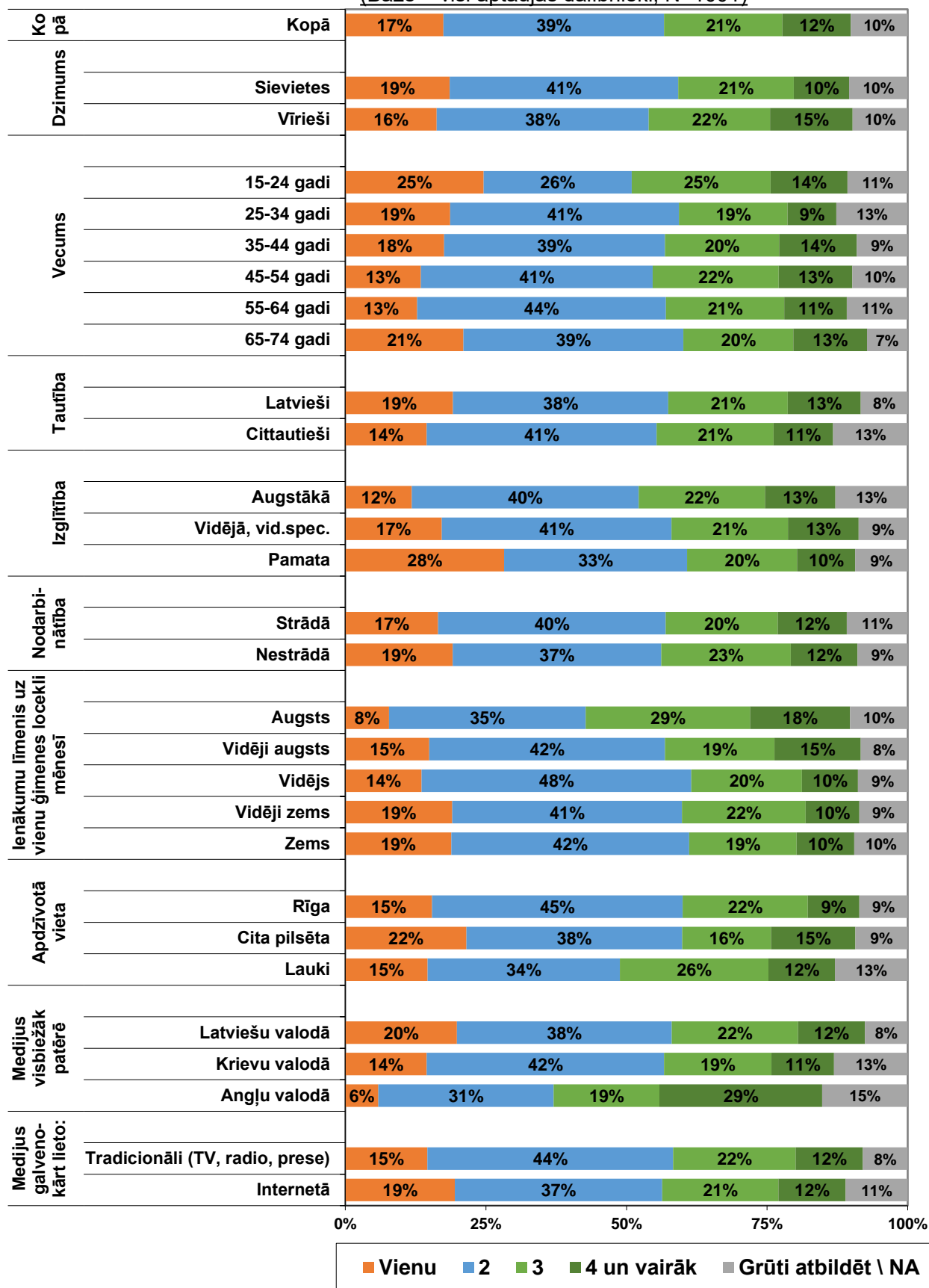
**Cik daudz dažādu informācijas kanālu vai mediju Jūs parasti izmantojiet, lai iegūtu priekšstatu par kādu Jūs interesējošu jautājumu, problemātiku?**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



**Cik daudz dažādu informācijas kanālu vai mediju Jūs parasti izmantojiet, lai iegūtu priekšstatu par kādu Jūs interesējošu jautājumu, problemātiku?**

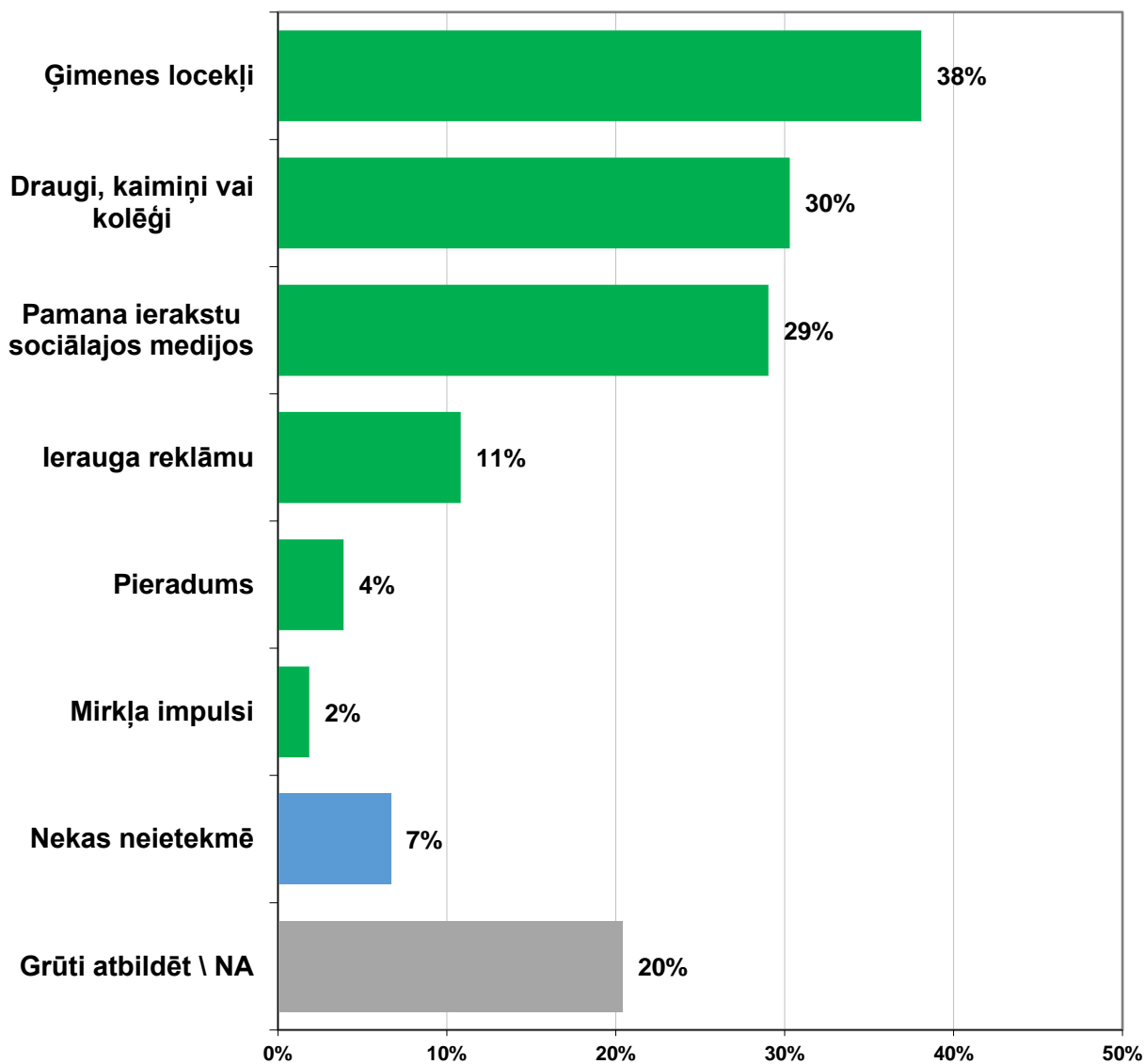
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Aptaujas jautājums:

- **“Kas ietekmē Jūsu spontāno izvēli par to, kuru mediju izmantot ziņu ieguvei?”**

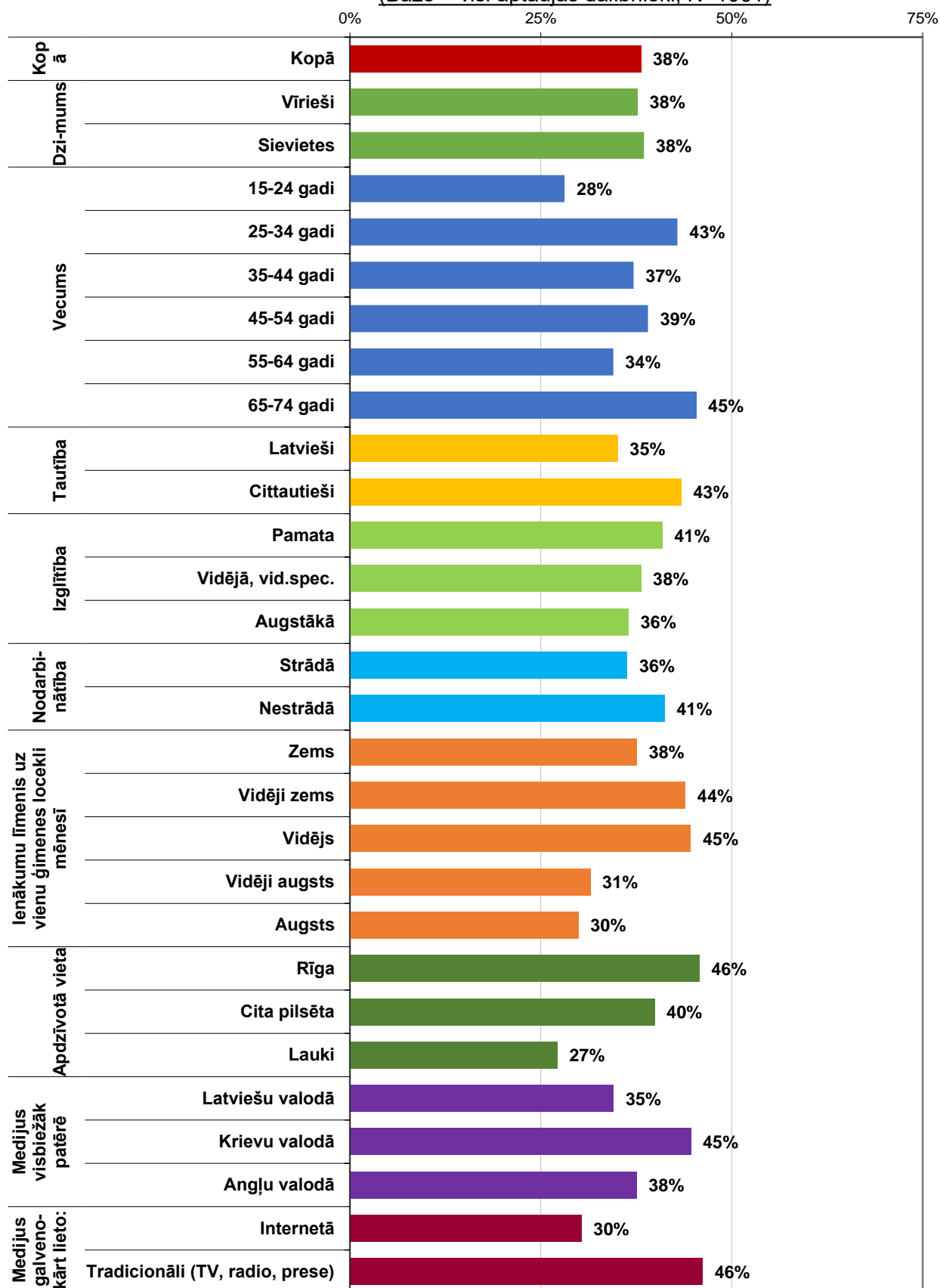
**Kas ietekmē Jūsu spontāno izvēli par to,  
kuru mediju izmantot ziņu ieguvei?**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Kas ietekmē Jūsu spontāno izvēli par to, kuru mediju izmantot ziņu ieguvei?

### Ģimenes locekļi

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

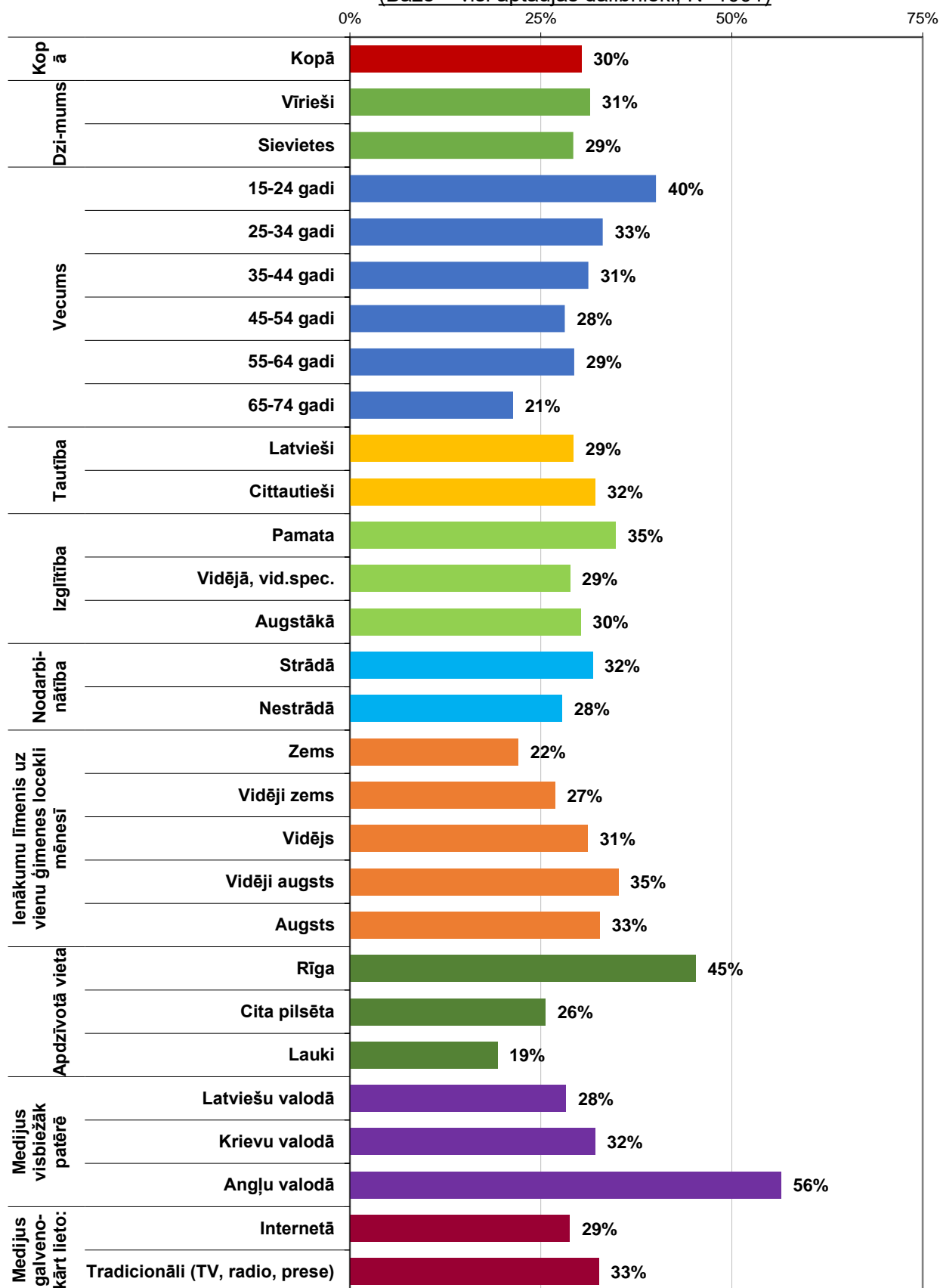




Kas ietekmē Jūsu spontāno izvēli par to, kuru mediju izmantot ziņu ieguvei?

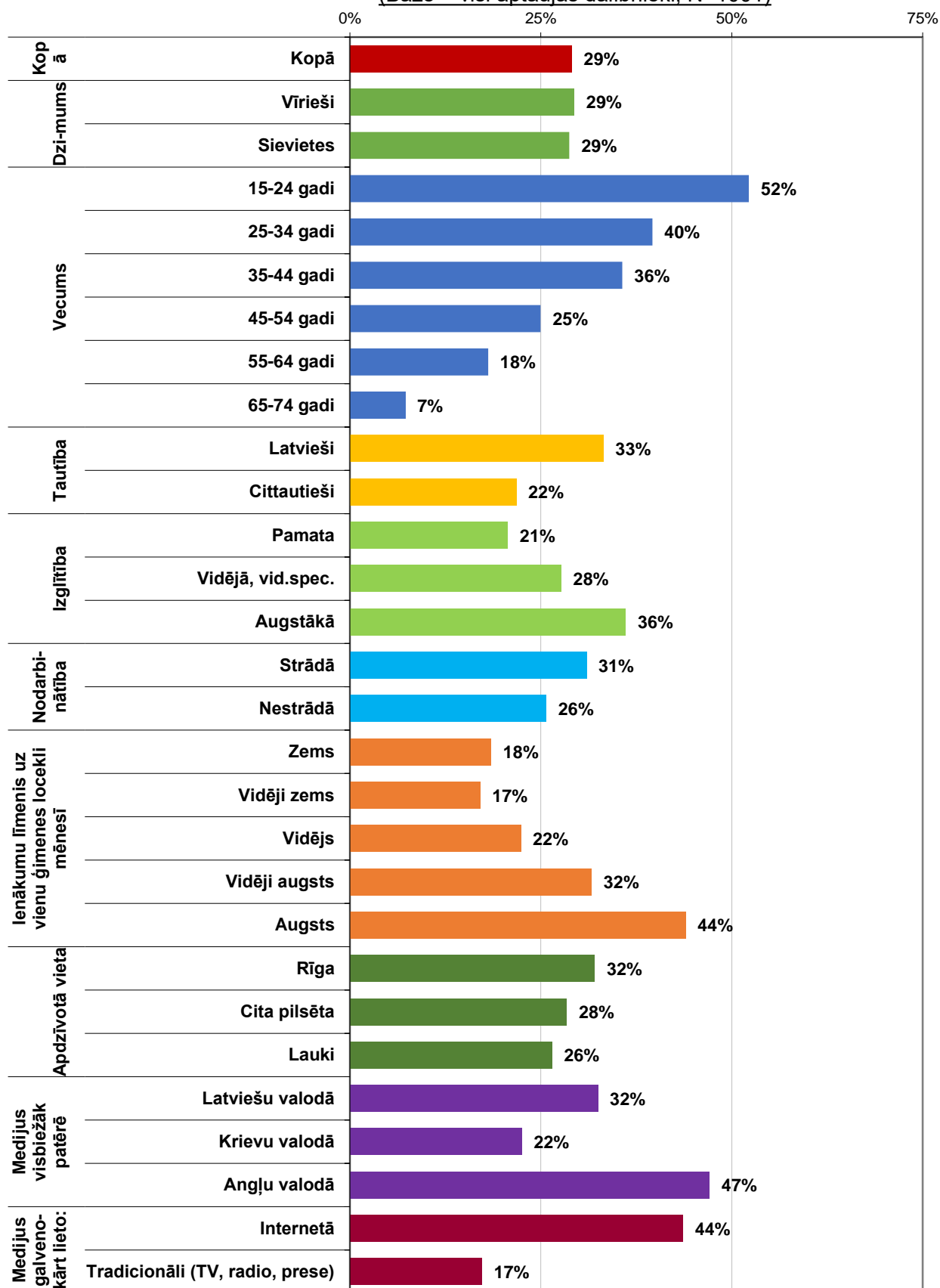
**Draugi, kaimiņi vai kolēģi**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Kas ietekmē Jūsu spontāno izvēli par to, kuru mediju izmantot ziņu ieguvei?

**Pamana ierakstu sociālajos medijos**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

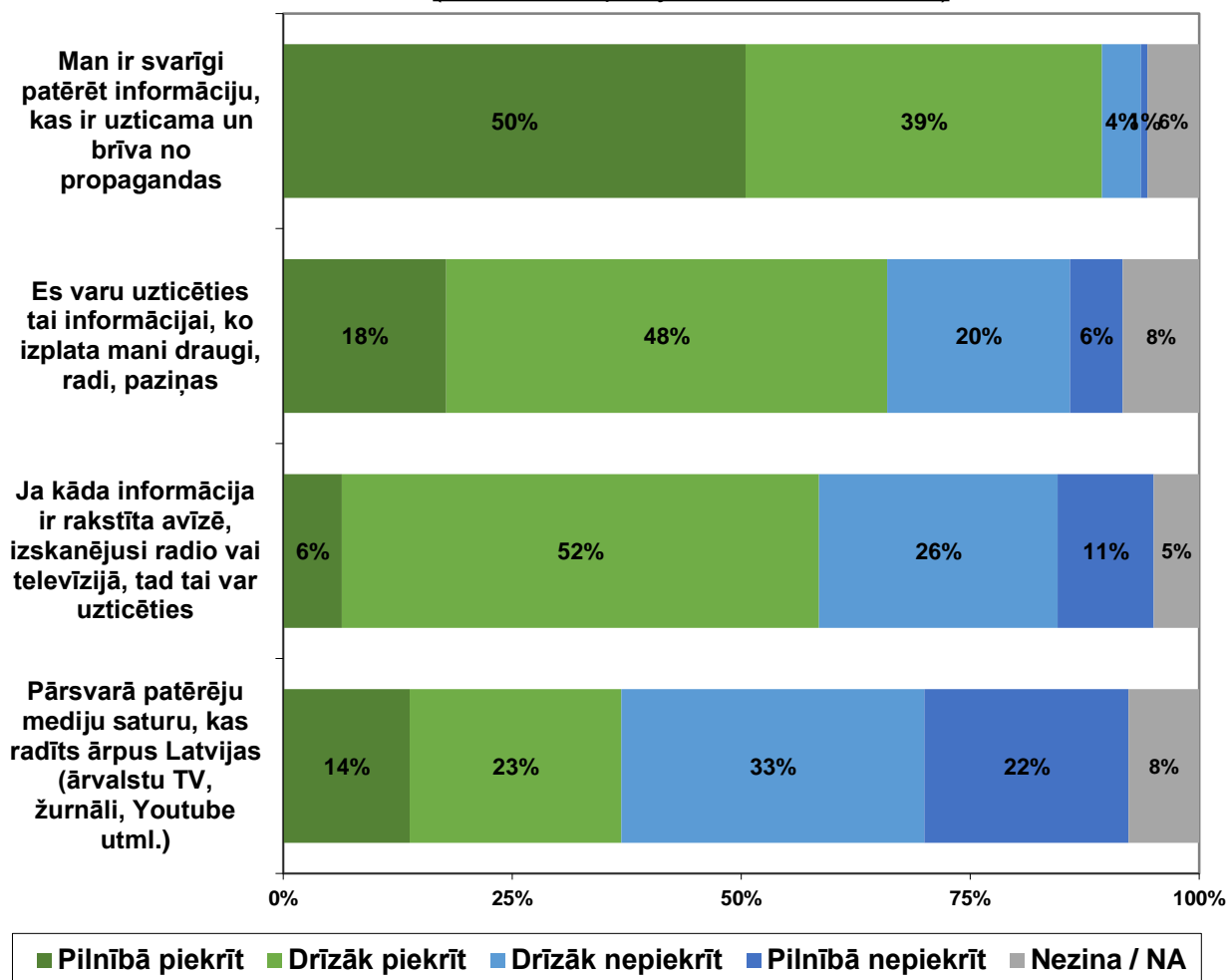


Aptaujas jautājums:

- **“Tagad es Jums nolasišu dažus apgalvojumus, ko ir izteikuši citi cilvēki. Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs tiem piekrītat - pilnībā piekrītat, drīzāk piekrītat, drīzāk nepiekrītat vai pilnībā nepiekrītat?”**

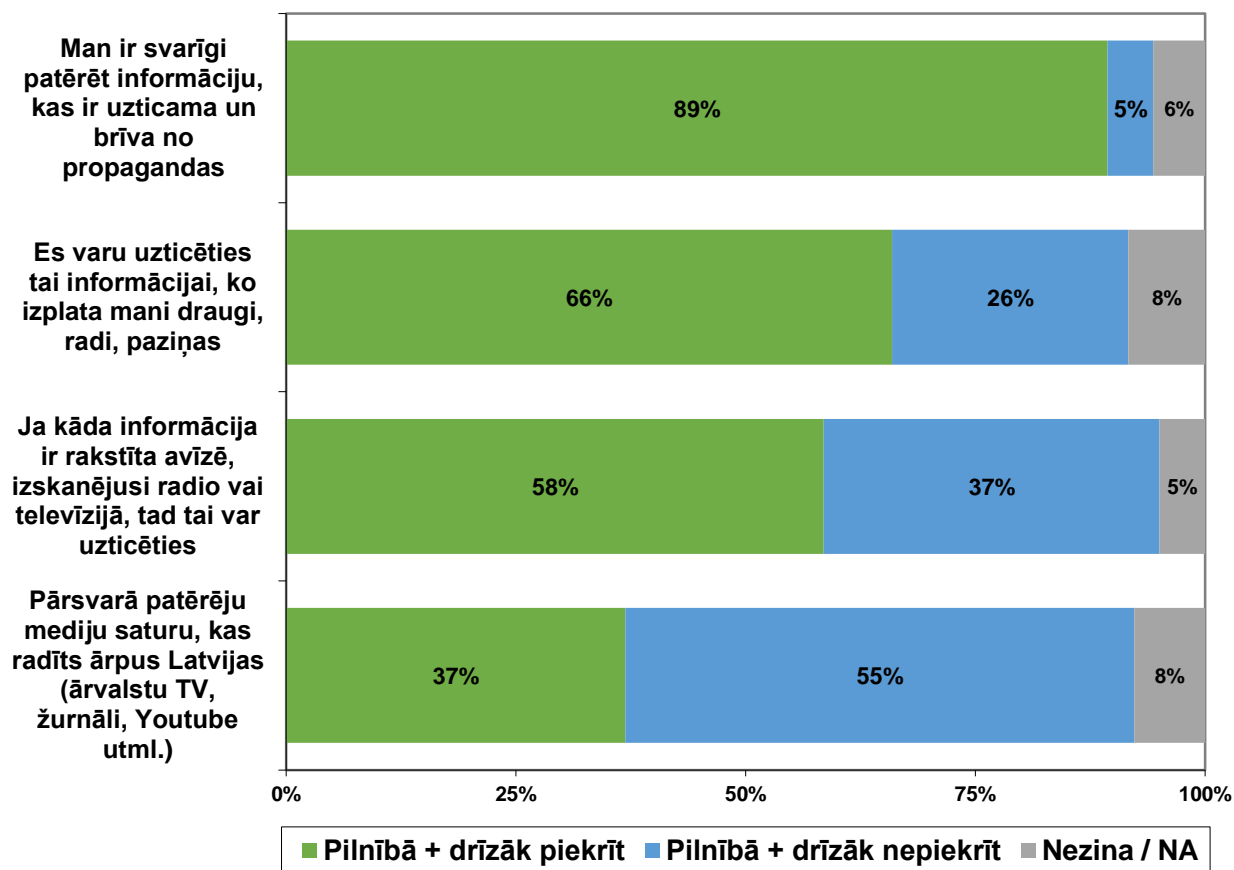
**Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



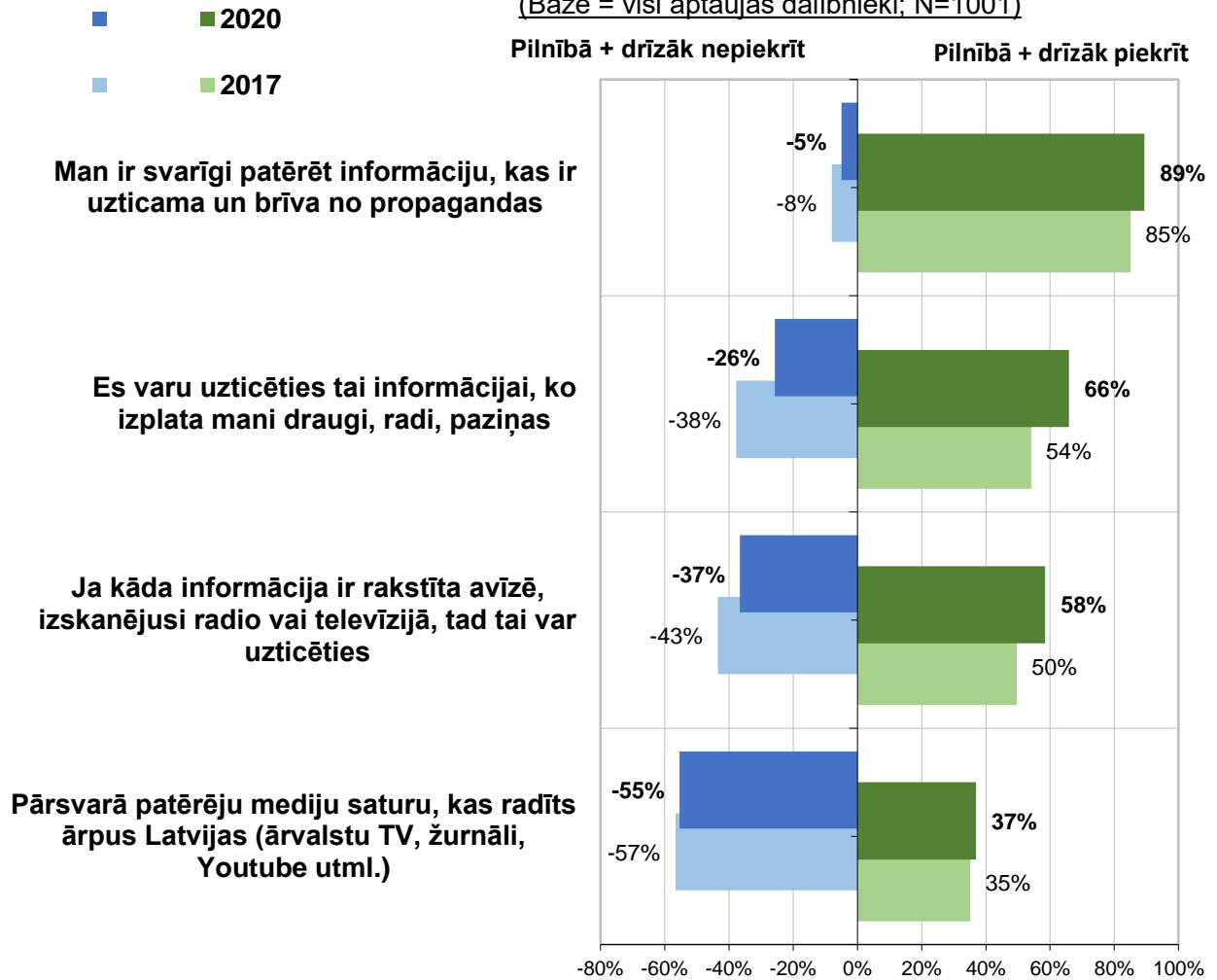
### Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

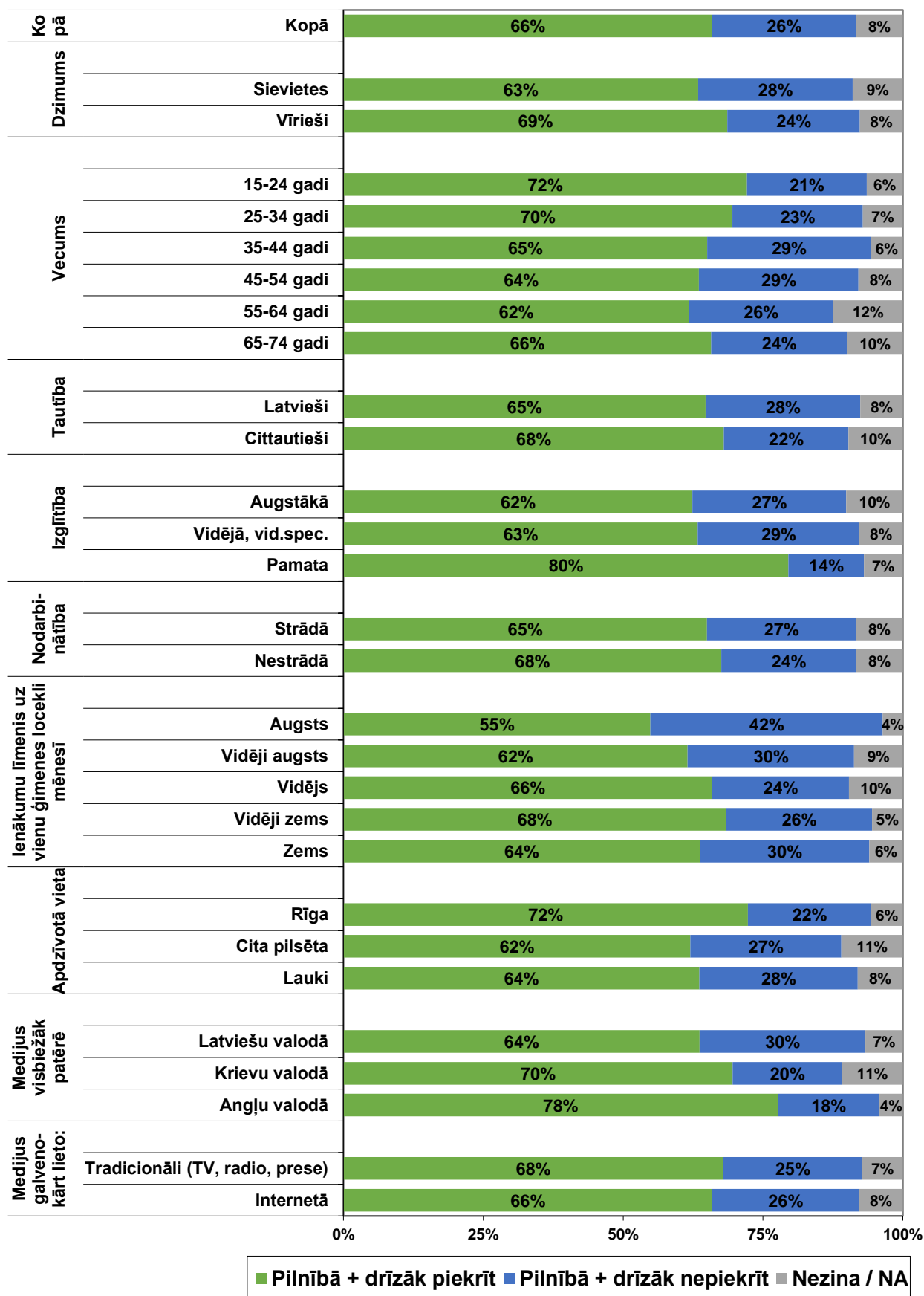


**Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

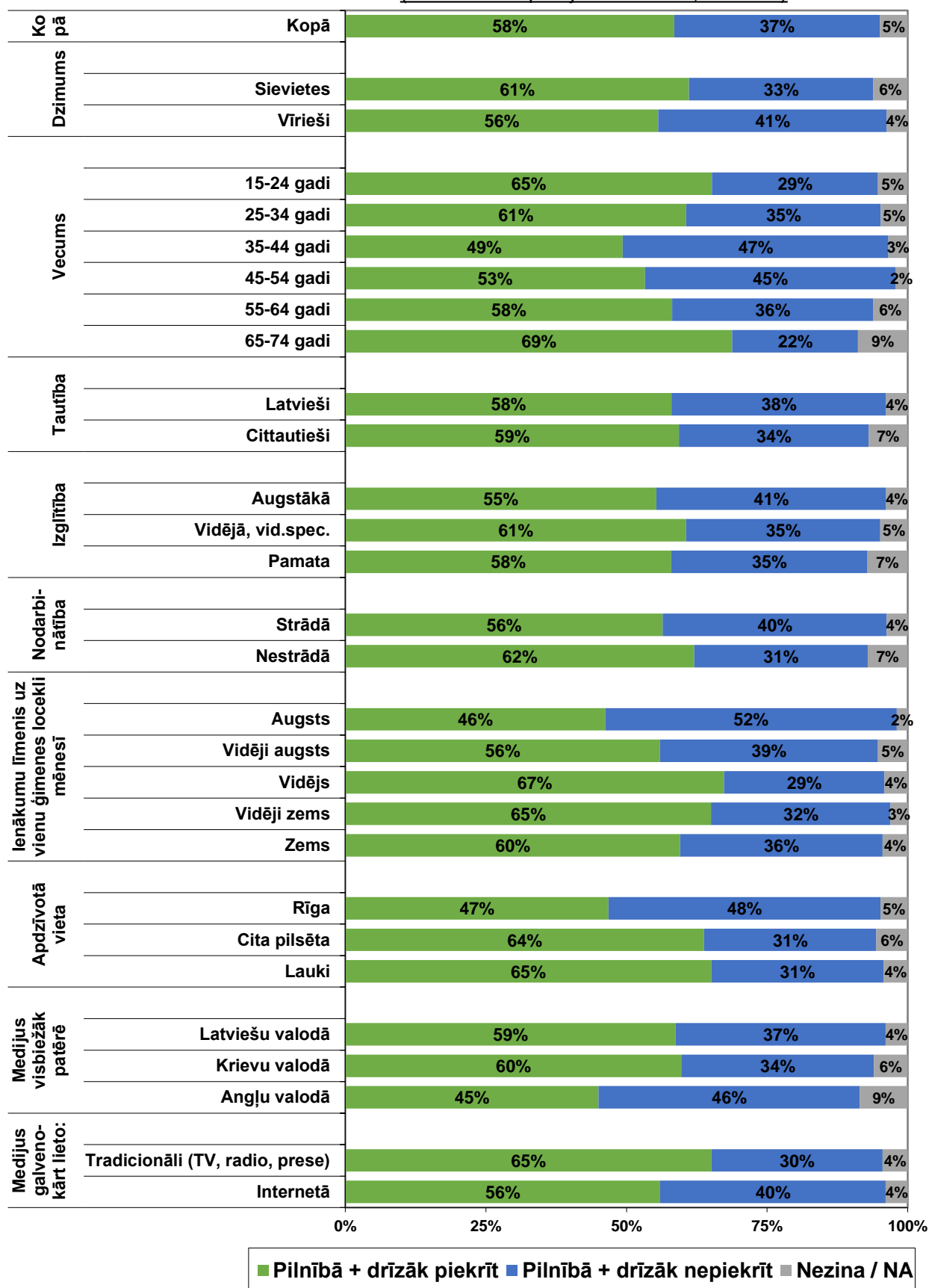


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?  
**Es varu uzticēties tai informācijai, ko izplata mani draugi, radi, paziņas**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

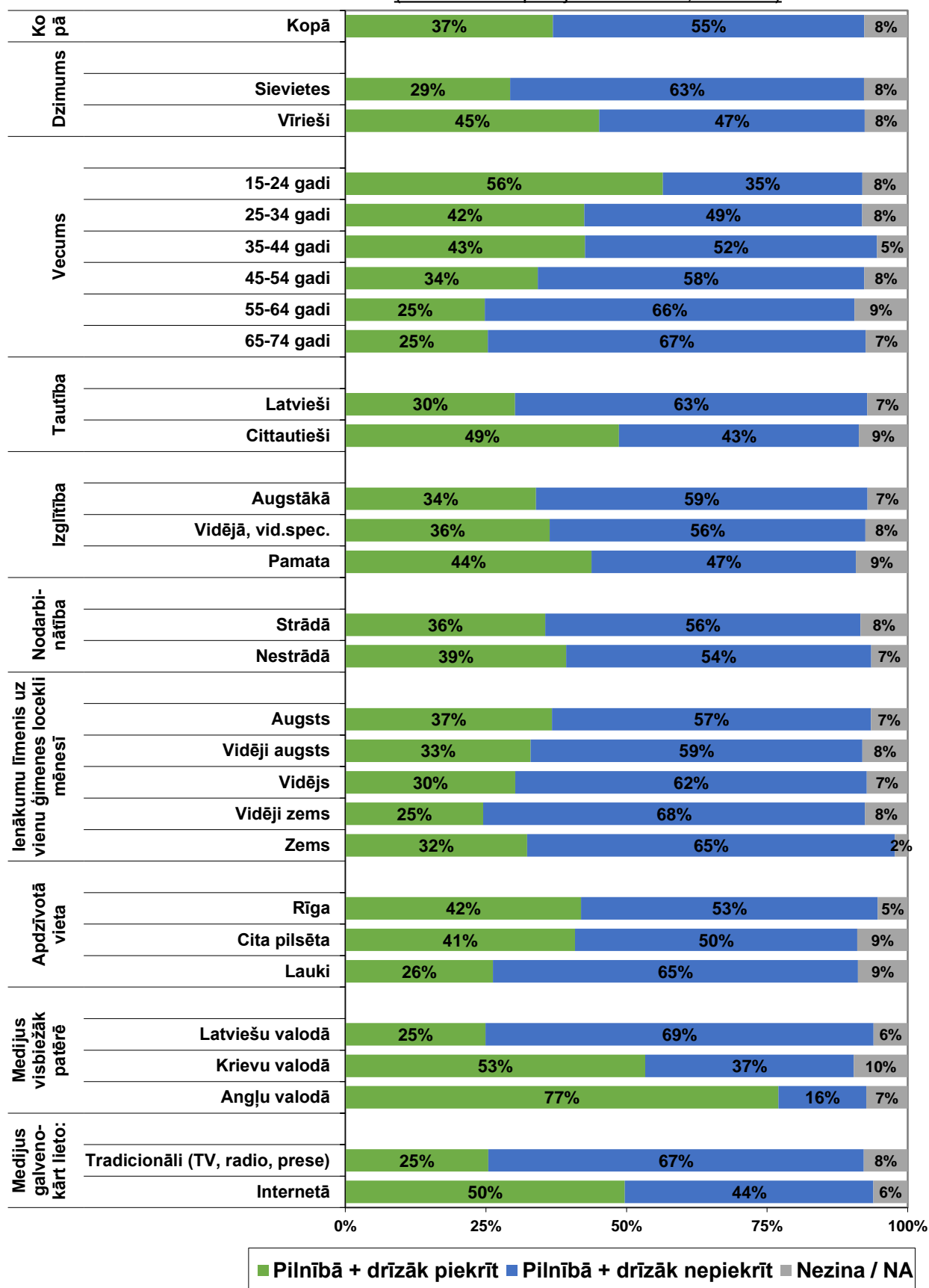


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?  
**Ja kāda informācija ir rakstīta avīzē, izskanējusi radio vai televīzijā,  
 tad tai var uzticēties**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



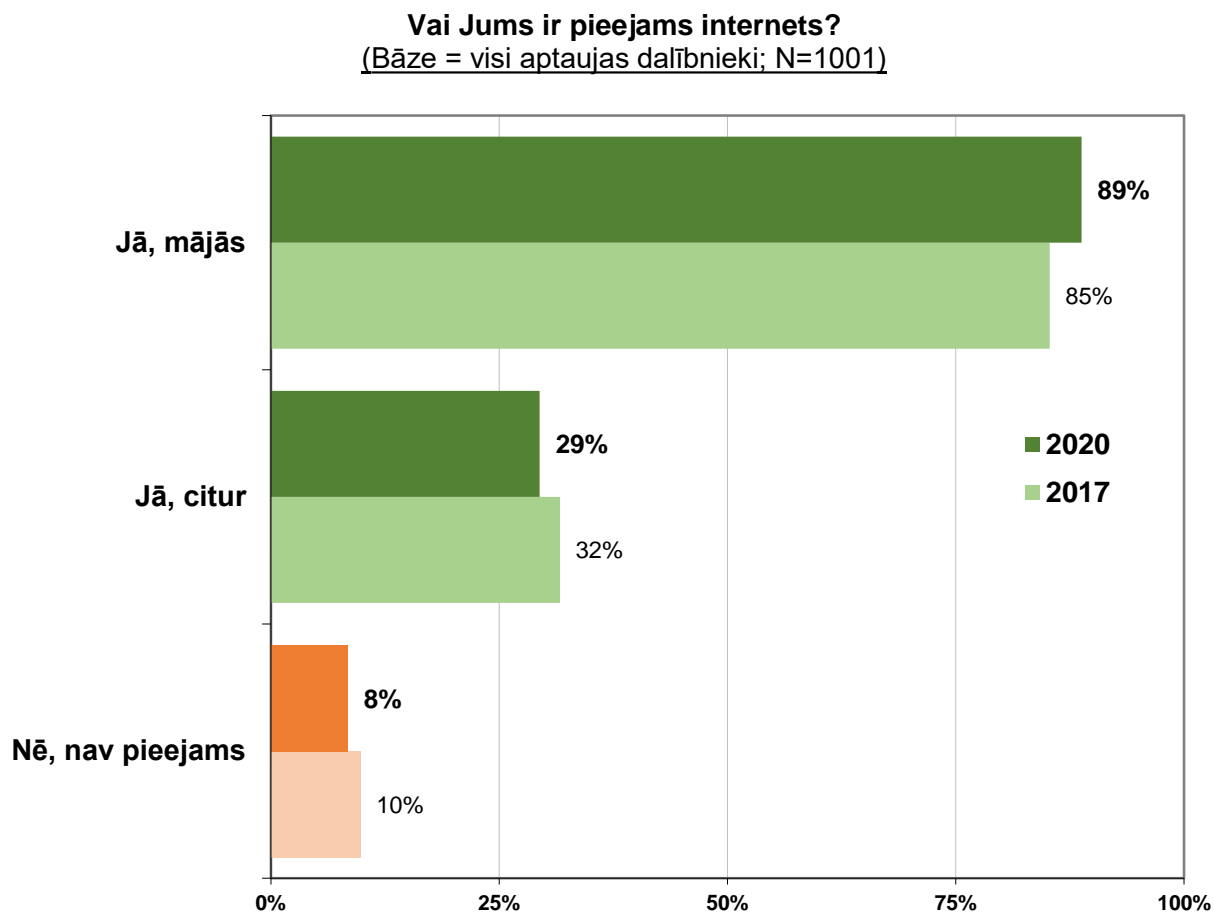
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?  
**Pārsvarā patērēju mediju saturu, kas radīts ārpus Latvijas**  
**(ārvalstu televīzijas programmas, ārvalstu žurnāli, Youtube u.tml.)**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)





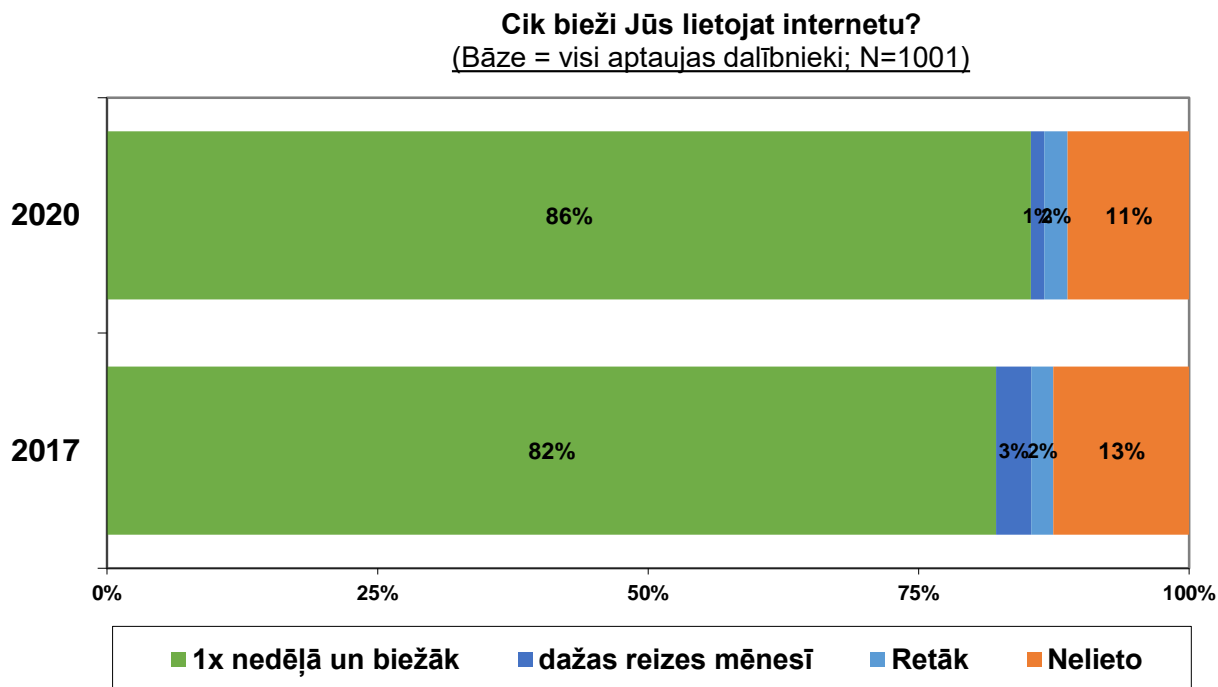
Aptaujas jautājums:

- **“Vai Jums ir pieejams internets?”**



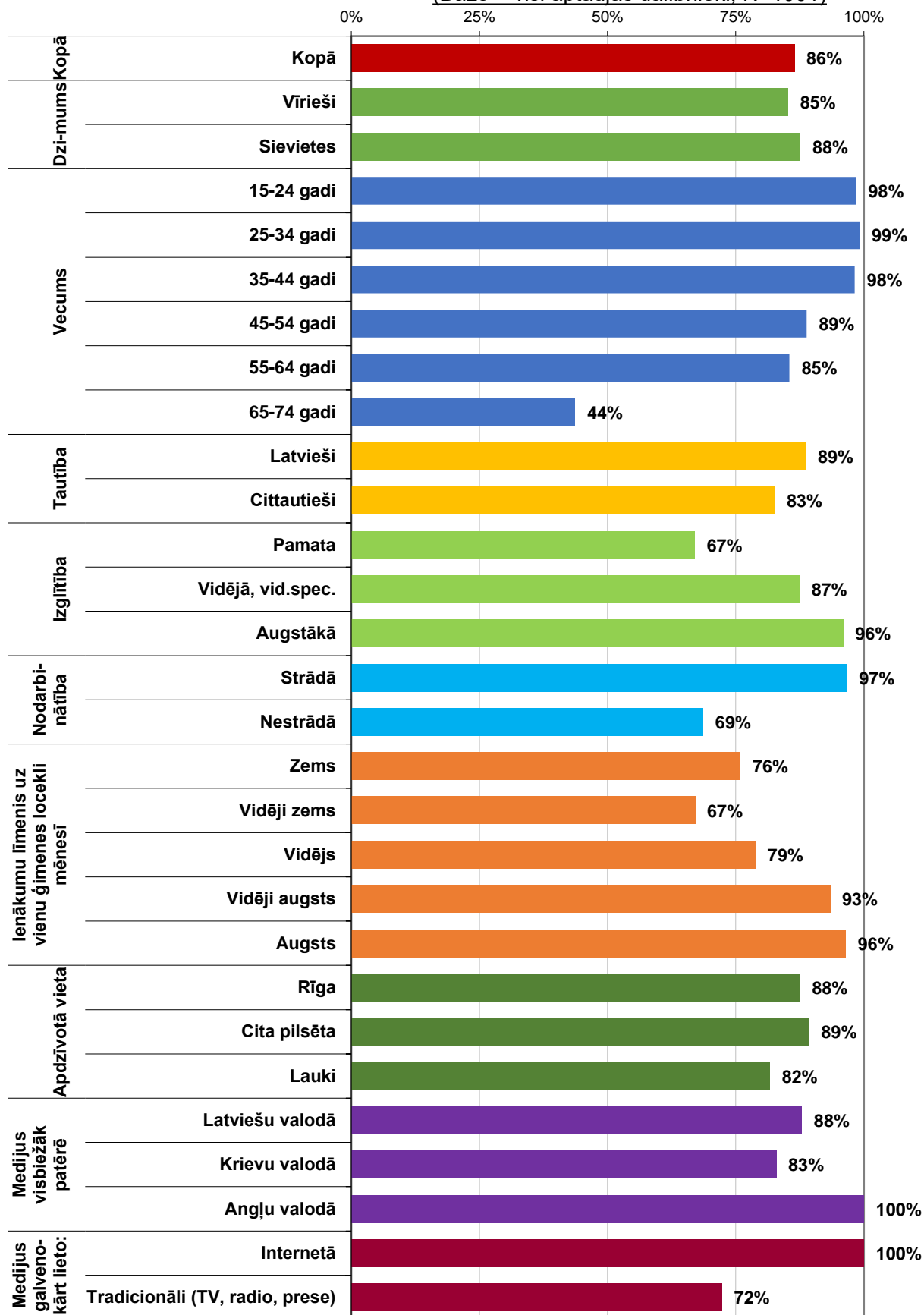
Aptaujas jautājums:

- **“Cik bieži Jūs lietojat internetu?”**

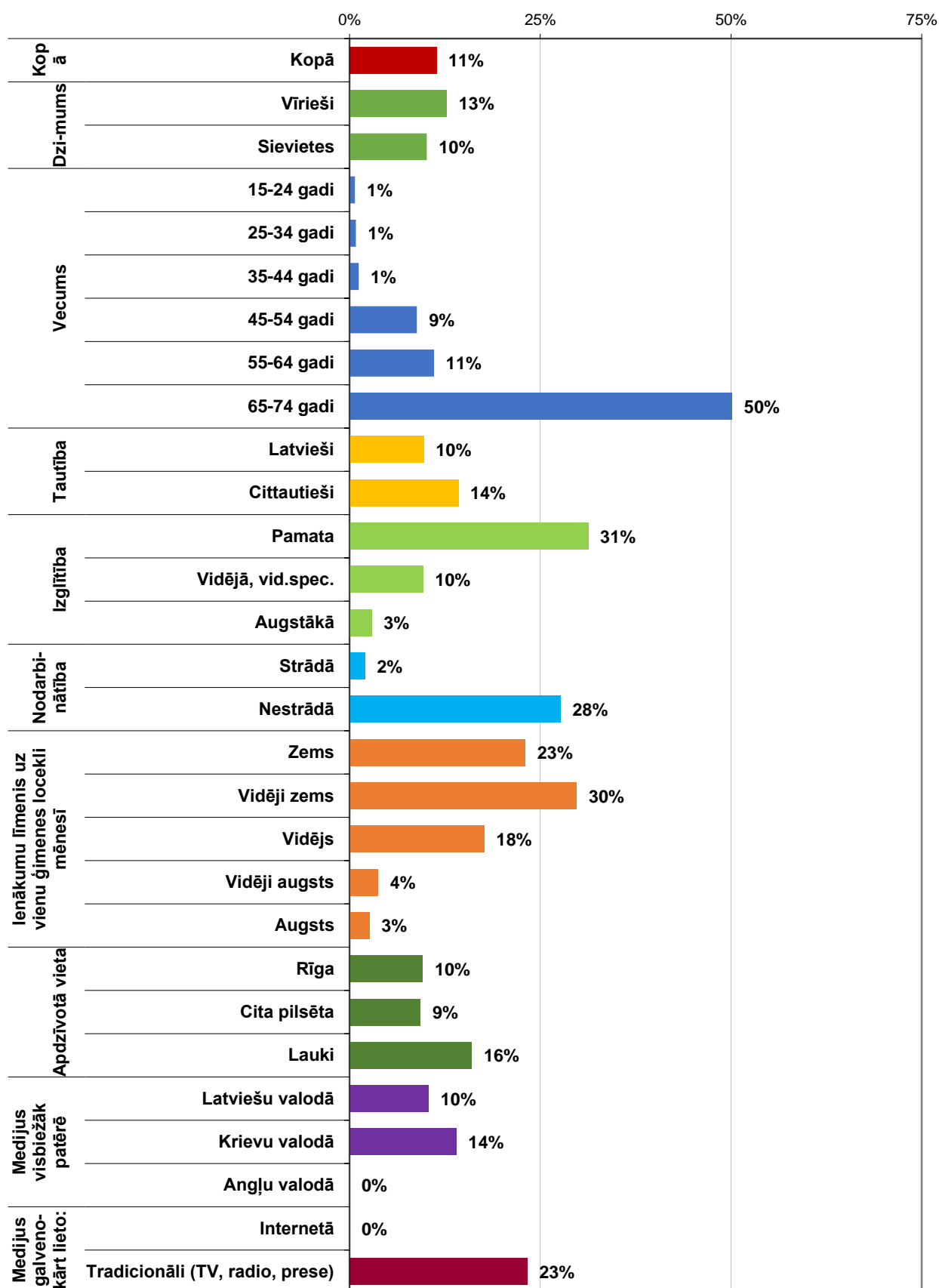


## Lieto internetu vismaz reizi nedēļā

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



**Nelieto internetu**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

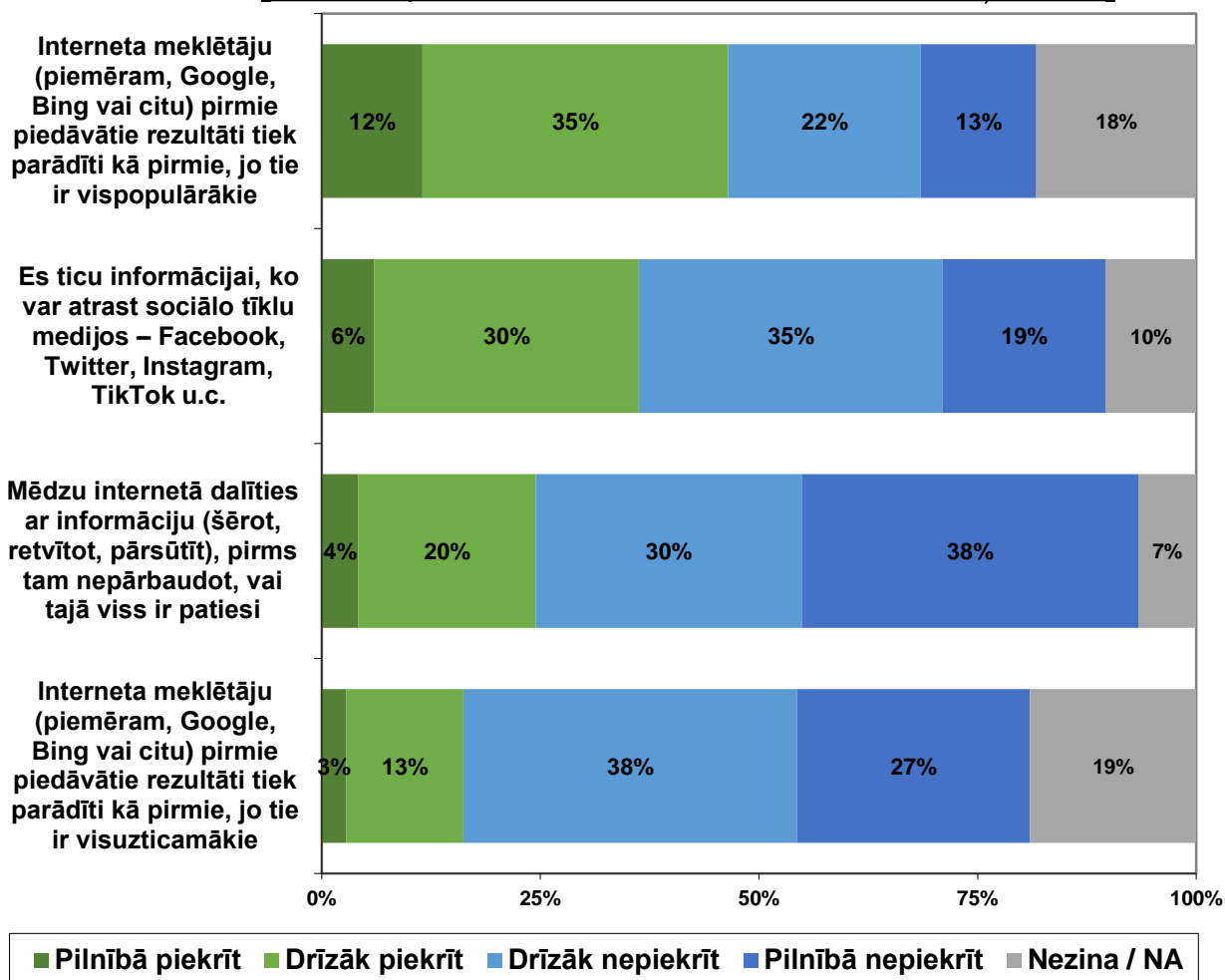


Aptaujas jautājums:

- **“Tagad es Jums nolasišu dažus apgalvojumus, ko ir izteikuši citi cilvēki. Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs tiem piekrītat - pilnībā piekrītat, drīzāk piekrītat, drīzāk nepiekrītat vai pilnībā nepiekrītat?”**

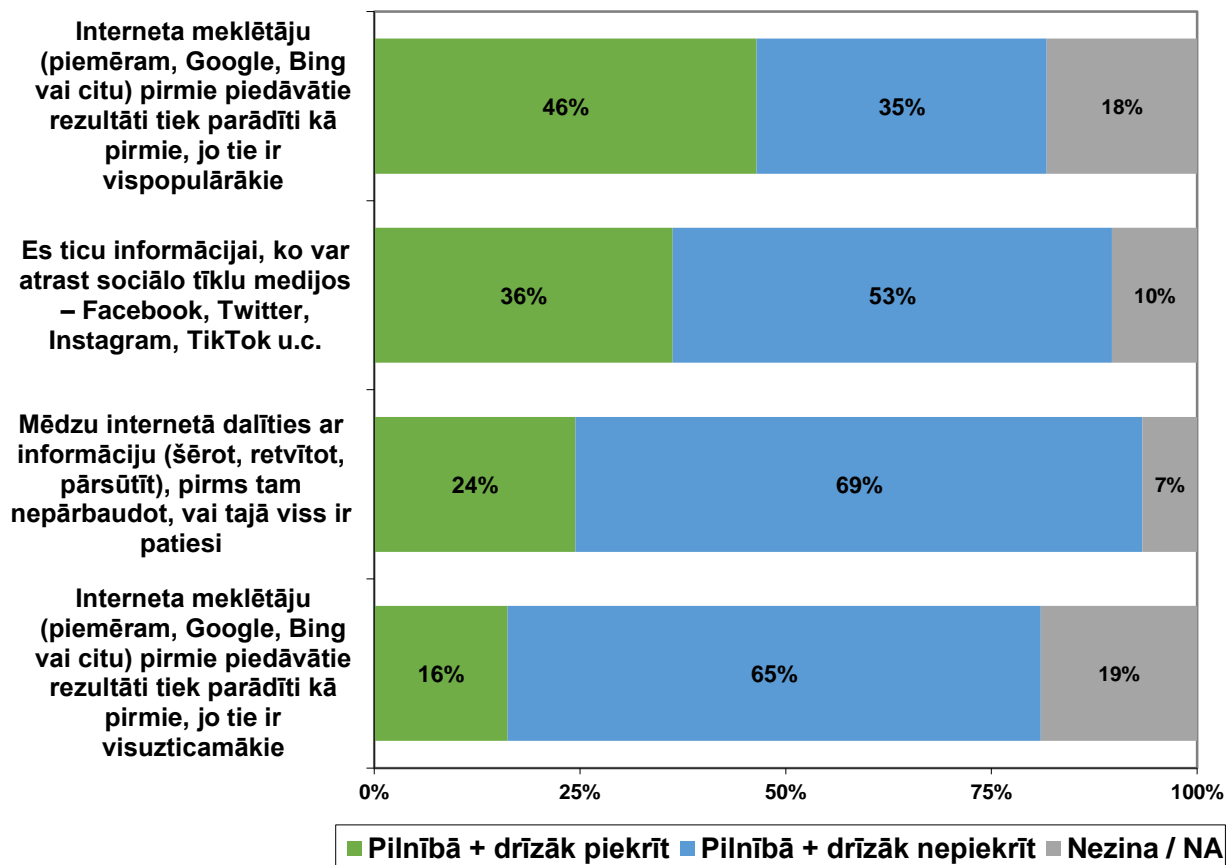
**Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?**

(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; N=872)



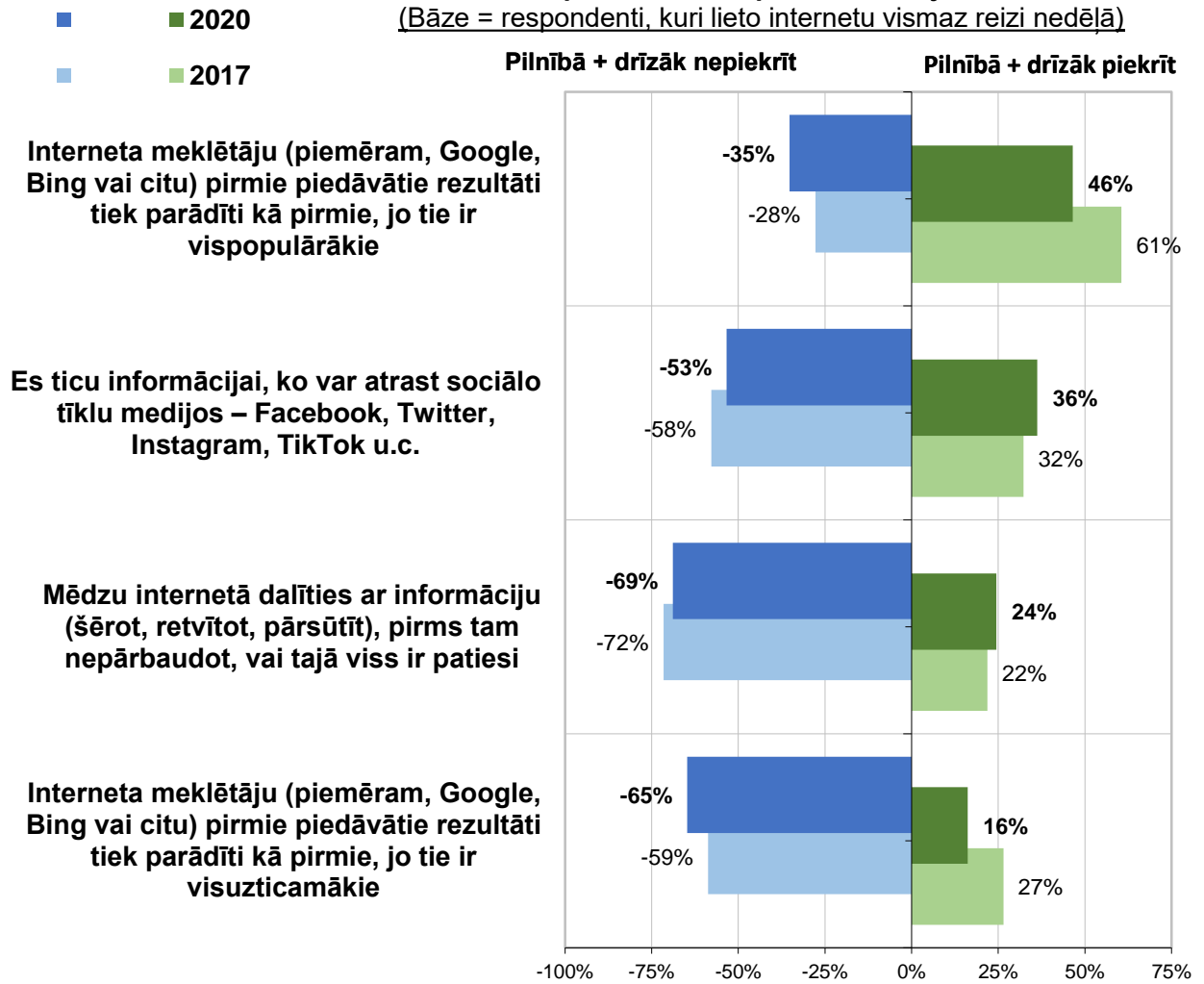
## Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?

(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; N=872)



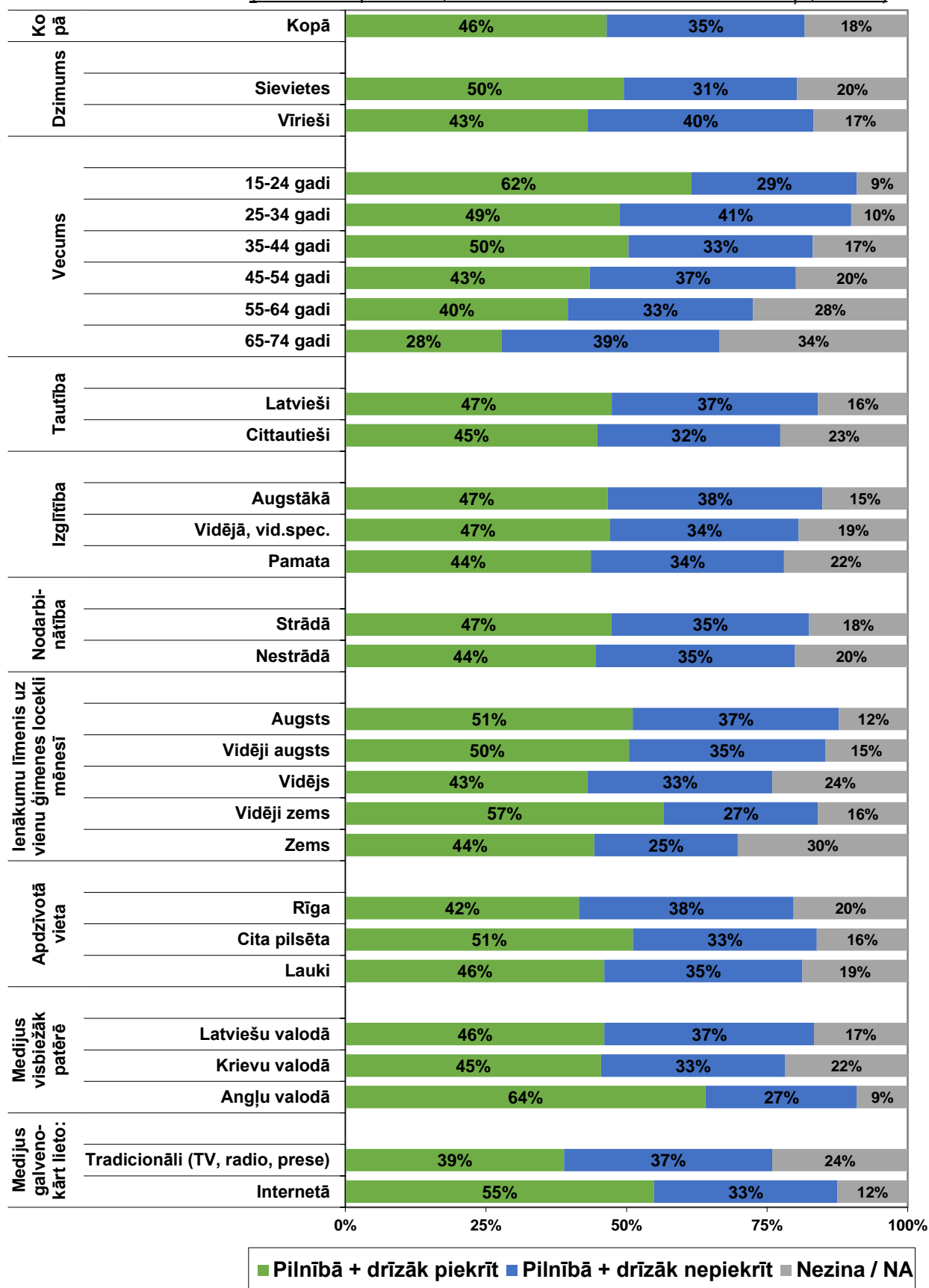
**Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?**

(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā)



Cik lielā mērā Jūs piekrītat sekojošam izteikumam?  
**Interneta meklētāju (kā Google, Bing u.c.) pirmie piedāvātie rezultāti tiek  
parādīti vispirms, jo tie ir vispopulārākie**

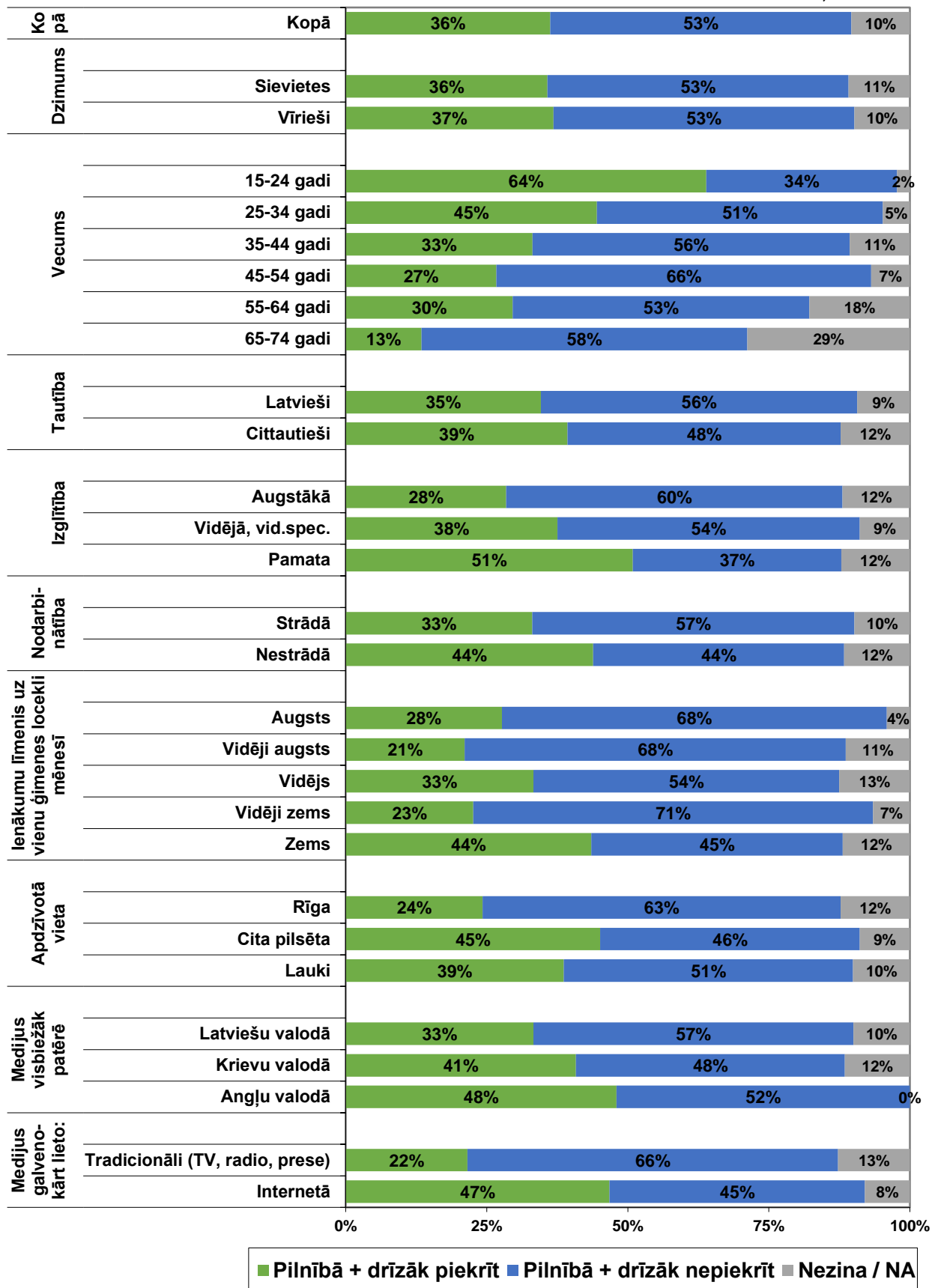
(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; n=872)



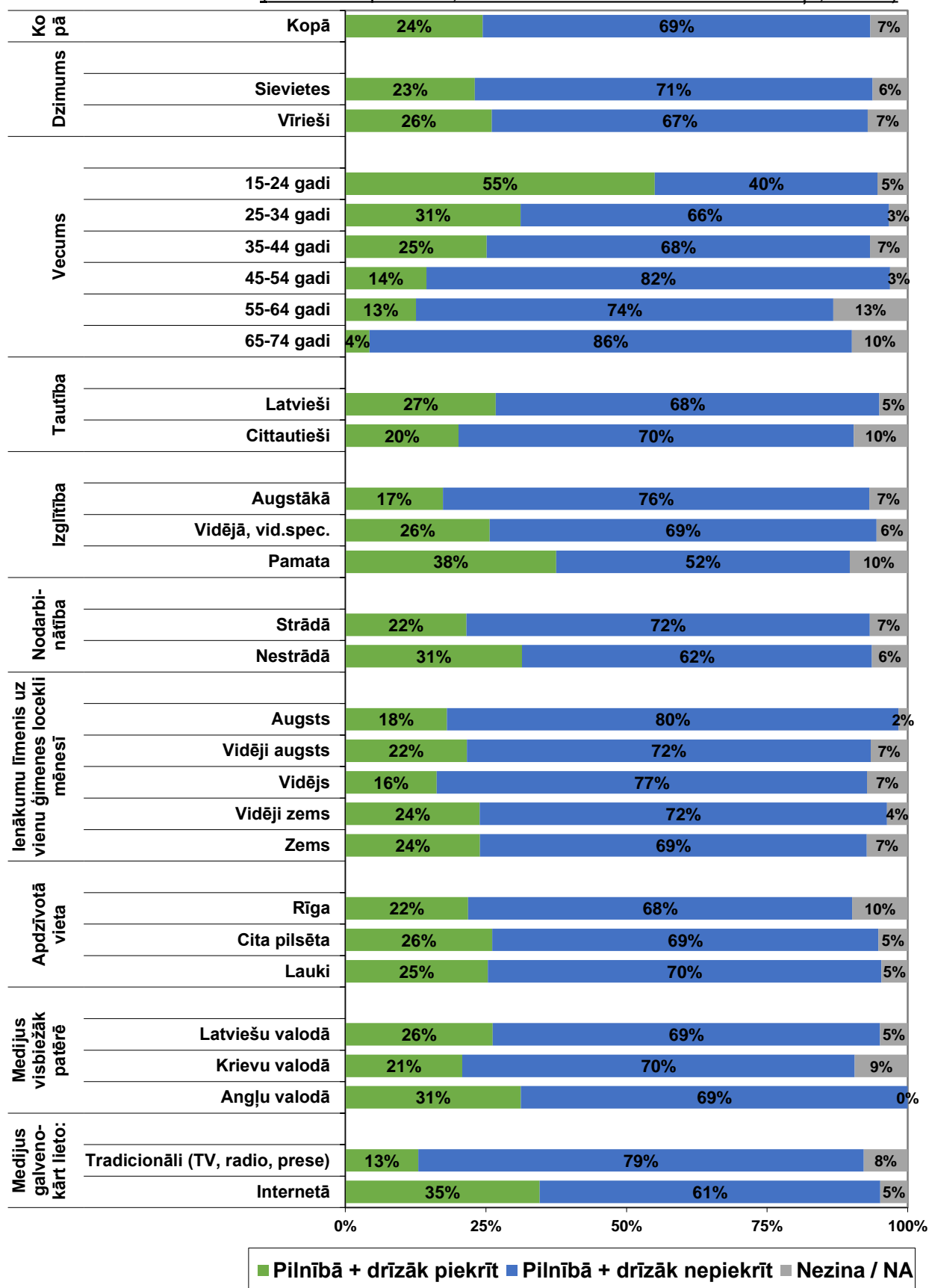


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošam izteikumam?  
**Es ticu informācijai, ko var atrast sociālo tīklu medijos –  
 Facebook, Twitter, Instagram, TikTok u.c.**

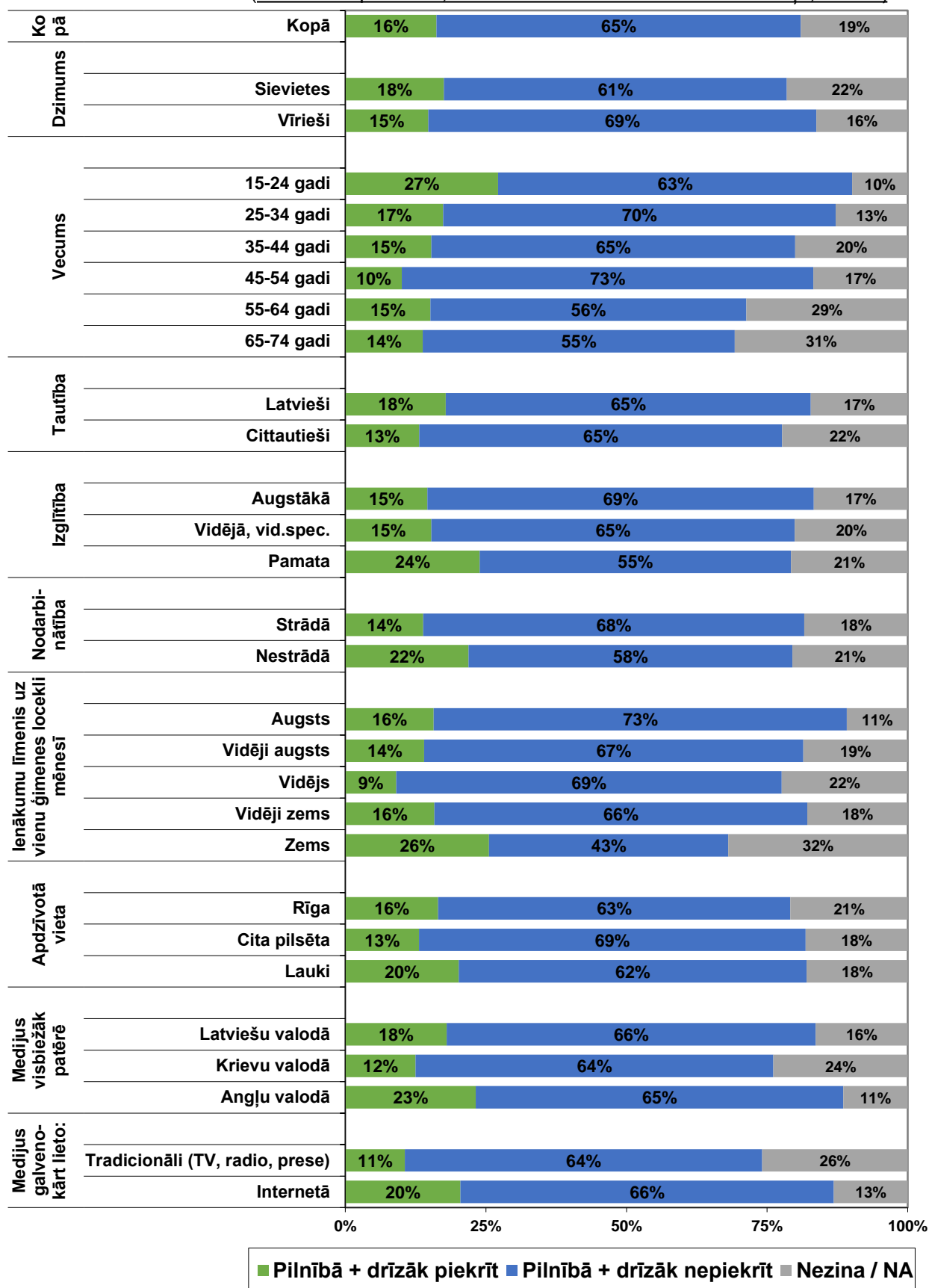
(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; n=872)



Cik lielā mērā Jūs piekrītat sekojošam izteikumam?  
**Mēdzu internetā dalīties ar informāciju (šērot, retvīt, pārsūtīt e-pastā u.c.), pirms tam nepārbaudot, vai tajā viss ir patiesi**  
 (Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; n=872)



Cik lielā mērā Jūs piekrītat sekojošam izteikumam?  
**Interneta meklētāju (kā Google, Bing u.c.) pirmie piedāvātie rezultāti tiek  
parādīti vispirms, jo tie ir visuzticamākie**  
(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; n=872)

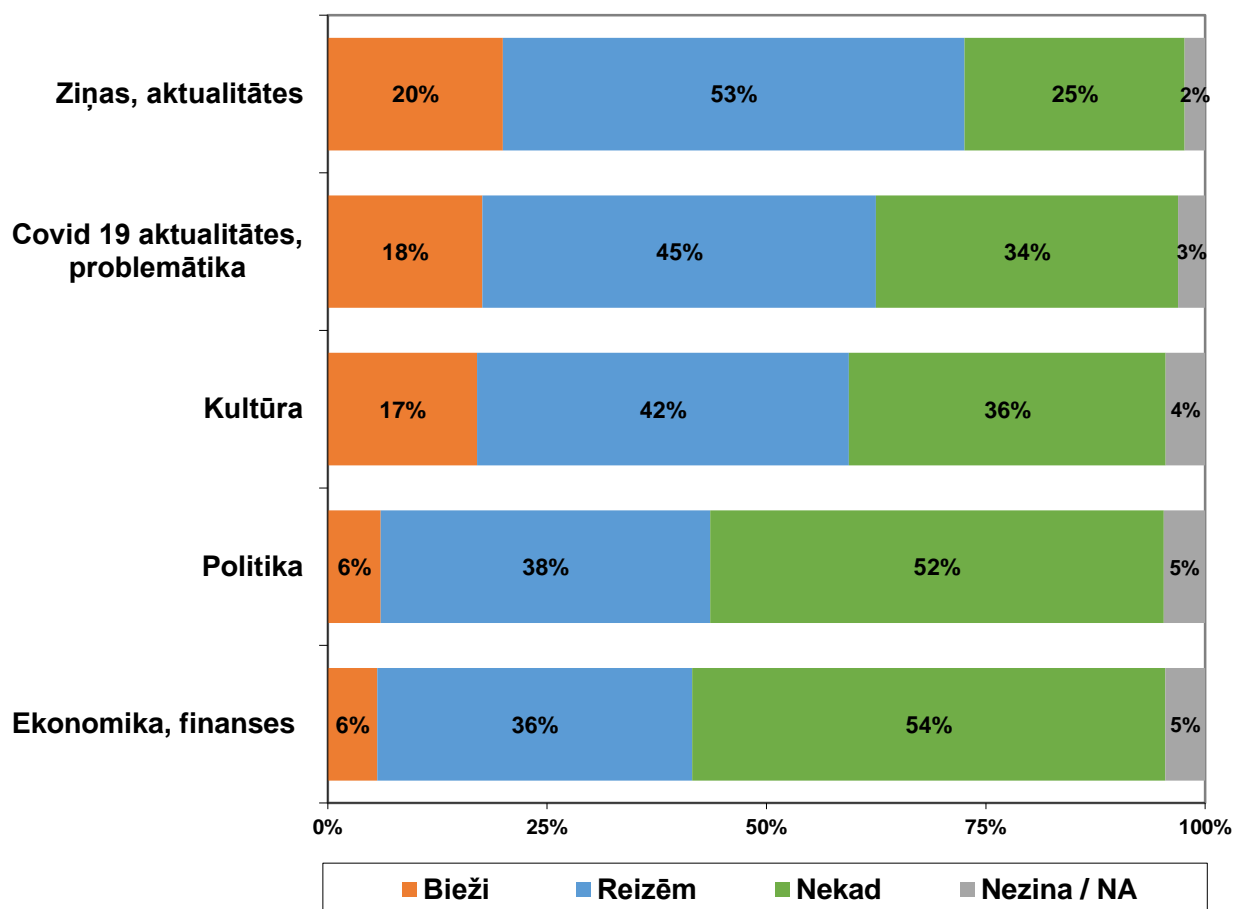


Aptaujas jautājums:

- **“Sakiet, lūdzu, cik bieži Jūs izmantojiet sociālo tīklu medijus, kā Facebook, Twitter, Instagram, TikTok u.c., lai rastu viedokļus un informāciju sekojošās tēmās – bieži, reizēm vai nekad?”**

**Sakiet, lūdzu, cik bieži Jūs izmantojiet sociālo tīklu medijus, kā Facebook, Twitter, Instagram, TikTok u.c., lai rastu viedokļus un informāciju sekojošās tēmās?**

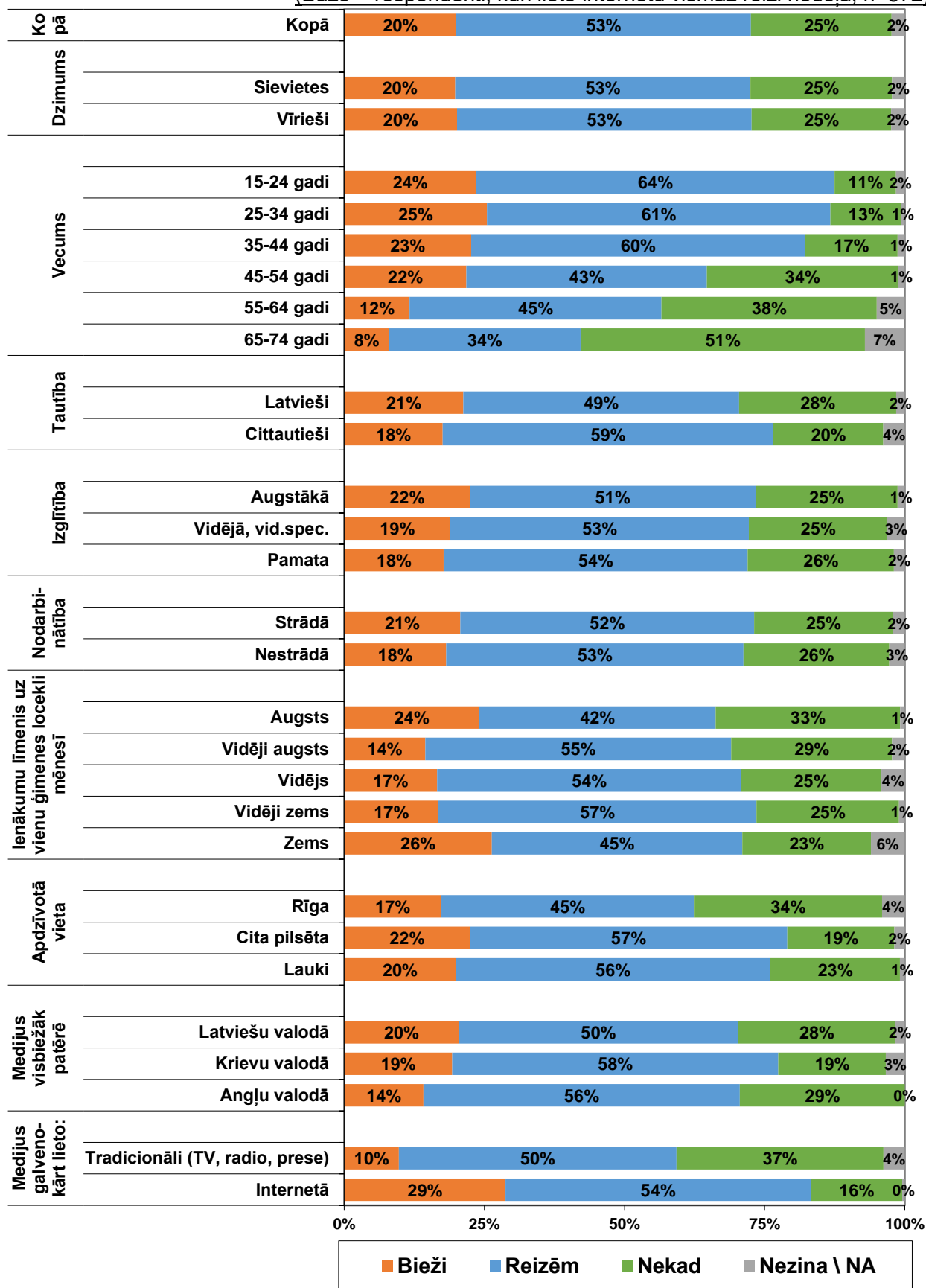
(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; n=872)



Cik bieži Jūs izmantojiet sociālo tīklu medijus, lai rastu viedokļus un informāciju sekojošās tēmā?

**Ziņas, aktualitātes**

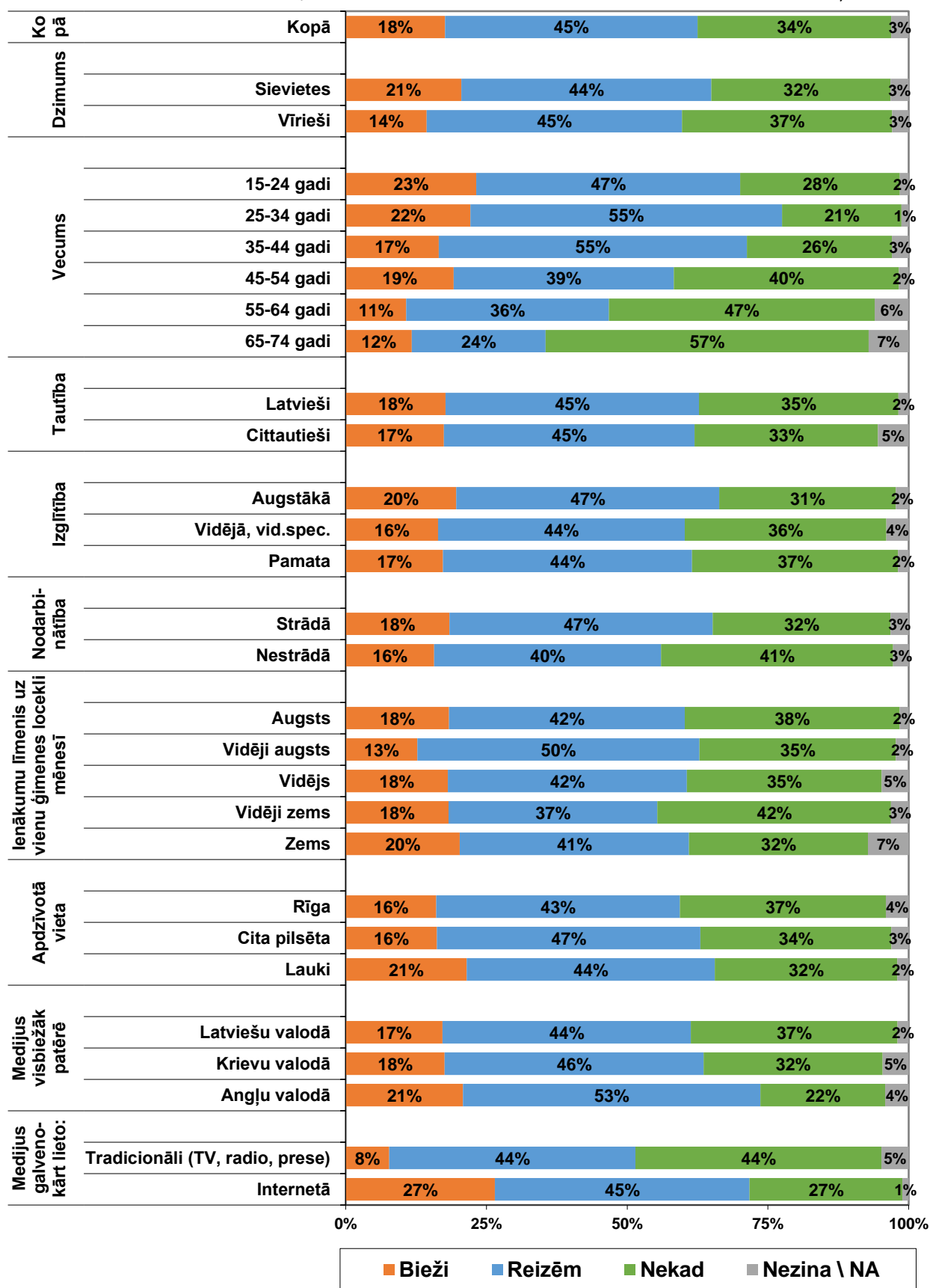
(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; n=872)



Cik bieži Jūs izmantojiet sociālo tīklu medijus, lai rastu viedokļus un informāciju sekojošās tēmā?

**Covid 19 aktualitātes, problemātika**

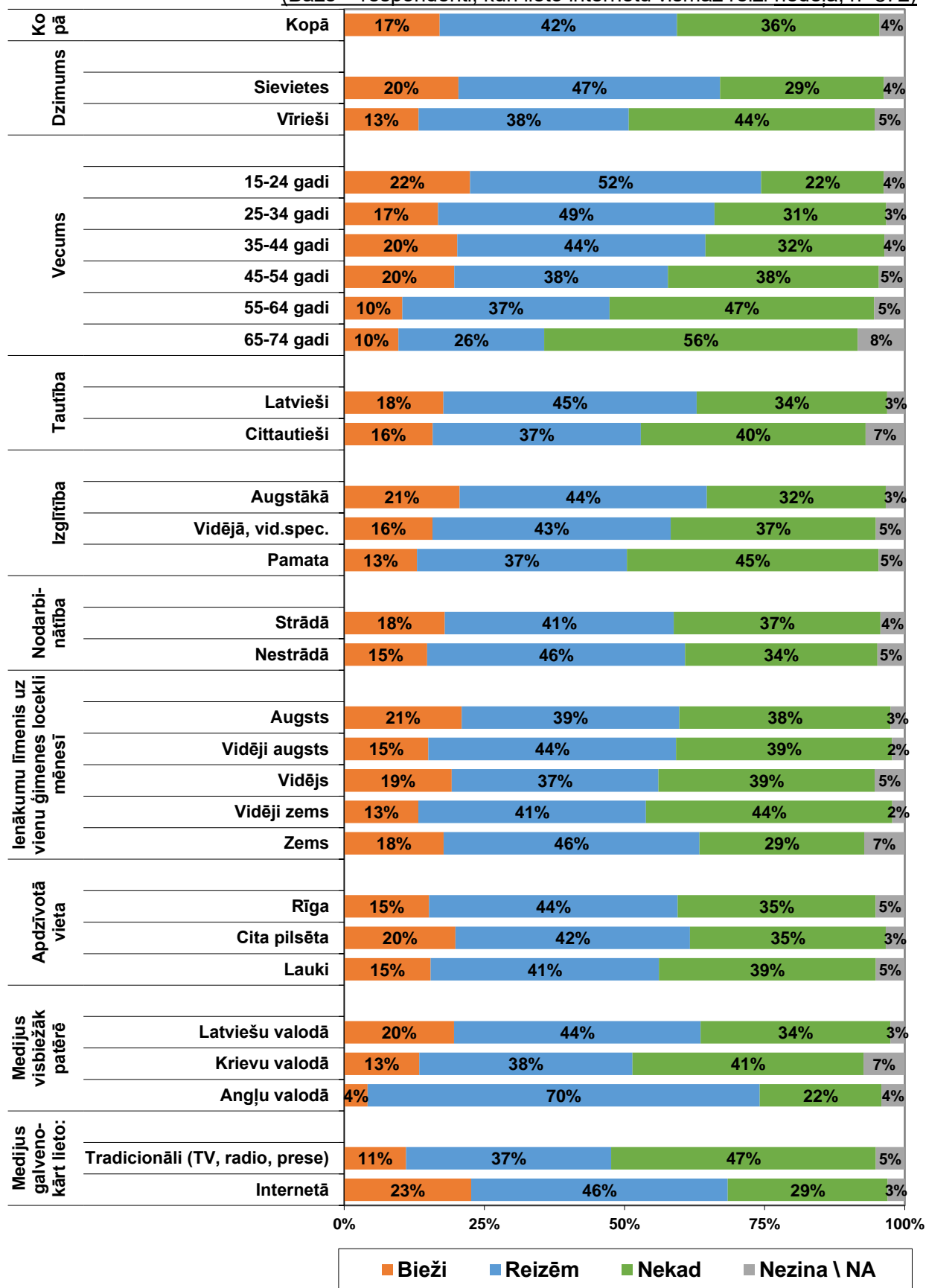
(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; n=872)



Cik bieži Jūs izmantojiet sociālo tīklu medijus, lai rastu viedokļus un informāciju sekojošās tēmā?

**Kultūra**

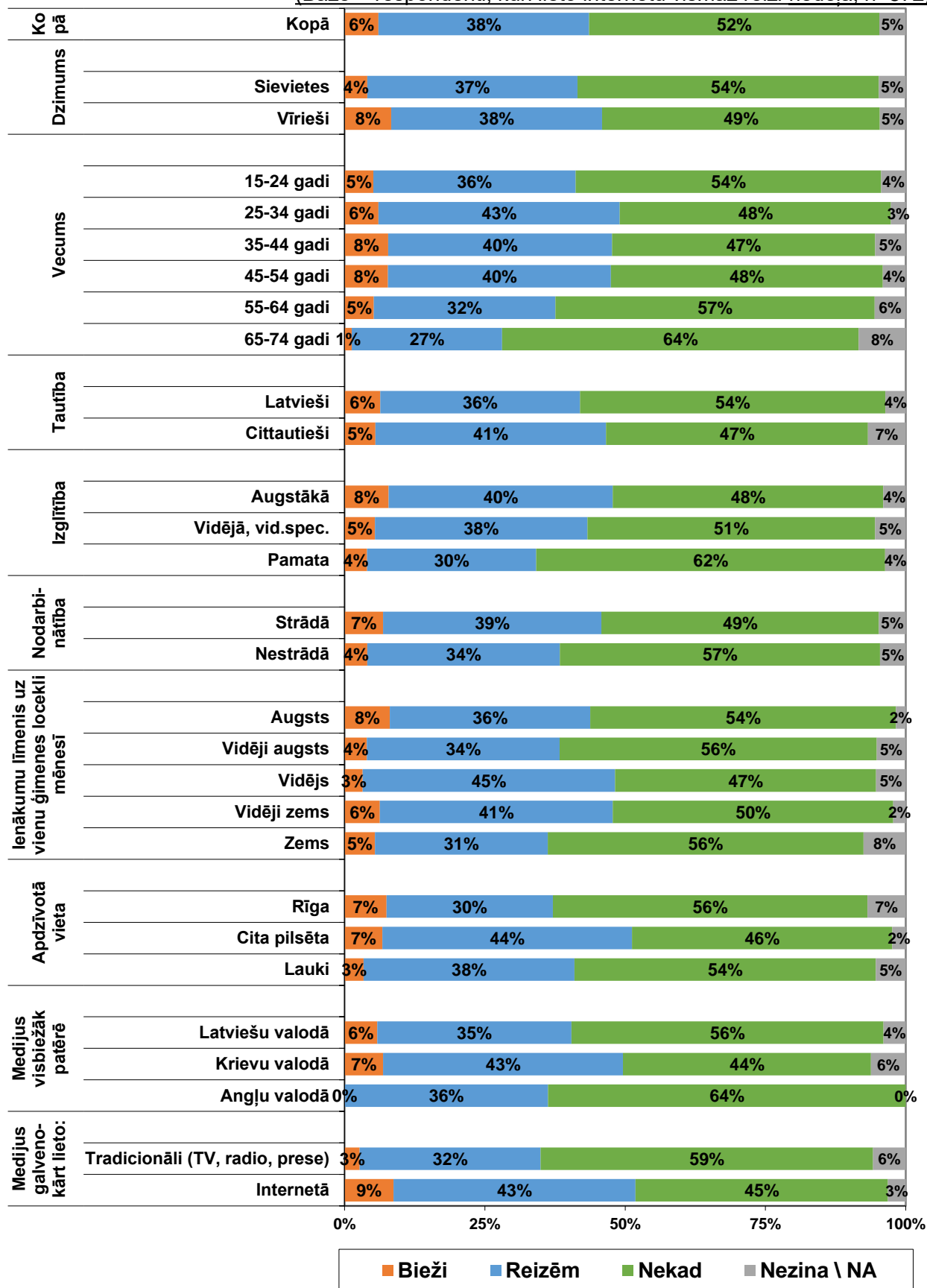
(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; n=872)



Cik bieži Jūs izmantojiet sociālo tīklu medijus, lai rastu viedokļus un informāciju sekojošās tēmā?

**Politika**

(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; n=872)

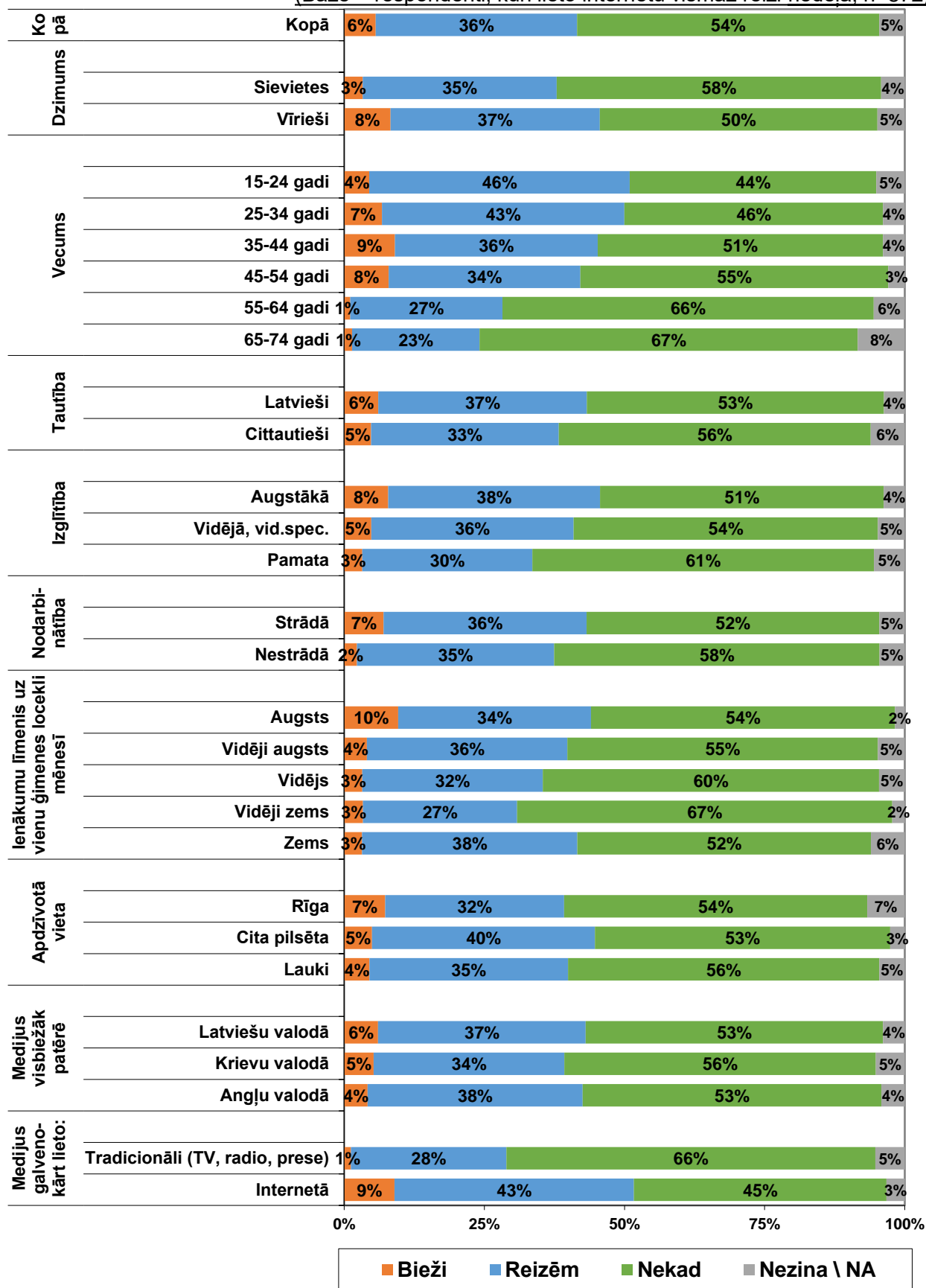




Cik bieži Jūs izmantojiet sociālo tīklu medijus, lai rastu viedokļus un informāciju sekojošās tēmā?

**Ekonomika, finanses**

(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi nedēļā; n=872)

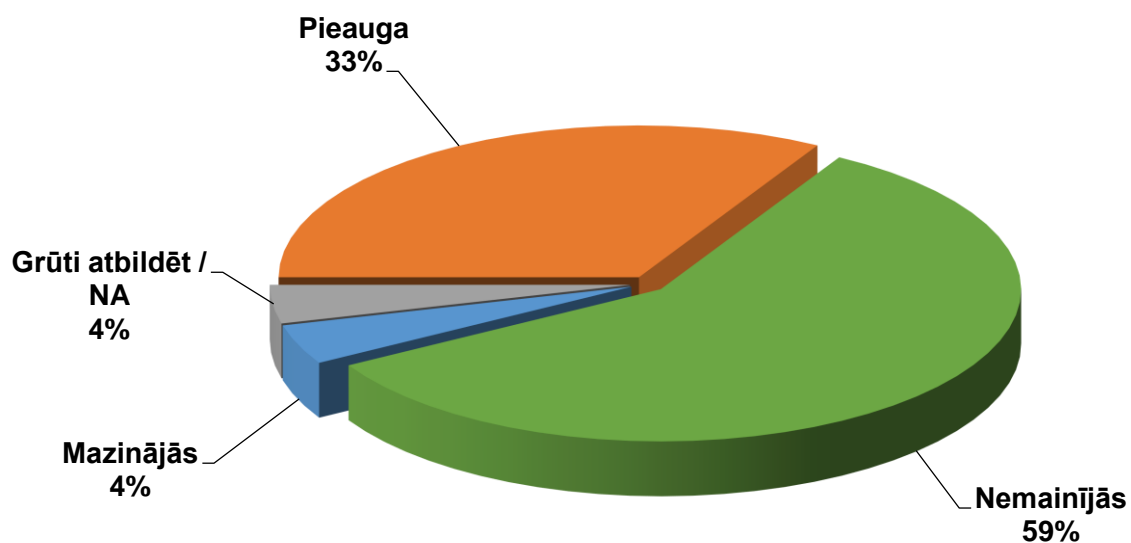


### 3. Kā Covid 19 pandēmija ietekmē mediju lietošanu?

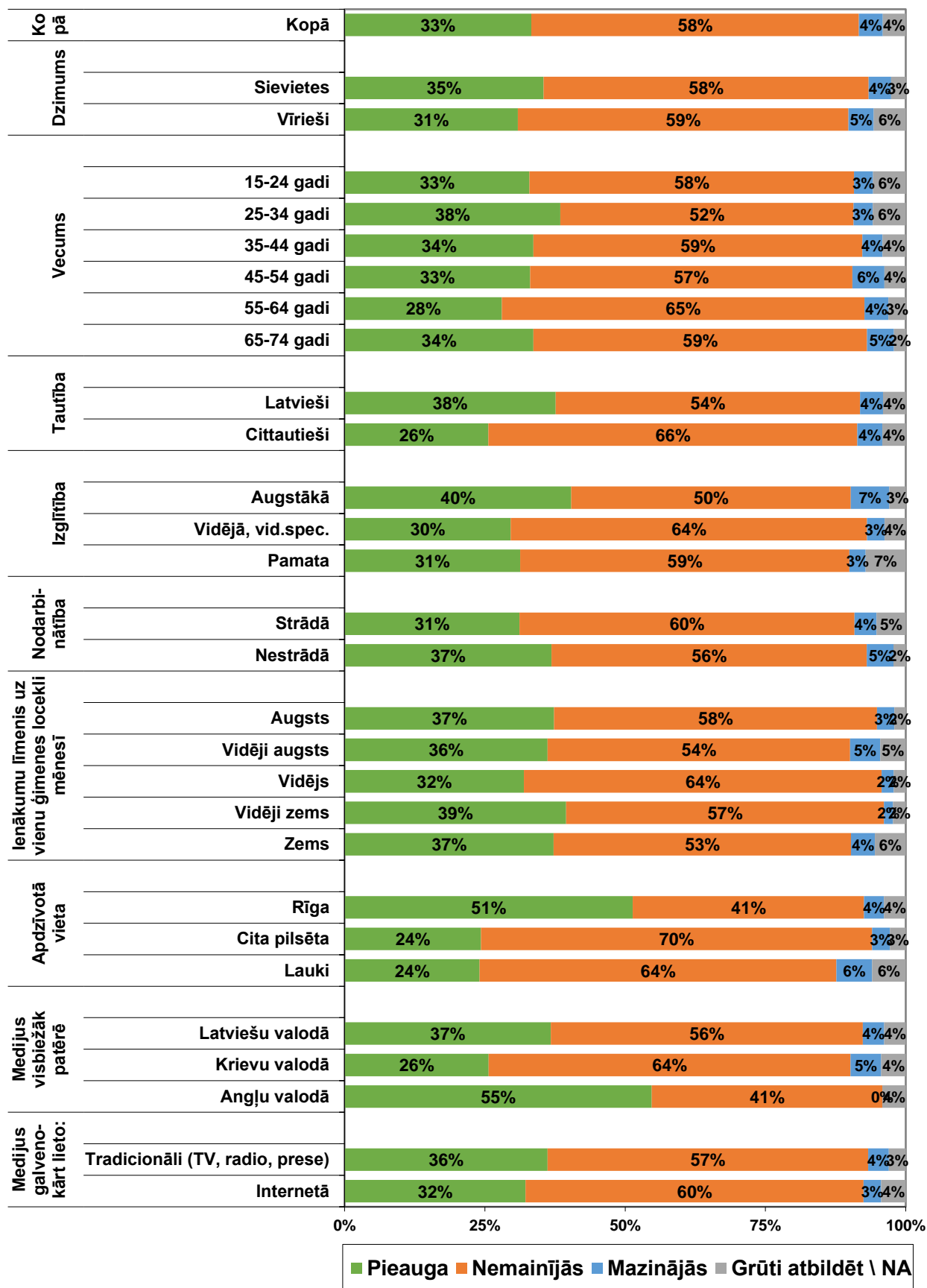
Aptaujas jautājums:

- **“Vai Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā Jūsu mediju lietošanas (TV, radio, internets, prese) patēriņš pieauga, mazinājās vai nemainījās?”**

**Vai Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā Jūsu mediju lietošanas (TV, radio, internets, prese) patēriņš ... ?**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



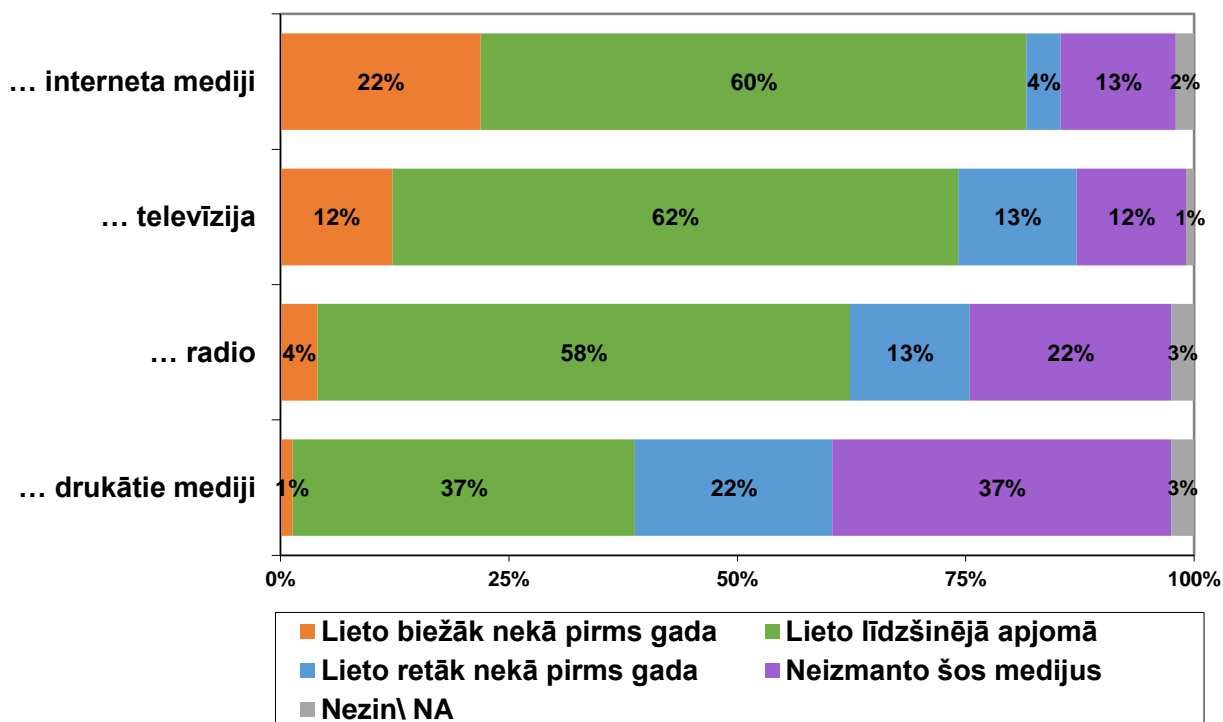
Vai Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā Jūsu mediju lietošanas (TV, radio, internets, prese) patēriņš ... ?  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Aptaujas jautājums:

- **“Kā ir mainījušies Jūsu mediju patēriņa ieradumi pēdējo 12 mēnešu laikā? Runājot par ... (MEDIJU GRUPA) lietošanu pēdējā gada laikā, kā Jūs domājat, vai Jūs to pašlaik izmantojat biežāk nekā pirms gada, līdzšinējā apjomā vai retāk nekā pirms gada?”**

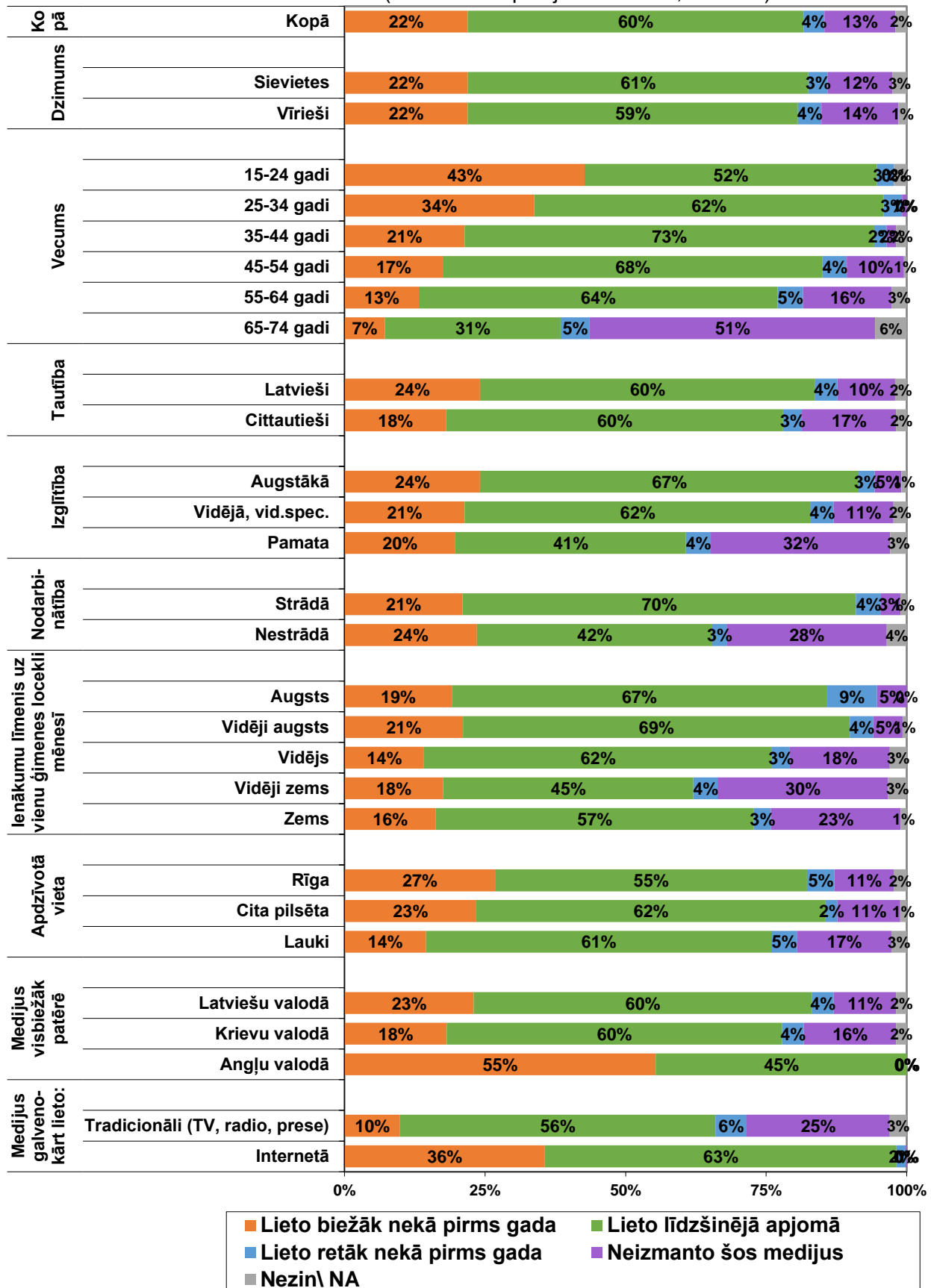
**Kā ir mainījušies Jūsu mediju patēriņa ieradumi pēdējā 12 mēnešu laikā? Kā Jūs domājat, vai Jūs ... pašlaik izmantojat biežāk nekā pirms gada, līdzšinējā apjomā vai retāk nekā pirms gada?**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Vai Jūs ... pašlaik izmantojat biežāk nekā pirms gada, līdzšinējā apjomā vai retāk nekā pirms gada?

... **interneta mediji**

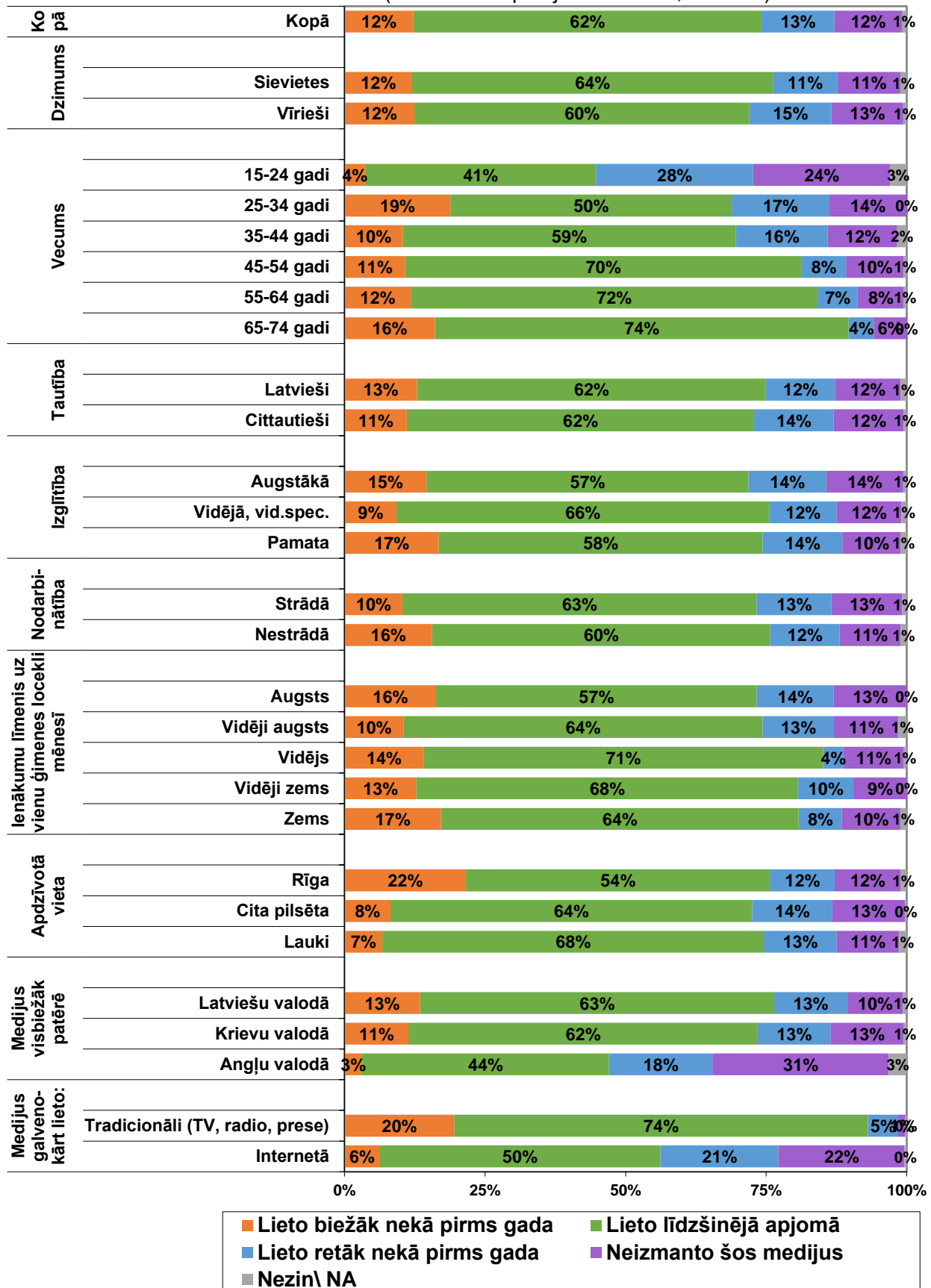
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Vai Jūs ... pašlaik izmantojat biežāk nekā pirms gada, līdzšinējā apjomā vai retāk nekā pirms gada?

... **televīzija**

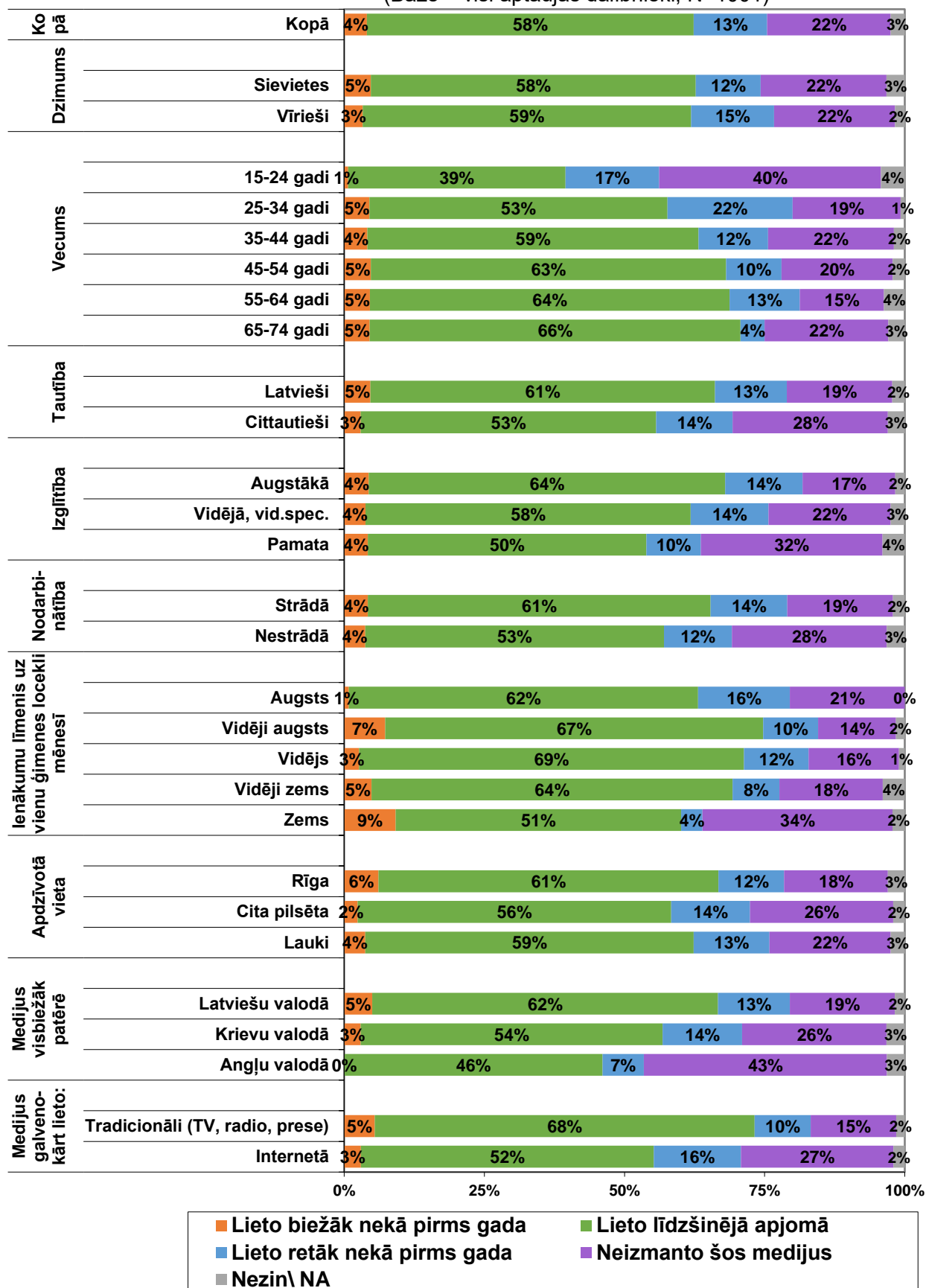
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Vai Jūs ... pašlaik izmantojat biežāk nekā pirms gada, līdzšinējā apjomā vai retāk nekā pirms gada?

... radio

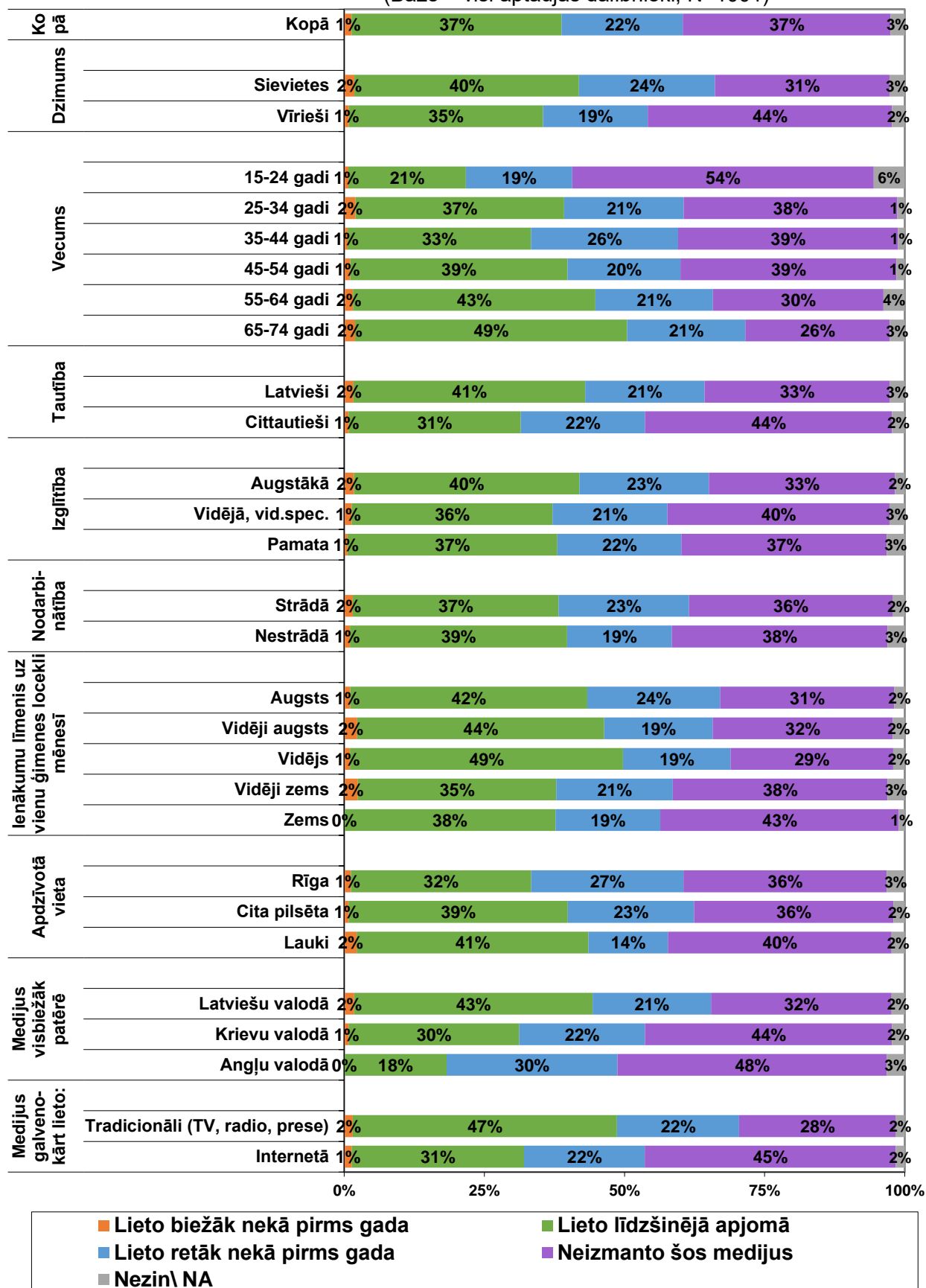
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Vai Jūs ... pašlaik izmantojat biežāk nekā pirms gada, līdzšinējā apjomā vai retāk nekā pirms gada?

... drukātie mediji

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

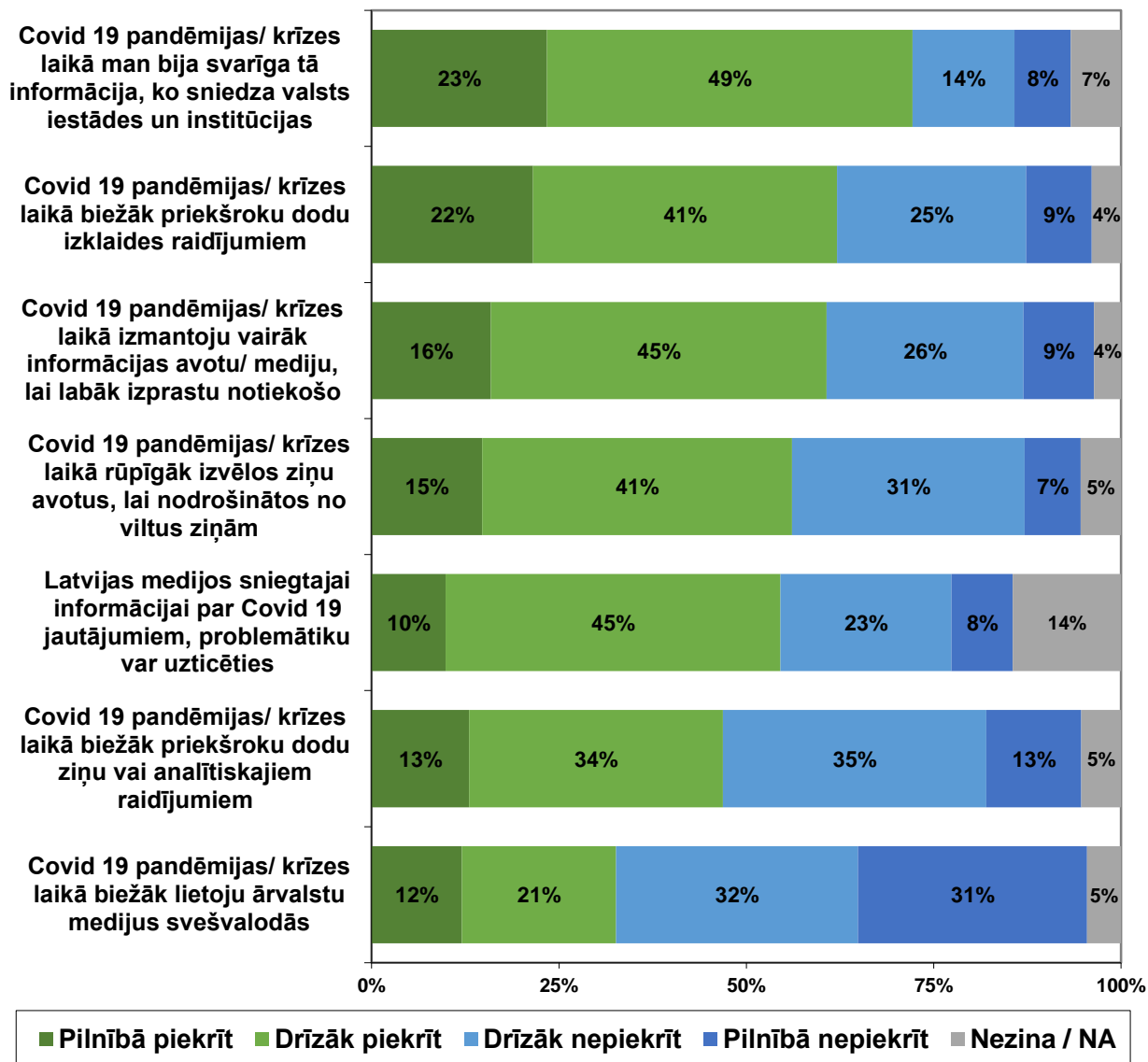




Aptaujas jautājums:

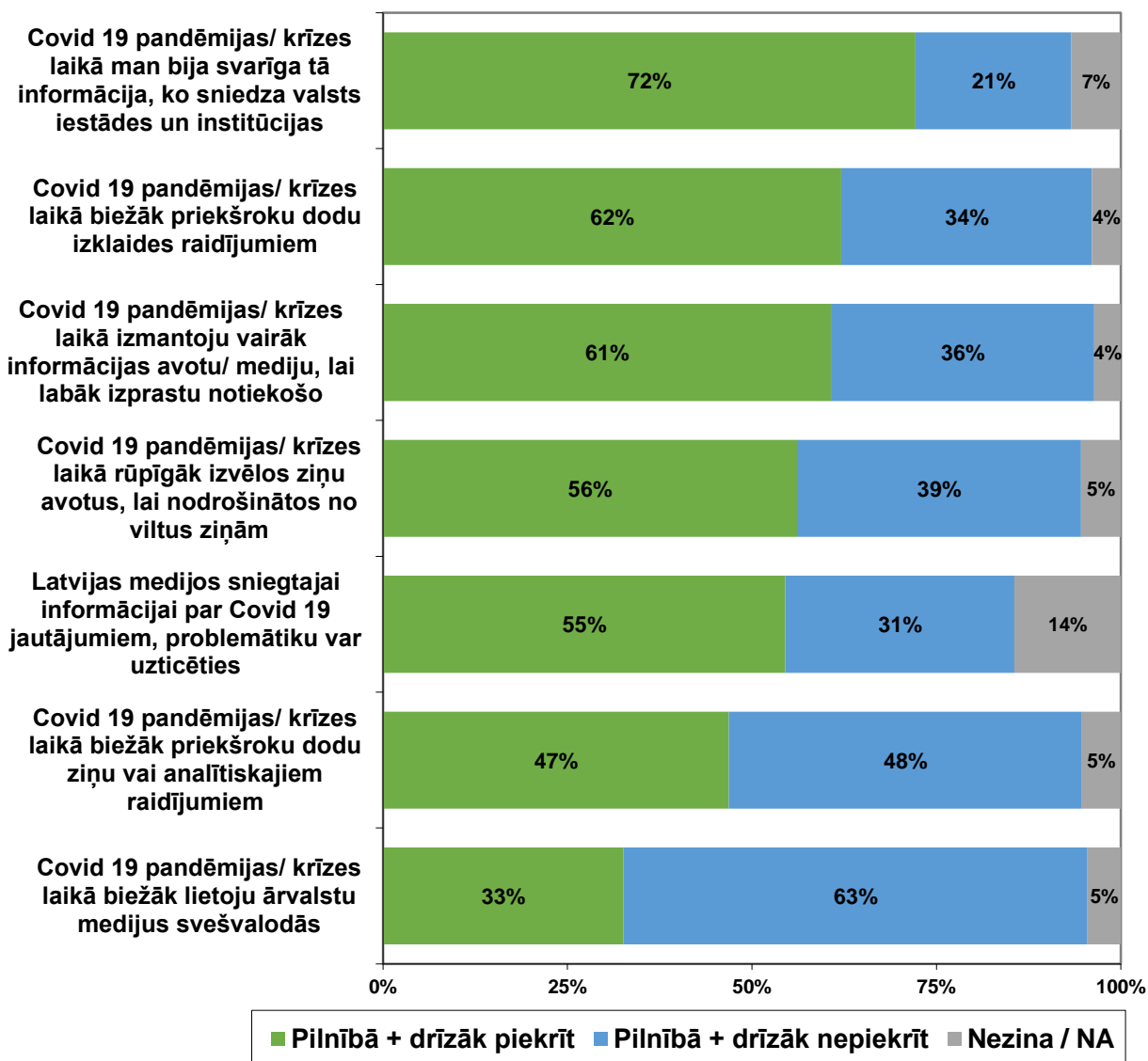
- **“Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem - pilnībā piekrītat, drīzāk piekrītat, drīzāk nepiekrītat vai pilnībā nepiekrītat?”**

**Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

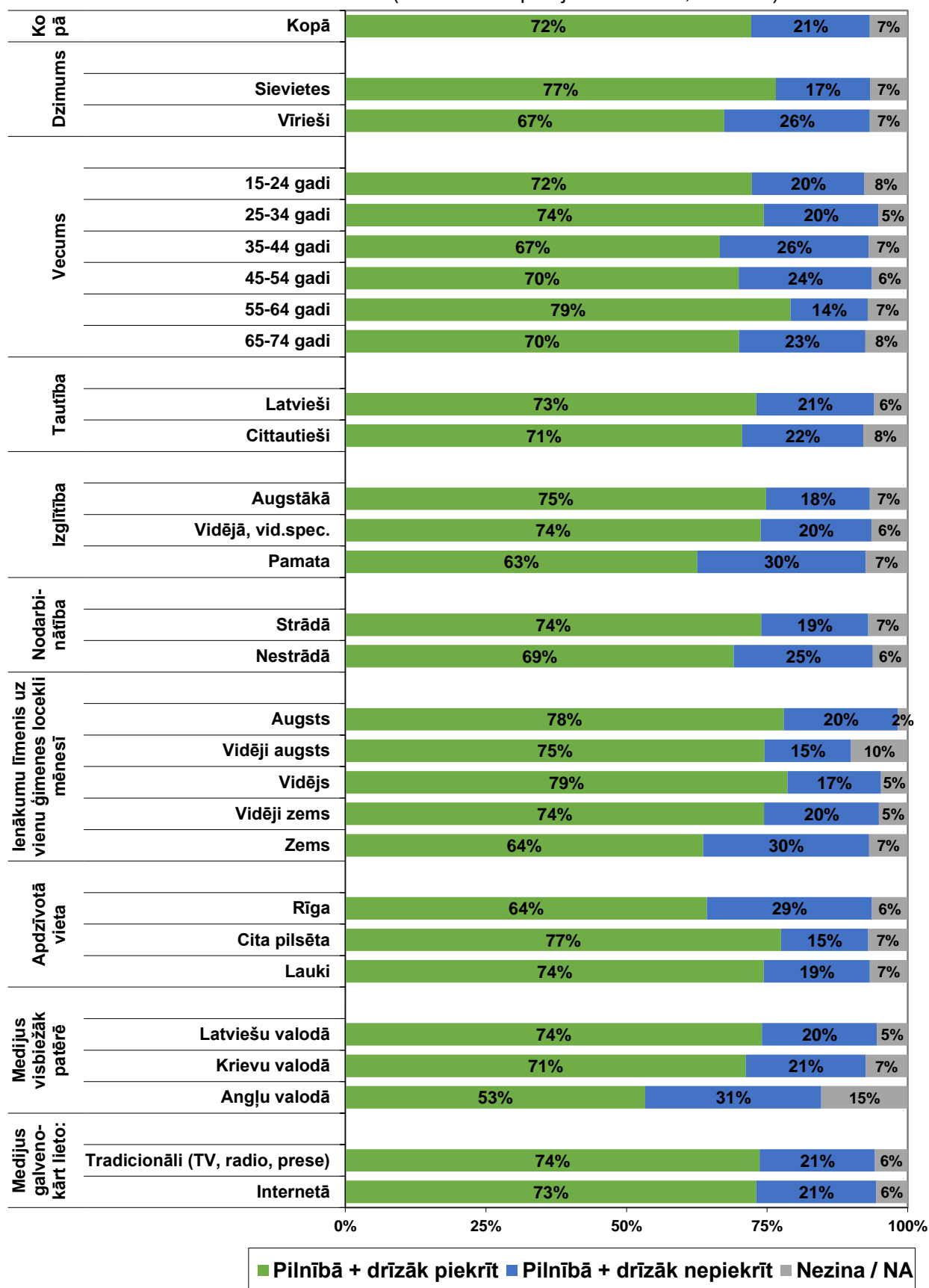


## Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

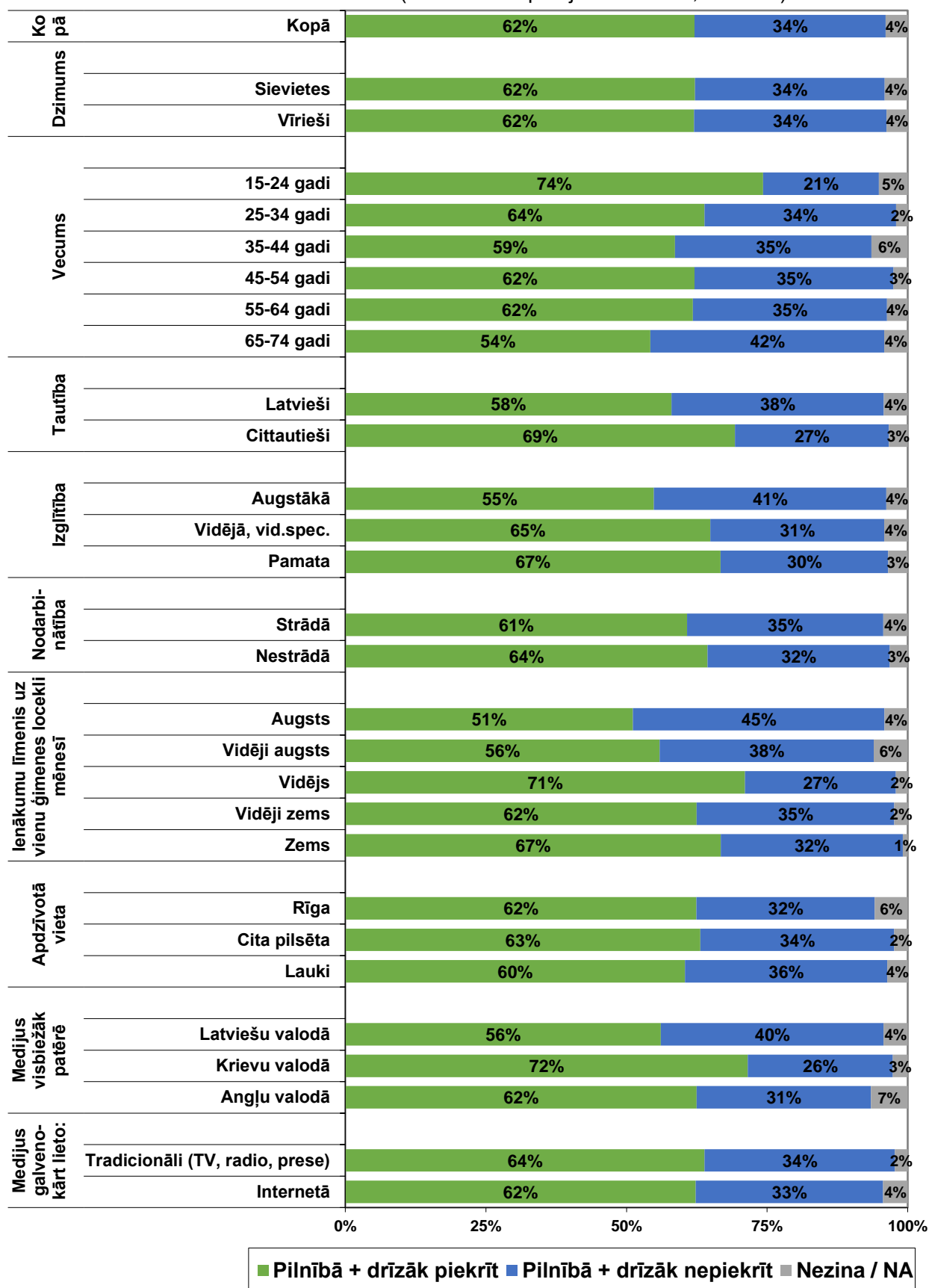


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?  
**Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā man bija svarīga tā informācija,  
ko sniedza valsts iestādes un institūcijas**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

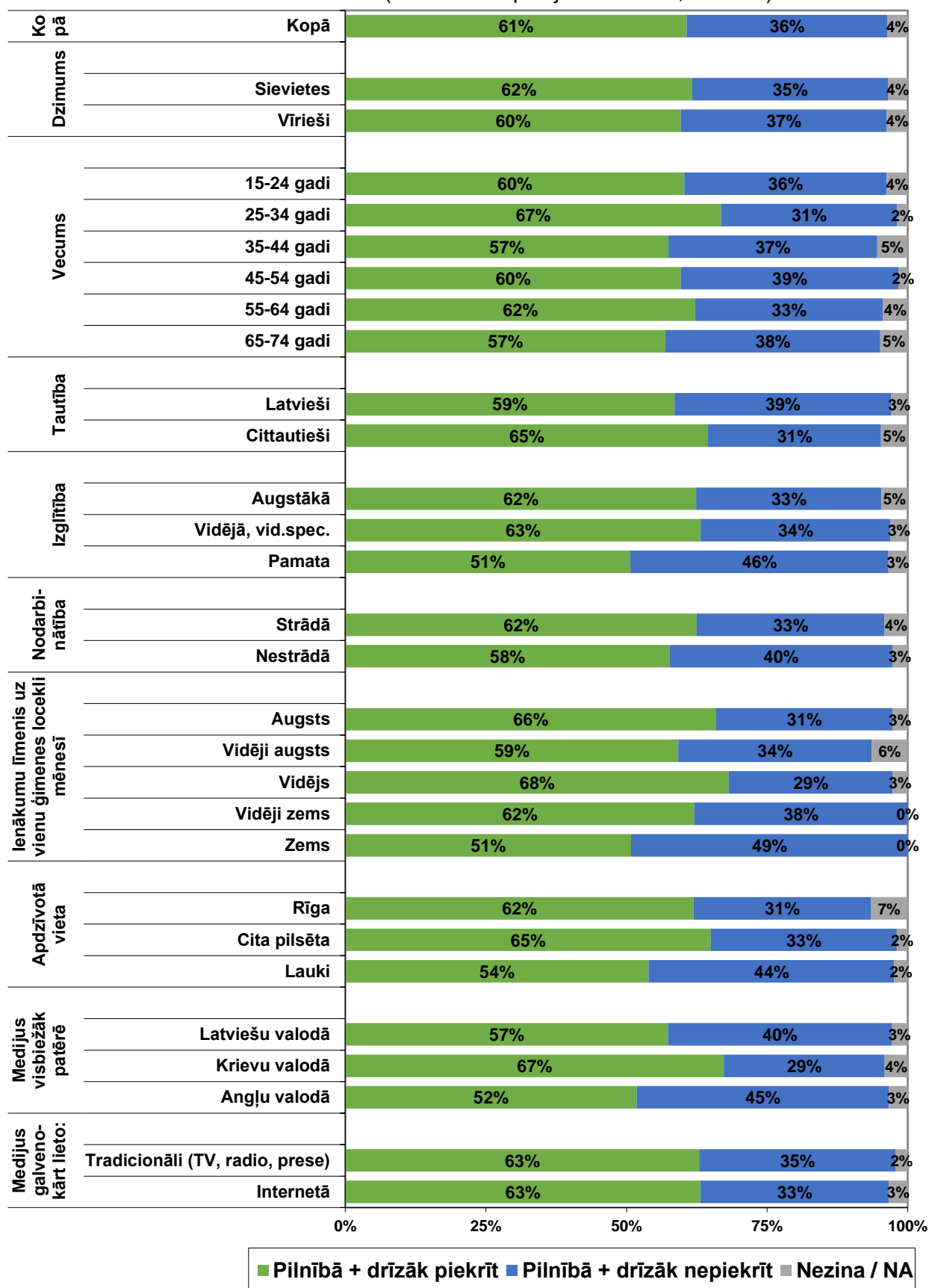


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?  
**Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā biežāk priekšroku dodu izklaides raidījumiem**

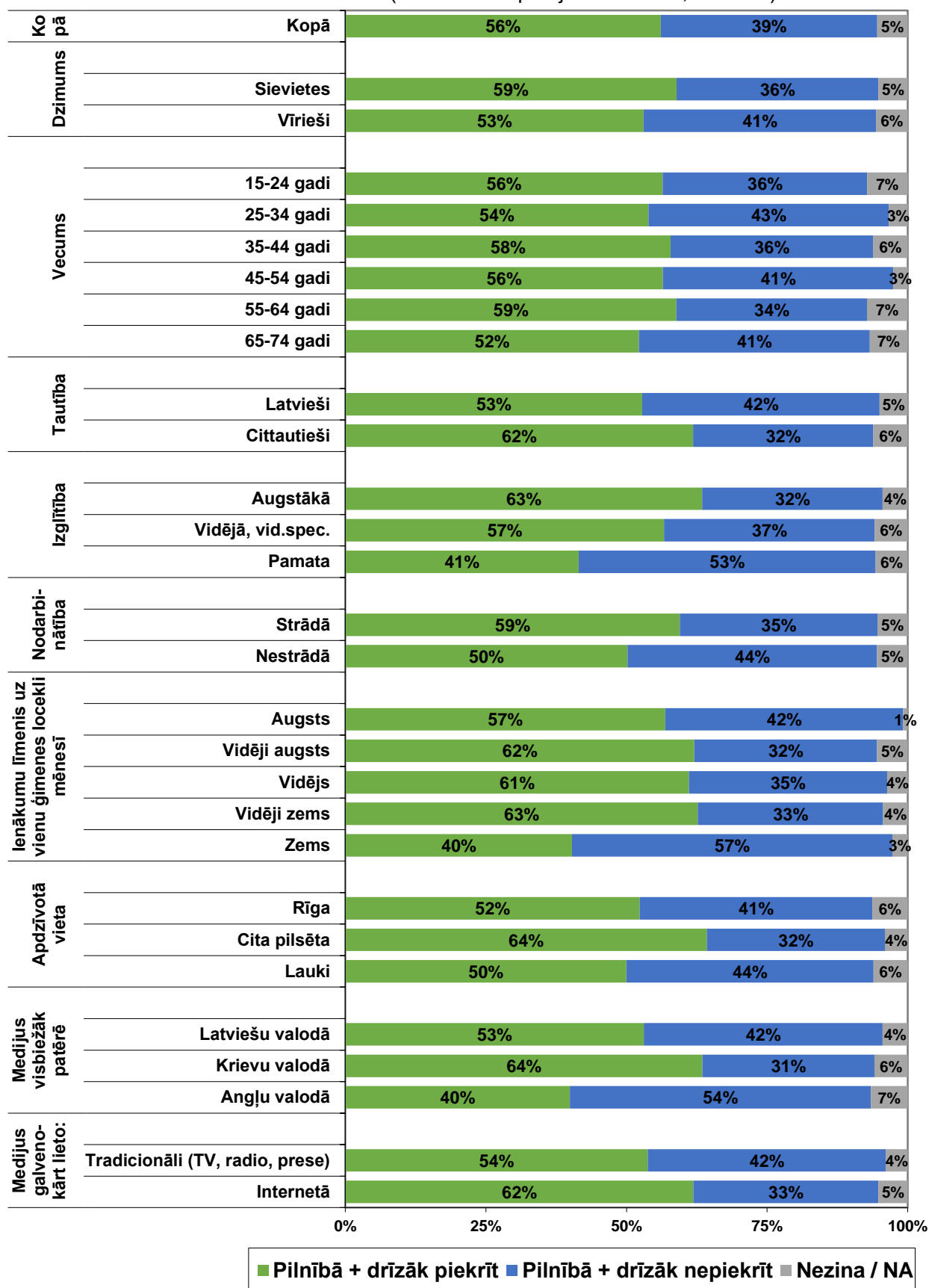
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



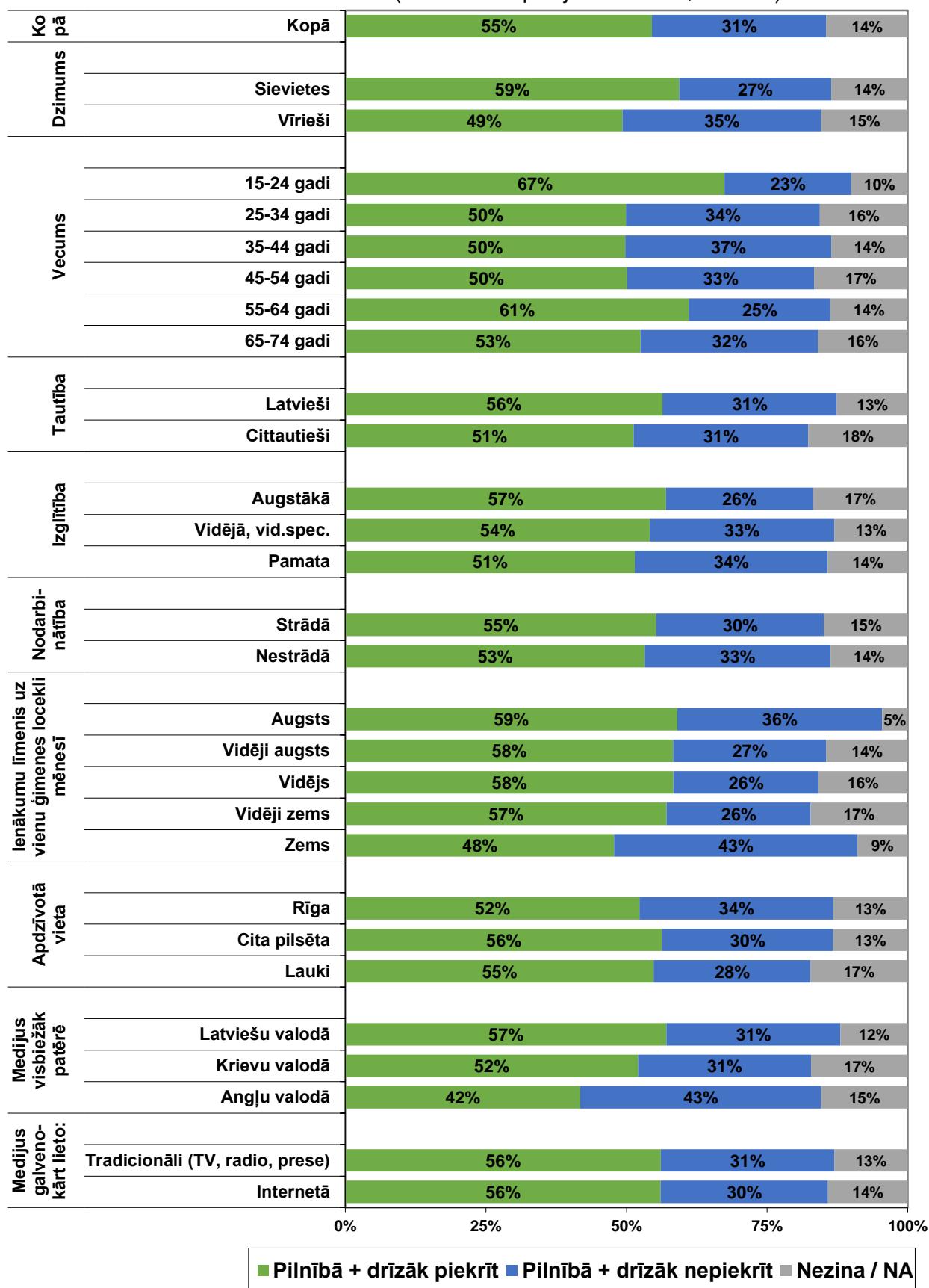
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?  
**Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā izmantoju vairāk informācijas avotu/  
 mediju, lai labāk izprastu notiekošo**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



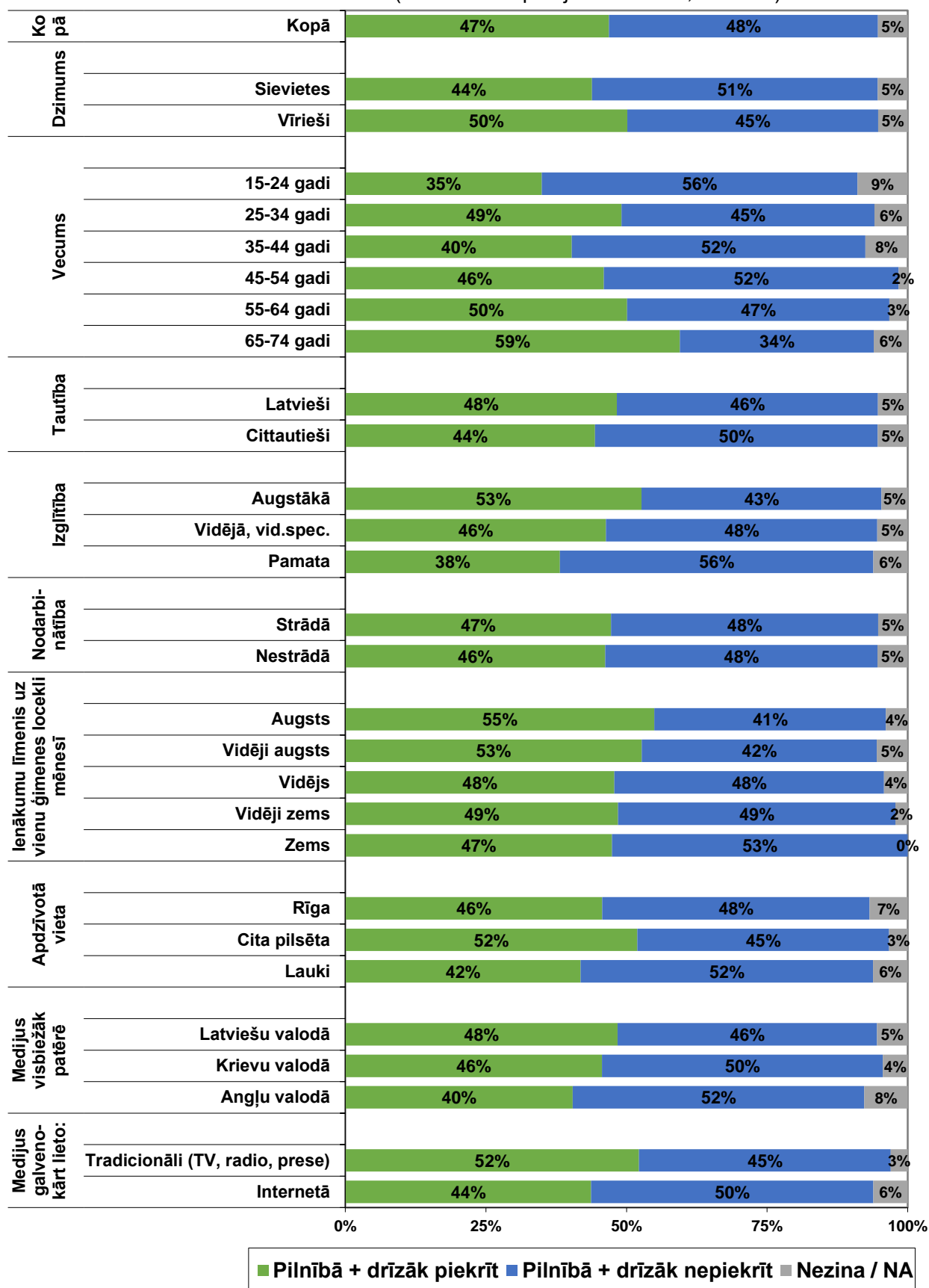
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?  
**Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā rūpīgāk izvēlos ziņu avotus, lai nodrošinātos no viltus ziņām**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?  
**Latvijas medijos sniegtajai informācijai par Covid 19 jautājumiem,  
 problemātiku var uzticēties**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



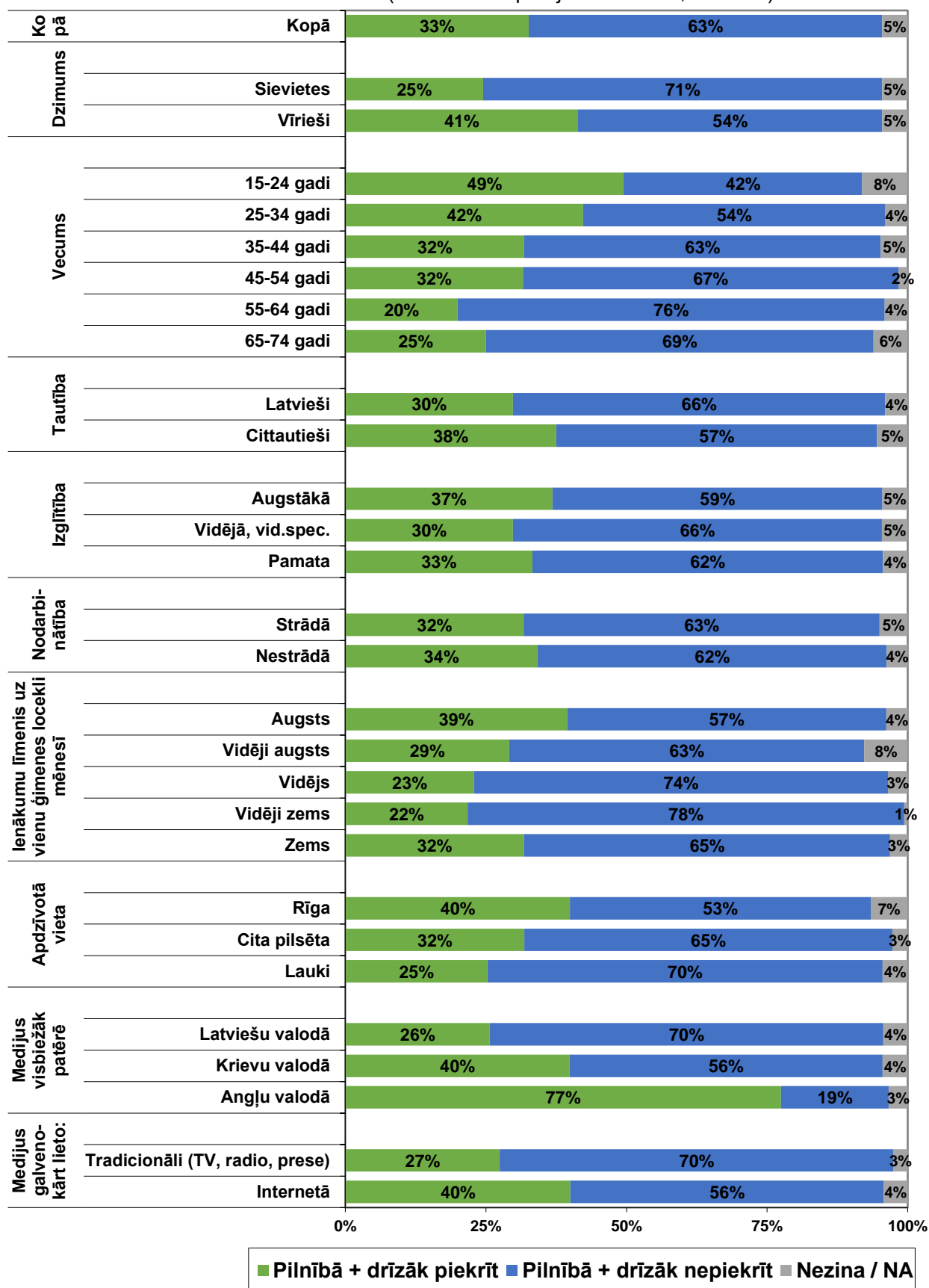
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?  
**Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā biežāk priekšroku dodu ziņu vai  
analītiskajiem raidījumiem**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)





Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?  
**Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā biežāk lietoju ārvalstu medijus  
svešvalodās**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



#### 4. Populārākie un uzticamākie mediji

Aptaujas jautājums:

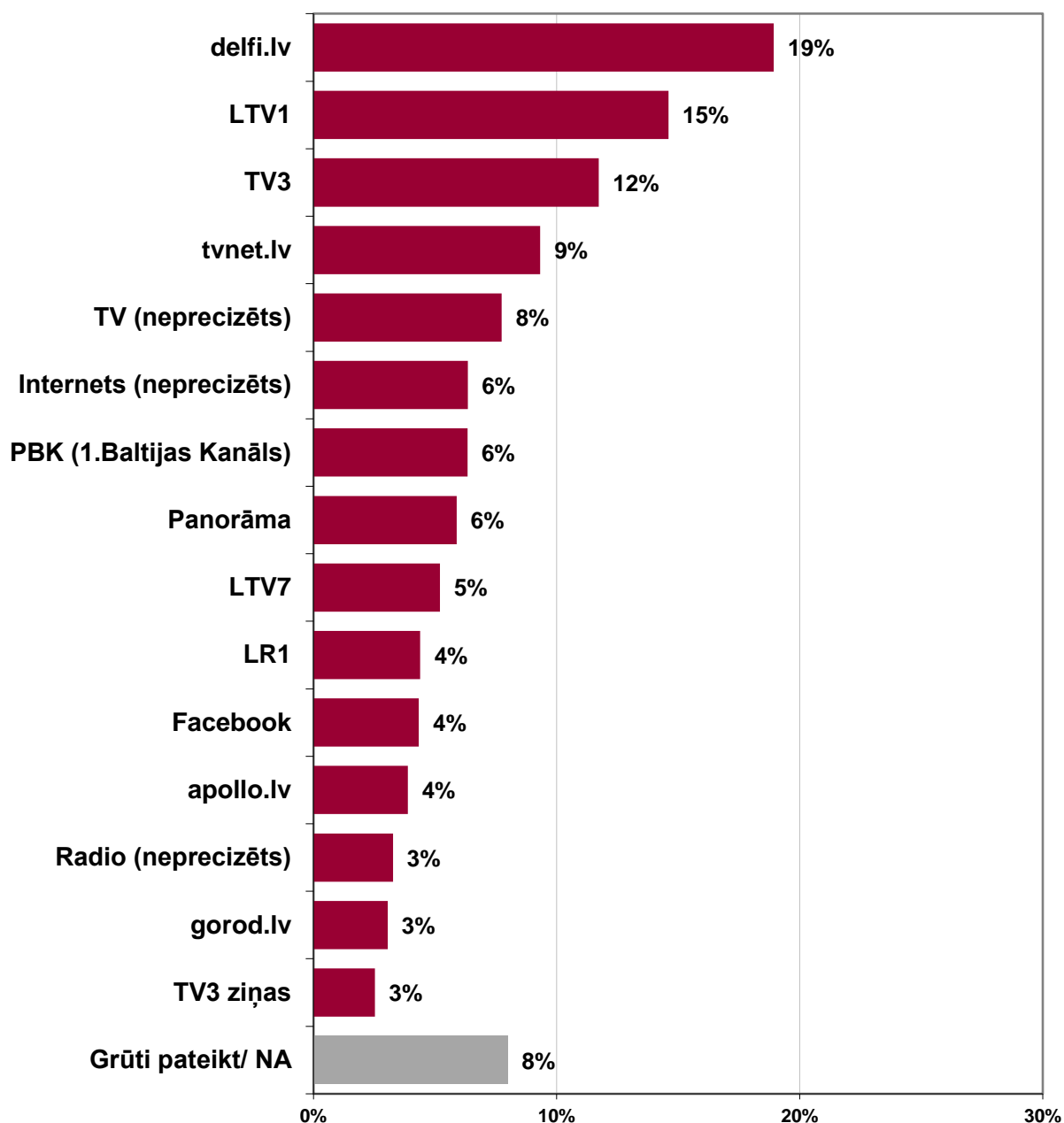
- **“Kāda veida informācijas avotus (konkrētus medijus: preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus) Jūs izmantojat, lai gūtu informāciju sekojošā tēmā - vietējās ziņas/ aktualitātes par notikumiem Latvijā? Lūdzu, nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem informācijas avotiem.”**

Nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem (preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus utt.) sekojošam mērķim:

#### **VIETĒJĀS ZIŅAS/ AKTUALITĀTES PAR NOTIKUMIEM LATVIJĀ**

##### **Biežāk minētās atbildes**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Retāk tika minētas sekojošas atbildes:

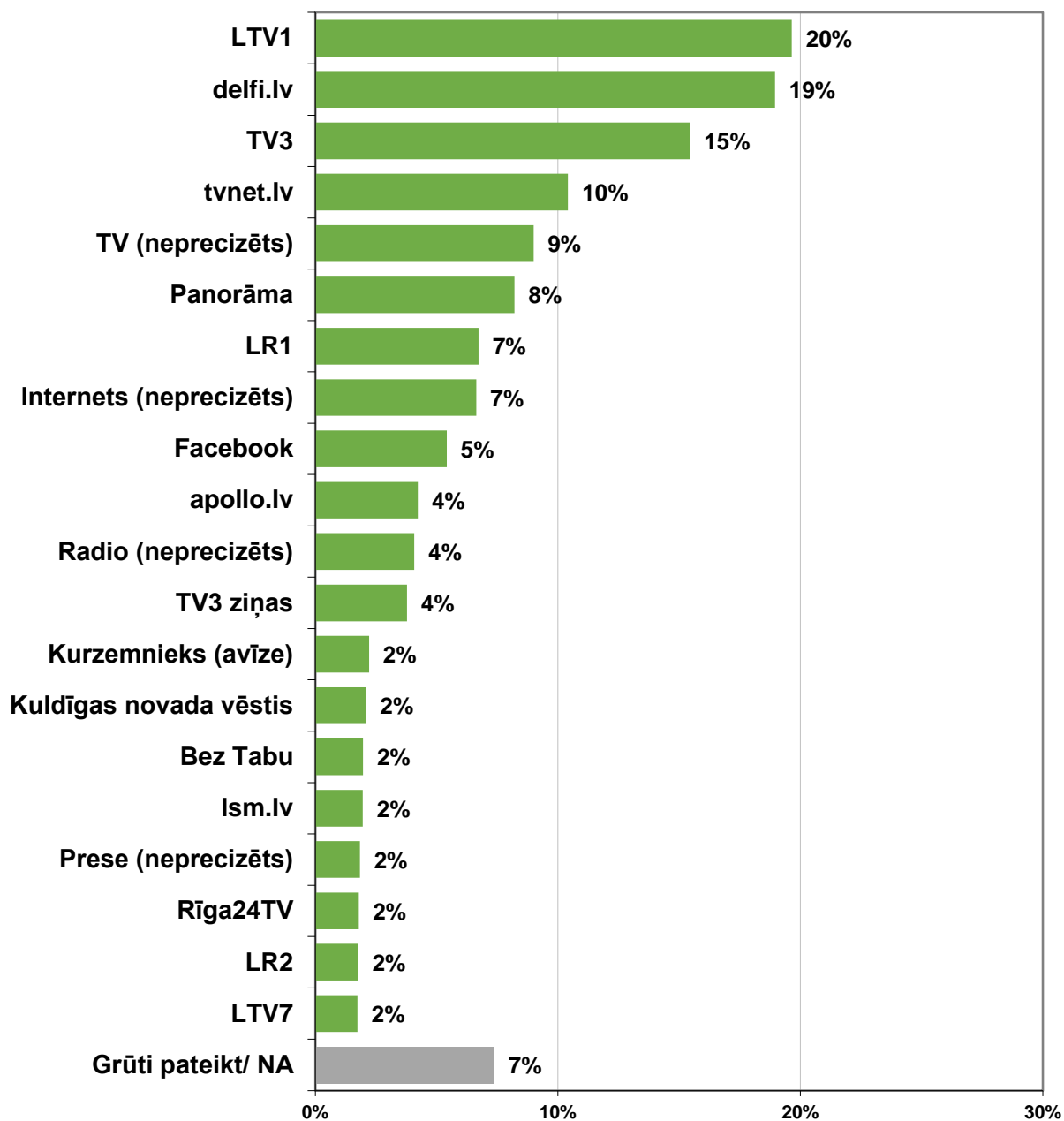
- LR4
- Kurzemieks (avīze)
- Kuldīgas novada vēstis
- TV3+
- Prese (neprecizēts)
- Bez Tabu
- Ism.lv
- LR2
- RTR Rossiya
- Rīga24TV
- Re:TV
- Aizliegtais Paņēmiens
- delfi.ru
- Google
- Ceturtdiena
- SWH
- LTV1 ziņas
- HTB Mir
- Skonto
- МК Латвѳя
- kuldiga.lv
- PEH TB
- Twitter
- jauns.lv
- NRA
- Rīta Panorāma
- Вестѳ Сегоднѳ
- Kurzemes Radio
- Auseklis
- LTV7 ziņas
- 900 sekundes
- Preses klubs
- inbox.lv
- Latvijas Avīze
- vesti.lv
- Kas jauns
- Diena / diena.lv
- youtube.com
- Kurzemes Vārds
- grani.lv
- liepajniekiem.lv
- tvnet.rus
- Degpunktā
- SWH+
- Stars (avīze)
- De Facto
- PBK ziņas
- Kursas laiks
- TV6
- jekabpilslaiks.lv
- Leta
- sportacentrs.com
- DautKom TV
- Nekā Personīga
- Skrundas TV
- jekabpils.lv
- Million (avīze)
- draugiem.lv
- dzirkstele.lv
- spkc.gov.lv Ventas Balss
- tvplay.lv Sony Turbo
- Россия24
- rambler.ru
- Baltcom Radio
- Krimuldas Novada Vēstis
- LR6 (Radio Naba)
- rus.Ism.lv
- Radio MixFM
- Viasat History
- d-fakti.lv
- Nacionālo interešu klubs
- IR
- la.lv
- LR3
- Brīvā Daugava (avīze)
- Сyббoмa
- Katram liepājniekam
- pietiek.com
- Vaduguns
- Dagdas novada ziņas
- 7 секрeмoѳ
- kraslavasvestis.lv
- Meduza
- skaties.lv
- aluksne.lv
- Latgales Laiks
- Instagram
- Katoļu baznīcas vēstnesis
- daba.gov.lv
- Rēzeknes Vēstis
- Malienas ziņas

Nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem (preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus utt.) sekojošam mērķim:

### VIETĒJĀS ZIŅAS/ AKTUALITĀTES PAR NOTIKUMIEM LATVIJĀ

#### Biežāk minētās atbildes

(Bāze = LATVIEŠI; N=662)

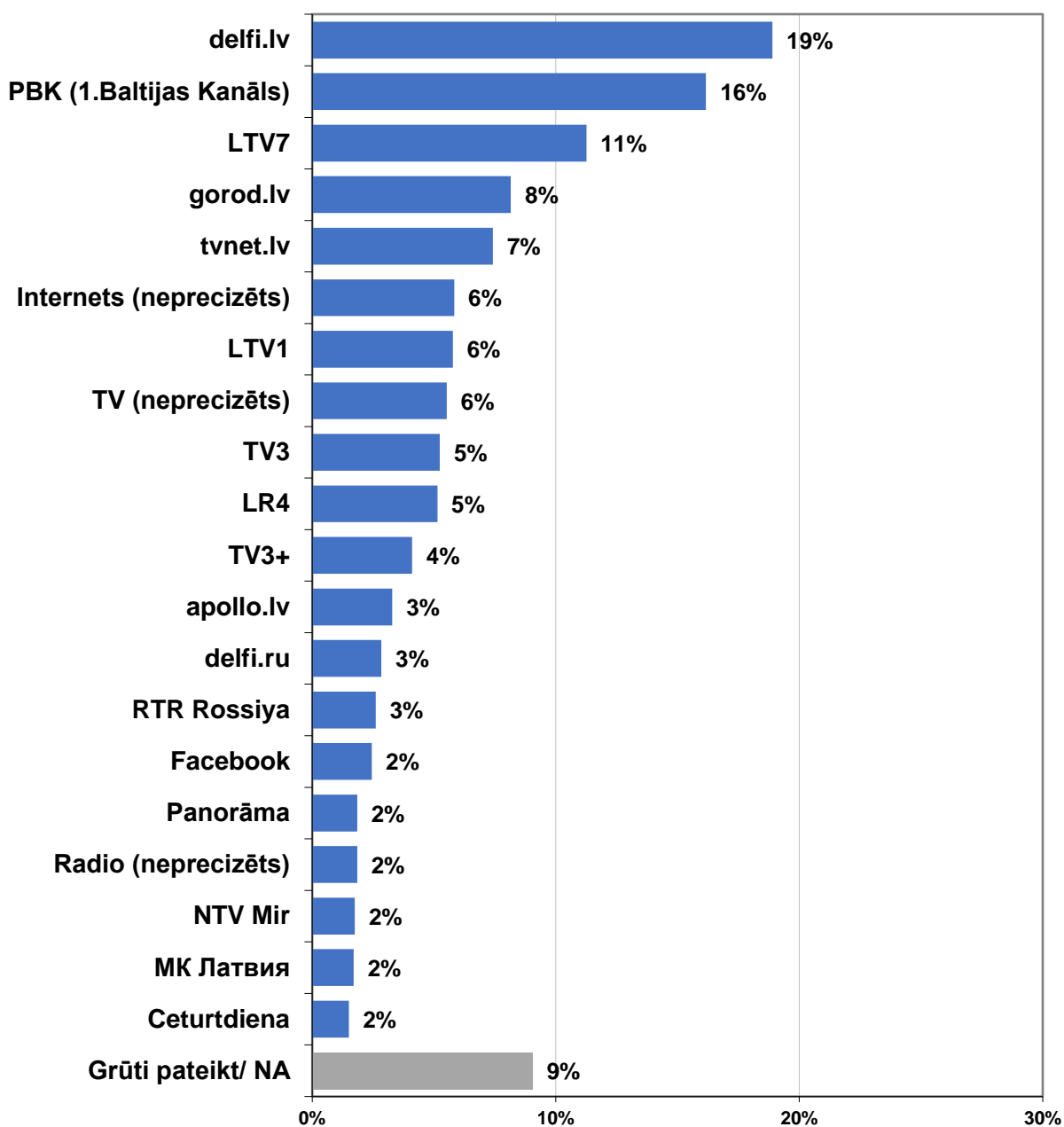


Nosauciet līdž TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem (preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus utt.) sekojošam mērķim:

### VIETĒJĀS ZIŅAS/ AKTUALITĀTES PAR NOTIKUMIEM LATVIJĀ

#### Biežāk minētās atbildes

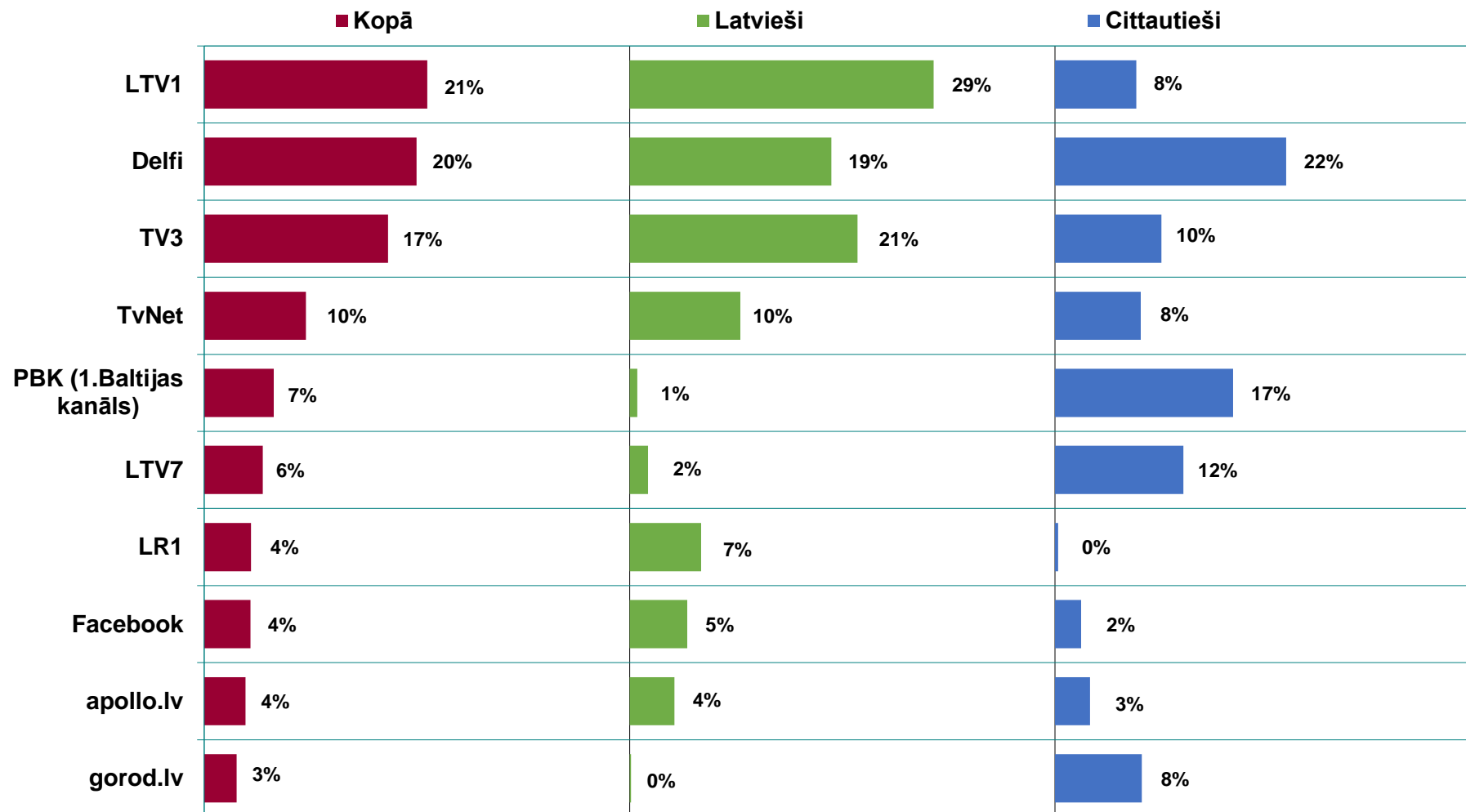
(Bāze = CITTAUTIEŠĪ; N=339)



Apkopojot aptaujas rezultātus tikai par konkrētiem medijiem, paveras sekojoša aina:

**Kurus medijus Jūs izmantojat sekojošam nolūkam - VIETĒJĀS ZIŅAS?  
BIEŽĀK MINĒTIE MEDIJI**

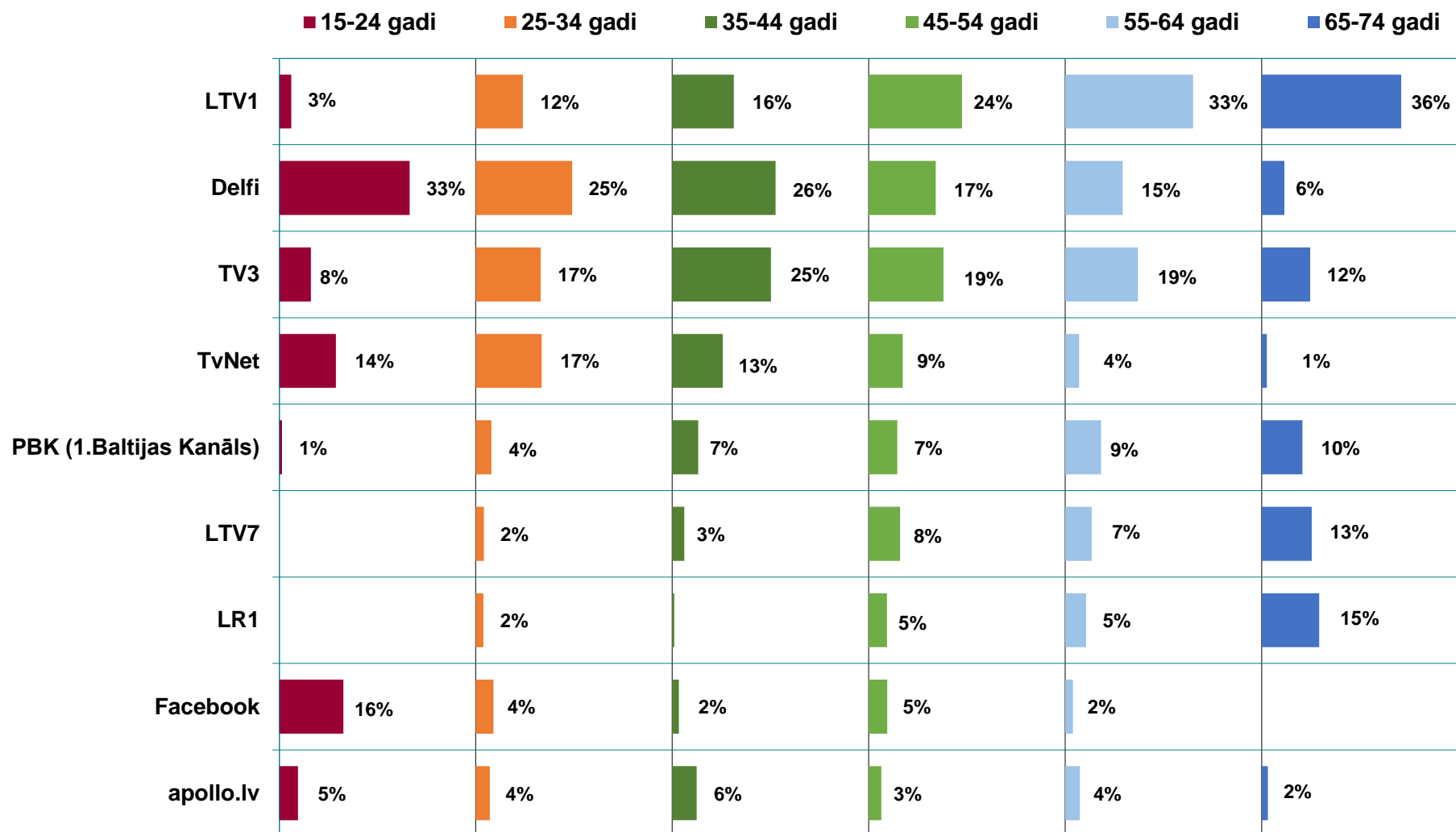
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem sekojošam mērķim:  
VIETĒJĀS ZIŅAS/ AKTUALITĀTES PAR NOTIKUMIEM LATVIJĀ

Biežāk minētās atbildes

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Aptaujas jautājums:

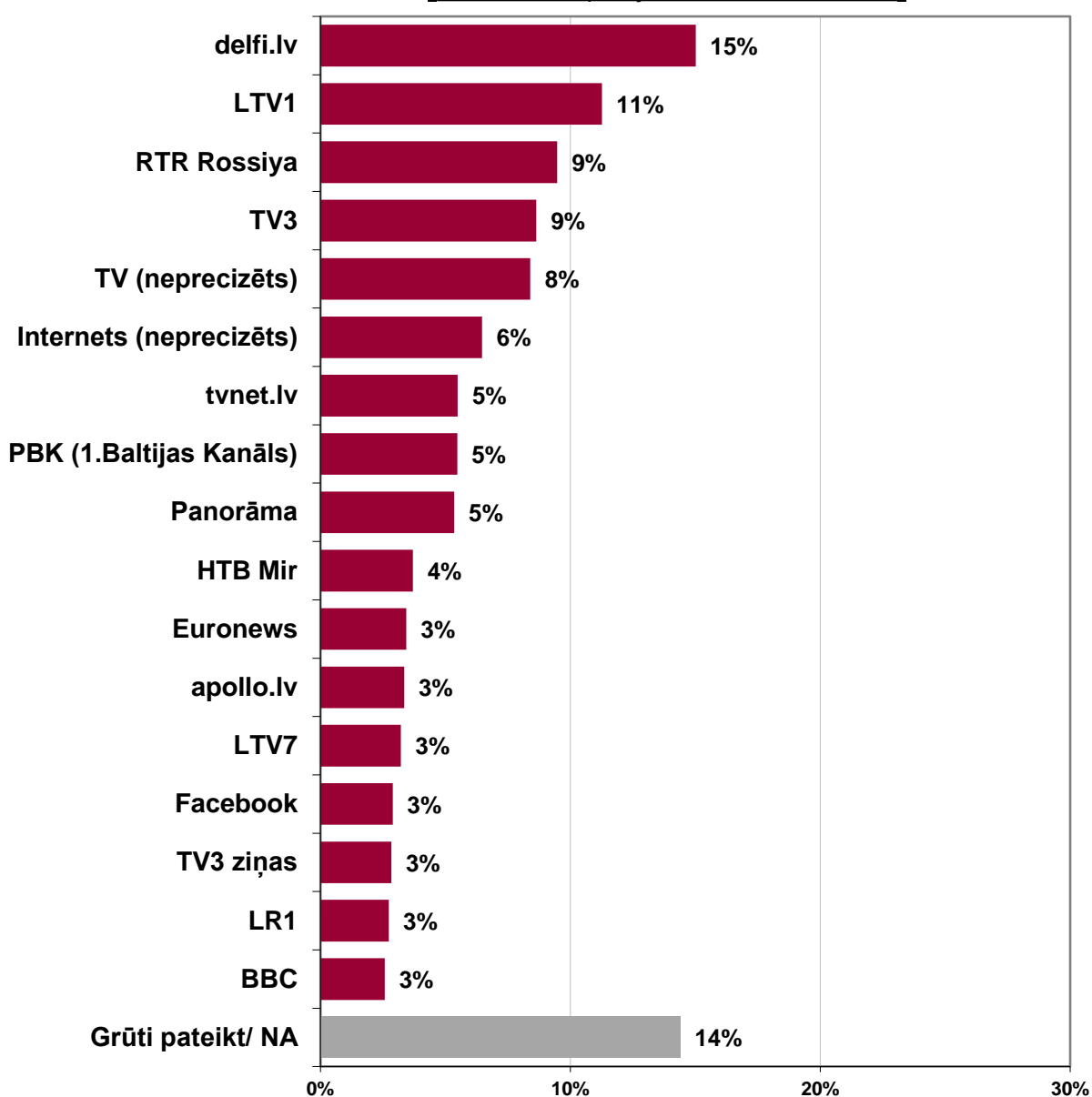
- **“Kāda veida informācijas avotus (konkrētus medijus: preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus) Jūs izmantojat, lai gūtu informāciju sekojošā tēmā - starptautiskās ziņas/ aktualitātes par notikumiem ārvalstīs? Lūdzu, nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem informācijas avotiem.”**

Nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem (preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus utt.) sekojošam mērķim:

**STARPTAUTISKĀS ZIŅAS/ AKTUALITĀTES ĀRVALSTĪS**

**Biežāk minētās atbildes**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)





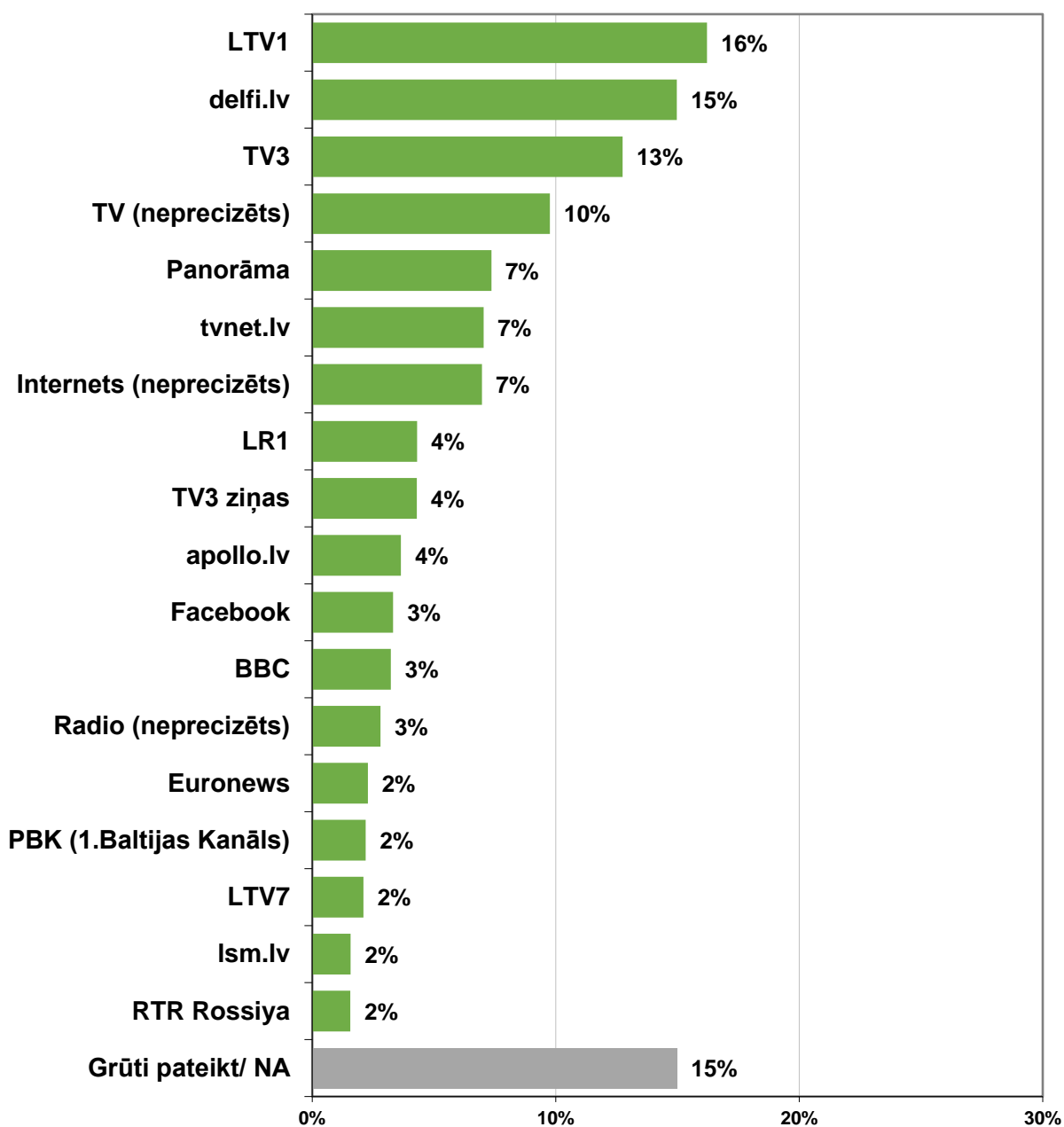
Retāk tika minētas sekojošas atbildes:

- *NTV Mir*
- *Radio (neprecizēts)*
- *THT*
- *ism.lv*
- *Google*
- *youtube.com*
- *Rīga24TV*
- *CNN*
- *PEH TB*
- *Prese (neprecizēts)*
- *LR2*
- *900 sekundes*
- *Вестн*
- *Kas jauns*
- *reddit.com*
- *delfi.ru*
- *Rīta Panorāma*
- *SWH+*
- *bbc.com*
- *inbox.lv*
- *StarFM*
- *МК Латвия*
- *tvnet.rus*
- *Twitter*
- *Эхо Москвы*
- *jauns.lv*
- *Diena / diena.lv*
- *Viasat History*
- *Pasaules Panorāma*
- *Meduza*
- *rambler.ru*
- *ТВЦ*
- *Спутник*
- *Доброе утро. Первый канал*
- *gazeta.ru*
- *Current Time TV*
- *Kurzemes Vārds*
- *TV3+*
- *LR4*
- *CBS News*
- *sportacentrs.com*
- *Россия24*
- *Skonto*
- *lenta.ru*
- *LTV1 ziņas*
- *Globuss (TV24)*
- *Instagram*
- *NRA*
- *politico.eu*
- *The New Times*
- *vesti.lv*
- *TV6*
- *CTC*
- *LR6 (Radio Naba)*
- *independent.co.uk*
- *Вестн Сегодня*
- *Дождь*
- *Radio MixFM*
- *Latvijas Avīze*
- *Arte TV*
- *Dienas Bizness*
- *Deutsche Welle*
- *ria.ru*
- *LR3*
- *SWH*
- *Суббота*
- *DautKom TV*
- *Видеоблог Алексея Навального*
- *nexa.news*
- *Om TV*
- *Auseklis*
- *LTV7 ziņas*
- *RTL*
- *60 минут*
- *Kurzemes Radio*
- *RAI TV*
- *grani.lv*
- *skaties.lv*
- *Vatikāna Ziņas*
- *daba.gov.lv*

Nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem (preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus utt.) sekojošam mērķim:

### STARPTAUTISKĀS ZIŅAS/ AKTUALITĀTES ĀRVALSTĪS

Biežāk minētās atbildes  
(Bāze = LATVIEŠI; N=662)

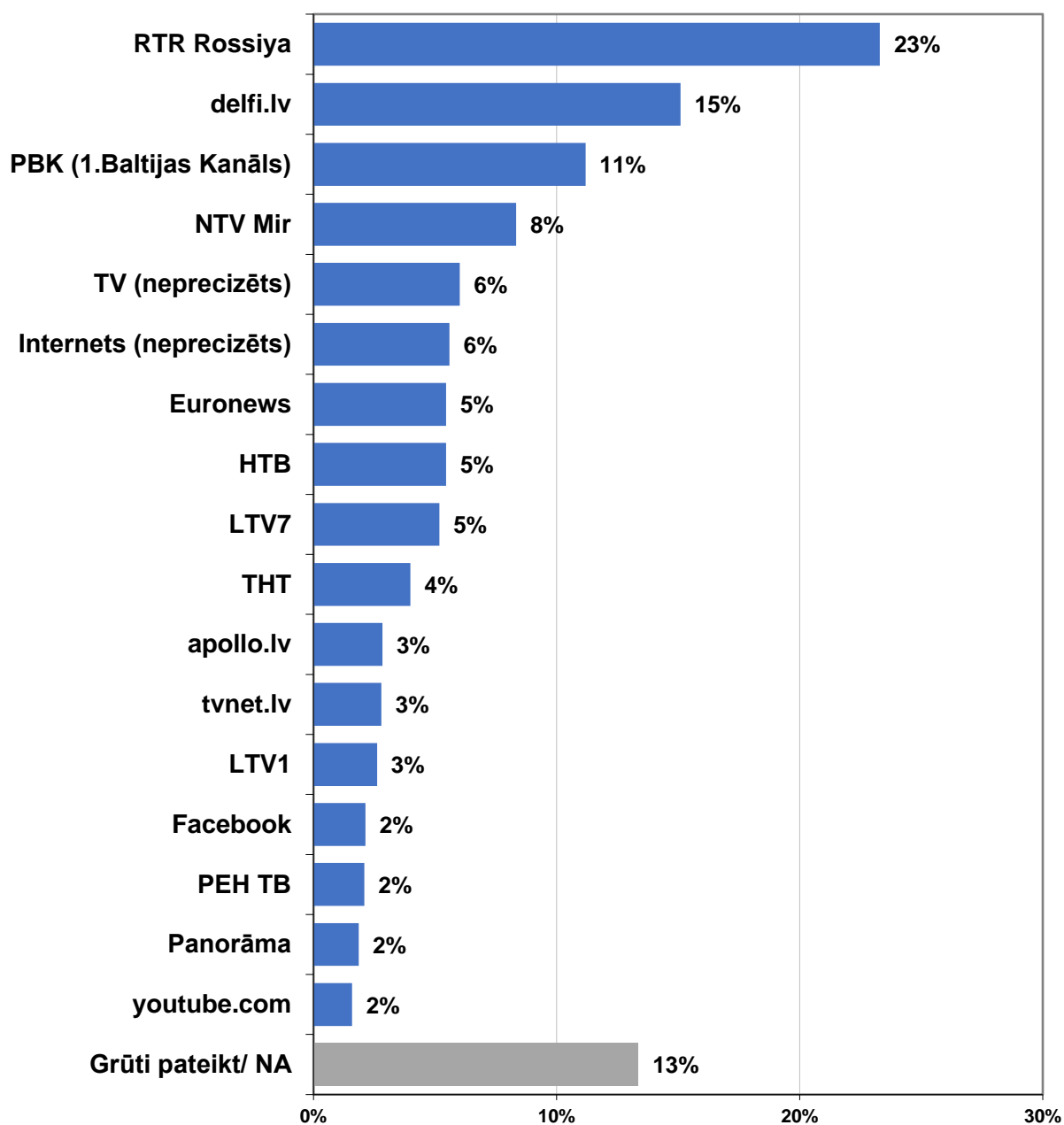


Nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem (preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus utt.) sekojošam mērķim:

**STARPTAUTISKĀS ZIŅAS/ AKTUALITĀTES ĀRVALSTĪS**

**Biežāk minētās atbildes**

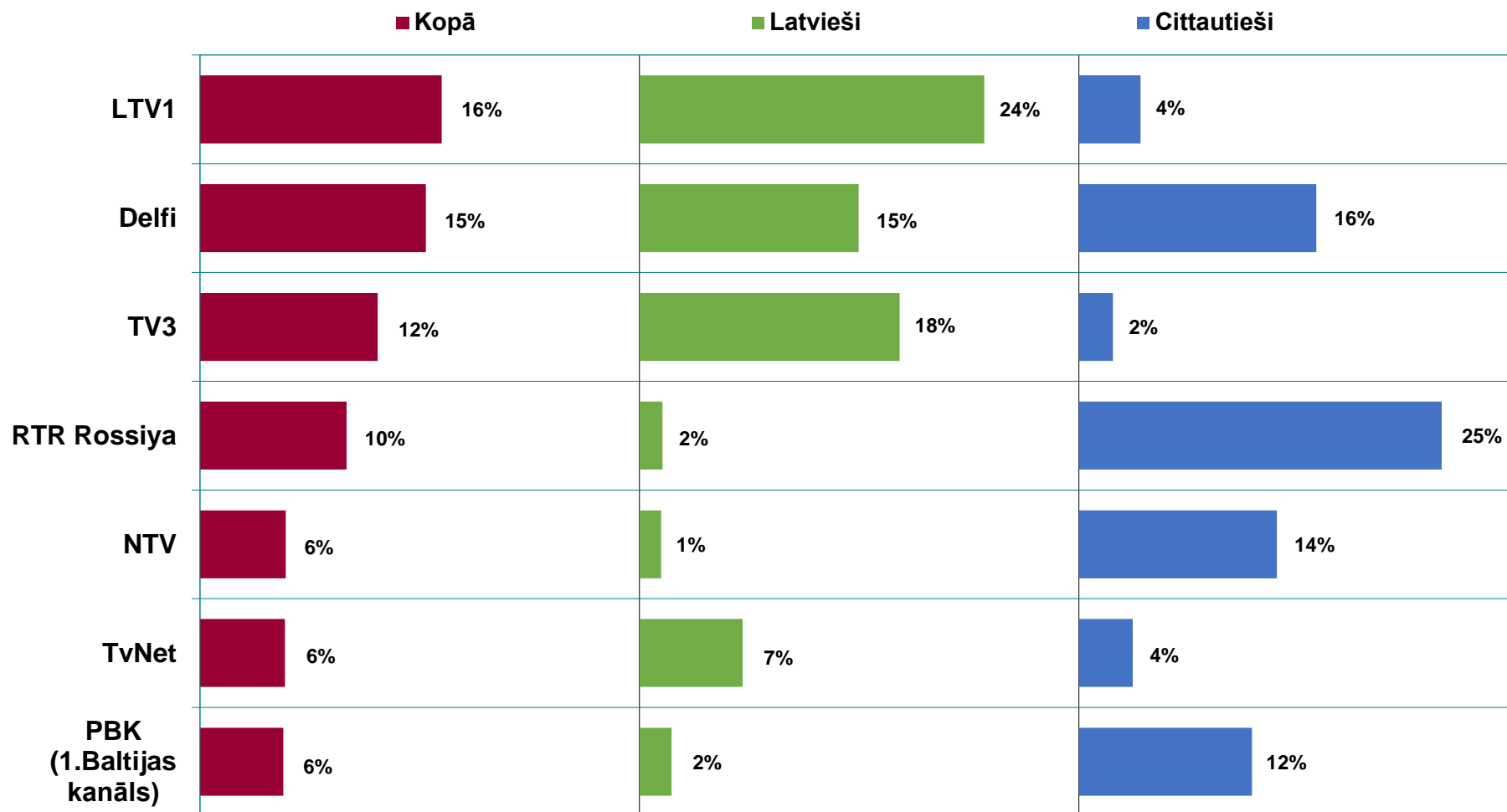
(Bāze = CITTAUTIEŠĪ; N=339)



Rezultātu apkopojums par konkrētiem medijiem:

**Kurus medijus Jūs izmantojat sekojošam nolūkam - STARPTAUTISKĀS ZIŅAS?  
BIEŽĀK MINĒTIE MEDIJI**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

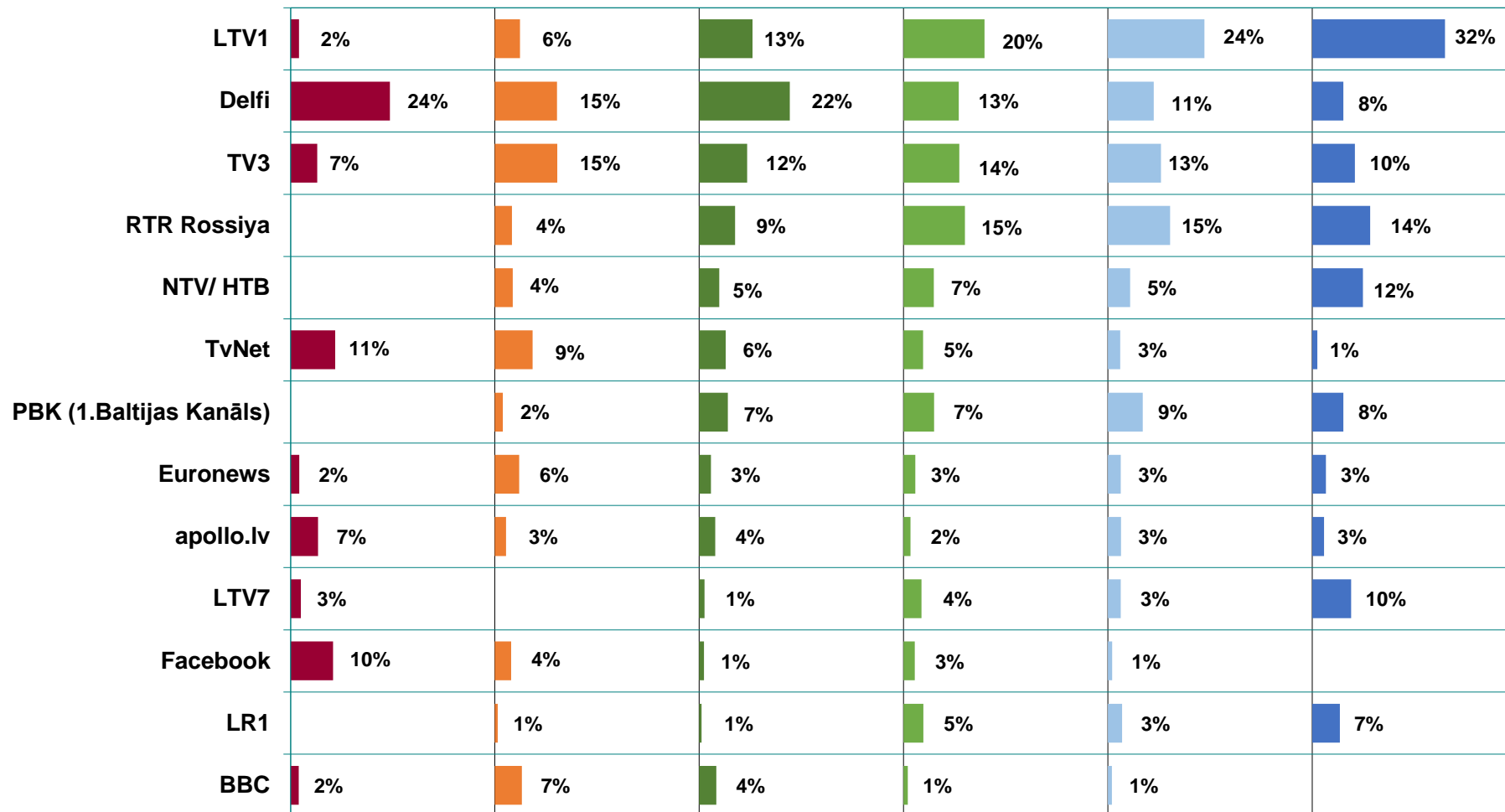


Nosauciēt līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem sekojošam mērķim:  
STARPTAUTISKĀS ZIŅAS/ AKTUALITĀTES ĀRVALSTĪS

Biežāk minētās atbildes

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

■ 15-24 gadi ■ 25-34 gadi ■ 35-44 gadi ■ 45-54 gadi ■ 55-64 gadi ■ 65-74 gadi



Aptaujas jautājums:

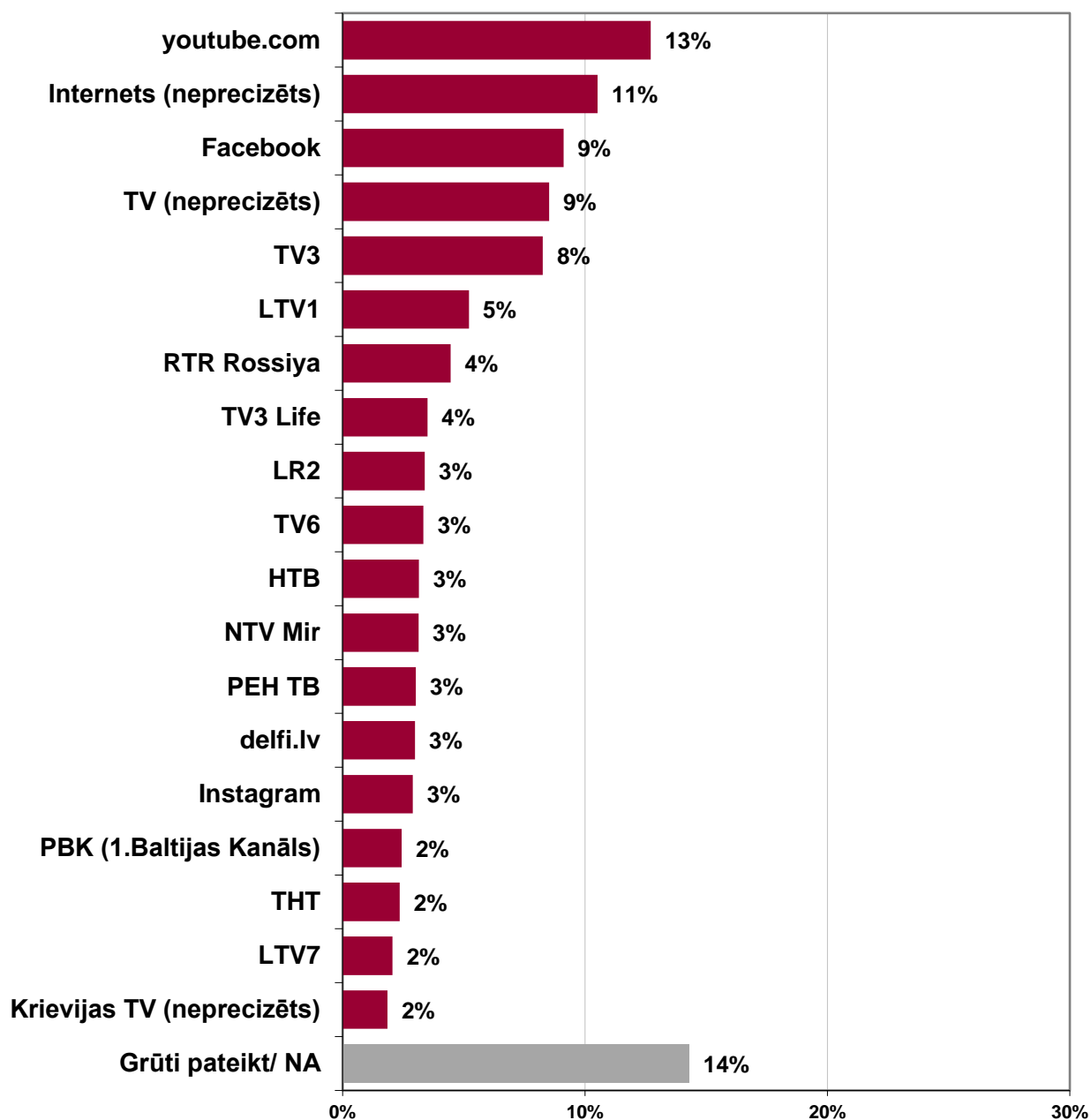
- **“Kāda veida informācijas avotus (konkrētus medijus: preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus) Jūs izmantojat, lai gūtu informāciju sekojošā tēmā - izklaide? Lūdzu, nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem informācijas avotiem.”**

Nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem (preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus utt.) sekojošam mērķim:

### **IZKLAIDE**

#### **Biežāk minētās atbildes**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Retāk tika minētas sekojošas atbildes:

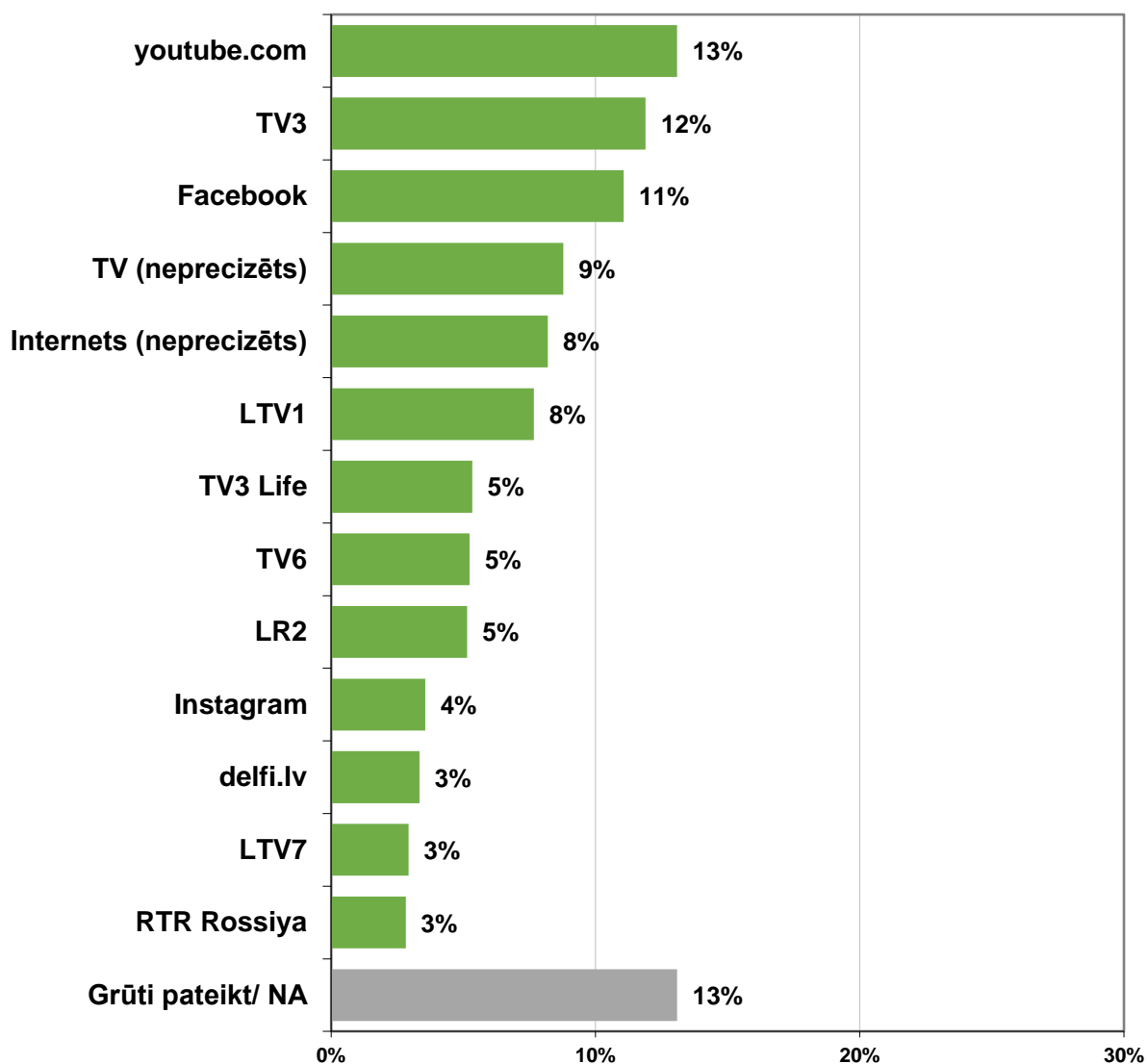
- *Охота и Рыбалка*
- *Discovery*
- *Дом Кино*
- *TV3+*
- *Radio (neprecizēts)*
- *Fox Life*
- *Filmzone*
- *Google*
- *sportacentrs.com*
- *STV Pirmā*
- *TikTok*
- *Netflix*
- *Kas jauns*
- *tvnet.lv*
- *360TV*
- *Skonto*
- *Prese (neprecizēts)*
- *CTC*
- *Pilsētvides reklāmas/ afišas*
- *VIP Comedy*
- *Latvijas Šlāgerkanāls*
- *jauns.lv*
- *draugiem.lv*
- *TV1000*
- *Ieva*
- *Eurosport*
- *LR1*
- *skaties.lv*
- *ism.lv*
- *Лилим*
- *National Geographic*
- *apollo.lv*
- *Patiesā Dzīve*
- *Rīga24TV*
- *odnoklasniki.ru*
- *BBC*
- *МУЗ ТВ*
- *Bez Tabu*
- *Twitter*
- *TV3 mini*
- *Fox*
- *Sony Turbo*
- *Viasat History*
- *TVXX1*
- *Friday.ru*
- *Kinomix-TV.ru*
- *Vakara Ziņas*
- *Santa*
- *StarFM*
- *9gag.com*
- *Klubs*
- *100 g kultūras*
- *reddit.com*
- *CTV*
- *Три аккорда. Первый канал*
- *Пусть говорят!*
- *Teātris.zip*
- *Copes lietas*
- *Diena / diena.lv*
- *Baltkrievijas kanāls*
- *Re:TV*
- *Super Bingo*
- *TBЦ*
- *GO3*
- *SWH+*
- *KBH*
- *A TV*
- *tv3play.skaties.lv*
- *NHL kanāls*
- *EHR Русские Хиты*
- *MTV*
- *delfi.ru*
- *LR6 (Radio Naba)*
- *Sporta studija*
- *Animal Planet*
- *Pastaiga*
- *Cosmopolitan*
- *TV3 ziņas*
- *KHL TV*
- *Lauku sēta*
- *Arte TV*
- *SWH*
- *puaro.lv*
- *SWH Rock*
- *LR5*
- *DTX (TV kanāls)*
- *satori.lv*
- *LR3*
- *Kursas laiks*
- *pinterest.com*
- *Latvijas Sirdsdziesma*
- *МК Латвия*
- *DautKom TV*
- *VIP*
- *Guhrs, vēl guhrs*
- *Kurzemes Vārds*
- *Видеоблог Янины Соколовой*
- *Province*
- *Ielas garumā*
- *Auseklis*
- *Aizliegtais Paņēmiens*
- *Голос*
- *rezka.ag*
- *deluxemusic.de*
- *Latgales Radio*
- *900 sekundes*
- *Panorāma*
- *filmas.lv*
- *Praktiskais Latvietis (žurnāls)*
- *Kurzemes Radio*
- *skanvordi.ru*
- *Россия24*
- *Kulturzeit*
- *Ievas stāsti*
- *Vogue*
- *filebase.ws*
- *vimeo.com*
- *LR4*
- *Īstās Latvijas saimnieces*

Nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem (preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus utt.) sekojošam mērķim:

### IZKLAIDE

#### Biežāk minētās atbildes

(Bāze = LATVIEŠI; N=662)



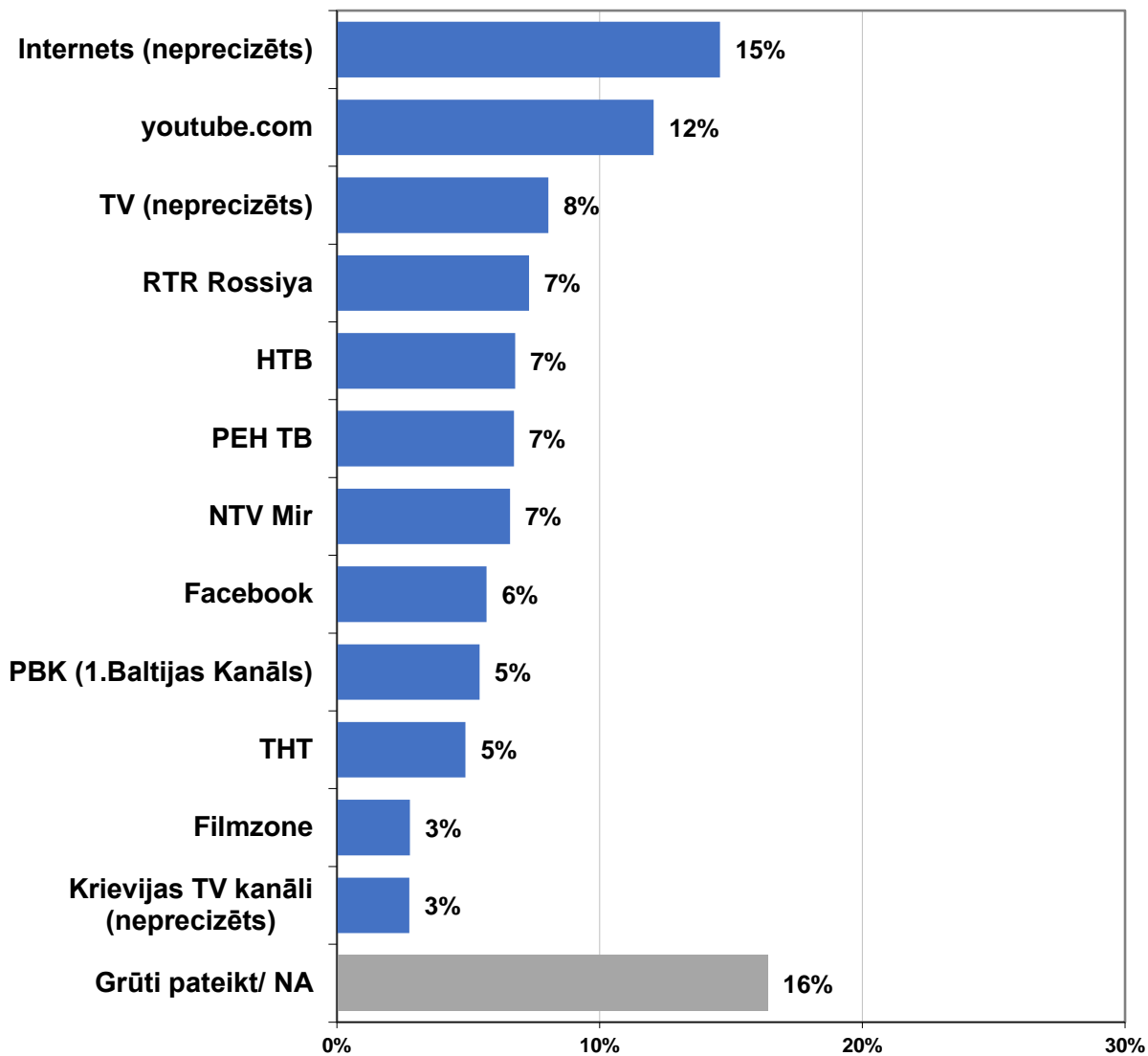


Nosauciēt līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem (preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus utt.) sekojošam mērķim:

### IZKLAIDE

#### Biežāk minētās atbildes

(Bāze = CITTAUTIEŠI; N=339)

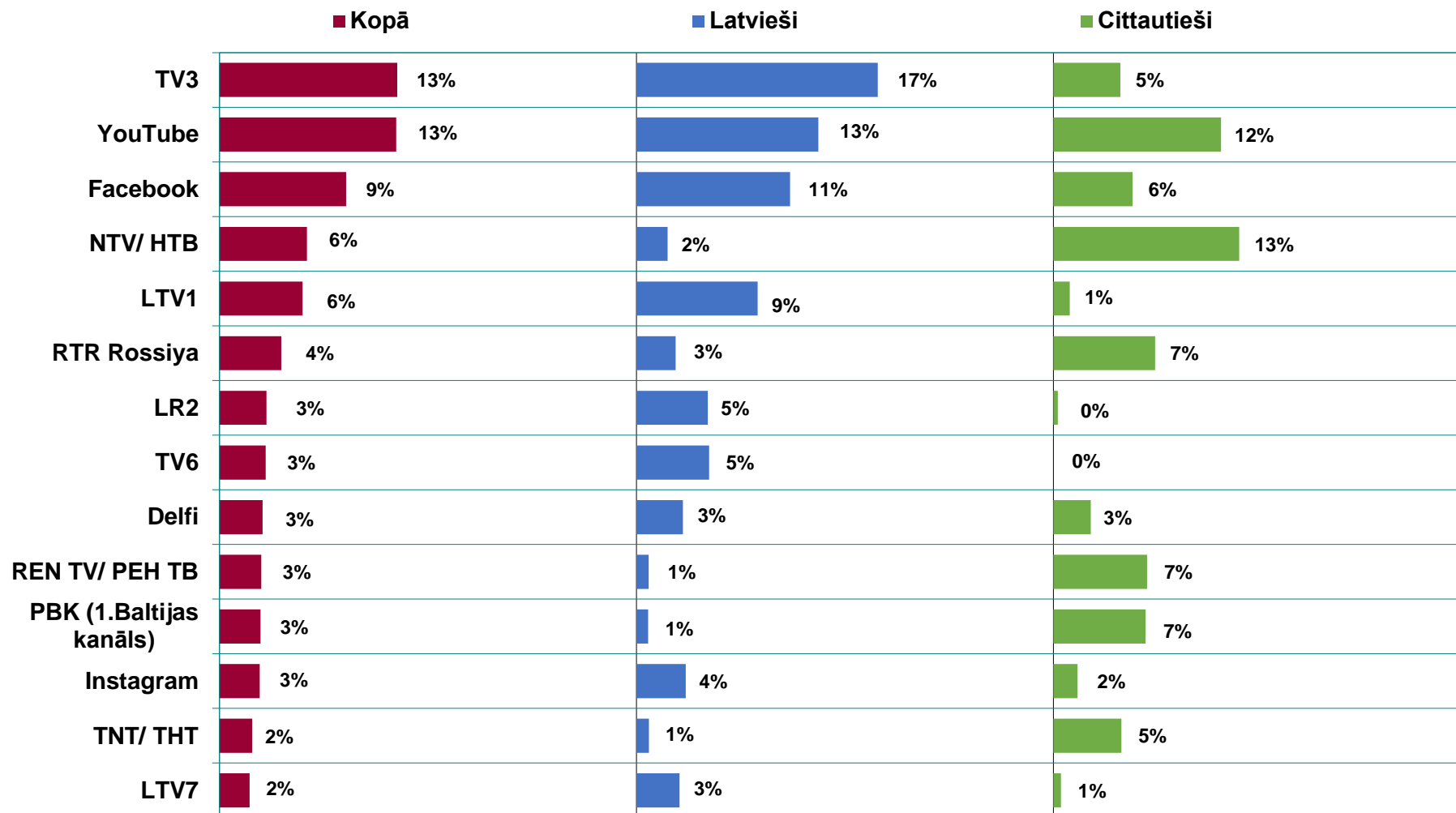


Rezultātu apkopojums par konkrētiem medijiem:

**Kurus medijus Jūs izmantojat sekojošam nolūkam - IZKLAIDE?**

**BIEŽĀK MINĒTIE MEDIJI**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

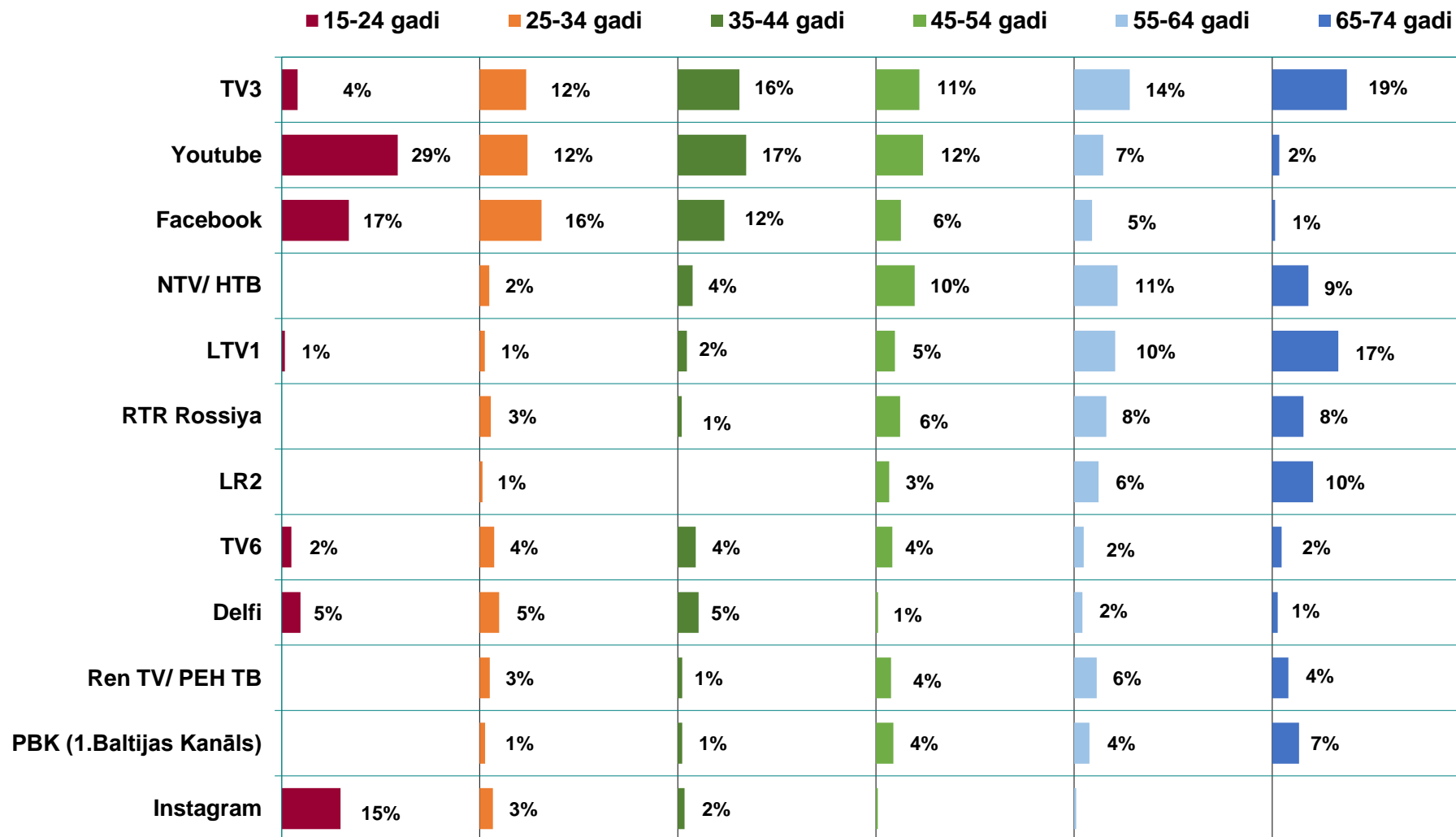


Nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem medijiem sekojošam mērķim:

**IZKLAIDE**

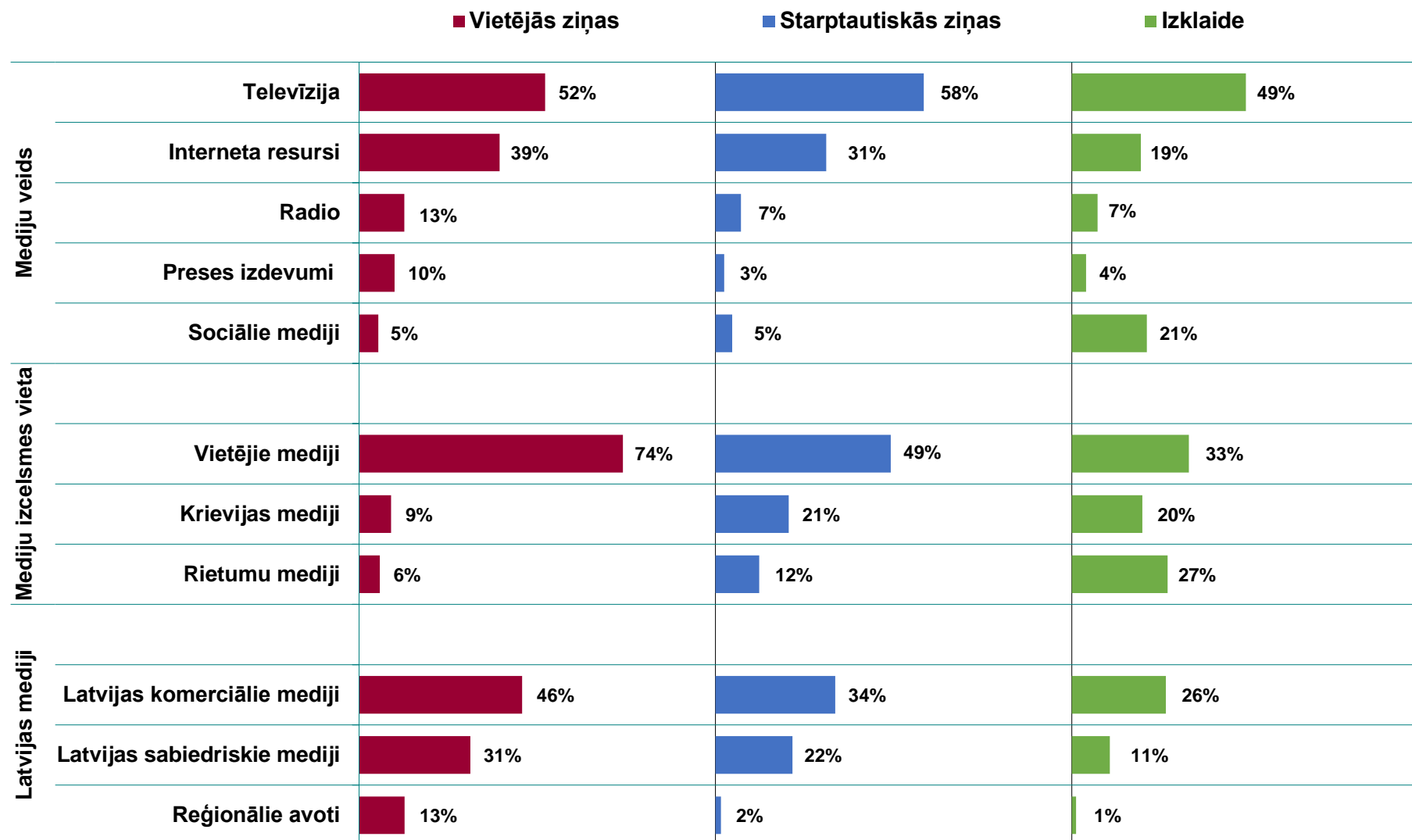
**Biežāk minētās atbildes**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Rezultātu analīze pēc mediju veida un izcelsmes kritērijiem:

**Kāda veida informācijas avotus Jūs izmantojat sekojošiem nolūkiem?**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



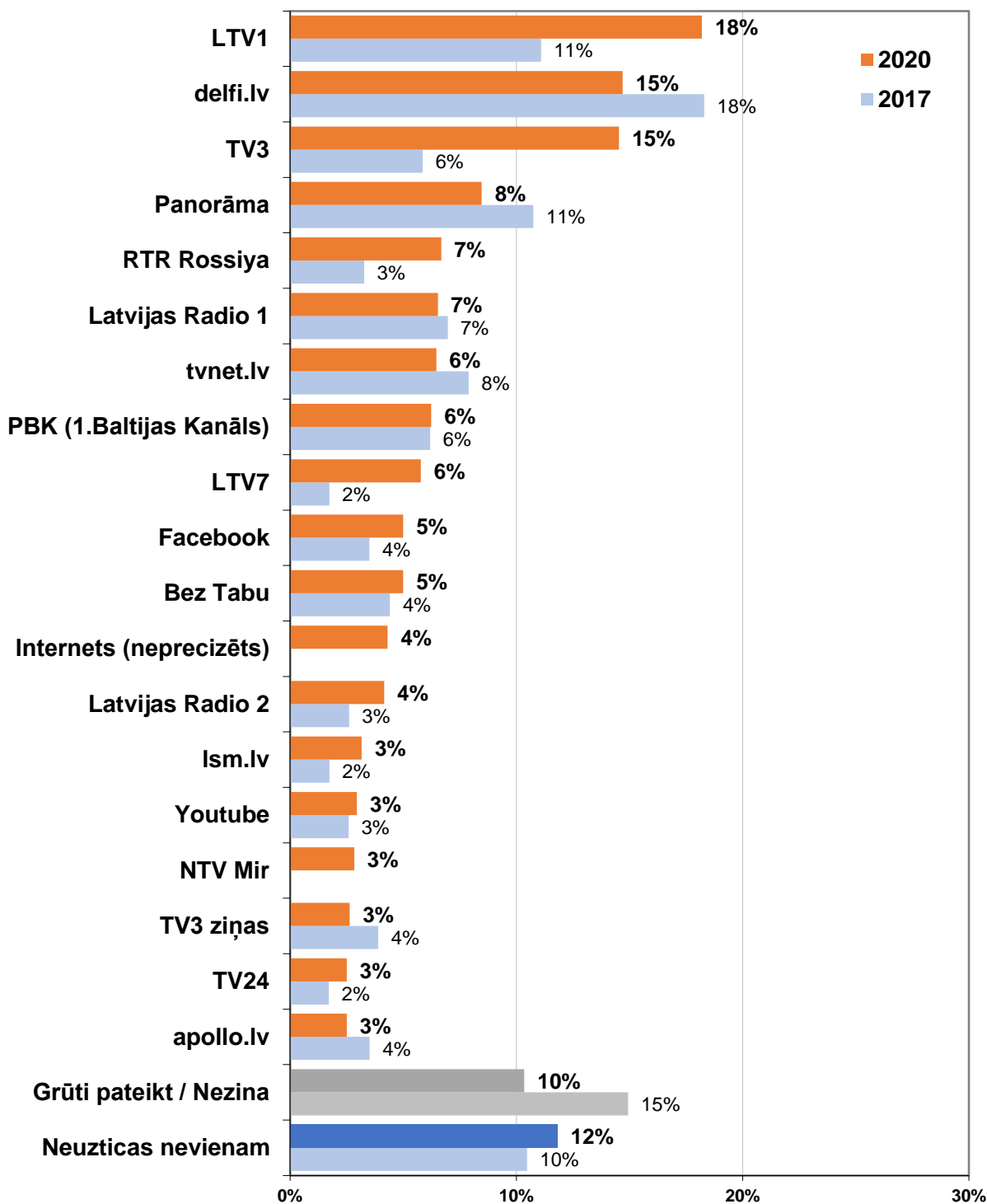
Aptaujas jautājums:

- **“Kuri TRĪS mediji (konkrēti preses izdevumi, radio, televīzijas programmas vai atsevišķi raidījumi, interneta portāli u.tml.) Jūsu ieskatā ir VISUZTICAMĀKIE un kāpēc?”**

**Kuri TRĪS mediji (konkrēti preses izdevumi, radio, televīzijas programmas vai atsevišķi raidījumi, interneta portāli u.tml.) Jūsu ieskatā ir VISUZTICAMĀKIE?**

**Biežāk minētās atbildes**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Retāk tika minētas sekojošas atbildes:

- *THT*
- *gorod.lv*
- *Euronews*
- *Degpunktā*
- *Radio (neprecizēts)*
- *HTB*
- *PEH TB*
- *LR4*
- *Nekā Personīga*
- *BBC*
- *Skonto*
- *TV (neprecizēts)*
- *Vietējie laikraksti (neprecizēts)*
- *Kurzemieks (avīze)*
- *SWH*
- *De Facto*
- *Охота и Рыбалка*
- *LTV7 ziņas*
- *TV3+*
- *Netflix*
- *Discovery*
- *Google*
- *TV6*
- *900 sekundes*
- *60 минут*
- *National Geographic*
- *Filmzone*
- *liepajniekiem.lv*
- *Alise+ (radio)*
- *Eurosport*
- *Instagram*
- *sportacentrs.com*
- *Latvijas Avīze*
- *TV3 Life*
- *Viasat History*
- *StarFM*
- *delfi.ru*
- *inbox.lv*
- *Aizliegtais Paņēmiens*
- *МК Латвия*
- *jauns.lv*
- *SWH+*
- *Пусть говорят!*
- *Вести Сегодня*
- *Kuldīgas novada vēstis*
- *TV1000*
- *DautKom TV*
- *Krievijas TV kanāli (neprecizēts)*
- *Дом Кино*
- *Kurzemes Radio*
- *Эхо Москвы*
- *IR*
- *Twitter*
- *draugiem.lv*
- *Ieva*
- *Re:TV*
- *Brīvā Daugava (avīze)*
- *Divu krastu radio*
- *Diena / diena.lv*
- *Kas jauns*
- *Krustpunktā*
- *VIP Comedy*
- *PBK ziņas*
- *kuldīga.lv*
- *Pasaules Panorāma*
- *LR3*
- *Auseklis*
- *Santa*
- *Skrundas TV*
- *Prese (neprecizēts)*
- *Спумнук*
- *reddit.com*
- *Kurzemes Vārds*
- *WhatsApp*
- *Million (avīze)*
- *Current Time TV*
- *STV Pirmā*
- *4.Studija*
- *grani.lv*
- *Meduza*
- *vesti.lv*
- *odnoklasniki.ru*
- *Sony Turbo*
- *spkc.gov.lv*
- *Лунум*
- *bbc.com*
- *Fox Life*
- *Доброе утро. Первый канал*
- *skaties.lv*
- *kraslavasvestis.lv*
- *nra.lv*
- *LR5*
- *CNN*
- *RTL*
- *Arte TV*
- *jekabpils.lv*
- *CTC*
- *katolis.lv*
- *Leta*
- *NRA*
- *dzirkstele.lv*
- *Ceturtdiena*
- *LTV1 ziņas*
- *rezka.ag*
- *360TV*
- *Sporta studija*
- *Kristīgais Radio*
- *bb.lv*
- *Viens pret vienu*
- *MY3 TB*
- *tv3play.skaties.lv*
- *gazeta.ru*
- *TV3 mini*
- *EHR Русские Хиты*
- *home3.lv*
- *businessnetwork.lv*
- *Re:Baltica*
- *Radio Tev*
- *Ievas Padomu Avīze*
- *CBS News*

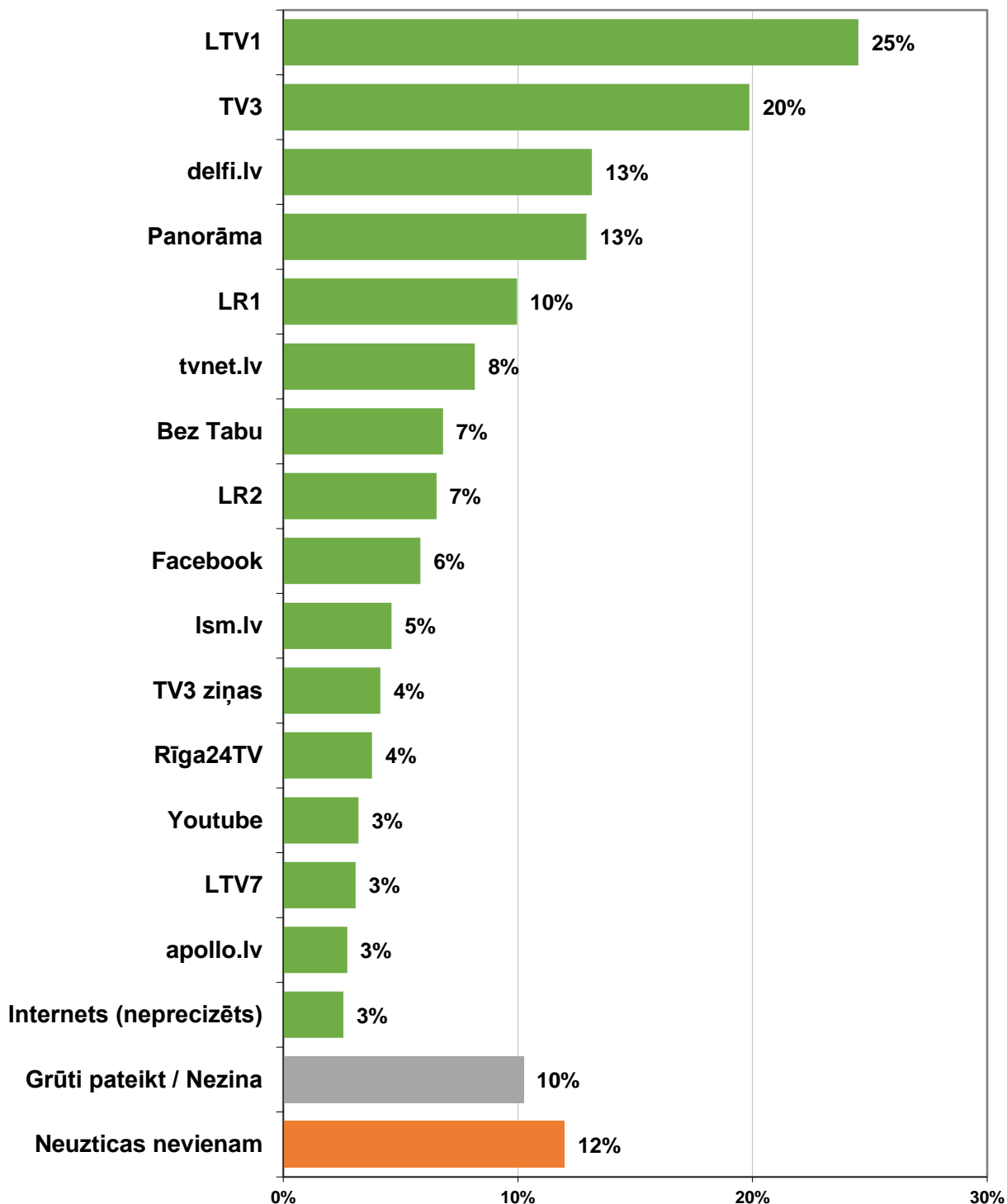
- LR6 (Radio Naba)
- Food Network
- independent.co.uk
- levas stāsti
- rus.lsm.lv
- rambler.ru
- pietiek.com
- Весту
- Telegram
- Radio MixFM
- Дождь
- Давай, поженимся!
- Jurista Vārds
- Nacionālie dārgumi
- tiesibsargs.lv
- Bilance (žurnāls)
- SWH Rock
- cnn.com
- TikTok
- tvnet.rus
- ria.ru
- medscape.com
- Vakara Ziņas
- la.lv
- FFN Radio
- Das Erste
- Rīta Panorāma
- Rietumu Radio (Liepāja)
- РБК Ламейское время
- Ezerzeme
- Praktiskais Latvietis (žurnāls)
- manizumali.lv
- 7 секретов
- Россия24
- ТБЦ
- levas Dārzs
- politico.eu
- amazon.com
- vimeo.com
- Super Bingo
- Lauku sēta
- lvportals.lv
- Vatikāna Ziņas
- Katoļu baznīcas vēstnesis
- daba.gov.lv
- Rēzeknes Vēstis
- Vides Fakti
- 100 g kultūras
- Būsim pazīstami un veseli!
- VIP
- theguardian.com
- Province
- Stars (avīze)
- Animal Planet

Rezultāti latviešu vidū:

Kuri **TRĪS** mediji (konkrēti preses izdevumi, radio, televīzijas programmas vai atsevišķi raidījumi, interneta portāli u.tml.) Jūsu ieskatā ir **VISUZTICAMĀKIE?**

**Biežāk minētās atbildes**

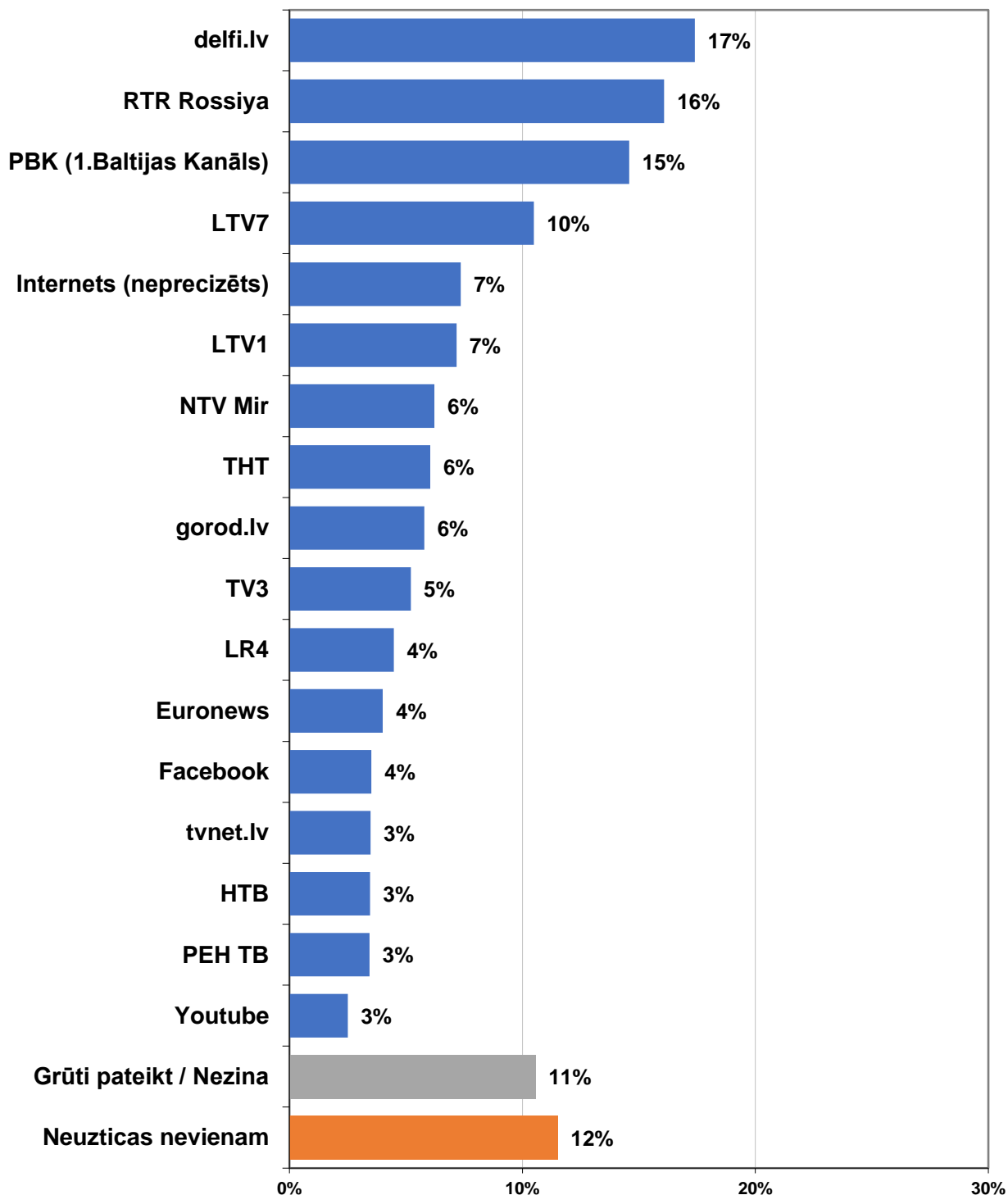
(Bāze = LATVIEŠI; N=662)





Rezultāti cittautiešu auditorijā:

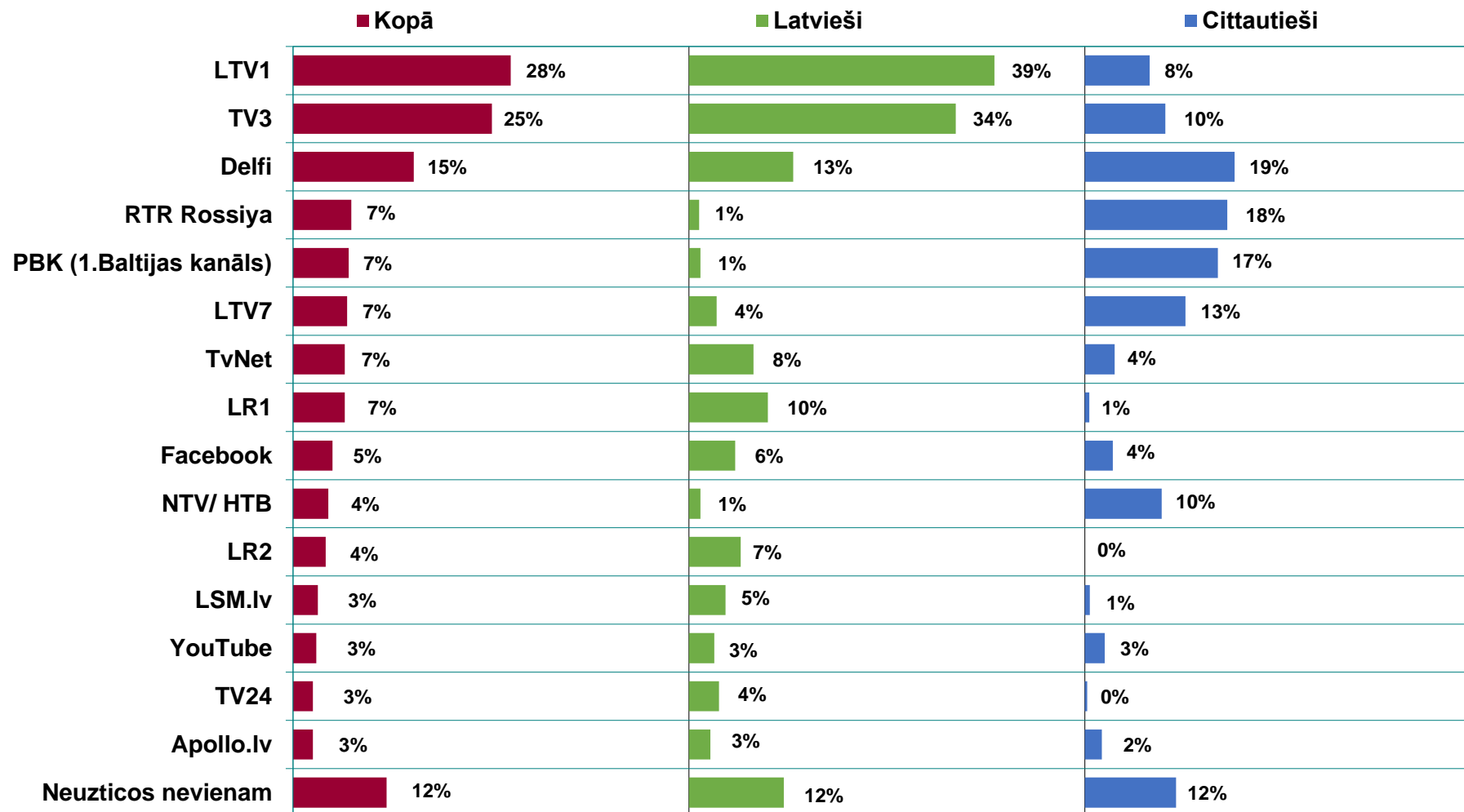
Kuri **TRĪS** mediji (konkrēti preses izdevumi, radio, televīzijas programmas vai atsevišķi raidījumi, interneta portāli u.tml.) Jūsu ieskatā ir **VISUZTICAMĀKIE?**  
**Biežāk minētās atbildes**  
(Bāze = CITTAUTIEŠI; N=339)



Rezultātu apkopojums par konkrētiem medijiem:

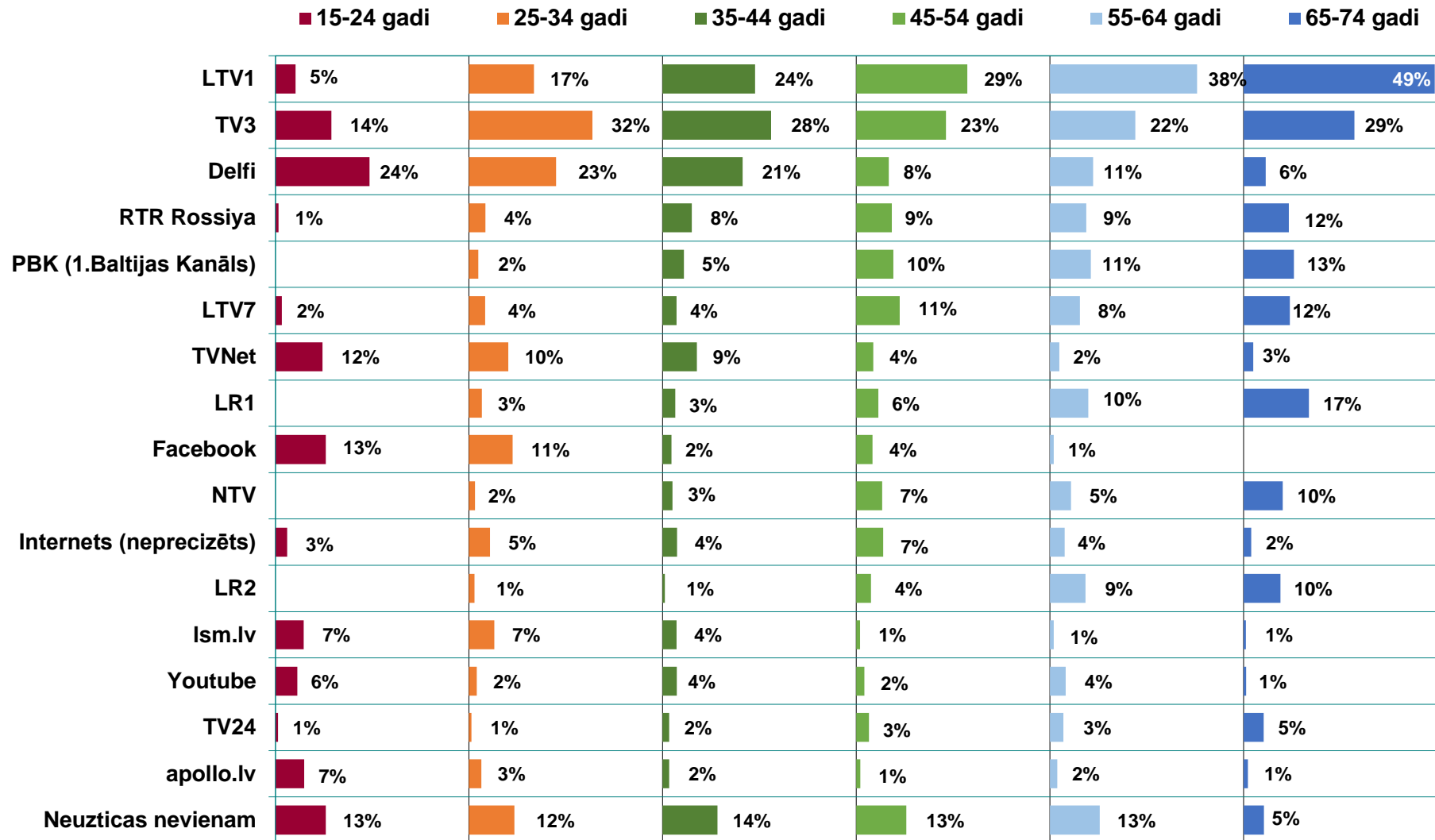
Kuri trīs mediji Jūsu ieskatā ir **VISUZTICAMĀKIE?**  
**BIEŽĀK MINĒTIE MEDIJI**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



**Kuri trīs mediji Jūsu ieskatā ir VISUZTICAMĀKIE?  
Biežāk minētās atbildes**

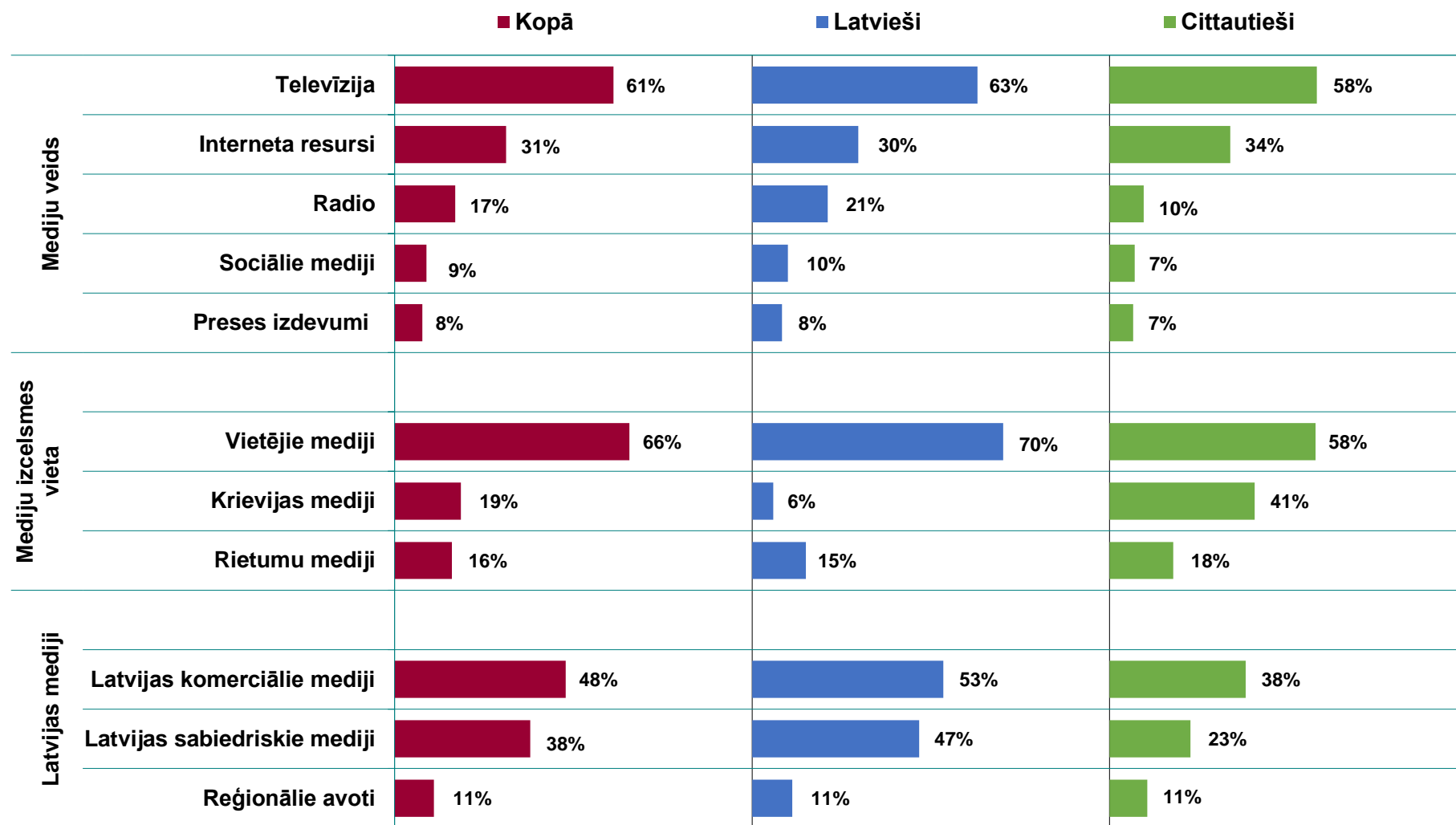
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Rezultātu analīze pēc mediju veida un izcelsmes kritērijiem:

**Kuri trīs mediji Jūsu ieskatā ir VISUZTICAMĀKIE?**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

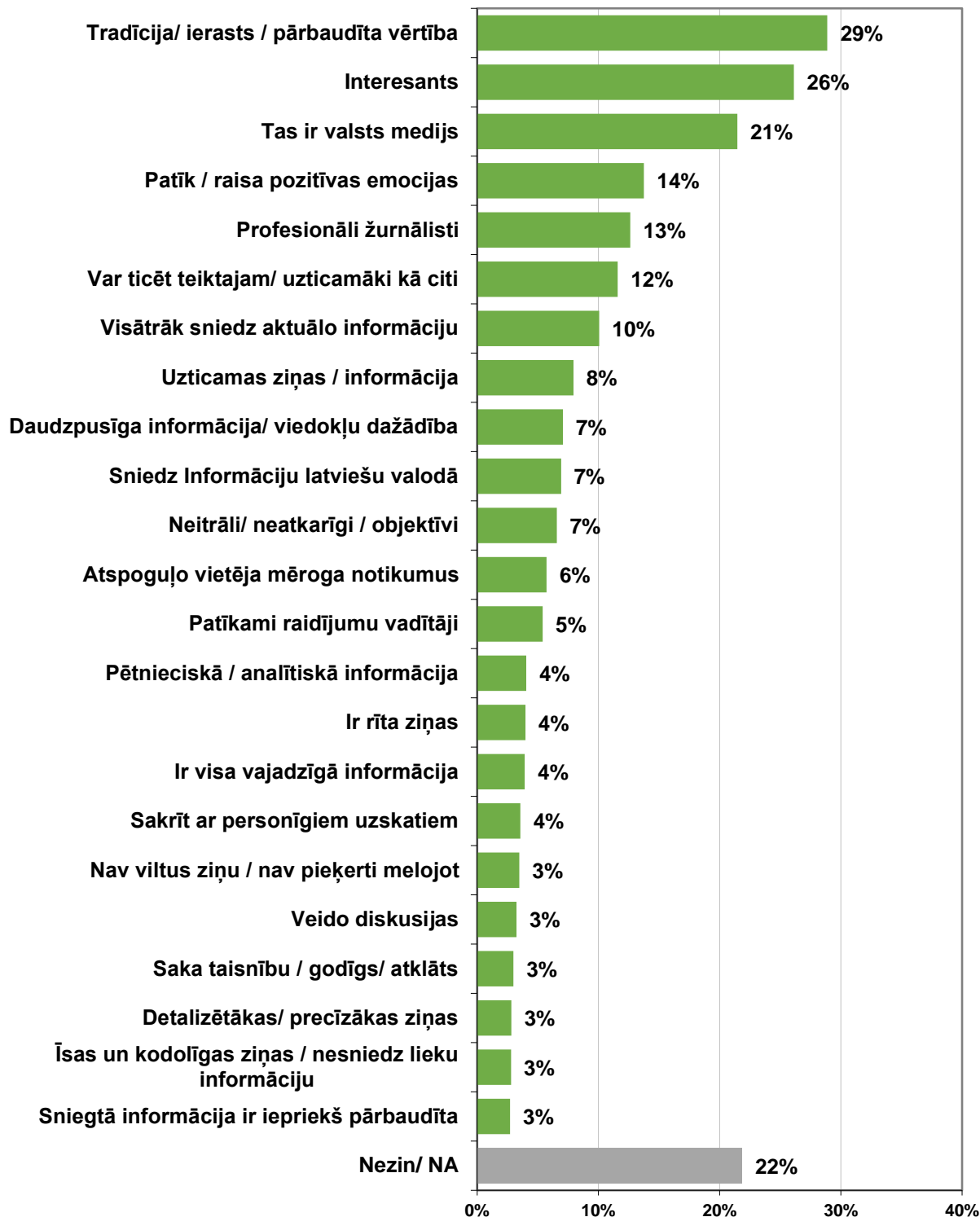


Argumentācija, kāpēc attiecīgais medijs vērtēts, kā viens no uzticamākajiem:

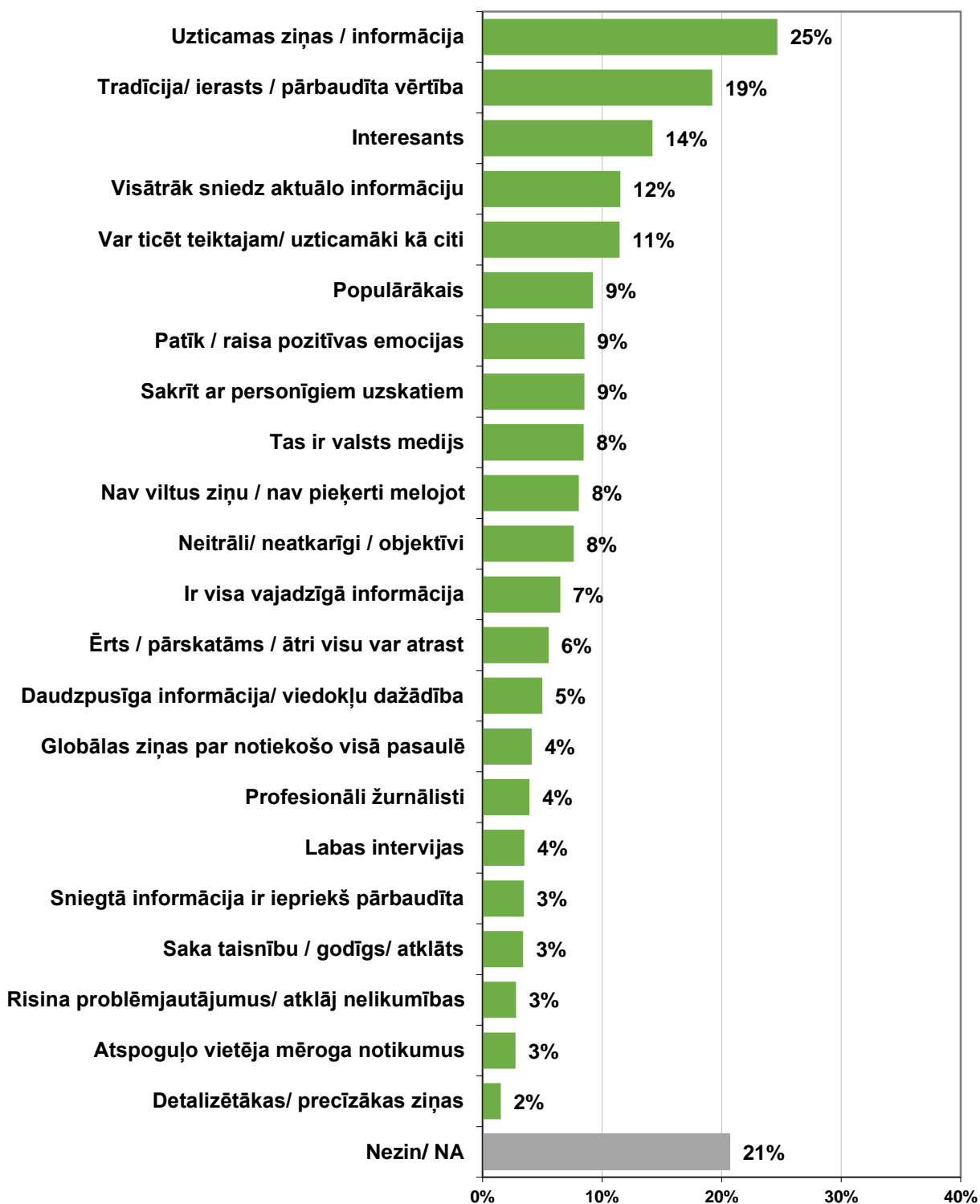
Kāpēc Jūs šo mediju vērtējat kā vienu no uzticamākajiem?

**LTV1** - biežāk minētās atbildes

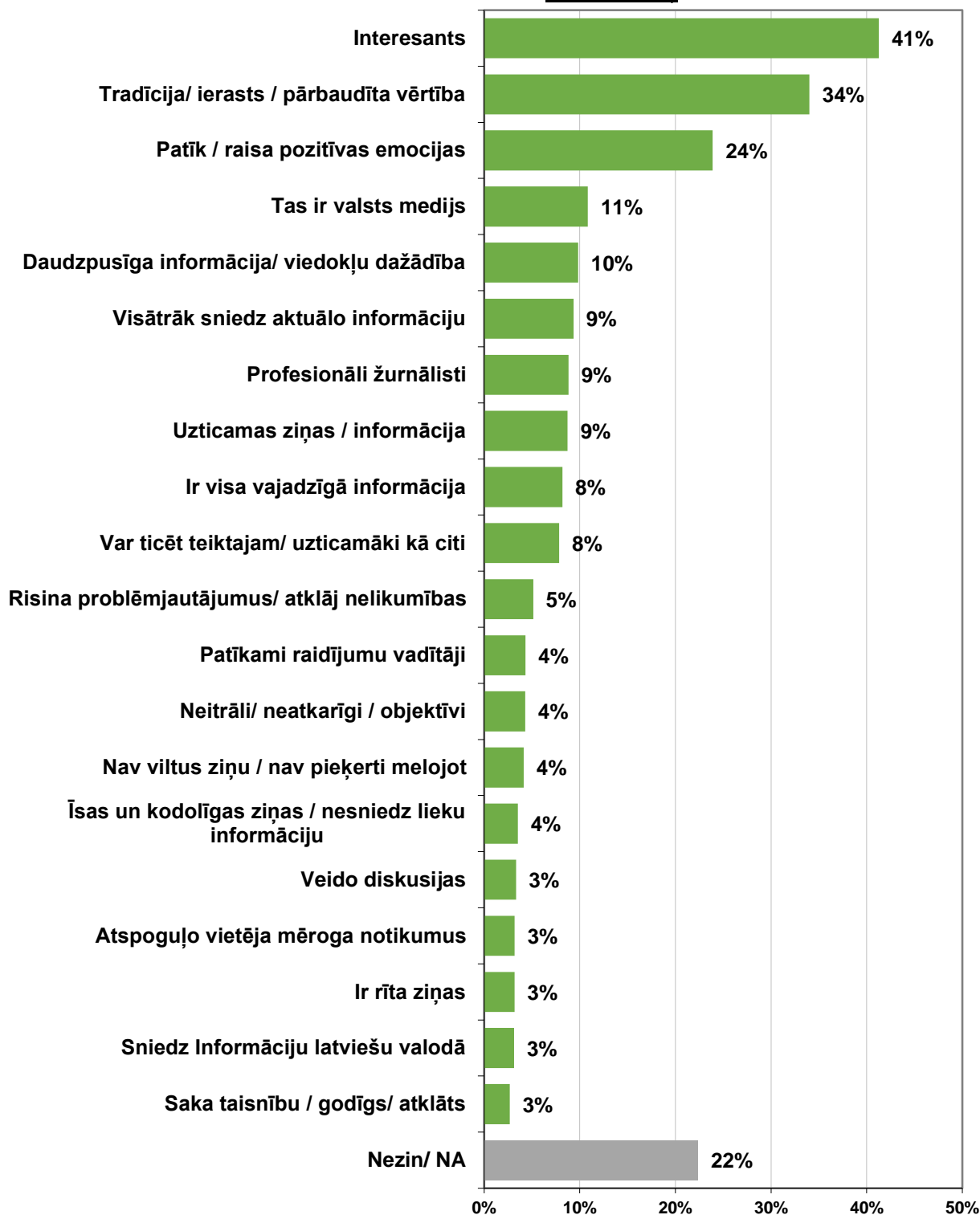
(Bāze = respondenti, kuri, kā vienu no uzticamākajiem medijiem, nosauca **LTV1**; N=189)



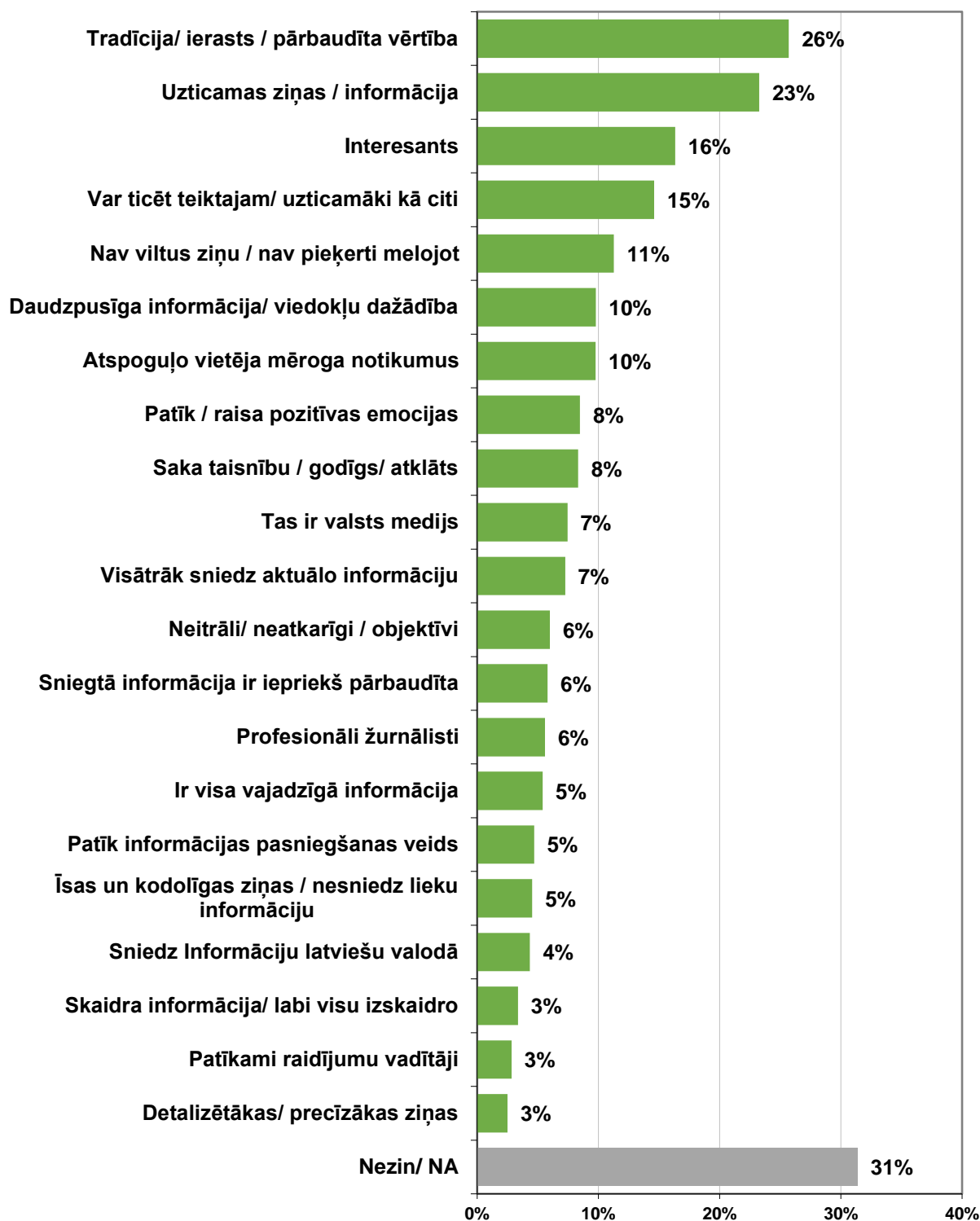
Kāpēc Jūs šo mediju vērtējat kā vienu no uzticamākajiem?  
**DELFI** - biežāk minētās atbildes  
 (Bāze = respondenti, kuri, kā vienu no uzticamākajiem medijiem, nosauca  
 Delfi: N=146)



Kāpēc Jūs šo mediju vērtējat kā vienu no uzticamākajiem?  
**TV3** - biežāk minētās atbildes  
 (Bāze = respondenti, kuri, kā vienu no uzticamākajiem medijiem, nosauca  
 TV3; N=146)

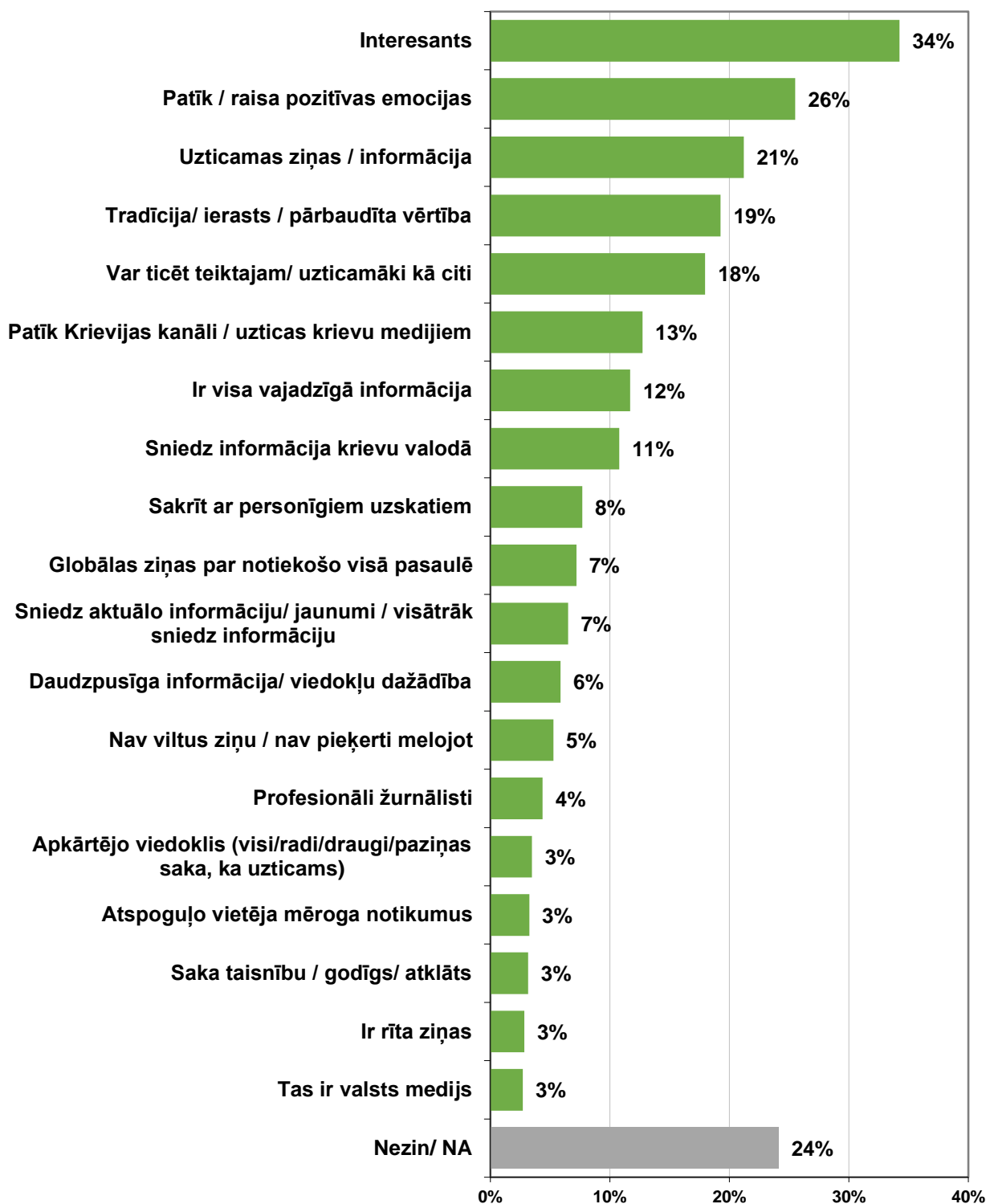


Kāpēc Jūs šo mediju vērtējat kā vienu no uzticamākajiem?  
**Panorāma** - biežāk minētās atbildes  
 (Bāze = respondenti, kuri, kā vienu no uzticamākajiem medijiem, nosauca  
 Panorāmu; N=90)

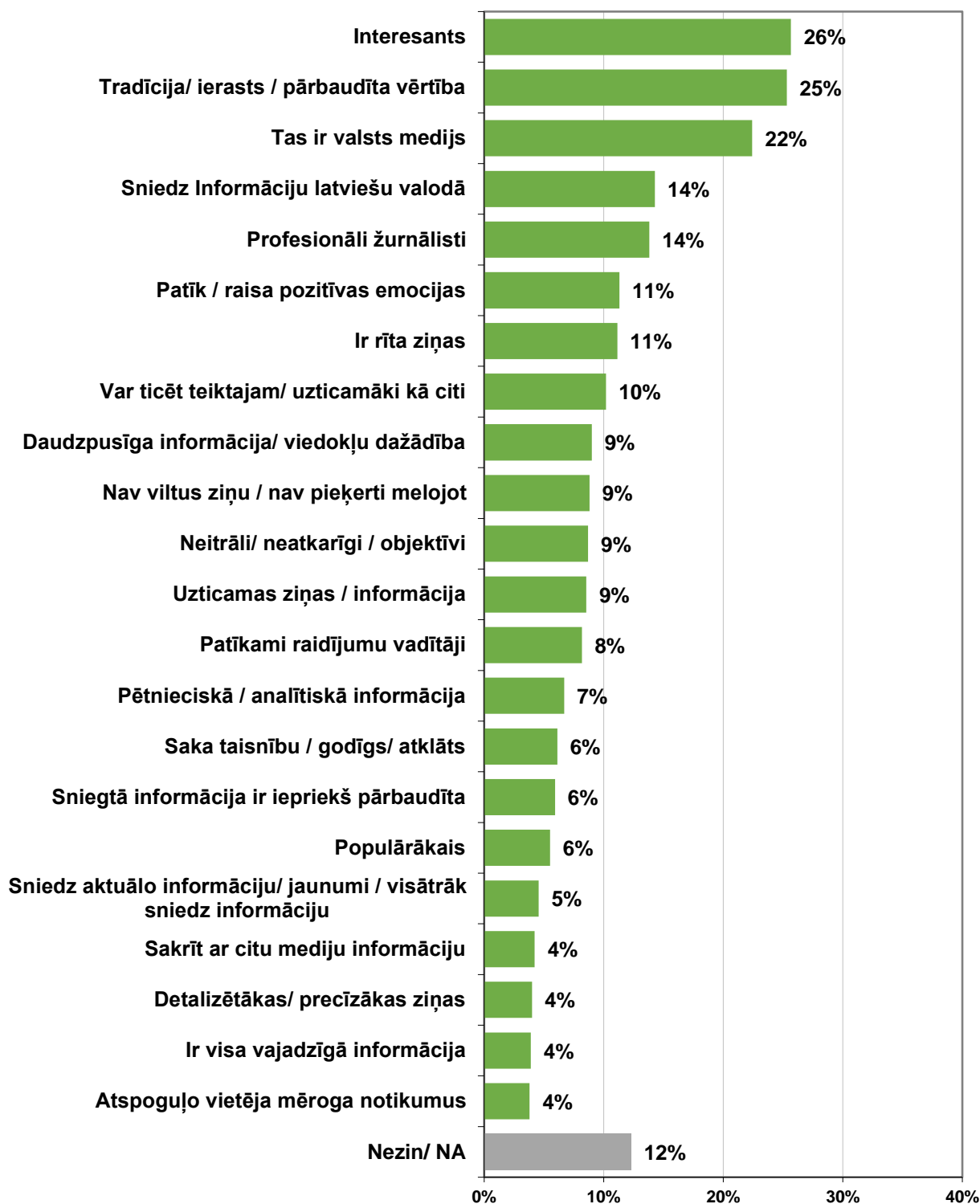




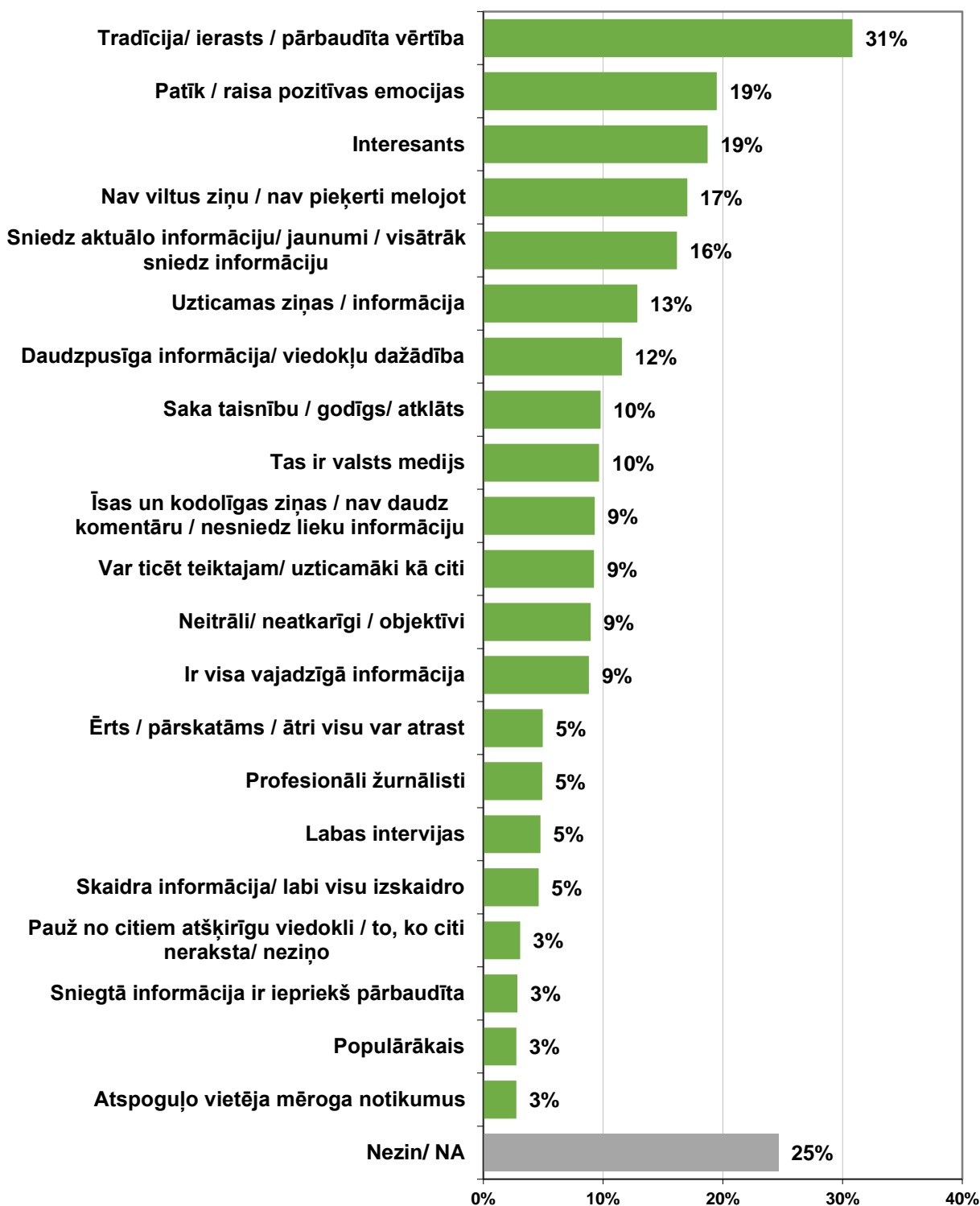
Kāpēc Jūs šo mediju vērtējat kā vienu no uzticamākajiem?  
**RTR Rossiya** - biežāk minētās atbildes  
 (Bāze = respondenti, kuri, kā vienu no uzticamākajiem medijiem, nosauca  
 RTR Rossiya; N=70)



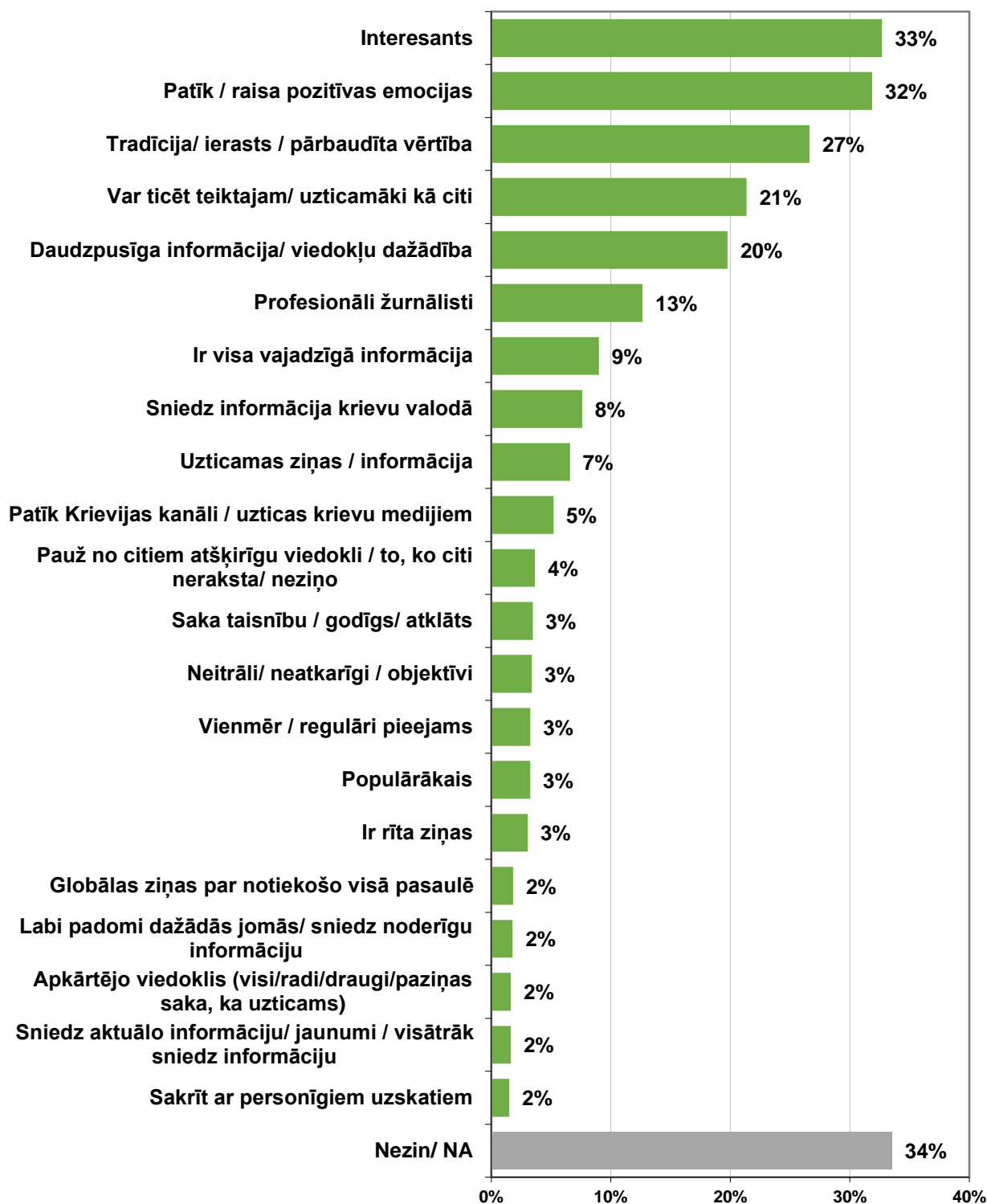
Kāpēc Jūs šo mediju vērtējat kā vienu no uzticamākajiem?  
**Latvijas radio 1**- biežāk minētās atbildes  
 (Bāze = respondenti, kuri, kā vienu no uzticamākajiem medijiem, nosauca  
 LR1; N=70)



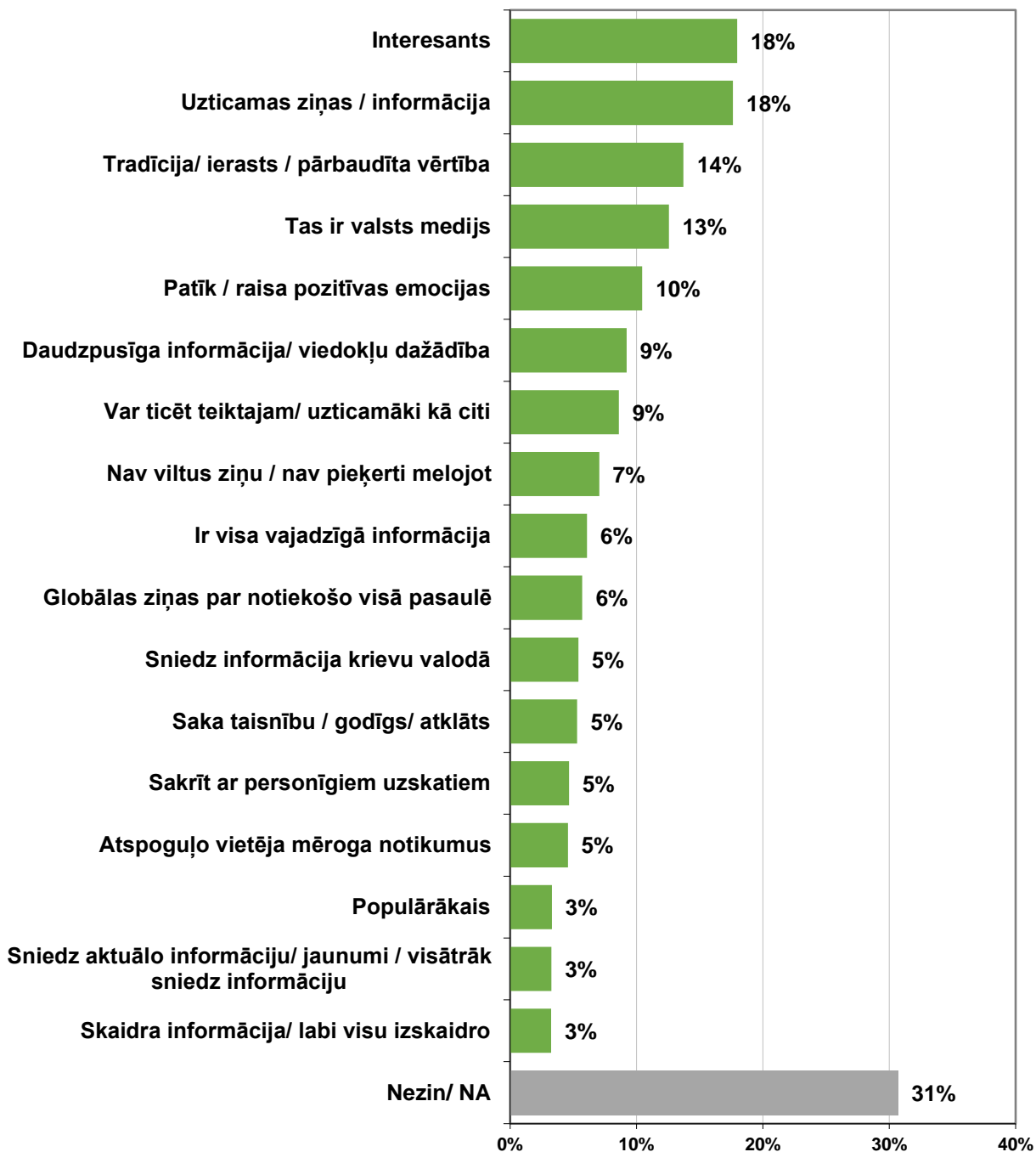
Kāpēc Jūs šo mediju vērtējat kā vienu no uzticamākajiem?  
**TVNET** - biežāk minētās atbildes  
 (Bāze = respondenti, kuri, kā vienu no uzticamākajiem medijiem, nosauca  
 Tvnet; N=65)



Kāpēc Jūs šo mediju vērtējat kā vienu no uzticamākajiem?  
**Pirmais Baltijas kanāls** - biežāk minētās atbildes  
 (Bāze = respondenti, kuri, kā vienu no uzticamākajiem medijiem, nosauca  
 PBK; N=61)



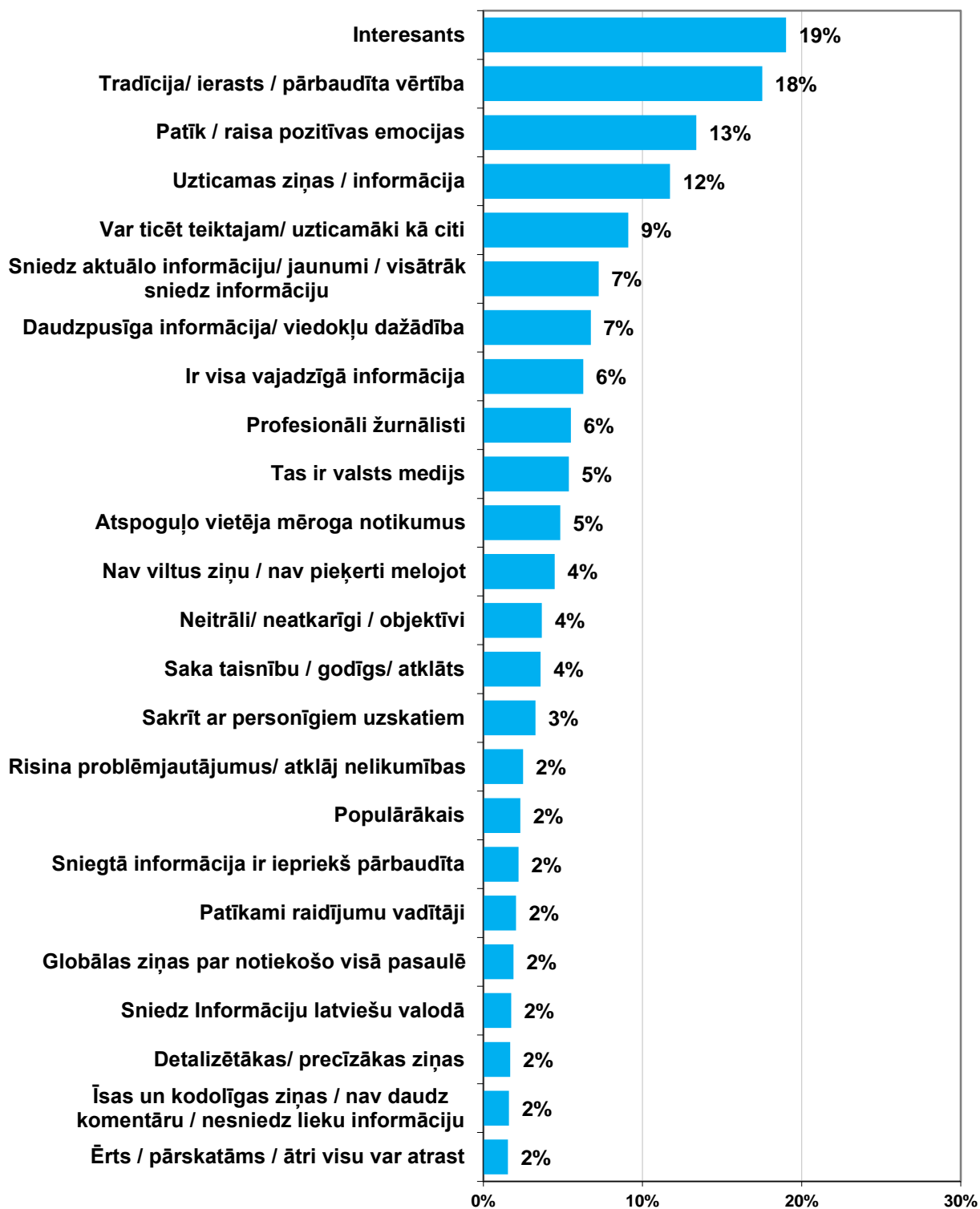
Kāpēc Jūs šo mediju vērtējat kā vienu no uzticamākajiem?  
**LTV7**- biežāk minētās atbildes  
 (Bāze = respondenti, kuri, kā vienu no uzticamākajiem medijiem, nosauca  
**LTV7**; N=57)



Apkopojot visus minētos argumentus, kāpēc tas vai cits medijs tika nosaukts kā viens no uzticamākajiem, paveras sekojoša aina:

**Kāpēc Jūs nosaukto mediju vērtējat kā vienu no uzticamākajiem?  
Biežāk minētās atbildes**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Retāk tika minētas sekojošas atbildes:

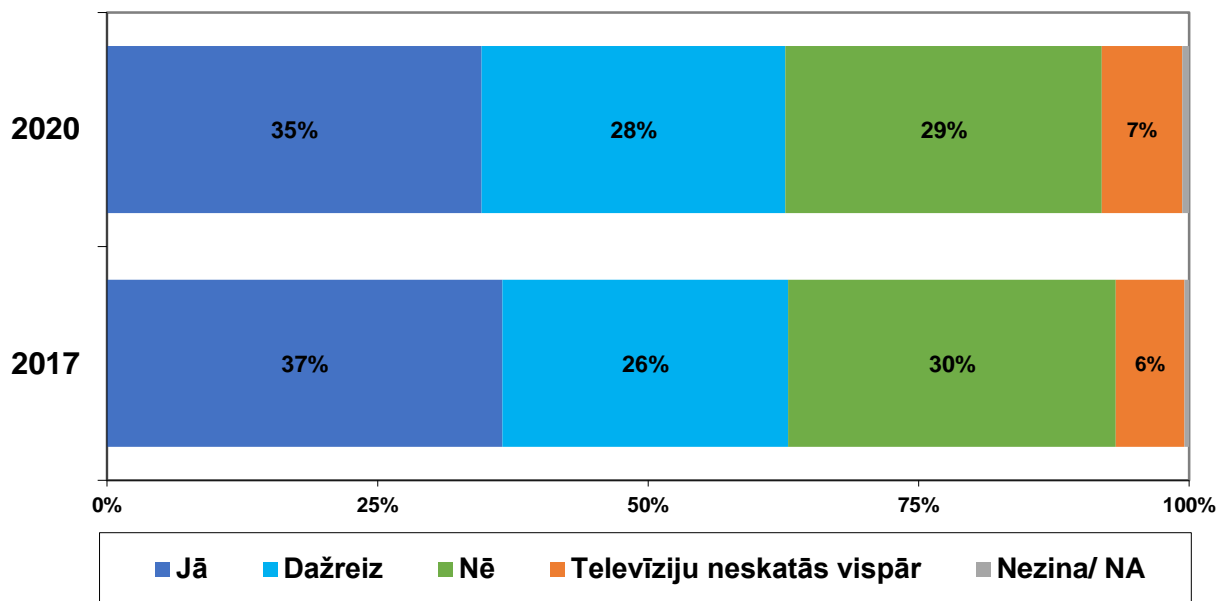
- *Pauž no citiem atšķirīgu viedokli / to, ko citi neraksta/ neziņo*
- *Labas intervijas*
- *Sniedz informācija krievu valodā*
- *Ir rīta ziņas*
- *Patīk Krievijas kanāli / uzticas krievu medijiem*
- *Lietotāji paši publicē informāciju / iespēja lasīt citu komentārus*
- *Pētnieciskā / analītiskā informācija*
- *Veido diskusijas*
- *Skaidra informācija/ labi visu izskaidro*
- *Vienmēr / regulāri pieejams*
- *Patīk informācijas pasniegšanas veids*
- *Pašmāju/ vietējais medijs, žurnālisti*
- *Apkārtējo viedoklis (visi/radi/draugi/paziņas saka, ka uzticams)*
- *Sakrīt ar citu mediju informāciju*
- *Netaisa sensācijas/ skandālus*
- *Labi padomi dažādās jomās/ sniedz noderīgu informāciju*
- *Vissaprātīgākie / nopietnākie*
- *Pieejama aplikācija telefonā*
- *Mazāk reklāmrakstu kā citur / mazāk reklāmas*
- *Vienīgais, ko var uztvert/ nav citas alternatīvas*
- *Daudz lietotāju.*

## 5. Krievijā veidoto TV programmu patēriņš

Aptaujas jautājums:

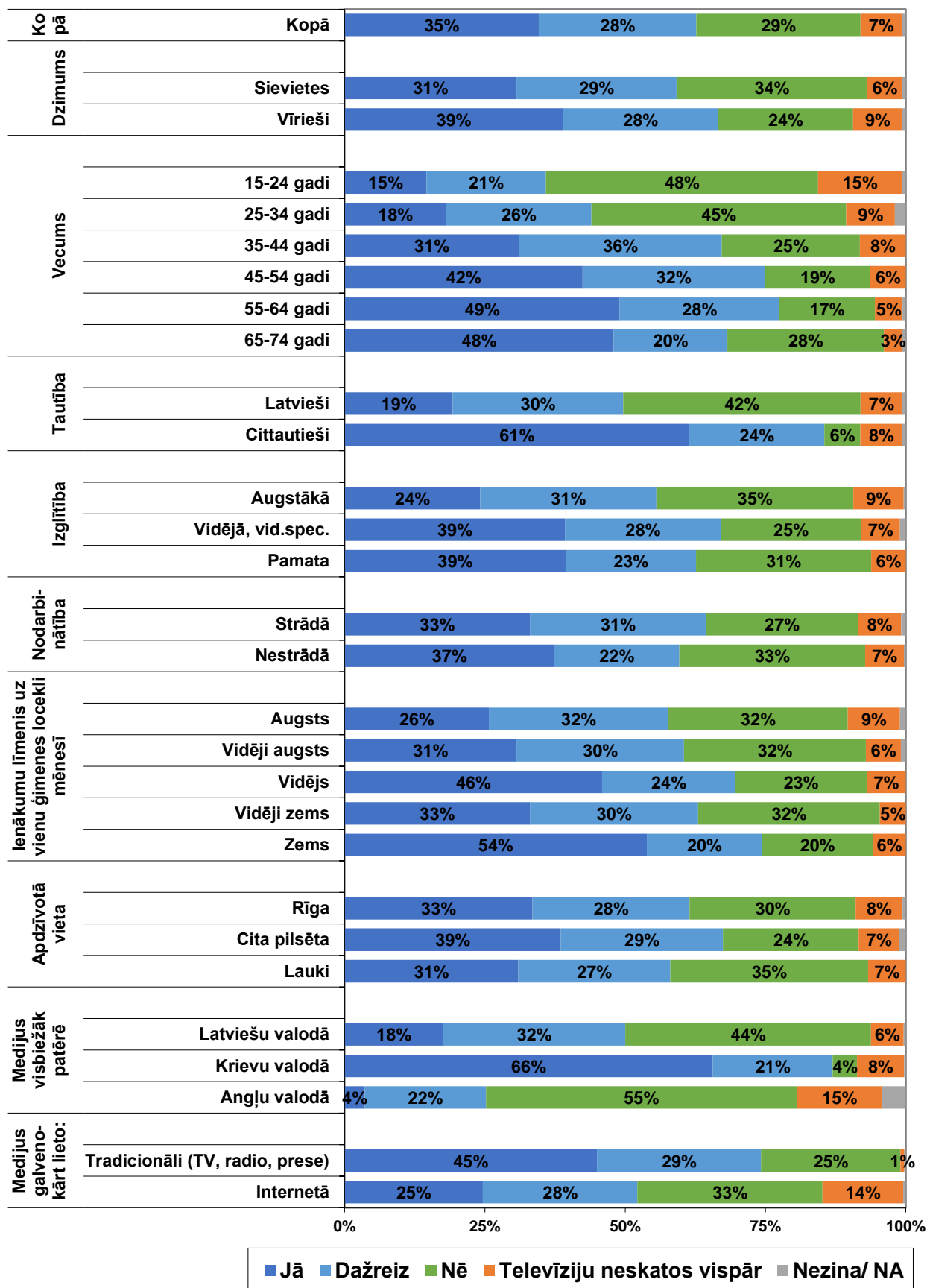
- **“Vai Jūs skatāties Krievijā veidotās televīzijas programmas kā, piemēram, PBK, NTV Mir Baltic, RTR Rossiya?”**

**Vai Jūs skatāties Krievijā veidotās televīzijas programmas kā, piemēram, PBK, NTV Mir Baltic, RTR Rossiya?**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)





Vai Jūs skatāties Krievijā veidotās televīzijas programmas kā, piemēram, PBK, NTV Mir Baltic, RTR Rossiya?  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

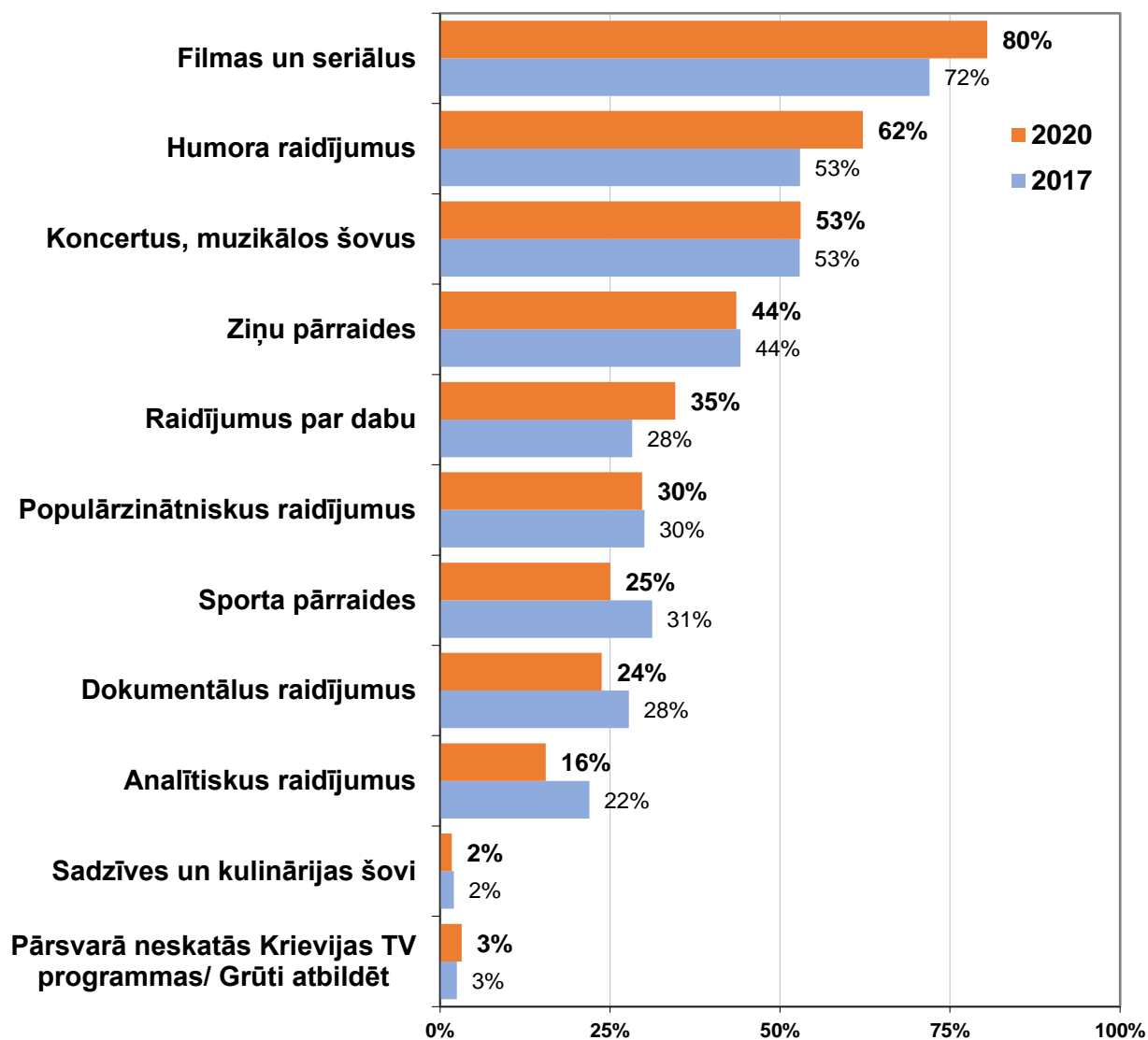


Aptaujas jautājums:

- **“Runājot par Krievijas televīzijas programmām, sakiet, lūdzu, ko tieši Jūs skatāties?”**

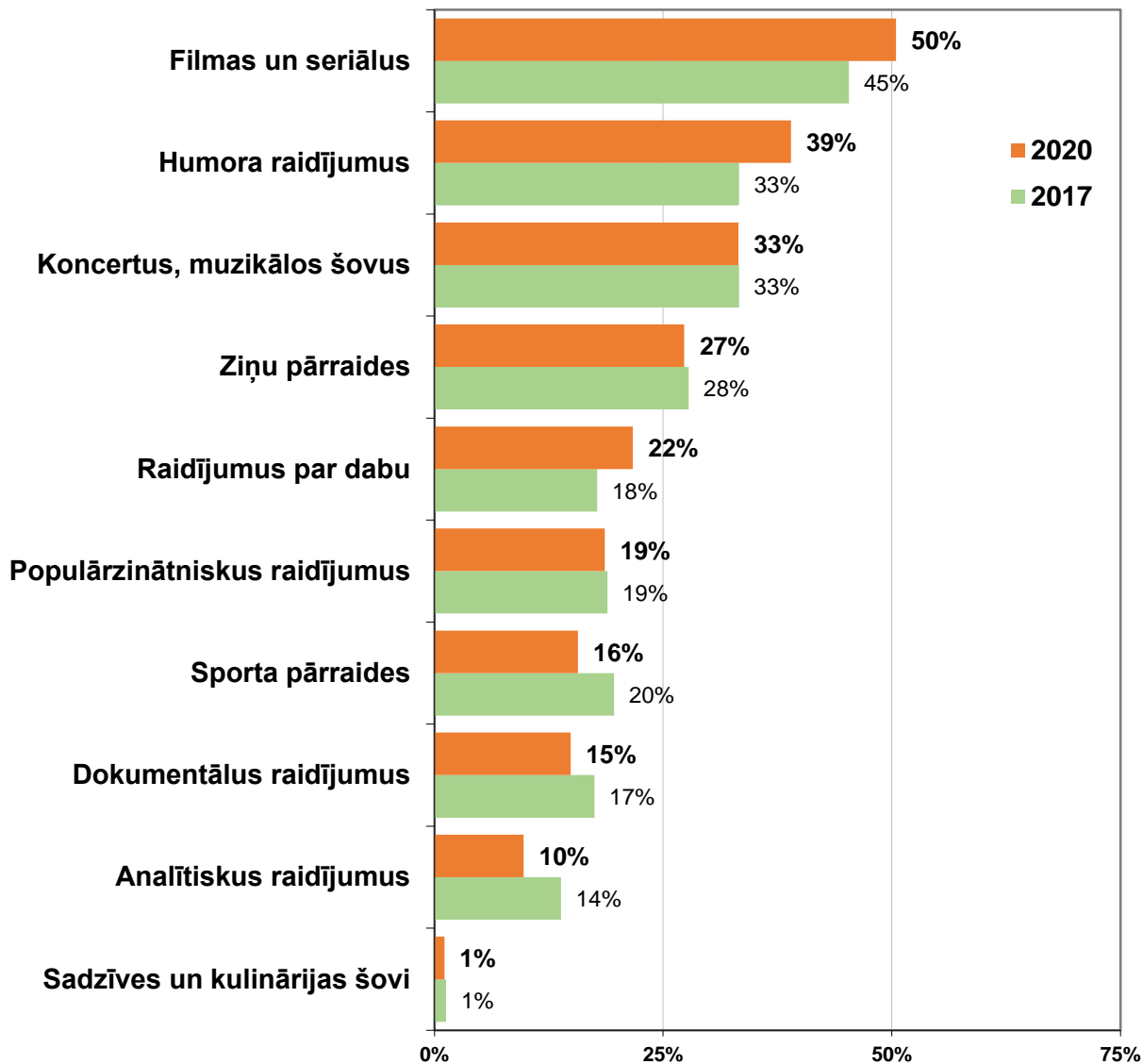
**Runājot par Krievijas televīzijas programmām, sakiet lūdzu, ko tieši Jūs skatāties?**

(Bāze = respondenti, kuri skatās Krievijā veidotās TV programmas; N=623)

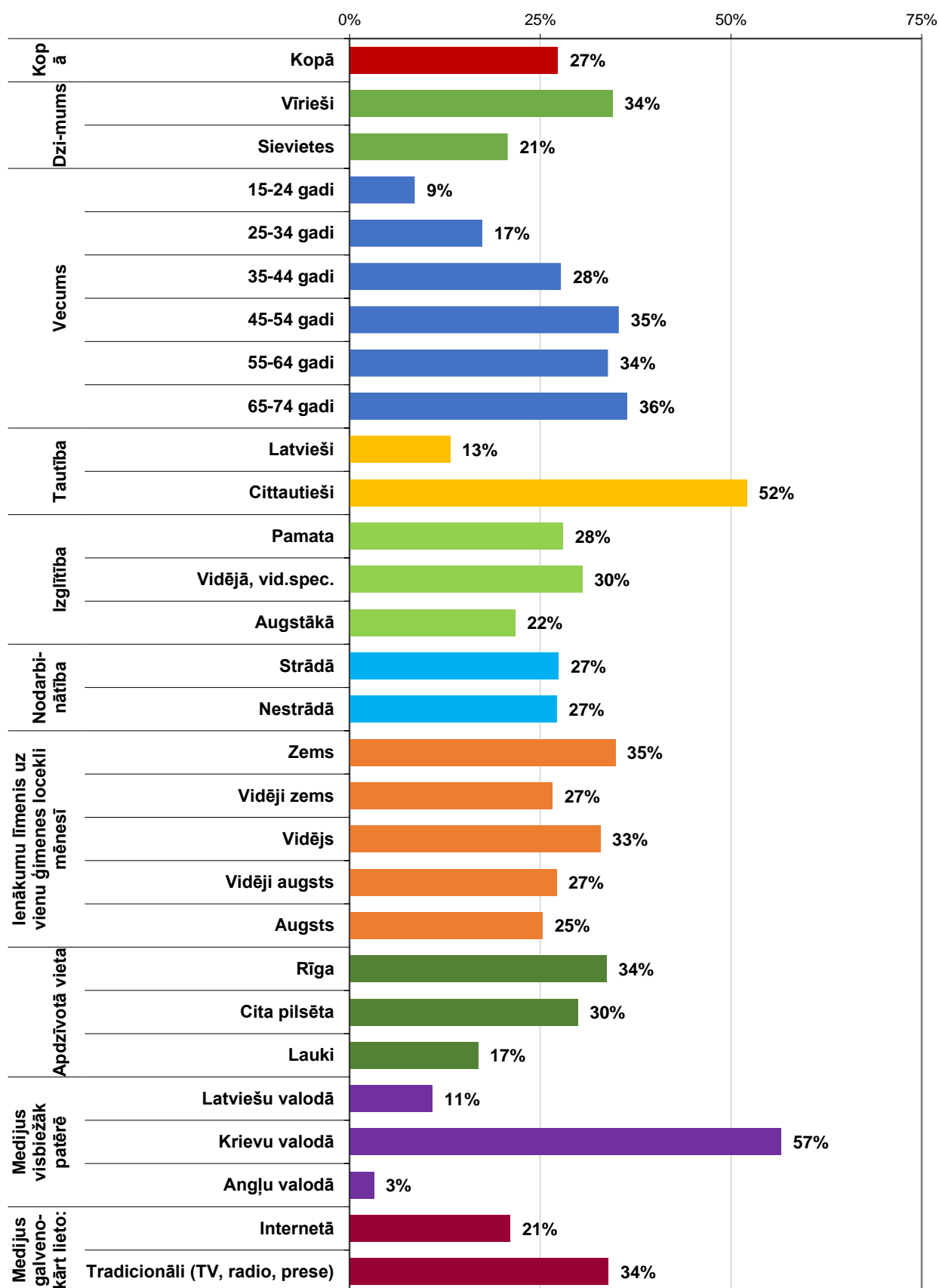


Sekojošajā grafikā iegūtie rezultāti aprēķināti uz visiem pētījuma dalībniekiem:

**Runājot par Krievijas televīzijas programmām, sakiet lūdzu,  
ko tieši Jūs skatāties?**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki)



Skatās Krievijas televīziju ziņu pārraides  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



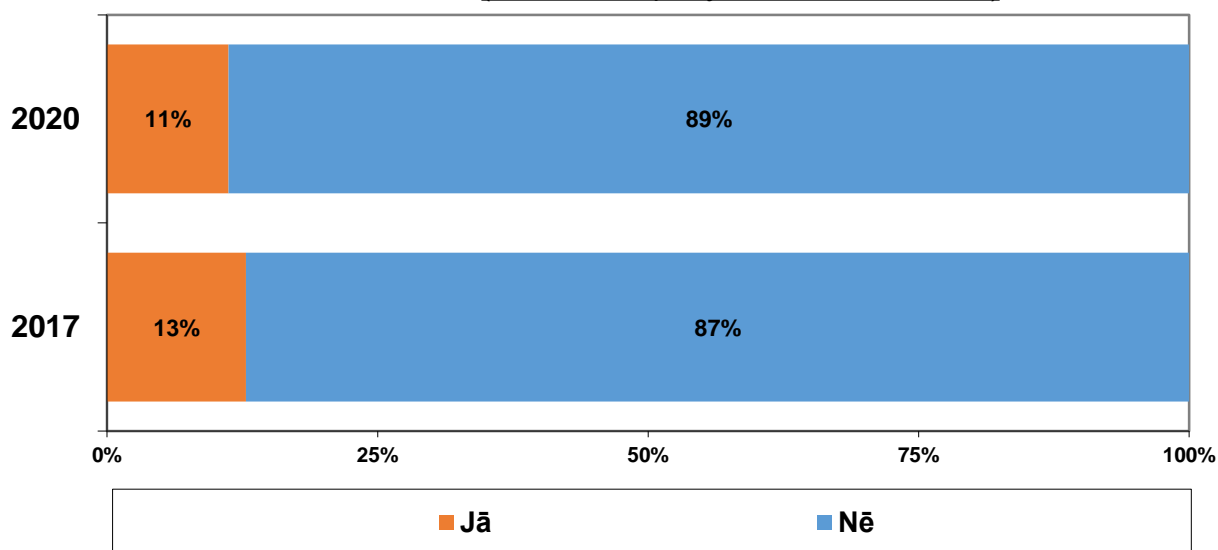
## 6. Dalība mediju satura radīšanā

Aptaujas jautājums:

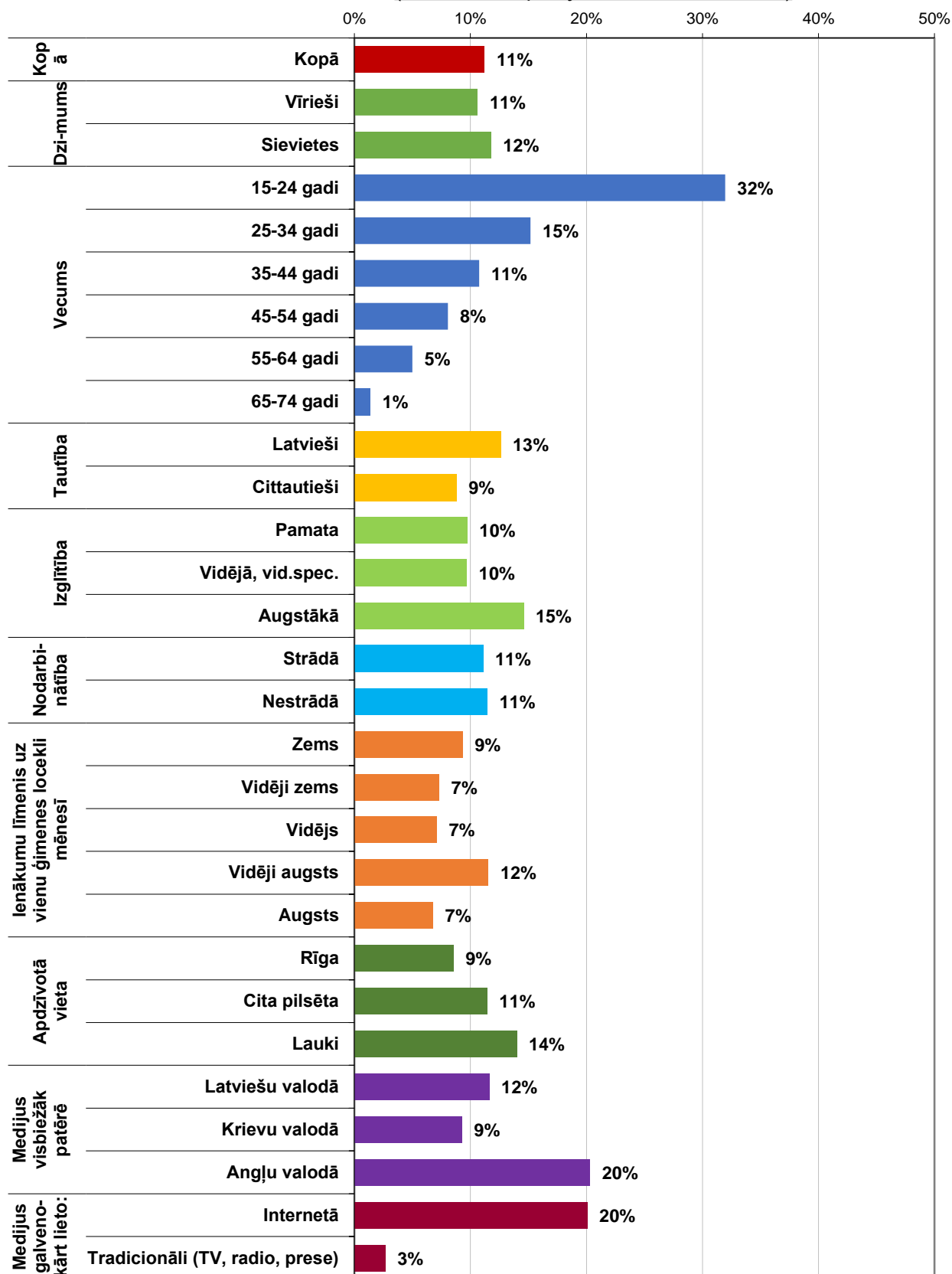
- **“Vai Jūs iesaistāties mediju satura radīšanā, kā, piemēram, rakstāt blogu, publicējat saturu sociālo tīklu medijos, piedāvājat rakstus, sižetus vai fotogrāfijas medijiem, rakstāt komentārus pie publikācijām?”**

**Vai Jūs iesaistāties mediju satura radīšanā, kā, piemēram, rakstāt blogu, publicējat saturu sociālo tīklu medijos, piedāvājat rakstus, sižetus vai fotogrāfijas medijiem, rakstāt komentārus pie publikācijām?**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

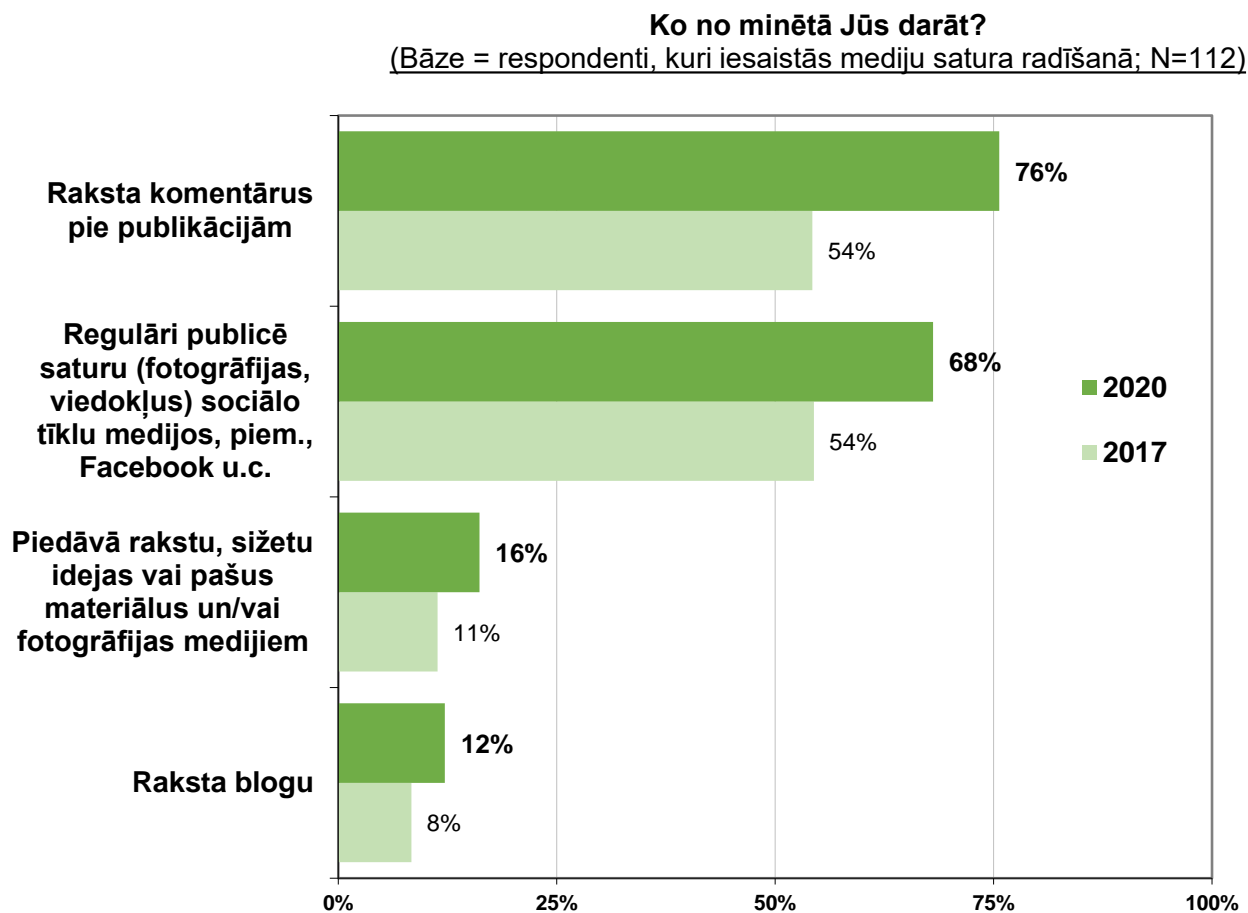


lesaistas mediju satura radīšanā, kā, piemēram, raksta blogu, publicē saturu sociālo tīklu medijos, piedāvā rakstus, sižetus vai fotogrāfijas medijiem, raksta komentārus pie publikācijām  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



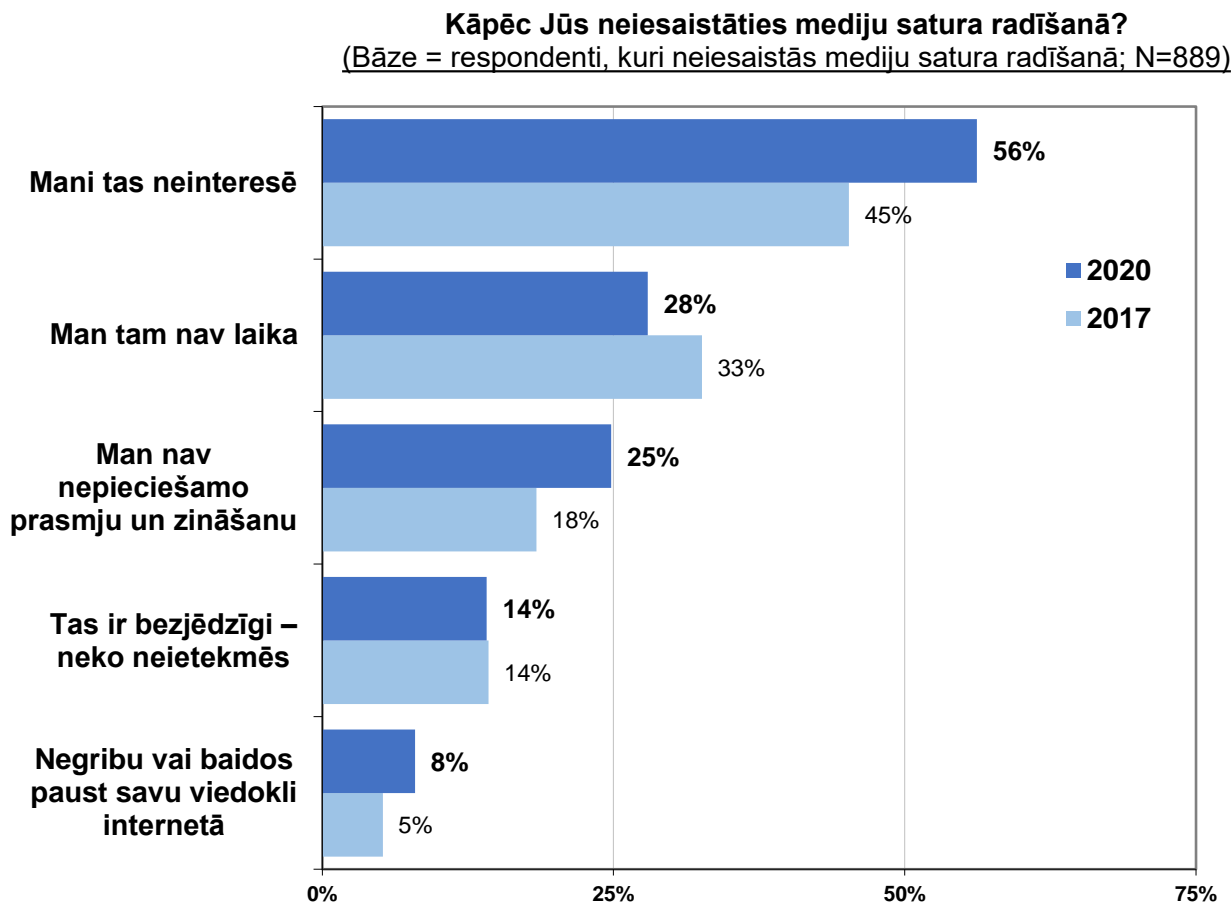
Aptaujas jautājums (respondentiem, kuri iesaistās mediju satura radīšanā):

- **“Ko no minētā Jūs darāt?”**



Aptaujas jautājums (respondentiem, kuri neiesaistās mediju satura radīšanā):

- **“Kāpēc Jūs neiesaistāties mediju satura radīšanā?”**





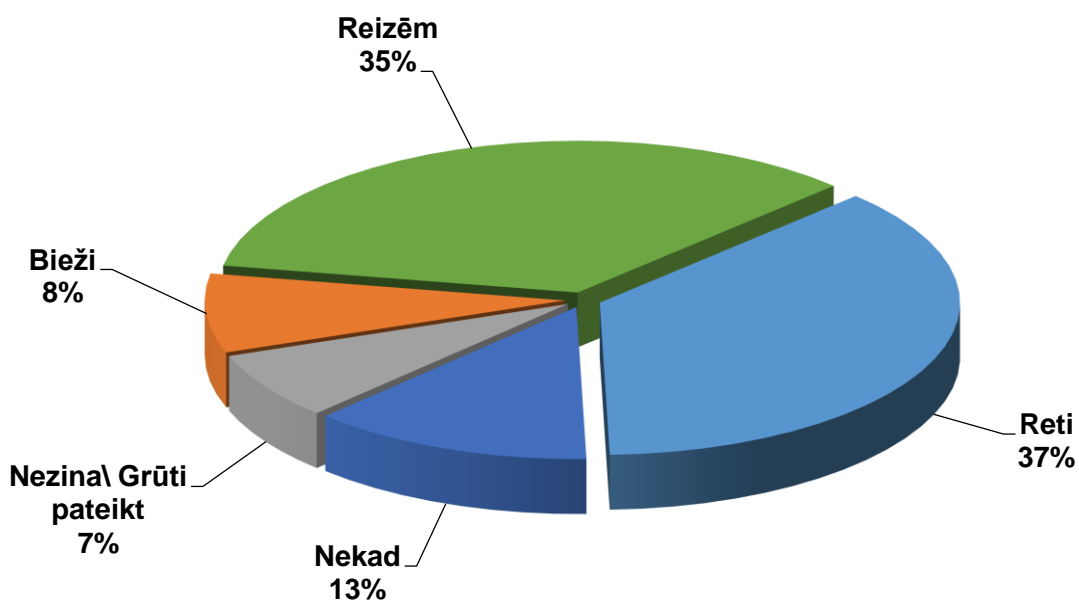
## 7. Priekšstati par to, cik lielā mērā mediji ietekmē personīgos uzskatus

Aptaujas jautājums:

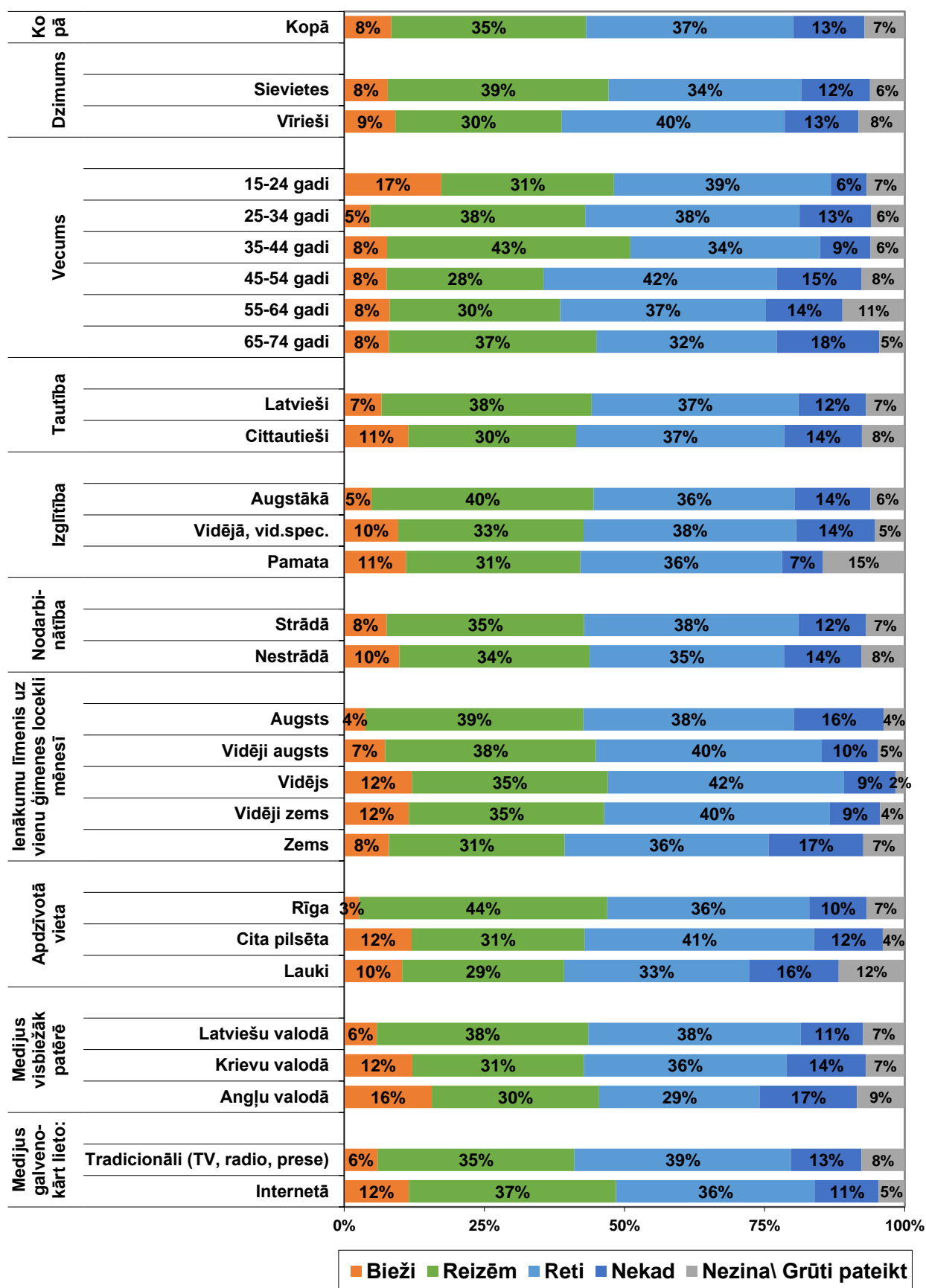
- **“Cik bieži esat manījuši, ka mediji un to saturs ietekmē Jūsu uzskatus (viedokli par dažādiem jautājumiem, vērtībām, notikumiem) - bieži, reizēm, reti vai nekad?”**

**Cik bieži esat manījuši, ka mediji un to saturs ietekmē Jūsu uzskatus (viedokli par dažādiem jautājumiem, vērtībām, notikumiem)?**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



**Cik bieži esat manījuši, ka mediji un to saturs ietekmē Jūsu uzskatus  
(viedokli par dažādiem jautājumiem, vērtībām, notikumiem)?**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

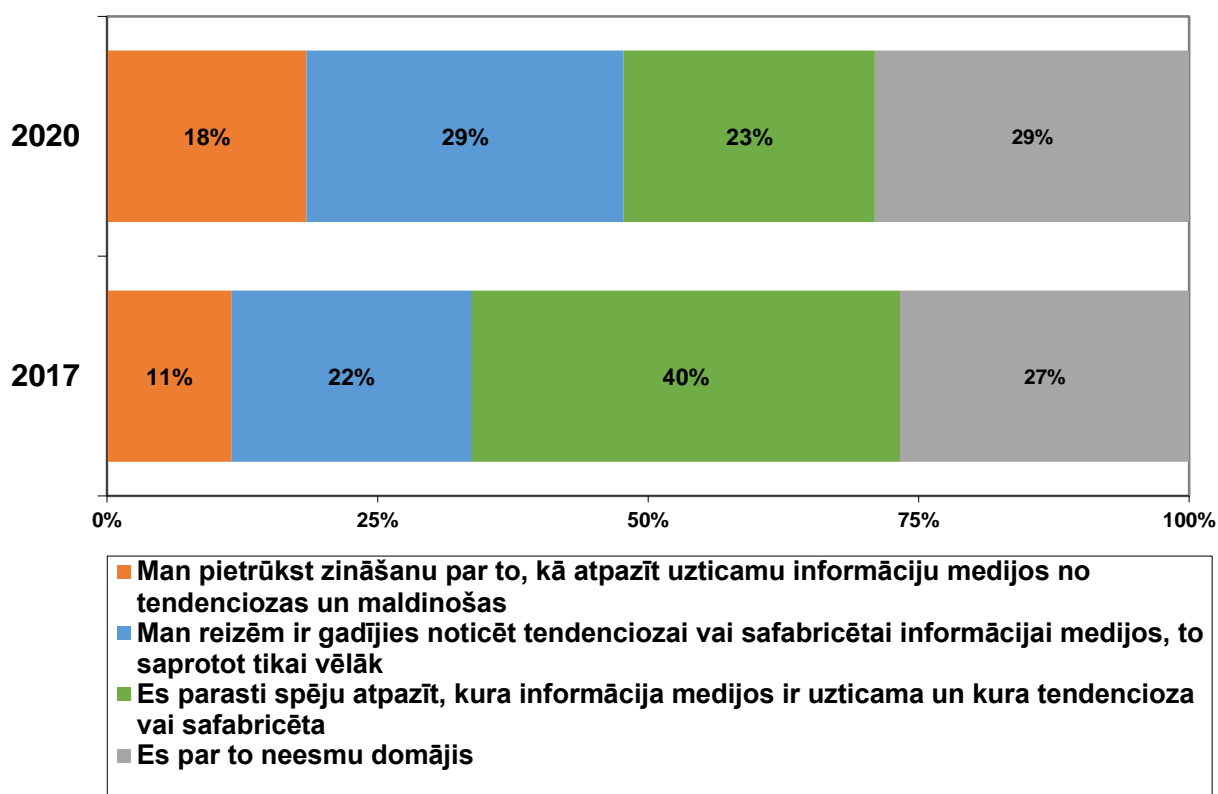


## 8. Pašvērtējums spējai atšķirt uzticamu informāciju no maldinošas

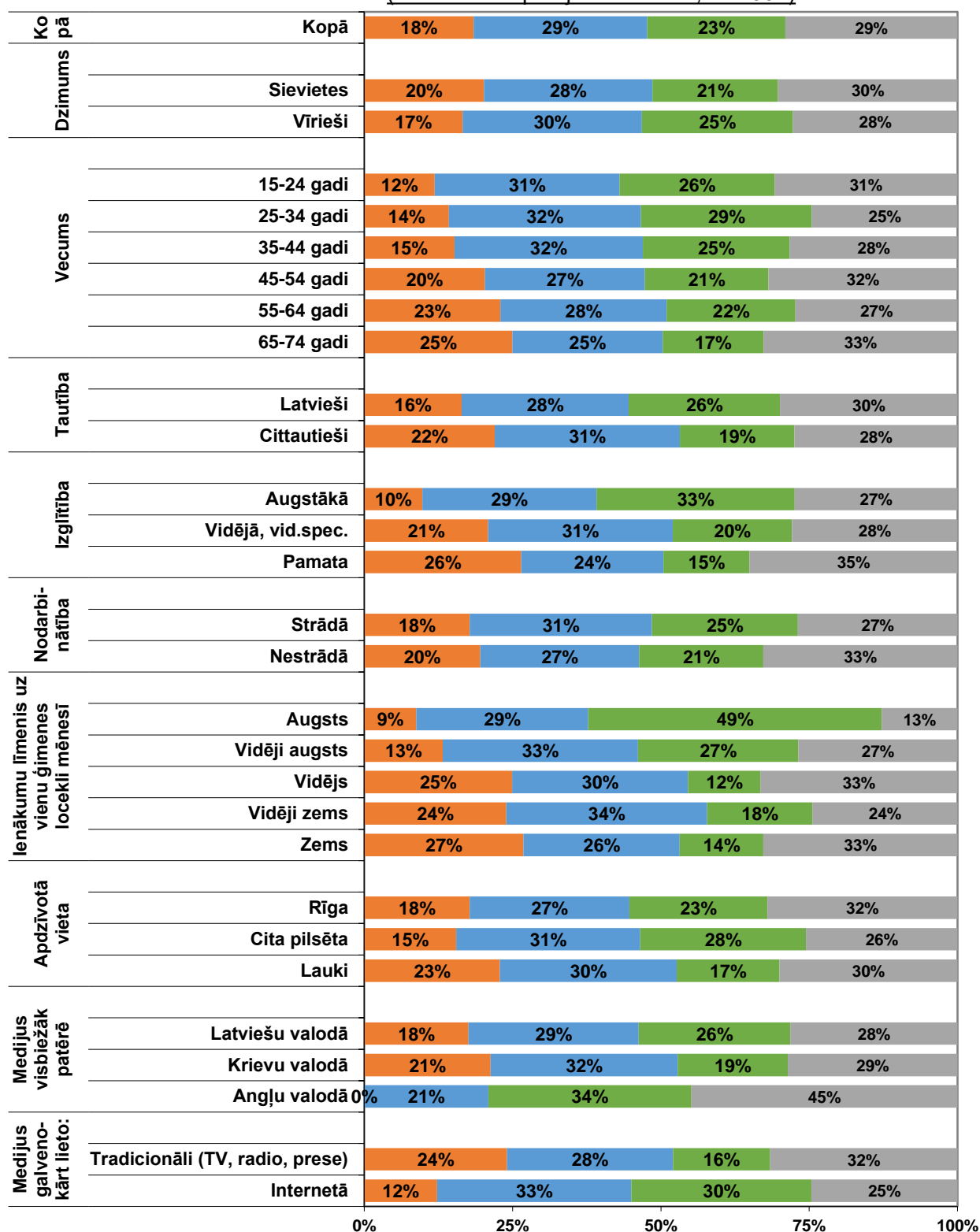
Aptaujas jautājums:

- **“Runājot par Jūsu pieredzi mediju izmantošanā, vai Jums ir viegli atpazīt uzticamu informāciju medijos no manipulatīvas (safabricētas, maldinošas)?”**

Runājot par Jūsu pieredzi mediju izmantošanā, vai Jums ir viegli atpazīt uzticamu informāciju medijos no manipulatīvas (safabricētas, maldinošas)?  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



**Runājot par Jūsu pieredzi mediju izmantošanā, vai Jums ir viegli atpazīt uzticamu informāciju medijos no manipulatīvas (safabricētas, maldinošas)?**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



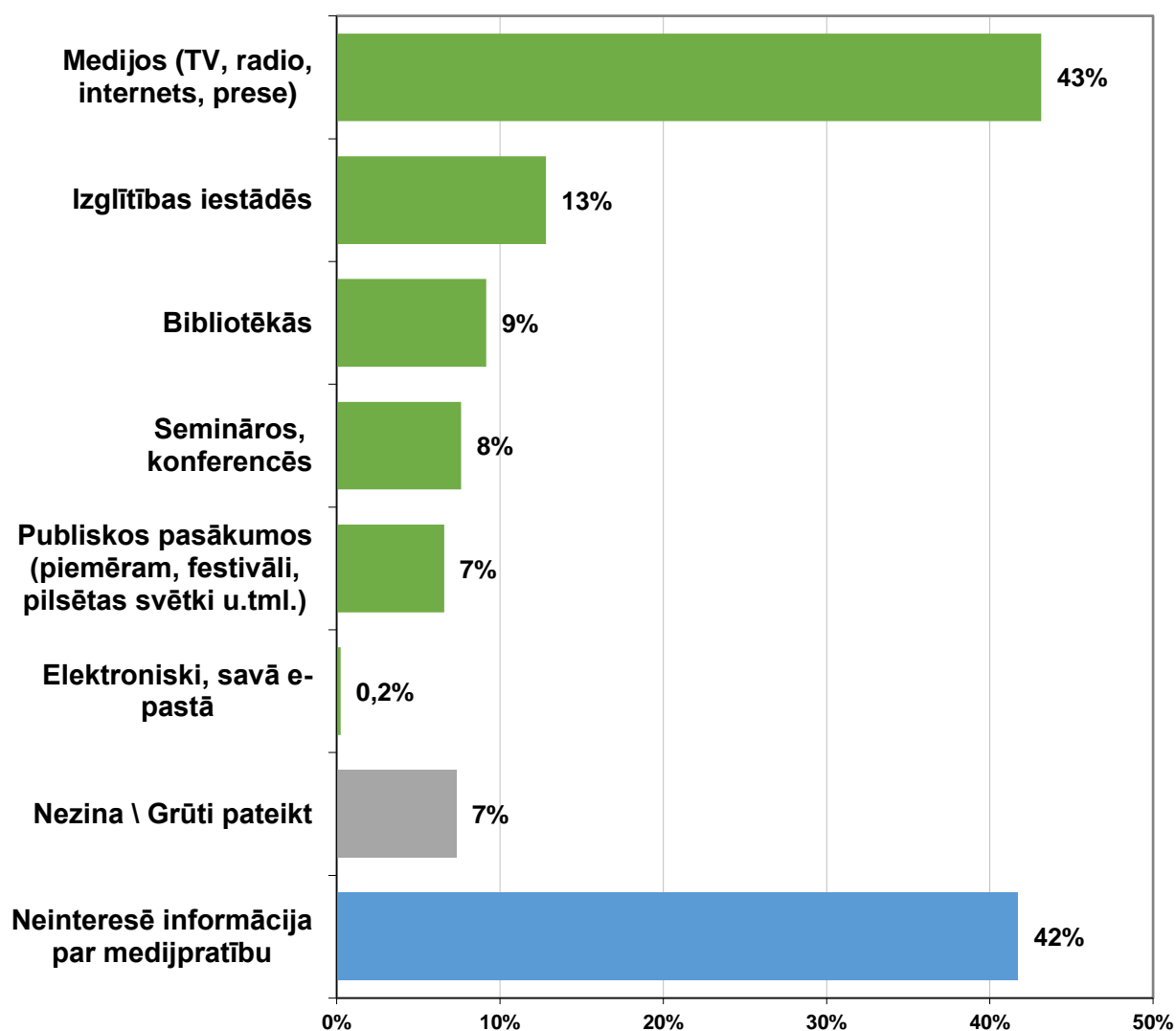
- Man pietrūkst zināšanu par to, kā atpazīt uzticamu informāciju medijos no tendenciozas un maldinošas
- Man reizēm ir gadījies noticēt tendenciozai vai safabricētai informācijai medijos, to saprotot tikai vēlāk
- Es parasti spēju atpazīt, kura informācija medijos ir uzticama un kura tendencioza vai safabricēta
- Es par to neesmu domājis

## 9. Interese par medijpratību

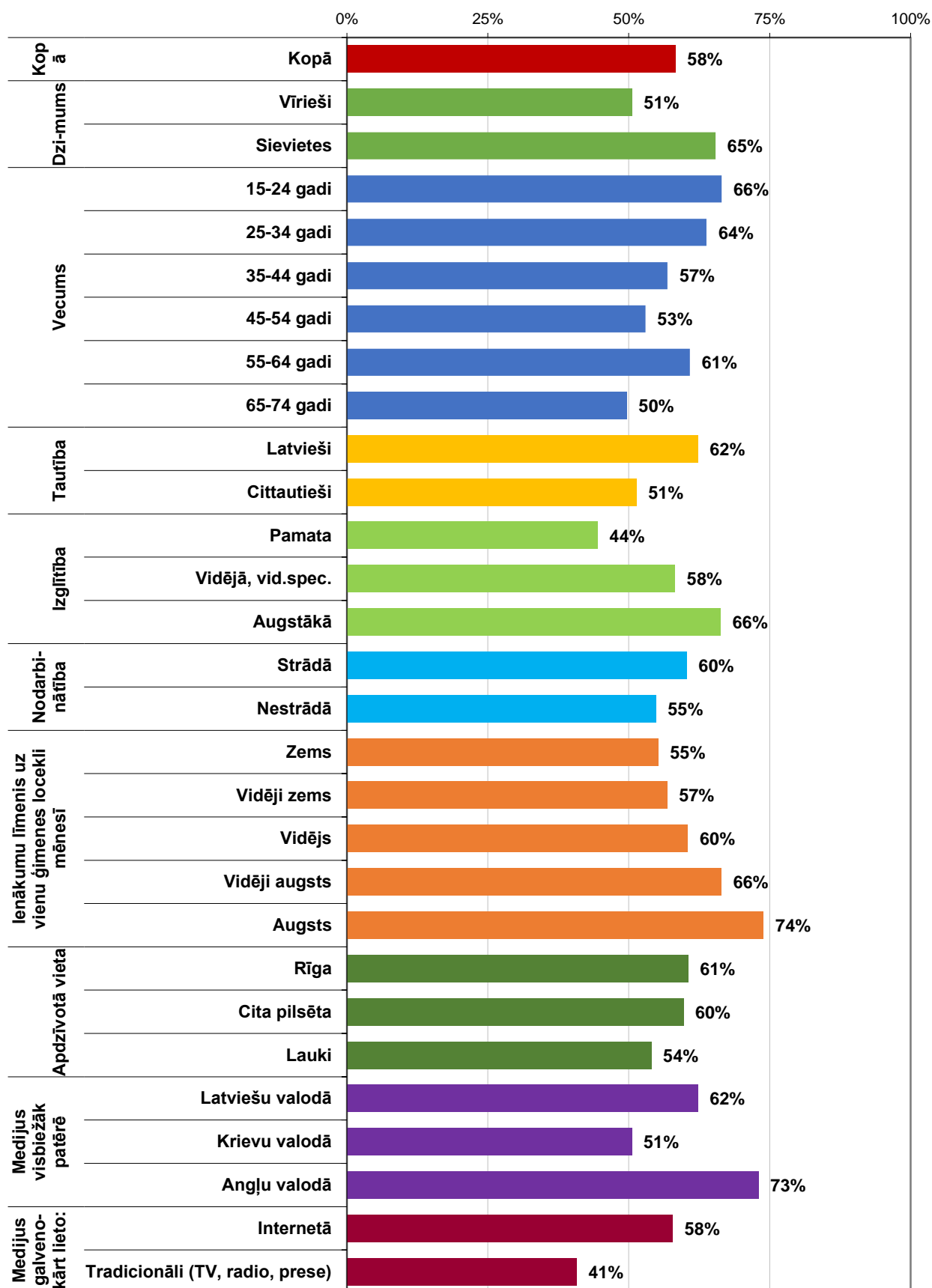
Aptaujas jautājums:

- **“Pēdējā laikā masu medijos izskan jēdziens “medijpratība”, ar ko tiek saprasta prasme kritiski izvērtēt mediju sniegto informāciju un atpazīt uzticamu žurnālistiku no viltus ziņām. Kur Jūs vēlētos saņemt šāda veida informāciju?”**

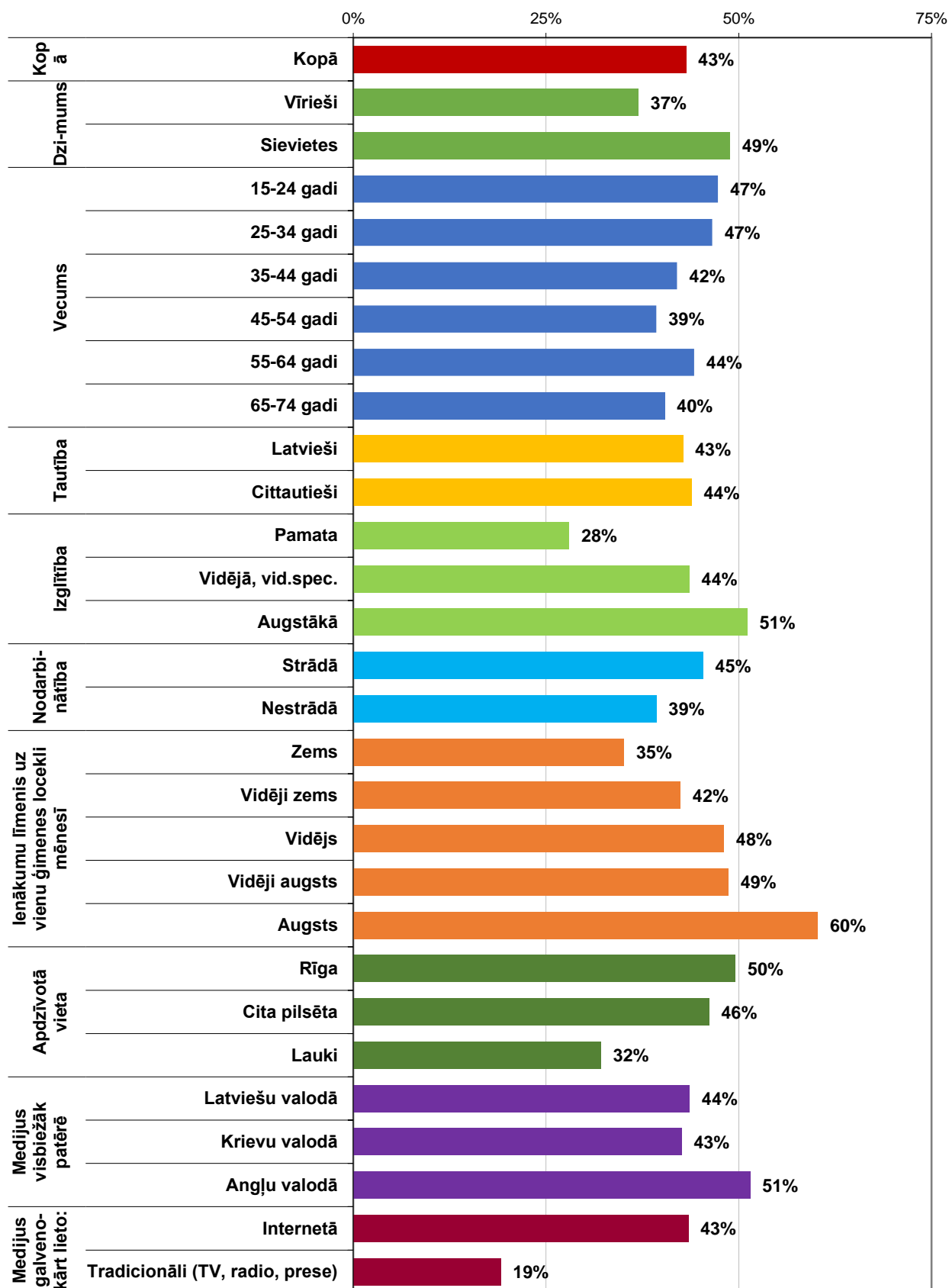
**Masu medijos izskan jēdziens “medijpratība”, ar ko tiek saprasta prasme kritiski izvērtēt mediju sniegto informāciju un atpazīt uzticamu žurnālistiku no viltus ziņām.  
Kur Jūs vēlētos saņemt šāda veida informāciju?  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)**



**Interesē informācija par medijpratību**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



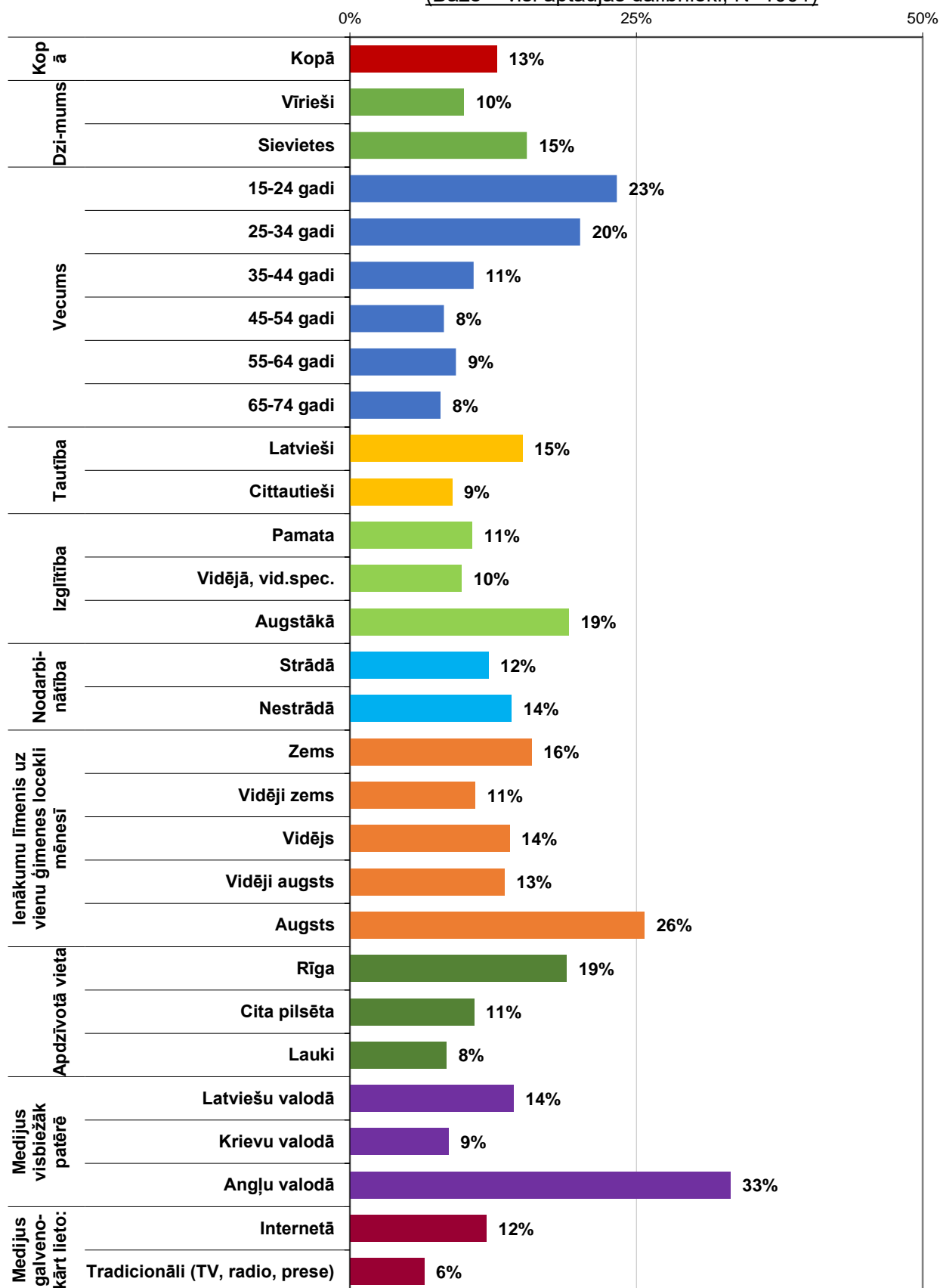
Informāciju par medijpratību vēlētos saņemt:  
**Medijos (TV, radio, internets, prese)**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Informāciju par medijpratību vēlētos saņemt:

**Izglītības iestādēs**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

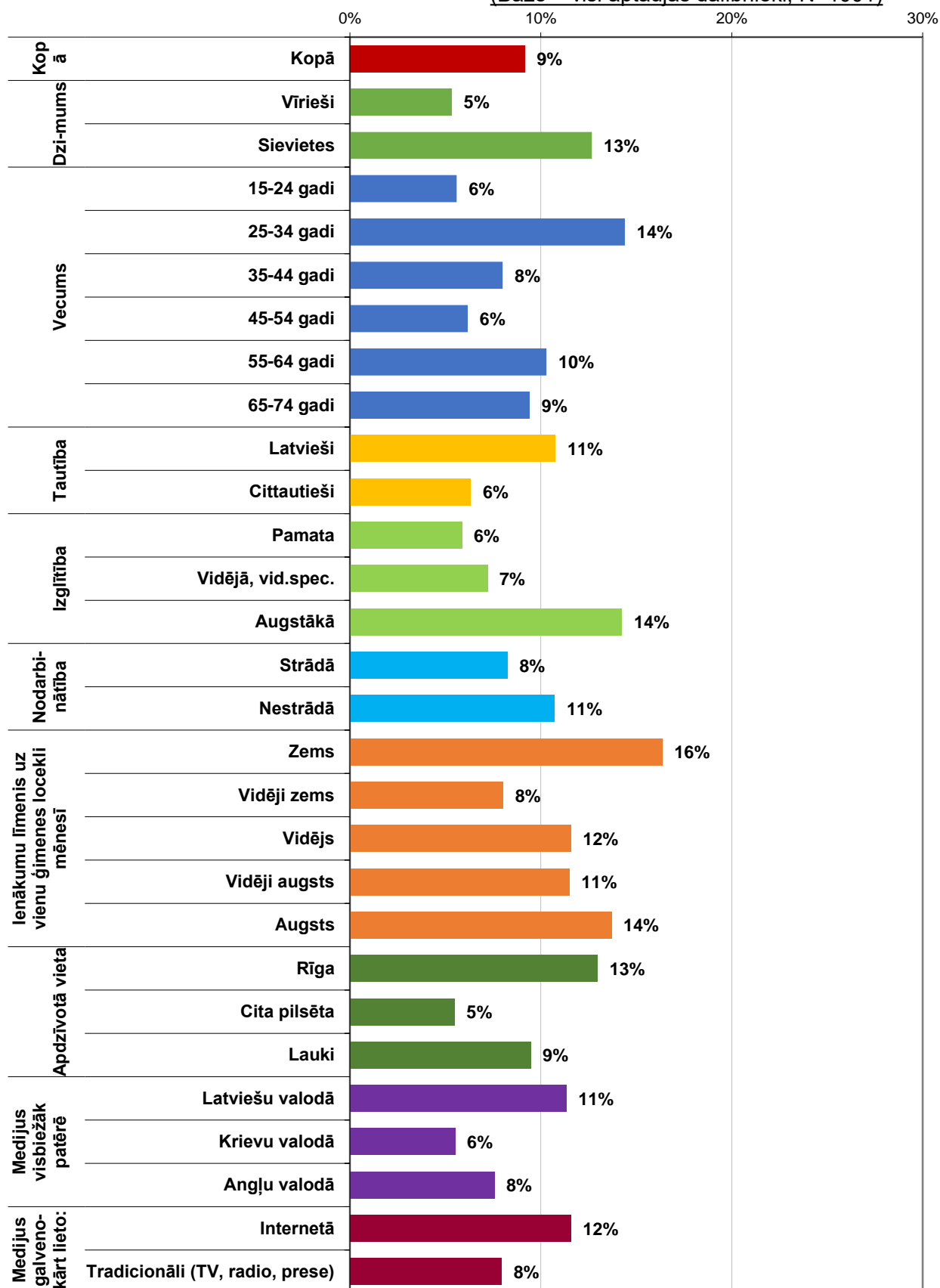




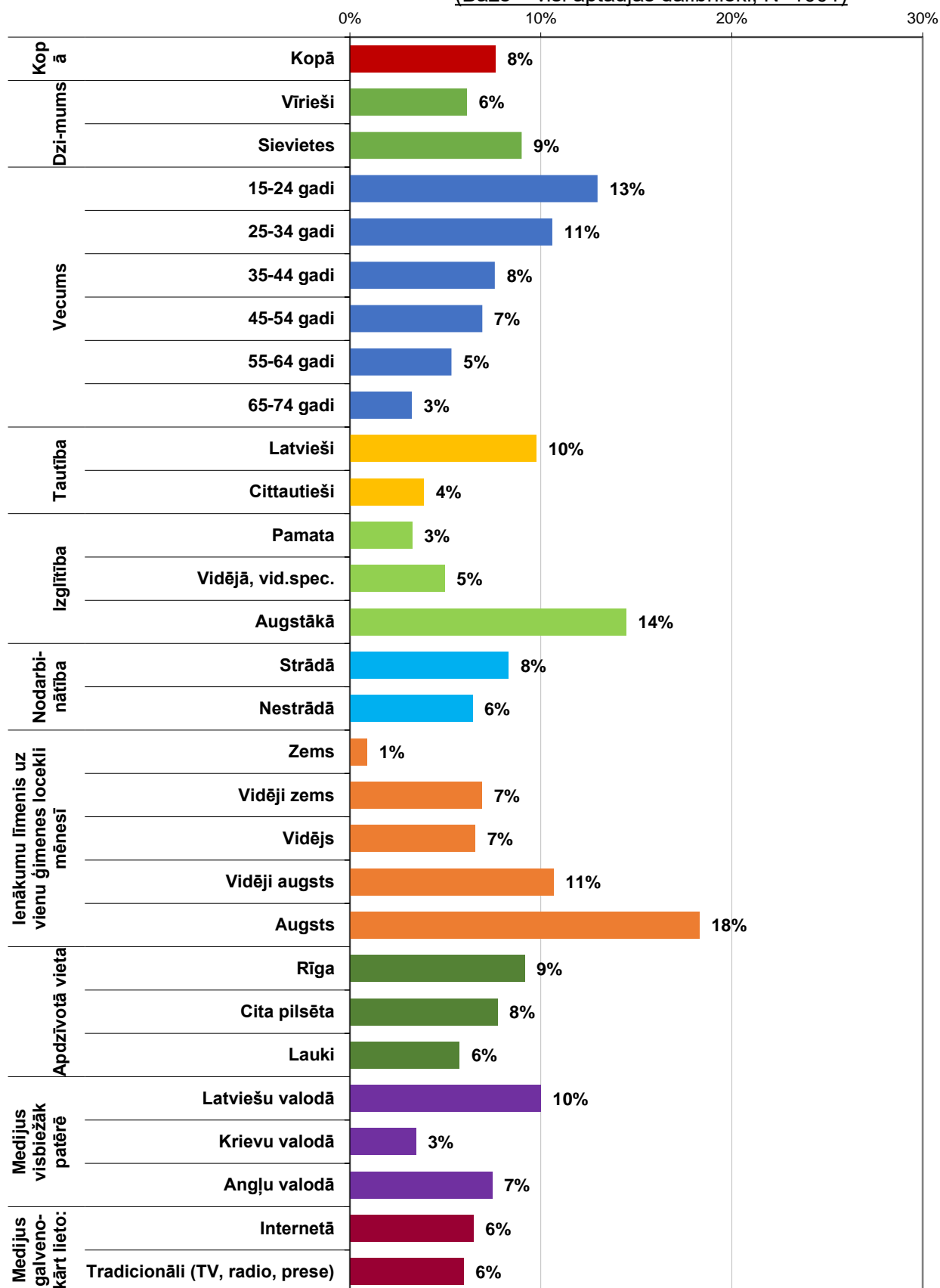
Informāciju par medijpratību vēlētos saņemt:

**Bibliotēkās**

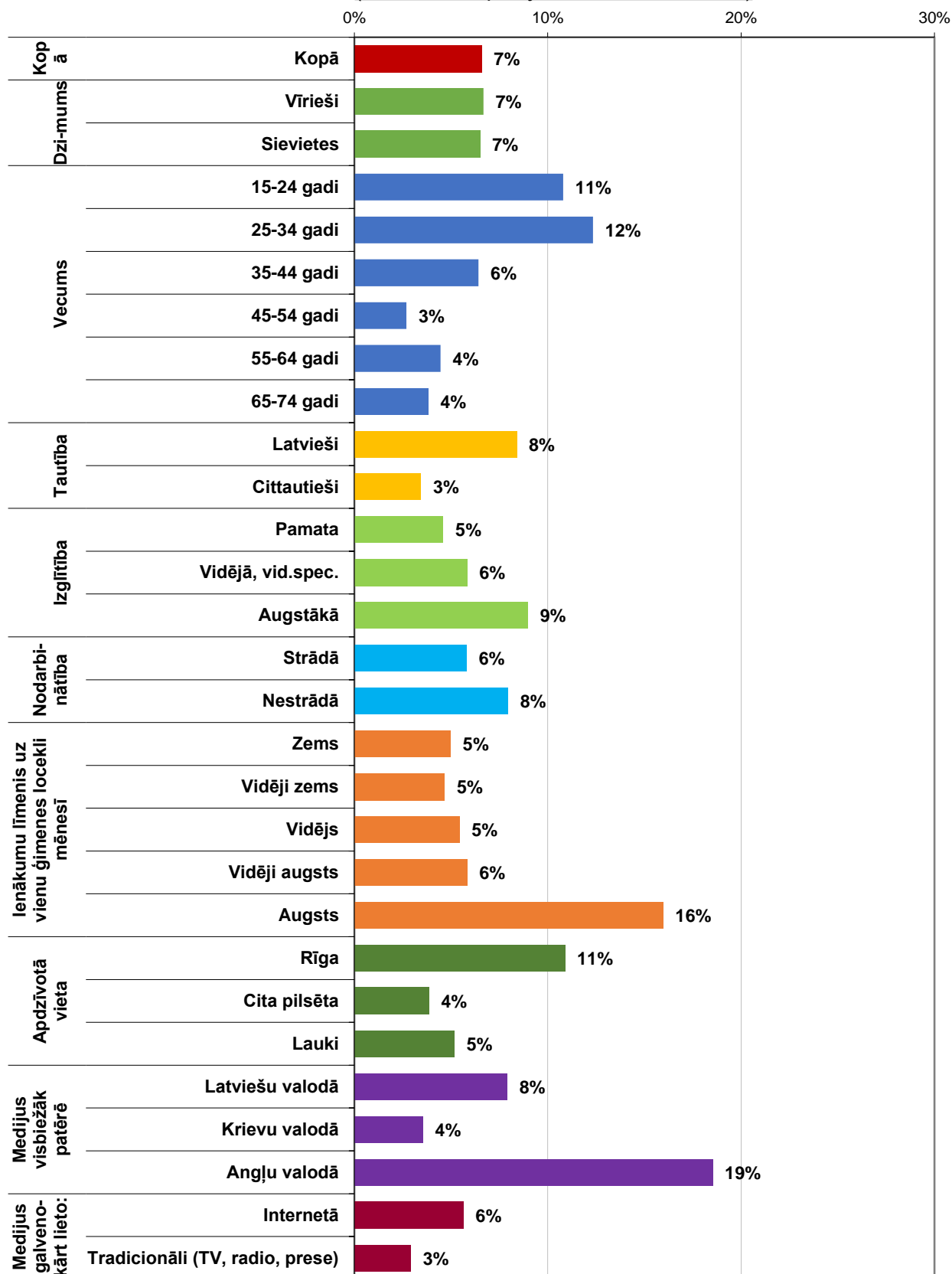
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Informāciju par medijpratību vēlētos saņemt:  
**Semināros, konferencēs**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Informāciju par medijpratību vēlētos saņemt:  
**Publiskos pasākumos**  
 (piemēram, festivāli, pilsētas svētki, brīvā laika aktivitātes u.tml.)  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



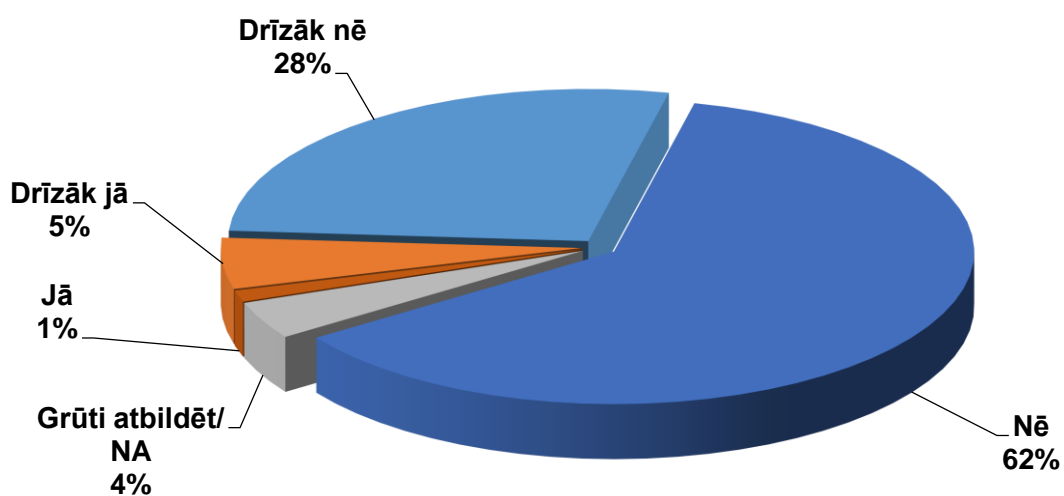
## 10. Gatavība maksāt par saturu interneta medijā

Aptaujas jautājums:

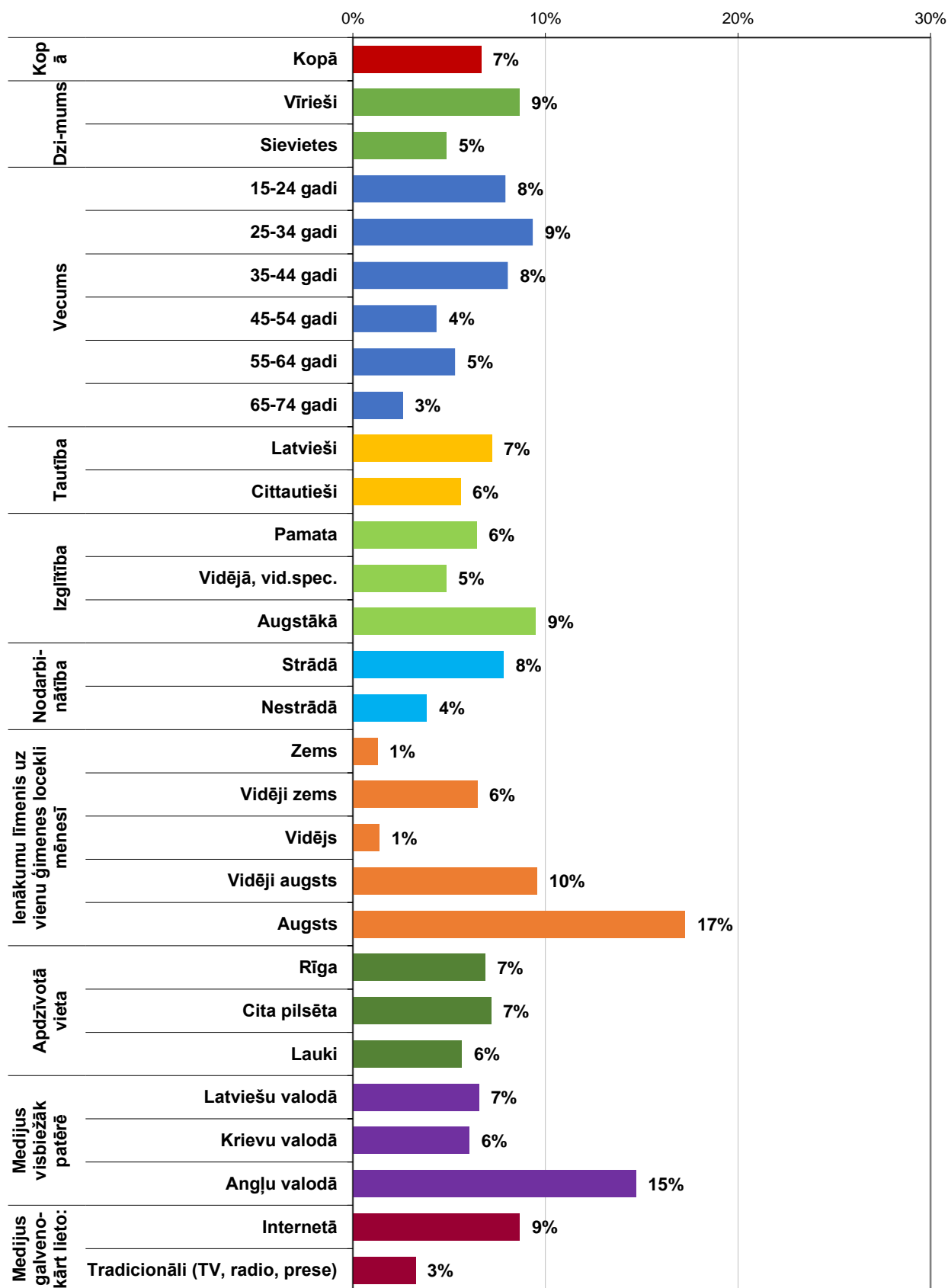
- *“Vai jūs būtu gatavi maksāt par saturu interneta medijā, izmantojot tiešsaistes izdevumu abonēšanas iespēju, līdzīgi kā to piedāvā, piemēram, Delfi?”*

**Vai jūs būtu gatavi maksāt par saturu interneta medijā, izmantojot tiešsaistes izdevumu abonēšanas iespēju, līdzīgi kā to piedāvā, piemēram, Delfi?**

(Bāze = respondenti, kuri lieto internetu vismaz reizi mēnesī; n=872)



**Būtu gatavi maksāt par saturu interneta medijā,  
izmantojot tiešsaistes izdevumu abonēšanas iespēju  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)**



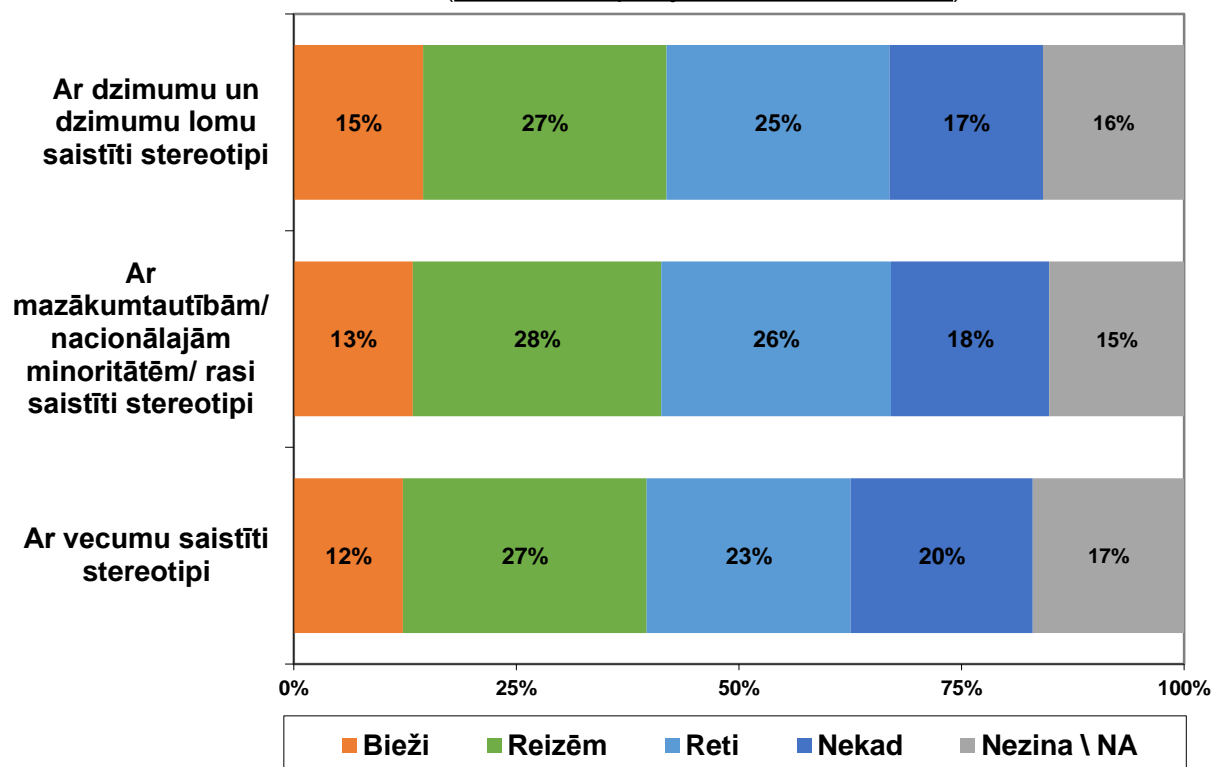
## 11. Stereotipi mediju saturā un attieksme pret tiem

Aptaujas jautājums:

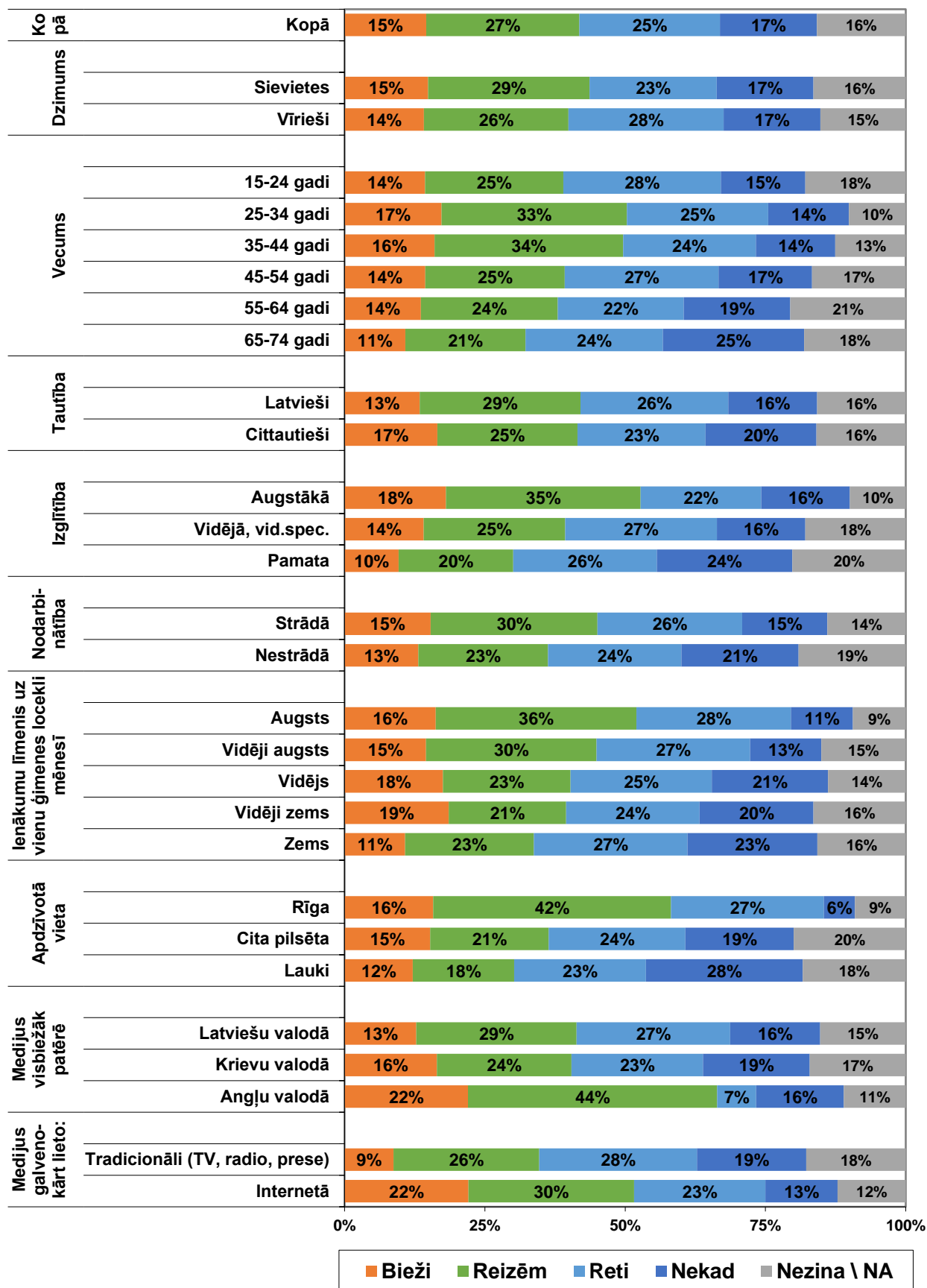
- **“Sakiet, lūdzu, cik bieži Jūs medijos esat manījuši dažādus stereotipus – bieži, reizēm, reti, nekad?”**

**Sakiet, lūdzu, cik bieži Jūs medijos esat manījuši dažādus stereotipus – bieži, reizēm, reti, nekad?**

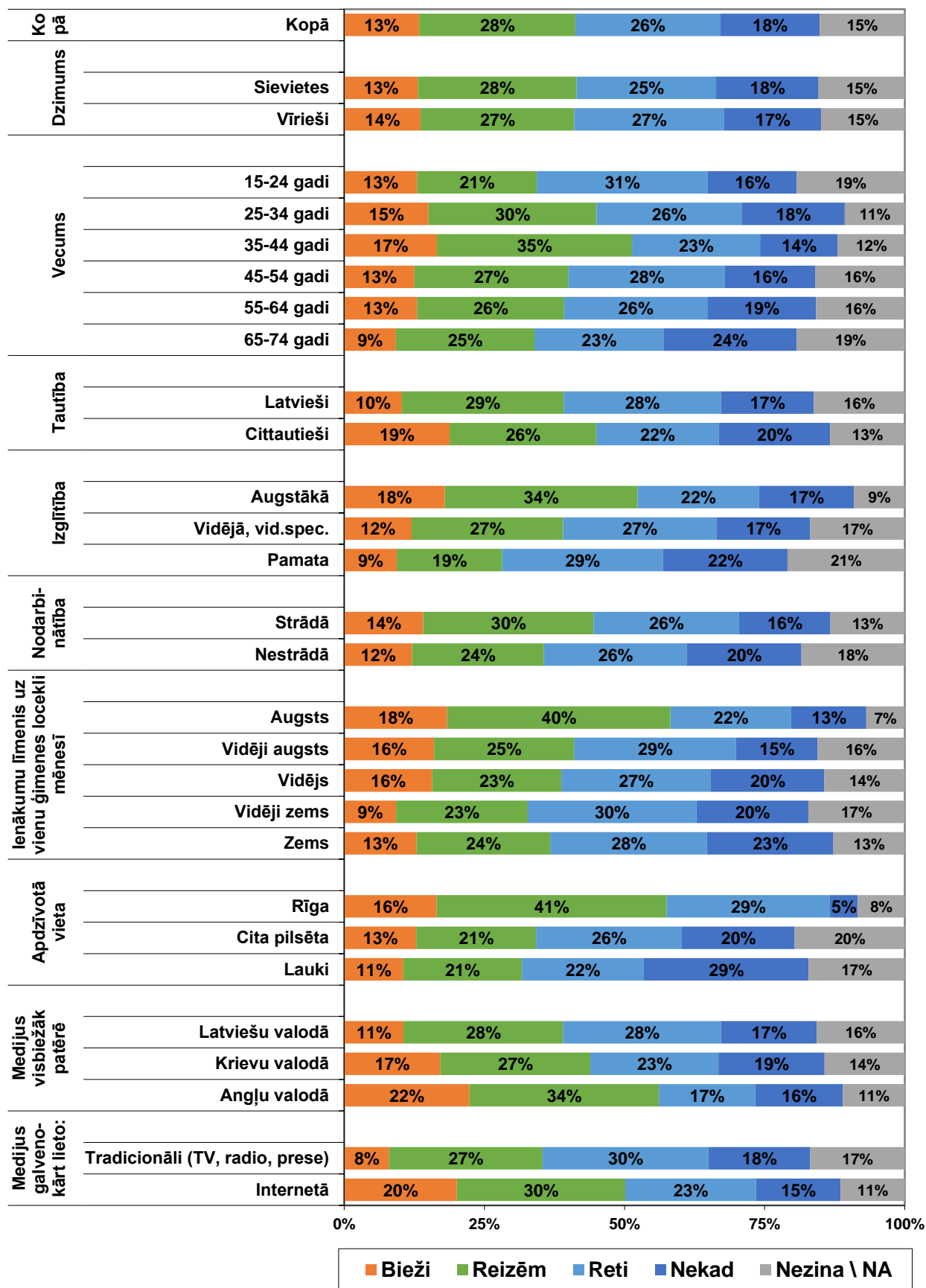
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Cik bieži Jūs medijos esat manījuši sekojošus stereotipus?  
**Ar dzimumu un dzimumu lom saistīti stereotipi**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Cik bieži Jūs medijos esat manījuši sekojošus stereotipus?  
**Ar mazākumtautībām/ nacionālajām minoritātēm/ rasi saistīti stereotipi**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

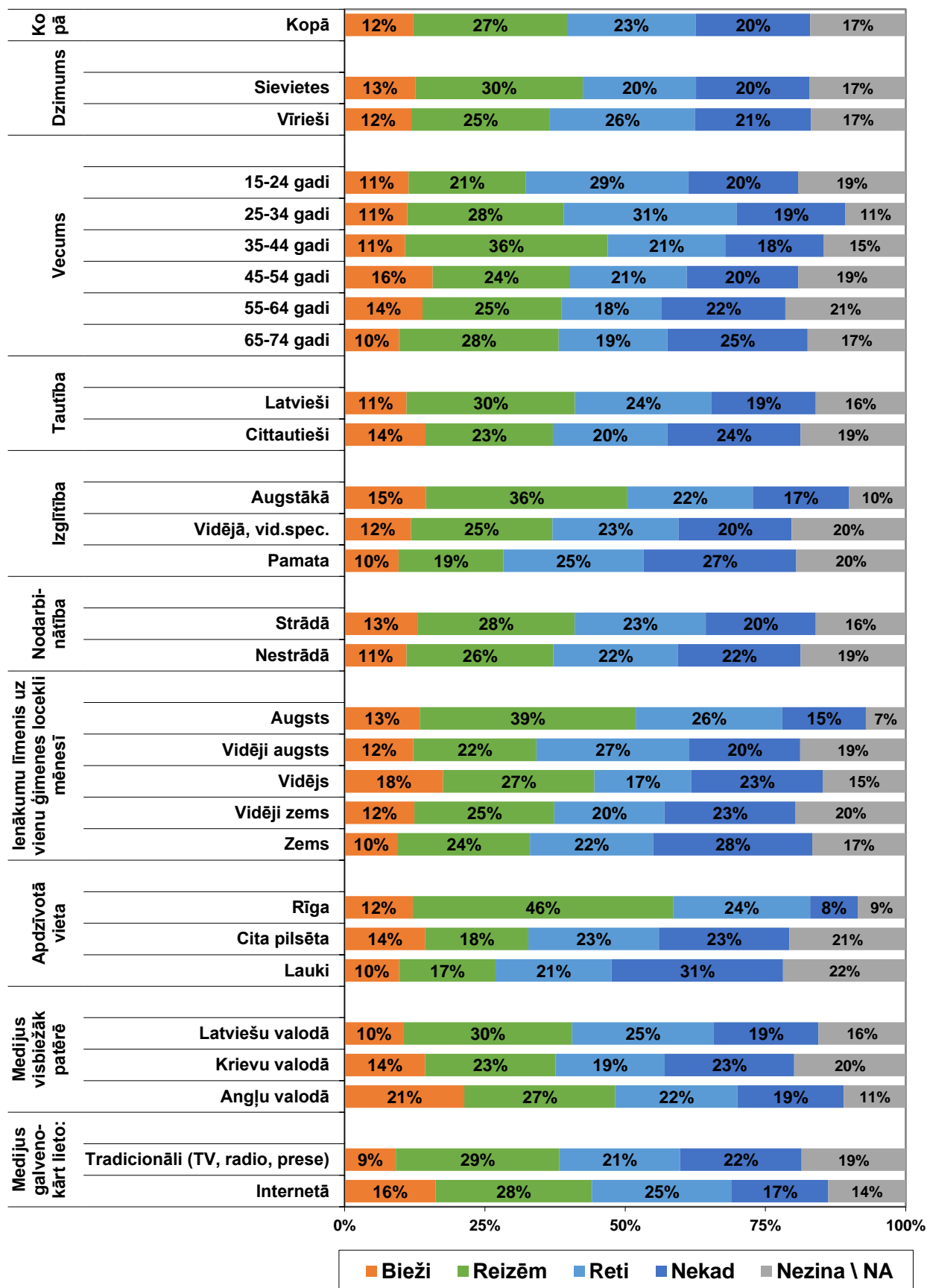




Cik bieži Jūs medijos esat manījuši sekojošus stereotipus?

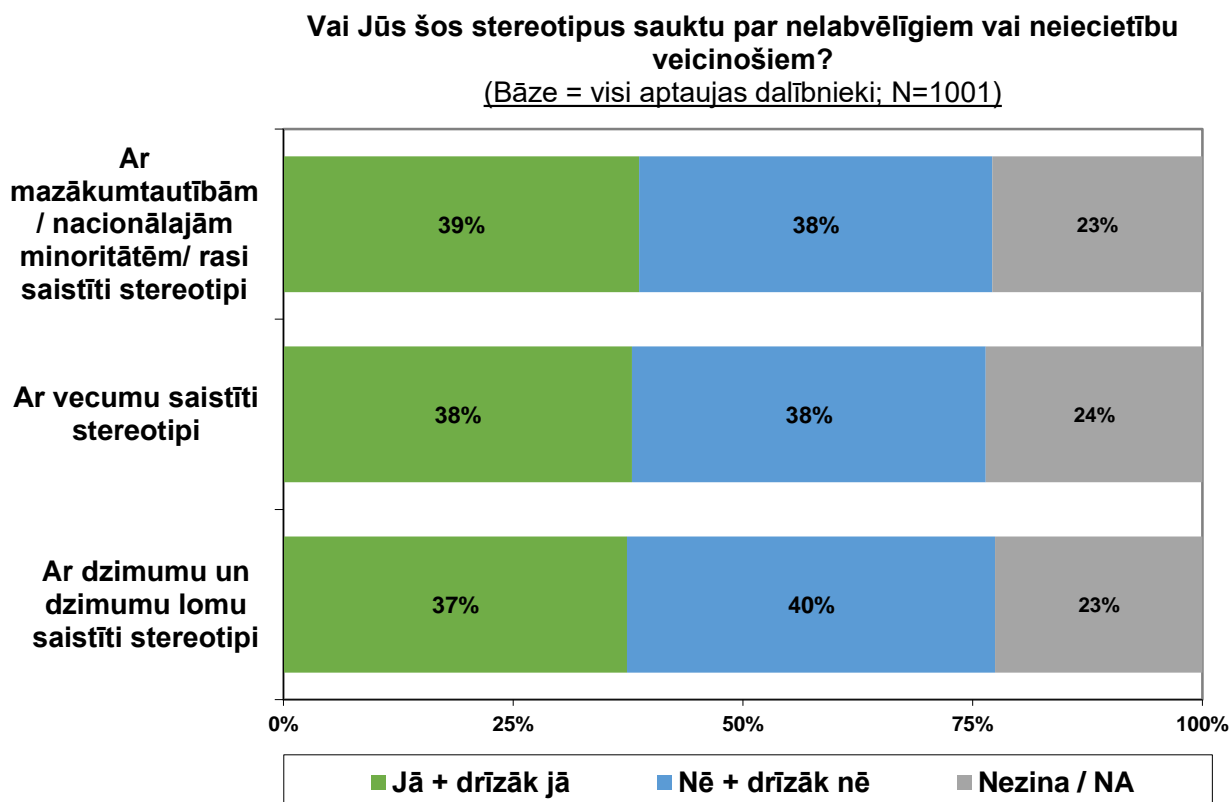
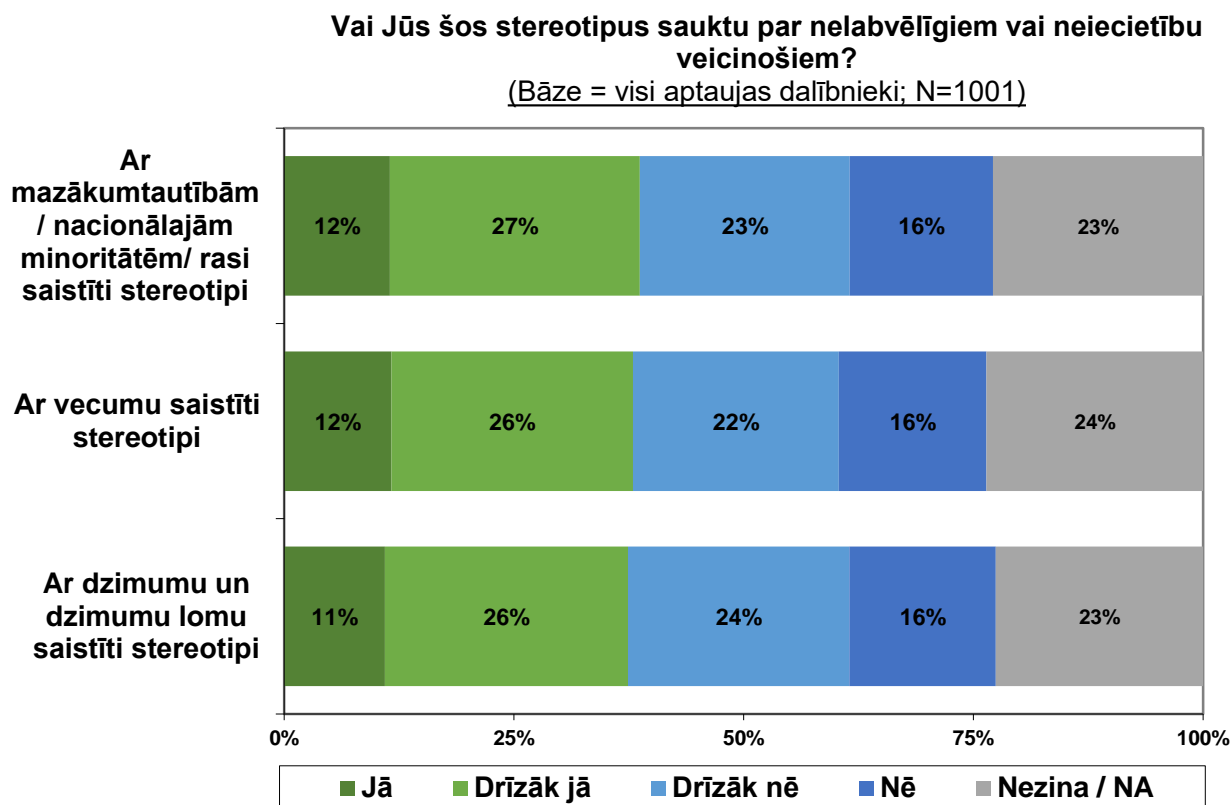
**Ar vecumu saistīti stereotipi**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)

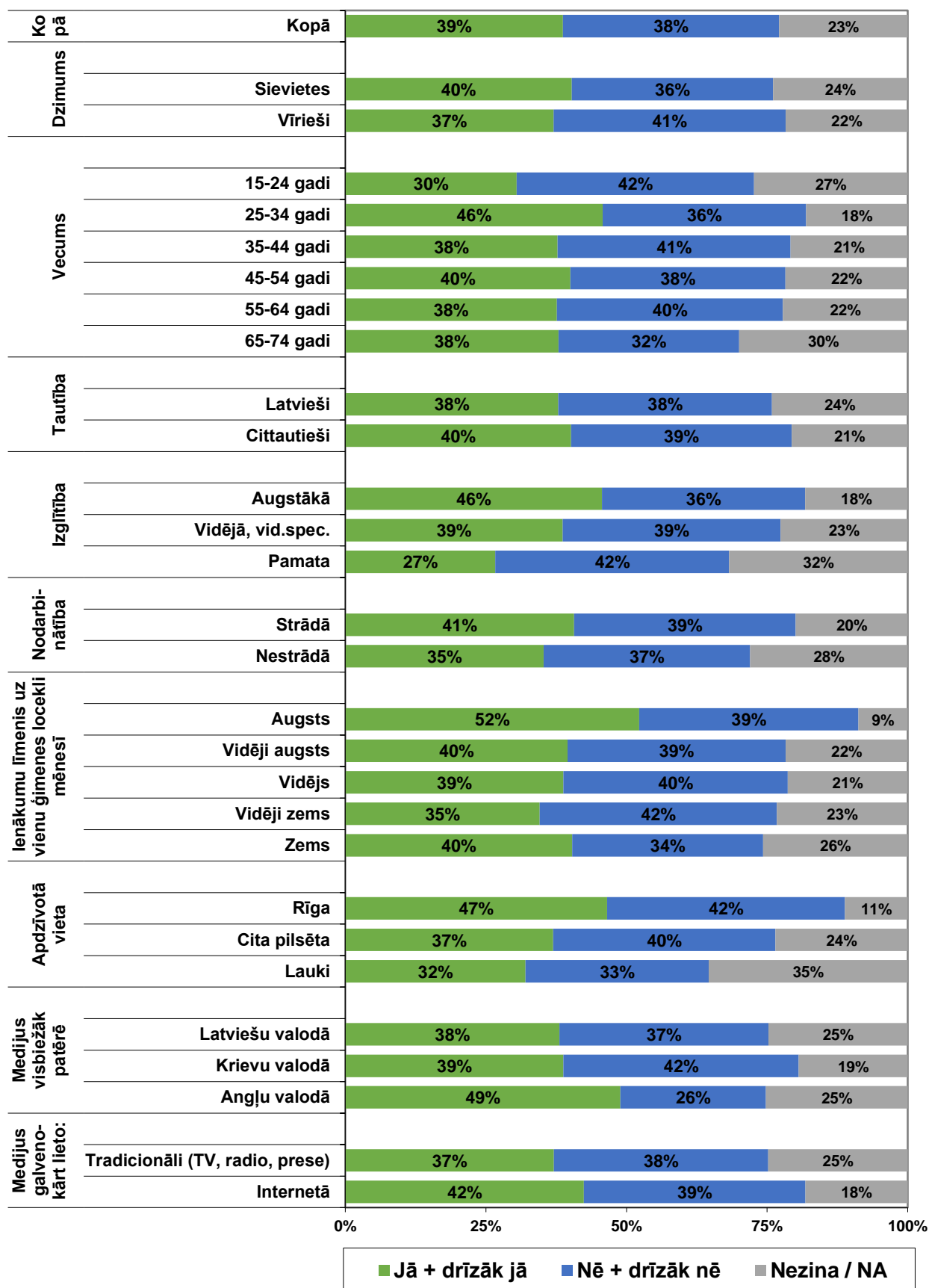


Aptaujas jautājums:

- **“Vai Jūs šos stereotipus sauktu par nelabvēlīgiem vai neiecietību veicinošiem?”**



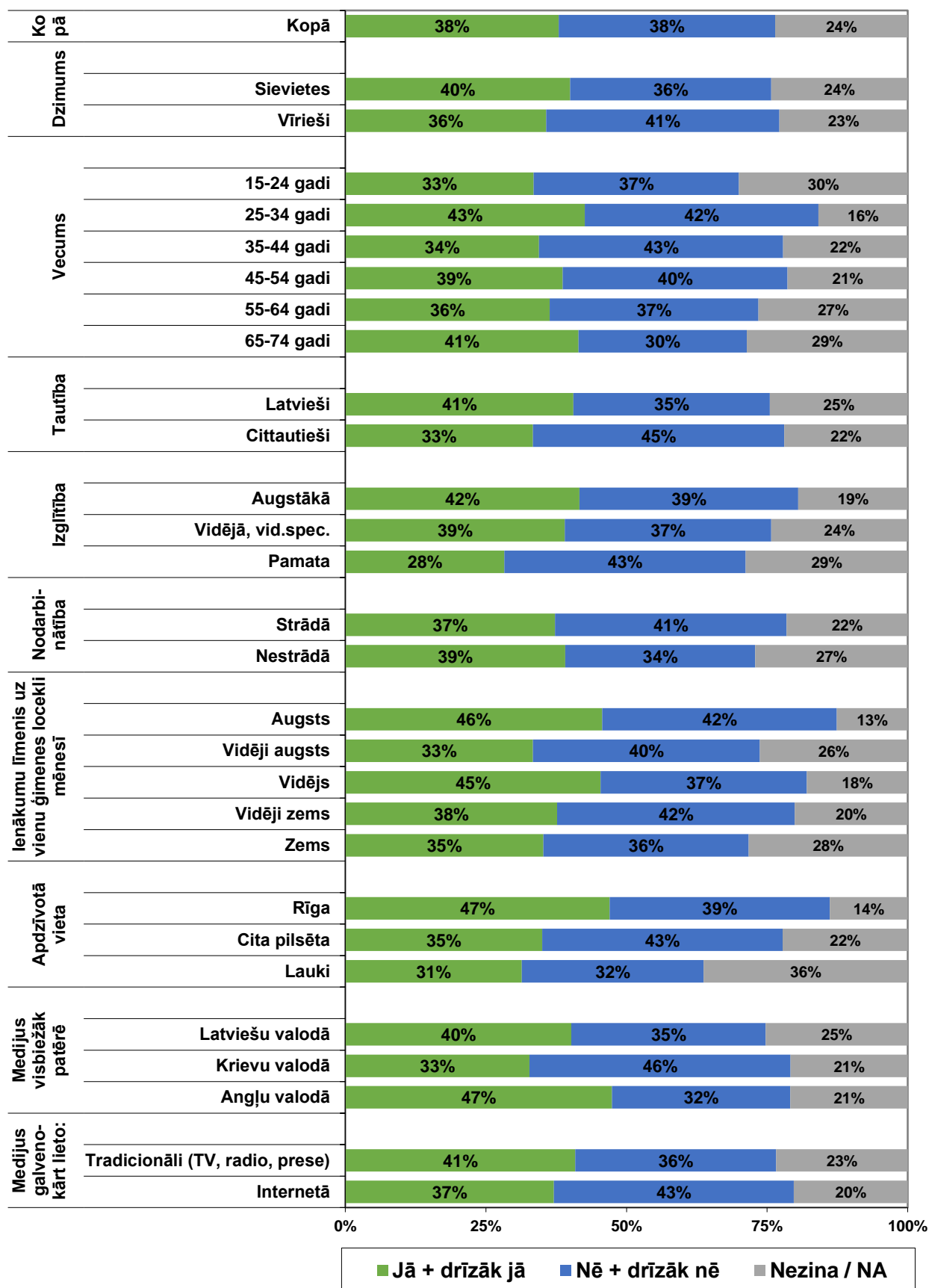
Vai Jūs šos stereotipus sauktu par nelabvēlīgiem vai neiecietību veicinošiem?  
**Ar mazākumtautībām/ nacionālajām minoritātēm/ rasi saistīti stereotipi**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Vai Jūs šos stereotipus sauktu par nelabvēlīgiem vai neiecietību veicinošiem?

**Ar vecumu saistīti stereotipi**

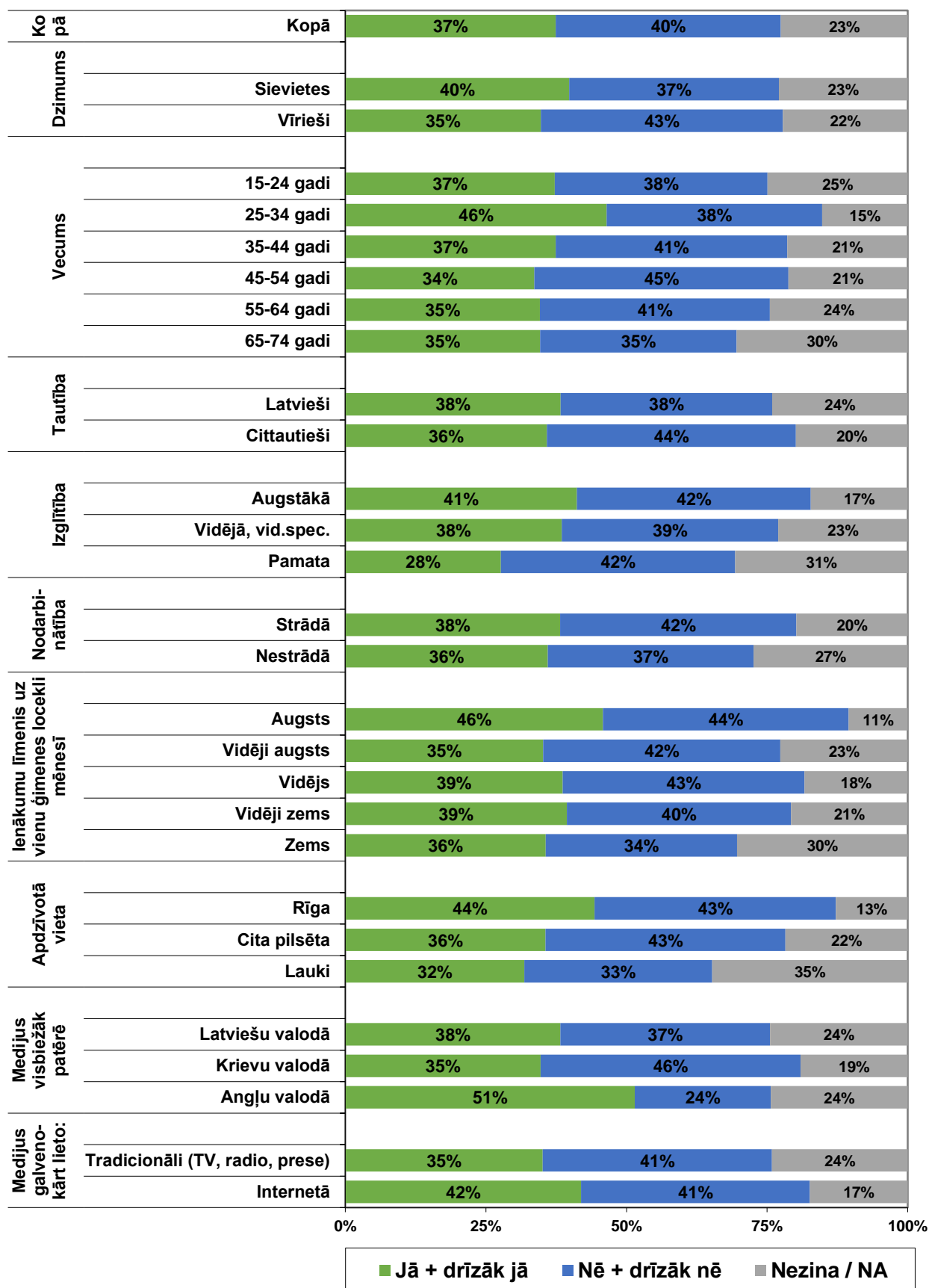
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



Vai Jūs šos stereotipus sauktu par nelabvēlīgiem vai neiecietību veicinošiem?

**Ar dzimumu un dzimumu lomu saistīti stereotipi**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1001)



## IV. APTAUJAS ANKETA

<b>Q.1. Kādā valodā Jūs <u>VISBIEŽĀK</u> patērējat medijus: presi, interneta portālus, radio un TV?</b> VIENA ATBILDE	Latviešu..... 1 Krievu..... 2 Angļu..... 3 Citā (PRECIZĒT, KĀDĀ):..... 4 <hr/> <i>Grūti atbildēt / NA (NETEIKT PRIEKŠĀ)..... 99</i>
--	---

**Q.2. Kāda veida informācijas avotus (konkrētus medijus: preses izdevumus, TV un radio raidījumus, interneta portālus) Jūs izmantojat šādās situācijās? Lūdzu, nosauciet līdz TRĪS biežāk izmantotajiem informācijas avotiem par katru minēto situāciju.**

NE VAIRĀK KĀ 3 ATBILDES PAR KATRU SITUĀCIJU. LŪGT RESPONDENTU NOSAUKT PRECĪZUS MEDIJUS, PRESES, TV UN RADIO RAIDĪJUMU, INTERNETA PORTĀLU NOSAUKUMUS. ATZĪMĒT KODU "99", JA INFORMĀCIJU NEKUR NEIEGŪST.

<b>1. Vietējās ziņas/ aktualitātes par notikumiem Latvijā</b>		99
<b>2. Starptautiskās ziņas/ aktualitātes par notikumiem ārvalstīs</b>		99
<b>3. Izklaide</b>		99

<b>Q.3. Vai Jūsuprāt pastāv atšķirības tajā, kā informācija par vienu un to pašu notikumu tiek atspoguļota dažādos medijos, piemēram, atšķirīgās televīzijas programmās vai dažādos interneta portālos? VIENA ATBILDE</b>	Jā, informācija mēdz atšķirties ..... 1 Nē, visur ir vienādi vai ar nebūtiskām atšķirībām ..... 2 Neesmu pievērsis/usi tam uzmanību..... 3 <hr/> <i>Grūti atbildēt / NA (NETEIKT PRIEKŠĀ)..... 99</i>
---	--

<b>Q4. Cik daudz dažādu informācijas kanālu vai mediju Jūs parasti izmantojiet, lai iegūtu priekšstatu par kādu Jūs interesējošu jautājumu, problemātiku?</b> VIENA ATBILDE	Vienu..... 1 2..... 2 3..... 3 4..... 4 5..... 5 6 un vairāk ..... 6 <hr/> <i>Grūti atbildēt / NA (NETEIKT PRIEKŠĀ)..... 99</i>
--	---

<b>Q5. Kas ietekmē Jūsu spontāno izvēli par to, kuru mediju izmantot ziņu ieguvei?</b> NOLASĪT. IESPĒJAMAS VAIRĀKAS ATBILDES	Draugi, kaimiņi vai kolēģi ..... 1 Ģimenes locekļi..... 2 Pamanu ierakstu sociālajos medijos..... 3 Ieraugu reklāmu ..... 4 Cits variants (PRECIZĒT):..... 5 <hr/> <i>Grūti atbildēt / NA (NETEIKT PRIEKŠĀ)..... 99</i>
---	--

**Q6. Kuri TRĪS mediji (konkrēti preses izdevumi, radio, televīzijas programmas vai atsevišķi raidījumi, interneta portāli u.tml.) Jūsu ieskatā ir VISUZTICAMĀKIE un kāpēc? LŪGT RESPONDENTU NOSAUKT PRECĪZUS MEDIJU NOSAUKUMUS. DETALIZĒTI PIERAKSTĪT SNIEGTOS PASKAIDROJUMUS.**

1. \_\_\_\_\_ Kāpēc: \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_ Kāpēc: \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_ Kāpēc: \_\_\_\_\_

*Neuzticos nevienam (NETEIKT PRIEKŠĀ) ..... 98 Grūti pateikt / Nezina (NETEIKT PRIEKŠĀ) ..... 99*

<b>Q7.Vai Jūs skatāties Krievijā veidotās televīzijas programmas kā, piemēram, PBK, NTV Mir Baltic, RTR Rossiya?</b> NOLASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI	Jā..... 1 → TURPINĀT Dažreiz ..... 2 → TURPINĀT Nē ..... 3 → PĀRIET PIE Q9. Televīziju neskatos vispār ..... 4 → PĀRIET PIE Q9. <i>Nezina / NA (NETEIKT PRIEKŠĀ) ..... 99 → PĀRIET PIE Q9.</i>
UZDOT, JA Q7. SNIEGTA ATBILDE „1” VAI „2”, PĀRĒJIEM PĀRIET PIE Q9. <b>Q8.Runājot par Krievijas televīzijas programmām, sakiet, lūdzu, ko tieši Jūs skatāties?</b> IESPĒJAMAS VAIRĀKAS ATBILDES.	Filmas un seriālus ..... 1 Ziņu pārraides ..... 2 Koncertus, muzikālos šovus ..... 3 Humora raidījumus ..... 4 Sporta pārraides ..... 5 Raidījumus par dabu ..... 6 Analītiskus raidījumus ..... 7 Populārzinātniskus raidījumus ..... 8 Dokumentālus raidījumus ..... 9 Pārsvarā neskatos Krievijas televīzijas programmas ..... 10 Citi raidījumi (PRECIZĒT, KĀDI): ..... 11 <i>Grūti atbildēt / NA (NETEIKT PRIEKŠĀ) ..... 99</i>

**Q9. Runājot par Jūsu pieredzi mediju izmantošanā, vai Jums ir viegli atpazīt uzticamu informāciju medijos no manipulatīvas (safabricētas, maldinošas)? NOLASĪT ATBILŽU VARIANTUS UN ATZĪMĒT VIENU.**

1. Man pietrūkst zināšanu par to, kā atpazīt uzticamu informāciju medijos no tendenciozas un maldinošas
2. Man reizēm ir gadījies noticēt tendenciozai vai safabricētai informācijai medijos, to saprotot tikai vēlāk
3. Es parasti spēju atpazīt, kura informācija medijos ir uzticama un kura tendencioza vai safabricēta
4. Es par to neesmu domājis

**I.1. Vai Jums ir pieejams internets?** 1= Jā, mājās 2= Jā, citur 3= Nē, nav pieejams

**I.2. Cik bieži Jūs lietojat internetu?** 1= katru/ gandrīz katru dienu 2= reizi nedēļā 3= reizi mēnesī 4= retāk 5=nelieto

**Q10. Tagad es Jums nolasišu dažus apgalvojumus, ko ir izteikuši citi cilvēki. Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs tiem piekrītat - pilnībā piekrītat, drīzāk piekrītat, drīzāk nepiekrītat vai pilnībā nepiekrītat?**

VIENA ATBILDE PAR KATRU IZTEIKUMU	Pilnībā piekrītat	Drīzāk piekrītat	Drīzāk nepiekrītat	Pilnībā nepiekrītat	Nezina / NA
1.Ja kāda informācija ir rakstīta avīzē, izskanējusi radio vai televīzijā, tad tai var uzticēties	1	2	3	4	99
2. Man ir svarīgi patērēt informāciju, kas ir uzticama un brīva no propagandas	1	2	3	4	99
3. Es varu uzticēties tai informācijai, ko izplata mani draugi, radi, paziņas	1	2	3	4	99
4. Pārsvarā patērēju mediju saturu, kas radīts ārpus Latvijas (ārvalstu televīzijas programmas, ārvalstu žurnāli, Youtube u.tml.)	1	2	3	4	99

Q11. - Q12.1. JAUTĀT, JA RESPONDENTS LIETO INTERNETU (I.2. sniegtas atbildes 1, 2 vai 3). PĀRĒJIEM PĀRIET PIE Q.13!

**Q11. Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem - pilnībā piekrītat, drīzāk piekrītat, drīzāk nepiekrītat vai pilnībā nepiekrītat?**

VIENA ATBILDE PAR KATRU IZTEIKUMU	Pilnībā piekrītat	Drīzāk piekrītat	Drīzāk nepiekrītat	Pilnībā nepiekrītat	Nezina / NA
1. Es ticu informācijai, ko var atrast sociālo tīklu medijos – Facebook, Twitter, Instagram, TikTok u.c.	1	2	3	4	99
2. Mēdzu internetā dalīties ar informāciju (šērot, retvīt, pārsūtīt e-pastā u.c.), pirms tam nepārbaudot, vai tajā viss ir patiesi	1	2	3	4	99
3. Interneta meklētāju (piemēram, Google, Bing vai citu) pirmie piedāvātie rezultāti tiek parādīti kā pirmie, jo tie ir vispopulārākie	1	2	3	4	99
4. Interneta meklētāju (piemēram, Google, Bing vai citu) pirmie piedāvātie rezultāti tiek parādīti kā pirmie, jo tie ir visuzticamākie	1	2	3	4	99

**Q12. Sakiet, lūdzu, cik bieži Jūs izmantojiet sociālo tīklu medijos, kā Facebook, Twitter, Instagram, TikTok u.c., lai rastu viedokļus un informāciju sekojošās tēmās – bieži, reizēm vai nekad?**

VIENA ATBILDE PAR KATRU TĒMU	Bieži	Reizēm	Nekad	Nezina / NA
1. Ziņas, aktualitātes	1	2	3	99
2. Politika	1	2	3	99
3. Ekonomika, finanses	1	2	3	99
4. Kultūra	1	2	3	99
5. Covid 19 aktualitātes, problemātika	1	2	3	99

<b>Q12.1. Vai jūs būtu gatavi maksāt par saturu interneta medijā, izmantojot tiešsaistes izdevumu abonēšanas iespēju, līdzīgi kā to piedāvā, piemēram, Delfi? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI</b>	Jā.....	1
	Drīzāk jā .....	2
	Drīzāk nē .....	3
	Nē.....	4
	Grūti atbildēt / NA (NETEIKT PRIEKŠĀ) .....	99

<b>Q.13. Vai Jūs iesaistāties mediju satura radīšanā, kā, piemēram, rakstāt blogu, publicējat saturu sociālo tīklu medijos, piedāvājat rakstus, sižetus vai fotogrāfijas medijiem, rakstāt komentārus pie publikācijām? VIENA ATBILDE</b>	Jā.....	1 → jautāt Q.13.1.
	Nē.....	2 → jautāt Q.13.2.

UZDOT, JA Q.13. SNIEGTA ATBILDE „1” (JĀ) <b>Q.13.1. Ko no minētā Jūs darāt?</b> IESPĒJAMAS VAIRĀKAS ATBILDES.	Rakstāt blogu .....	1
	Regulāri publicējat saturu (fotogrāfijas, viedokļus, atziņas) sociālo tīklu medijos, piemēram, Facebook, draugiem.lv, Twitter vai citos .....	2
	Piedāvājat rakstu, sižetu idejas vai pašus materiālus un/vai fotogrāfijas medijiem ..	3
	Rakstāt komentārus pie publikācijām .....	4
	Kaut ko citu (PRECIZĒT): .....	5

UZDOT, JA Q.13. SNIEGTA ATBILDE „2” (NĒ) <b>Q.13.2. Kāpēc Jūs neiesaistāties mediju satura radīšanā?</b> IESPĒJAMAS VAIRĀKAS ATBILDES.	Mani tas neinteresē.....	1
	Man nav nepieciešamo prasmju un zināšanu.....	2
	Man tam nav laika .....	3
	Tas ir bezjēdzīgi – neko neietekmēs.....	4
	Negribu vai baidos paust savu viedokli internetā .....	5
	Cits variants (PRECIZĒT): .....	6

**Q.14. Cik bieži esat manījuši, ka mediji un to saturs ietekmē Jūsu uzskatus (viedokli par dažādiem jautājumiem, vērtībām, notikumiem) - bieži, reizēm, reti vai nekad? VIENA ATBILDE**

Bieži	Reizēm	Reti	Nekad	Nezina / Grūti pateikt
1	2	3	4	99



<b>Q15. Pēdējā laikā masu medijos izskan jēdziens “medijpratība”, ar ko tiek saprasta prasme kritiski izvērtēt mediju sniegto informāciju un atpazīt uzticamu žurnālistiku no viltus ziņām. Kur Jūs vēlētos saņemt šāda veida informāciju? LASĪT UN ATZĪMĒT. IESPĒJAMAS VAIRĀKAS ATBILDES</b>	Medijos (TV, radio, internets, prese)	1
	Izglītības iestādēs	2
	Bibliotēkās	3
	Publiskos pasākumos (piemēram, festivāli, pilsētas svētki, brīvā laika aktivitātes u.tml.)	4
	Semināros, konferencēs	5
	Citur (PRECIZĒT): _____	6
	Neinteresē informācija par medijpratību	98
<i>Nezina / Grūti pateikt</i>		99

**Q16. Sakiet, lūdzu, cik bieži Jūs medijos esat manījuši dažādus stereotipus – bieži, reizēm, reti, nekad?**

VIENA ATBILDE PAR KATRU	Bieži	Reizēm	Reti	Nekad	Nezina / NA
1. Ar mazākumtautībām/ nacionālajām minoritātēm/ rasi saistīti stereotipi	1	2	3	4	99
2. Ar dzimumu un dzimumu lomu saistīti stereotipi	1	2	3	4	99
3. Ar vecumu saistīti stereotipi	1	2	3	4	99

**Q17. Vai Jūs šos stereotipus sauktu par nelabvēlīgiem vai neiecietību veicinošiem? LASĪT UN ATZĪMĒT**

VIENA ATBILDE PAR KATRU	Jā	Drīzāk jā	Drīzāk nē	Nē	Nezina / NA
1. Ar mazākumtautībām/ nacionālajām minoritātēm/ rasi saistīti stereotipi	1	2	3	4	99
2. Ar dzimumu un dzimumu lomu saistīti stereotipi	1	2	3	4	99
3. Ar vecumu saistīti stereotipi	1	2	3	4	99

<b>Q18. Vai Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā Jūsu mediju lietošanas (TV, radio, internets, prese) patēriņš ... ? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI</b>	Pieauga .....	1
	Mazinājās .....	2
	Nemainījās .....	3
	<i>Grūti atbildēt / NA (NETEIKT PRIEKŠĀ) .....</i>	99

**Q19. Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem - pilnībā piekrītat, drīzāk piekrītat, drīzāk nepiekrītat vai pilnībā nepiekrītat?**

VIENA ATBILDE PAR KATRU IZTEIKUMU	Pilnībā piekrītat	Drīzāk piekrītat	Drīzāk nepiekrītat	Pilnībā nepiekrītat	Nezina / NA
1. Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā rūpīgāk izvēlos ziņu avotus, lai nodrošinātos no viltus ziņām	1	2	3	4	99
2. Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā izmantoju vairāk informācijas avotu/ mediju, lai labāk izprastu notiekošo	1	2	3	4	99
3. Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā biežāk lietoju ārvalstu medijus svešvalodās	1	2	3	4	99
4. Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā biežāk priekšroku došu ziņu vai analītiskajiem raidījumiem	1	2	3	4	99
5. Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā biežāk priekšroku došu izklaides raidījumiem	1	2	3	4	99
6. Latvijas medijos sniegtajai informācijai par Covid 19 jautājumiem, problemātiku var uzticēties	1	2	3	4	99
7. Covid 19 pandēmijas/ krīzes laikā man bija svarīga tā informācija, ko sniedza valsts iestādes un institūcijas	1	2	3	4	99

<b>Q20. Domājot par saviem mediju izmantošanas paradumiem, kuram no sekojošajiem apgalvojumiem Jūs piekrītat vairāk? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI</b>	Mediju saturu galvenokārt izvēlos lietot interneta vidē ..... 1
	Mediju saturu galvenokārt izvēlos lietot tradicionāli, izmantojot televīziju, radio, presi ..... 2
	Nezina / NA (NETEIKT PRIEKŠĀ) ..... 99

**Q21. Kā ir mainījušies Jūsu mediju patēriņa ieradumi pēdējo 12 mēnešu laikā? Runājot par ... (NOLASĪT MEDIJU GRUPU) lietošanu pēdējā gada laikā, kā Jūs domājat, vai Jūs to pašlaik izmantojat biežāk nekā pirms gada, līdzšinējā apjomā vai retāk nekā pirms gada? ATZĪMĒT VIENU ATBILDI KATRĀ RINDĀ.**

	Lieto			Neizmanto šos medijus	Nezin/ NA NELASĪT PRIEKŠĀ
	biežāk nekā pirms gada	līdzšinējā apjomā	retāk nekā pirms gada		
... televīzija	1	2	3	4	8
... radio	1	2	3	4	8
... interneta mediji	1	2	3	4	8
... drukātie mediji	1	2	3	4	8

#### DEMOGRĀFIJA

<b>Intervijas datums:</b>	<b>Aptaujas vieta (PIERAKSTĪT):</b>	<b>D.1. Dzimums</b> Vīrietis.....1 Sieviete..... 2	<b>D.2. Cik Jums ir gadu?</b> gadi
---------------------------	-------------------------------------	---	---------------------------------------

<b>D.3. Jūsu izglītība:</b>	Pamata (8-9 klases)..... 1 Nepabeigta vidējā ..... 2	Arodizglītība (arodskola bez vidējās izglītības)..... 3 Vidējā vispārīgizglītojošā (11-12 klases)..... 4 Vidējā profesionālā/ speciālā ..... 5	Nepabeigta augstākā.....6 Augstākā .....7 Zinātniskais grāds .....8
-----------------------------	---	--	---

<b>D.4. VAI JŪS PATREIZ STRĀDĀJAT?</b>	<b>D.4.1. Vai savā pamatdarbā strādājat:</b>
JĀ..... 1 => JAUTĀT D.4.1. NĒ..... 2 => PĀRIET PIE D.4.3	Pilna laika darba dienu..... 1 Daļēja/nepilna laika darba dienu (uz puslodzi u.tml.)..... 2

**D.4.2. Kādā nozarē Jūs pašlaik strādājat? (JAUTĀT PAR IENĀKUMU PAMATAVOTU)PIERAKSTĪT: \_\_\_\_\_ UN NOKODI Kodēšanai izmantot ISCO Profesiju klasifikatoru**

Vadītāji - Uzņēmēji /pašnieki privātā sektorā, augstākā vai vidējā līmeņa vadītāji (valsts vai privātā sektorā)..... 1
Vecākie speciālisti.....2
Speciālisti.....3
Kalpotāji.....4
Pakalpojumu un tirdzniecības darbinieki.....5
Kvalificēti lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības darbinieki.....6
Kvalificēti strādnieki un amatnieki.....7
Iekārtu un mašīnu operatori un izstrādājumu montieri.....8
Vienkāršās profesijas, nekvalificēti strādnieki.....9

<b>D.4.3. Jūs sacījāt, ka pašlaik nestrādājat. Kāds ir Jūsu nodarbinātības statuss?</b>	Pensionārs, invalīds ..... 1 Skolēns, students..... 2	Mājsaimniece, bērna kopšanas atvaļinājumā .....3 Bezdarbnieks, īslaicīgi nestrādā.....4
---	--	--

<b>D.6. Kāda ir jūsu nacionalitāte / tautība?</b>	Latvietis ..... 1	Krievs..... 2	Cita ..... 3
---	-------------------	---------------	--------------

**D.8. Cik cilvēku (ieskaitot Jūs) dzīvo Jūsu ģimenē (ar kuriem Jums ir kopēja saimniecība)? PIERAKSTĪT \_\_\_\_\_**

**D.9. Cik bērnu vecumā līdz 15 gadiem (neieskaitot) ir Jūsu ģimenē (dzīvo kopā ar Jums)? PIERAKSTĪT \_\_\_\_\_**

**D10. UN KĀDI IR JŪSU ĢIMENES VIDĒJIE IENĀKUMI? Lūdzu saskaitiet visu ģimenes locekļu algas, bērnu pabalstus, pensijas un citus ienākumus, un nosauciet tās grupas burtu, kurš atbilst jūsu ģimenes kopējiem ienākumiem.) KARTĪTE D. 10**

1 (A) līdz 140 EUR	5 (E) 261 - 300 EUR	9 (I) 501 - 570 EUR	13 (M) 721 - 800 EUR	17 (Q) 1141 - 1300 L
2 (B) 141 - 170 EUR	6 (F) 301 - 355 EUR	10 (J) 571 - 600 EUR	14 (N) 801 - 855 EUR	18 (R) 1301 - 1400 E
3 (C) 171 - 200 EUR	7 (G) 356 - 430 EUR	11 (K) 601 - 655 EUR	15 (O) 856 - 1000 EUR	19 (S) 1401 - 2100 E
4 (D) 201 - 260 EUR	8 (H) 431 - 500 EUR	12 (L) 656 - 720 EUR	16 (P) 1001 - 1140 EUR	20 (T) 2101 EUR un

Nezin/NA 9999

<b>D.10.1. Vidējais ienākums uz vienu Jūsu ģimenes locekli iepriekšējā mēnesī? Respondentam jāsaskaita visu ģimenes locekļu reālie ienākumi un summa jāizdala ar ģimenes locekļu skaitu.</b>	_____ EUR uz vienu ģimenes locekli
--	---------------------------------------

Nezina /NA 9999

**PALDIES PAR ATSAUCĪBU!**

**BEIGU LAIKS: \_\_\_\_\_**