



LATVIJAS
UNIVERSITĀTE

**MEDIJU UN ŽURNĀLISTU LOMA
SABIEDRĪBĀ UN DEMOKRĀTIJĀ**

PĒTĪJUMS PAR LATVIJAS SABIEDRĪBAS PRIEKŠSTATIEM

Andris Saulītis, Dr. sc. soc.

Mārtiņš Kaprāns, Dr. sc. comm.

Jānis Juzefovičs, Dr. sc. comm.

Rīga, 2025

SATURS

ievads	5
1 Starptautiskā prakse un Latvija salīdzinošā perspektīvā	6
1.1 Literatūras pārskats	6
1.2 Eirobarometra aptauju datu analīze	8
1.2.1 Mediju lietošanas paradumi	8
1.2.2 Uzticēšanās medijiem	10
1.2.3 Attieksmes pret medijiem	11
1.3 Secinājumi	15
2 Iedzīvotāju aptaujas rezultātu analīze	17
2.1 Ziņu lietošanas paradumi	17
2.2 Latvijas mediju ietekme uz demokrātiju	22
2.3 Latvijas mediju neatkarība	25
2.4 Uzticēšanās medijiem	27
2.5 Mediji kā informācijas avoti	35
2.6 Izpratne par žurnālistikas pienākumiem	39
2.7 Žurnālistu drošība	41
2.8 Secinājumi	46
3 Fokusgrupu diskusiju pārskats	48
3.1 Neuzticēšanās stratēģijas	49
3.1.1 Neuzticos nevienam informācijas avotam	49
3.1.2 Pret visiem informācijas avotiem jāizturas kritiski	50
3.1.3 Uzticos noteiktiem tradicionālajiem medijiem	52
3.1.4 Uzticos sociālajiem medijiem, neuzticos tradicionālajiem medijiem	54
3.2 Satura veidotāju profesionālās darbības funkcijas un nozīme	55
3.2.1 Žurnālistu funkcijas un nozīme	55
3.2.2 Blogeru un sociālo mediju satura veidotāju funkcijas un nozīme	57
3.3 Žurnālistu drošība	58
3.3.1 Fiziska vajāšana: Ingas Sprinģes gadījuma analīze	58
3.3.2 Tiesībsargājošo iestāžu darbības: Lato Lapsas gadījums	60
3.3.3 Uzbrukumi sociālajos medijos: Olgas Kņazevas gadījums	61
3.4 Secinājumi	63
4 Rekomendācijas	65

GRAFIKI

Grafiks nr. -1. Mediju patēriņš Latvijā un Eiropas Savienībā	8
Grafiks nr. -2. Ziņu patēriņa intensitāte Latvija un Eiropas Savienībā	9
Grafiks nr. -3. Ziņu avoti popularitāte Latvijā un Eiropas Savienībā	10
Grafiks nr. -4. Uzticēšanās medijiem 2019-2025	10
Grafiks nr. -5. Uzticēšanās dažādiem ziņu avotiem	11
Grafiks nr. -6. Uzticamas informācijas nodrošināšana	12
Grafiks nr. -7. Uzticamas informācijas nodrošināšana 2019-2024	12
Grafiks nr. -8. Viedokļu daudzveidības nodrošināšana	13
Grafiks nr. -9. Viedokļu daudzveidības nodrošināšana 2019-2024	13
Grafiks nr. -10. Mediju brīvība	14
Grafiks nr. -11. Mediju brīvība 2019-2024	14
Grafiks nr. -12. Mediji un demokrātijas aizsargāšana	15
Grafiks nr. -1. Sekošana ziņām (1)	17
Grafiks nr. -2. Sekošana ziņām (2)	18
Grafiks nr. -3. Izvairīšanās no ziņām par politiku (1)	19
Grafiks nr. -4. Izvairīšanās no ziņām par politiku (2)	19
Grafiks nr. -5. Ziņu avoti (1)	20
Grafiks nr. -6. Ziņu avoti (2)	21
Grafiks nr. -7. Mediji un demokrātijas stiprināšana	22
Grafiks nr. -8. Vērtējums par dažādu informācijas avotu spēju stiprināt demokrātiju dažādās vecuma grupās	23
Grafiks nr. -9. Vērtējums par dažādu informācijas avotu spēju stiprināt demokrātiju atkarībā no respondenta dzimtās valodas	24
Grafiks nr. -10. Vērtējums par dažādu informācijas avotu spēju stiprināt demokrātiju atkarībā no respondenta izglītības līmeņa	24
Grafiks nr. -11. Mediju brīvības novērtējums (1)	25
Grafiks nr. -12. Mediju brīvības novērtējums (2)	26
Grafiks nr. -13. Vērtējums par sociālo mediju satura veidotāju vārda brīvības robežām (1) ...	26
Grafiks nr. -14. Vērtējums par sociālo mediju satura veidotāju vārda brīvības robežām (2) ...	27
Grafiks nr. -15. Informācijas avotu objektivitātes vērtējums	28

Grafiks nr. -16. Vērtējums par reģionālajiem žurnālistiem.....	29
Grafiks nr. -17. Uzticēšanās sociālo mediju satura veidotājiem (1)	30
Grafiks nr. -18. Uzticēšanās sociālo mediju satura veidotājiem 2023-2025	30
Grafiks nr. -19. Uzticēšanās sociālo mediju satura veidotājiem (2)	31
Grafiks nr. -20. Žurnālistikas līmeņa vērtējums	31
Grafiks nr. -21. Žurnālistikas līmeņa vērtējums 2014-2025.....	32
Grafiks nr. -22. Uzticēšanās dažādiem informācijas kanāliem/platformām.....	33
Grafiks nr. -23. Uzticēšanās dažādiem informācijas kanāliem/platformām (2014-2025).....	34
Grafiks nr. -24. Uzticēšanās ziņām dažādos medijos.....	35
Grafiks nr. -25. Mediju funkcijas, vārda brīvība un uzticēšanās	36
Grafiks nr. -26. Mediju funkcijas, vārda brīvība un uzticēšanās dažādās vecuma grupās un pēc dzimtās valodas.....	37
Grafiks nr. -27. Attieksme pret sabiedriskajiem medijiem	38
Grafiks nr. -28. Attieksme pret sabiedriskajiem medijiem 2010-2025	39
Grafiks nr. -29. Žurnālistu pienākumi sabiedrības skatījumā	40
Grafiks nr. -30. Apstākļi, kas apdraud žurnālistus, sabiedrības skatījumā.....	41
Grafiks nr. -31. Apdraudējuma vērtējums dažādām žurnālistu grupām	42
Grafiks nr. -32. Vērtējums par valsts spēju aizsargāt žurnālistus	43
Grafiks nr. -33. Institūcijas, kurām sabiedrības vērtējumā būtu jāgarantē žurnālistu drošība	44
Grafiks nr. -34. Iedzīvotāju vērtējums par tiesībsargājošo iestāžu prasmi aizsargāt žurnālistus	44
Grafiks nr. -35. Mediju un vārda brīvība informatīvā kara apstākļos	45
Grafiks nr. -36. Patvēruma sniegšanas nepieciešamība žurnālistiem no Krievijas un Baltkrievijas.....	46

levads

Šī pētījuma mērķis ir analizēt Latvijas sabiedrības priekšstatus par mediju un žurnālistu lomu demokrātiskā sabiedrībā, īpašu uzmanību pievēršot uzticēšanās jautājumiem un žurnālistu drošības aspektiem. Mediji tradicionāli tiek uzskatīti par demokrātijas sargsuņiem, taču dezinformācijas un politiskās polarizācijas laikmetā sabiedrības izpratne par žurnālistikas funkcijām un uzticēšanās tai ir kļuvusi par kritiski svarīgu jautājumu. Pētījums tiecas skaidrot ne tikai kvantitatīvos uzticēšanās rādītājus, bet arī dziļākos cēloņus, kas veido iedzīvotāju attieksmi pret mediju darbu un žurnālistu drošību.

Ziņojumu veido četras pamatnodaļas un rekomendāciju sadaļa. Pirmajā nodaļā sniegts ieskats starptautiskajā praksē un Latvijas situācijā salīdzinošā perspektīvā. Tajā veikts literatūras pārskats par uzticēšanās krīzi medijiem globālā mērogā, kā arī analizēti Eiropabarometra dati, kas ļauj pozicionēt Latvijas iedzīvotāju mediju lietošanas paradumus un uzticēšanās līmeni plašākā Eiropas kontekstā.

Otrajā nodaļā apkopoti un analizēti Latvijas iedzīvotāju aptaujas rezultāti, kas veikta speciāli šim pētījumam. Šī sadaļa sniedz detalizētu pārskatu par ziņu lietošanas paradumiem, sabiedrības priekšstatiem par mediju ietekmi uz demokrātiju un to neatkarību. Būtiska uzmanība veltīta tam, kā sabiedrība izprot žurnālistikas pienākumus un kā vērtē žurnālistu drošības riskus.

Trešā nodaļa veltīta fokusgrupu diskusiju rezultātu analīzei, kas ļauj dziļāk izprast kvantitatīvajos datos novērotās tendences. Tajā tiek aplūkotas dažādas "neuzticēšanās stratēģijas", ko piekopj iedzīvotāji – no pilnīgas izvairīšanās un neuzticēšanās nevienam ziņu avotam līdz medijpratībā balstītai kritiskai pieejai, kur uzticēšanās saistīta ar piesardzību, bet kopumā pozitīvu attieksmi pret mediju saturu. Tāpat šajā nodaļā analizēta sabiedrības izpratne par žurnālistu un blogeru un sociālo tīklu satura veidotāju atšķirīgajām lomām, kā arī detalizēti apskatīti konkrēti žurnālistu drošības apdraudējuma gadījumi, analizējot fizisku vajāšanu, tiesībsargājošo iestāžu rīcību pret satura veidotājiem un uzbrukumus digitālajā vidē.

Ziņojuma noslēgumā, balstoties uz veikto datu analīzi un identificētajām problēmām, ir izstrādātas rekomendācijas. Tās vērstas uz sabiedrības izpratnes veicināšanu par mediju lomu demokrātijā, uzticēšanās stiprināšanu žurnālistikai un žurnālistu drošības vides uzlabošanu Latvijā.

Pētījumu īsteno Latvijas Universitātes Humanitāro zinātņu fakultātes Filozofijas un socioloģijas institūta no finansējuma, kas atklāta iepirkuma konkursa rezultātā iegūts no Latvijas Republikas Kultūras ministrijas. Pētījumā paustās atziņas, interpretācijas un rekomendācijas ir pētnieku neatkarīgi secinājumi, kas neatspoguļo Kultūras ministrijas oficiālo viedokli vai pozīciju.

1 Starptautiskā prakse un Latvija salīdzinošā perspektīvā

Balstoties literatūras analīzē, šajā nodaļā sniegts apkopojums par agrākajos salīdzinošajos starptautiskajos pētījumos secināto par iemesliem tam, kādēļ daudzviet Eiropā un citās valstīs sarūk to iedzīvotāju skaits, kuri uzticas medijiem, un to, kādi risinājumi piedāvāti, lai stiprinātu sabiedrības uzticēšanos medijiem. Literatūras pārskatā iekļautas publikācijas starptautiskajos mediju un komunikācijas nozares akadēmiskajos žurnālos, tos atlasot *Web of Science* un *Scopus* datubāzēs, izmantojot piemērotus atslēgvārdus, kā arī citos atbilstošos pētījumos laika periodā no 2020. gada līdz 2025. gadam.

Literatūras analīzē secināts, ka līdzās faktoriem, kas saistīti ar medijiem, dažādi sociālie un politiskie faktori indivīda un sabiedrības līmenī ietekmē uzticēšanos medijiem. Tādēļ arī risinājumi, kā sekmēt sabiedrības uzticēšanos medijiem, meklējami ne tikai tajā, kā mediji funkcionē un kā sabiedrība tos lieto uz uztver, bet arī ārpus mediju sistēmas: lai uzlabotu sabiedrības uzticēšanos medijiem, jāuzlabo sabiedrības uzticēšanās institūcijām kopumā.

Šajā nodaļā arī iekļauts pārskats par regulāro Eiropabarometra aptauju rezultātiem laikā periodā no 2019. gada līdz 2025. gadam. Šāda analīze veikta, lai saprastu, kā Latvijas iedzīvotāji savā mediju lietojumā un attieksmēs pret medijiem atšķiras citu Eiropas Savienības (ES) iedzīvotāju vidū. 2019. gads iekļauts izlasē, lai varētu novērot to, vai un kā Covid-19 pandēmija ietekmējusi mediju lietojumu un uztveri.

Secināts, ka, lai gan Latvijas iedzīvotāji ES iedzīvotāju vidū izceļas ar aktīvu sociālo mediju lietojumu, lai gan vienlaikus pret šiem medijiem izturas ar piesardzību un vairāk uzticas konvencionālajiem ziņu medijiem. Nedaudz mazāk kā puse Latvijas iedzīvotāju kopumā sliecas uzticēties medijiem, un tas ir tuvu ES vidējam rādītājam. Latvijas iedzīvotāji gan ir ievērojami kritiskāki nekā vidēji ES noskaņoti par savas valsts mediju sniegumu, nodrošinot informāciju, ka ir uzticama, daudzveidīga un brīva no politiskajām un komerciālajām ietekmēm.

1.1 Literatūras pārskats

Daudzviet Eiropā un citur pasaulē daudzu gadu laikā novērots lejupslīdošs uzticēšanās līmenis medijiem – šī gan nav universāla parādība, un ir valstis, kur novērota stabilitāte vai pat kāpums uzticēšanās līmenī medijiem.¹ Reaģējot uz šīm tendencēm, mediju pētnieki ir meklējuši risinājumus, kā mazināt plaisas starp medijiem un sabiedrību. Šie risinājumi pamatā ir bijuši orientēti uz uzlabojumiem mediju redakciju darbā, paredzot, piemēram, vairāk daudzveidības dažādu politisko un ideoloģisko uzskatu pārstāvēniecībā mediju saturā un vairāk daudzveidības pašu mediju redakciju darbinieku rindās – gan dažādu politisko un ideoloģisko pārliecību, gan dažādu sociālo grupu pārstāvēniecības ziņā, lielāku caurspīdīgumu attiecībā uz mediju

¹ Fletcher, R., Andi, S., Badrinathan, S., Eddy, K.A., Kalogeropoulou, A., Mont'Alverne, C., Robertson, C.T., Arguedas, A.R., Schulz, A., Toff, B., Nielsen, R.K. 2025. The link between changing news use and trust: longitudinal analysis of 46 countries. *Journal of Communication*, 75, 1–15 <https://academic.oup.com/joc/article/75/1/1/7907139> ; Hanitzsch, T., Van Dalen, A., Steindl, N. 2017. Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3–23. <https://doi.org/10.1177/1940161217740695> ; Newman N. with Arguedas, A.R., Robertson, C.T., Nielsen, R.K., Fletcher, R. 2025. *Reuters Institute Digital News Report 2025*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>

īpašniekiem, finansējuma avotiem un redakcionālo lēmumu pieņemšanu, vairāk uzmanības komunikācijai un attiecību veidošanai ar auditoriju.²

Starptautiskajos salīdzinošajos pētījumos novērota sakarība: uzticēšanās medijiem krīt tajās valstīs, kur mediju lietojumā arvien nozīmīgāku lomu spēlē sociālie mediji iepretim televīzijas ziņām³, un – jo vairāk cilvēki lieto sociālos medijos, lai iegūtu ziņas, jo zemāka ir viņu uzticēšanās ne tikai medijiem, bet institūcijām kopumā. Savukārt – jo vairāk cilvēki lieto konvencionālos medijus, un īpaši sabiedrisko televīziju, kā ziņu avotu, jo augstāka ir institucionālā uzticēšanās.⁴ Šie novērojumi pasvītro: ja vēlamies stiprināt sabiedrības uzticēšanos medijiem un institūcijām kopumā, jāstiprina konvencionālie ziņu mediji – tiem jāklūst par nozīmīgiem spēlētājiem cilvēku ikdienas mediju lietojumā.

Pētījumi tāpat rāda, ka valstīs, kur sabiedriskie mediji bauda augstu sabiedrības uzticēšanos, novērojama augstāka uzticēšanās medijiem kopumā, augstāka apmierinātība ar mediju sniegumu un ir mazāk to, kuri aktīvi izvairās no ziņu lietošanas. Šīs valstis raksturo arī augstāks mediju brīvības līmenis. Tāpat novērota saikne: jo vairāk cilvēki uzticas sabiedriskajiem medijiem, jo vairāk viņi ir apmierināti ar to, kā viņu valstī funkcionē demokrātija, un kopumā novērojama augstāka apmierinātība ar dzīvi. Šajās valstīs novērota arī mazāka polarizācija sabiedrībā un augstāks starppersonu uzticēšanās līmenis.⁵ Šie dati apliecina to, cik būtisku lomu kopējā mediju ekosistēmā un demokrātijā kopumā spēlē sabiedriskie mediji.

Šie dati vienlaikus arī apliecina, ka līdzās faktoriem, kas saistīti ar medijiem, dažādi sociālie un politiskie faktori indivīda un sabiedrības līmenī ietekmē uzticēšanos medijiem. Tātad, līdzās tam, kādus medijus cilvēki lieto (cik daudz viņi paļaujas uz konvencionālajiem ziņu medijiem, sociālajiem medijiem un tā saucamajiem alternatīvajiem medijiem), kāda ir viņu attieksme pret medijiem (vai viņi tos uzskata par tendencioziem), kāds ir viņu medijpratības līmenis (vai zināšanas par medijiem dara cilvēkus kritiskākus, bet ne ciniskus attieksmē pret medijiem), ciktāl brīvi ir mediji valstī, cik augsts ir žurnālistikas profesionalizācijas līmenis un citiem ar medijiem saistītajiem faktoriem sociālie un politiskie faktori – uzticēšanās institūcijām kopumā, starppersonu uzticēšanās, cilvēku ideoloģiskās un politiskās preferences, interese par politiku un zināšanas par to, polarizācija sabiedrībā, politiķu uzbrukumi medijiem, kopējā demokrātijas kvalitāte valstī un citi – ietekmē uzticēšanos medijiem.⁶

² Banerjee, S., Mont'Alverne, C., Arguedas, A.R., Toff, B., Fletcher, R., Nielsen, R.K. 2023. *Strategies for Building Trust in News: What the Public Say They Want Across Four Countries*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-09/Banerjee_et_al_Strategies_for_Building_Trust_in_News.pdf; Newman, N., Fletcher, R. 2017. *Bias, Bullshit and Lies: Audience Perspectives on Low Trust in the Media*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/bias-bullshit-and-lies-audience-perspectives-low-trust-media>; Newman, N. with Arguedas, A.R., Robertson, C.T., Nielsen, R.K., Fletcher, R. 2025. *Reuters Institute Digital News Report 2025*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>

; Toff, B., Badrinathan, S., Mont'Alverne, C., Arguedas, A.R., Fletcher, R., Nielsen, R.K. 2021. *Overcoming Indifference: What Attitudes Towards News Tell Us About Building Trust*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/overcoming-indifference-what-attitudes-towards-news-tell-us-about-building-trust>

³ Fletcher, R., Andi, S., Badrinathan, S., Eddy, K.A., Kalogeropoulou, A., Mont'Alverne, C., Robertson, C.T., Arguedas, A.R., Schulz, A., Toff, B., Nielsen, R.K. 2025. The link between changing news use and trust: longitudinal analysis of 46 countries. *Journal of Communication*, 75, 1–15 <https://academic.oup.com/joc/article/75/1/1/7907139>

⁴ Verboord, M., Janssen, S., Kristensen, N. N., Marquart, F. 2023. Institutional Trust and Media Use in Times of Cultural Backlash: A Cross-National Study in Nine European Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 30(3), 752–774. <https://doi.org/10.1177/19401612231187568>

⁵ Speck, D. 2025. *Trust in Media: Public Service Media as Islands of Trust*. Geneva: European Broadcasting Union's Media Intelligence Service. <https://www.ebu.ch/publications/trust-in-media>

⁶ Fawzi, N., Steindl, N., Obermaier, M., Prochazka, F., Arlt, D., Blöbaum, B., Dohle, M., Engelke, K.M., Hanitzsch, T., Jakob, N., Jakobs, I., Klawier, T., Post, S., Reinemann, C., Schweiger, W., Ziegele, M. 2021. Concepts, Causes and Consequences of Trust in News Media – A Literature Review and Framework. *Annals of the International Communication Association*, 45(2), 154–174. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1960181>; Hanitzsch, T., Van Dalen, A., Steindl, N. 2017. Caught in the Nexus: A Comparative

Tādēļ arī risinājumi, kā sekmēt sabiedrības uzticēšanos medijiem, meklējami ne tikai tajā, kā mediji funkcionē un kā sabiedrība tos lieto uz uztver, bet arī ārpus mediju sistēmas. Lai uzlabotu sabiedrības uzticēšanos medijiem, jāuzlabo sabiedrības uzticēšanās institūcijām kopumā. Pētījumos norādīta cieša saikne starp neuzticēšanos medijiem un uzticēšanās trūkumu politiskajām institūcijām.⁷

1.2 Eiroparometra aptauju datu analīze

1.2.1 Mediju lietošanas paradumi

Saskaņā ar 2025. gada Eiroparometra aptaujas datiem populārākās mediju lietošanas aktivitātes Latvijas iedzīvotāju vidū ir sociālo mediju lietošana, ziņu lasīšana internetā un televīzijas skatīšanās. Katru vai gandrīz katru dienu sociālos medijus izmanto 59% Latvijas iedzīvotāju, un tas ir virs ES vidējā rādītāja – 52%. 55% Latvijas iedzīvotāju katru vai gandrīz katru dienu lasa ziņas internetā (ES vidējais rādītājs – 45%). Vienlaikus ja Latvijā drukātos medijus katru vai gandrīz katru dienu lieto vien 6% iedzīvotāju, tad ES vidēji tādu ir 16%. 50% Latvijas iedzīvotāju skatās televīziju televizorā katru vai gandrīz katru dienu, kas ir būtiski zem ES vidējā rādītāja – 70%. 26% Latvijas iedzīvotāju skatās televīziju internetā katru vai gandrīz katru dienu, un tas savukārt ir virs ES vidējā rādītāja (22%). Tādu, kuri katru vai gandrīz katru dienu klausās radio, ir 42%, un tas ir virs ES vidējā rādītāja (38%). Latvijas iedzīvotāji ir aktīvāki raidierakstu lietotāji – katru vai gandrīz katru dienu raidierakstus klausās 15%, ES vidēji tādu ir 8%.

Grafiks nr. 1-1. Mediju patēriņš Latvijā un Eiropas Savienībā

	Skatāties televīziju televizorā		Skatāties televīziju internetā		Klausāties radio		Klausāties raidierakstus		Lasāt drukātos medijus		Lasāt ziņas portālos		Lietot sociālos medijus	
	Latvija	ES vidējais	Latvija	ES vidējais	Latvija	ES vidējais	Latvija	ES vidējais	Latvija	ES vidējais	Latvija	ES vidējais	Latvija	ES vidējais
Katru dienu / Gandrīz katru dienu	50%	70%	26%	22%	42%	38%	15%	8%	6%	16%	55%	45%	59%	52%
2-3 reizes nedēļā	10%	12%	12%	13%	13%	19%	13%	11%	12%	14%	15%	19%	10%	14%
Apmēram reizi nedēļā	6%	5%	7%	7%	7%	9%	9%	10%	10%	11%	7%	7%	5%	5%
2-3 reizes mēnesī	2%	2%	5%	4%	3%	4%	7%	7%	10%	7%	4%	3%	2%	2%
Retāk	8%	4%	10%	12%	10%	11%	14%	16%	17%	18%	5%	8%	4%	5%
Nekad	24%	7%	39%	42%	25%	19%	42%	47%	45%	34%	12%	17%	18%	22%

Dati: Eiroparometra aptauja "Standard Eurobarometer 104". Lauka darbs: 2025.gada oktobris-novembris. Pilni aptaujas rezultāti pieejami šeit: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3378>

and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3–23. <https://doi.org/10.1177/1940161217740695> ; Jakobsson, P., Stiernstedt, F. 2025. Conceptualisations and analyses of distrust and mistrust in news media: Reviewing research from a decade of distrust. *Nordicom Review*, 46(S1), 1–27. <https://doi.org/10.2478/nor-2025-0006>

⁷ Ariely, G. 2015. Trusting the Press and Political Trust: A Conditional Relationship. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 25(3), 351–367. <https://doi.org/10.1080/17457289.2014.997739> ; Hanitzsch, T., Van Dalen, A., Steindl, N. 2017. Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3–23. <https://doi.org/10.1177/1940161217740695>

2023. gada Eirobarometra aptaujā noskaidrots, ka 56% Latvijas respondentu seko ziņām ik dienas, un šis rādītājs ir būtiski zemāks nekā vidēji ES – 70%. 12% Latvijas iedzīvotāju šajā aptaujā atzina, ka aktīvi izvairās no noteiktiem tematiem ziņās vai ziņām kopumā (ES vidējais rādītājs – 9%).

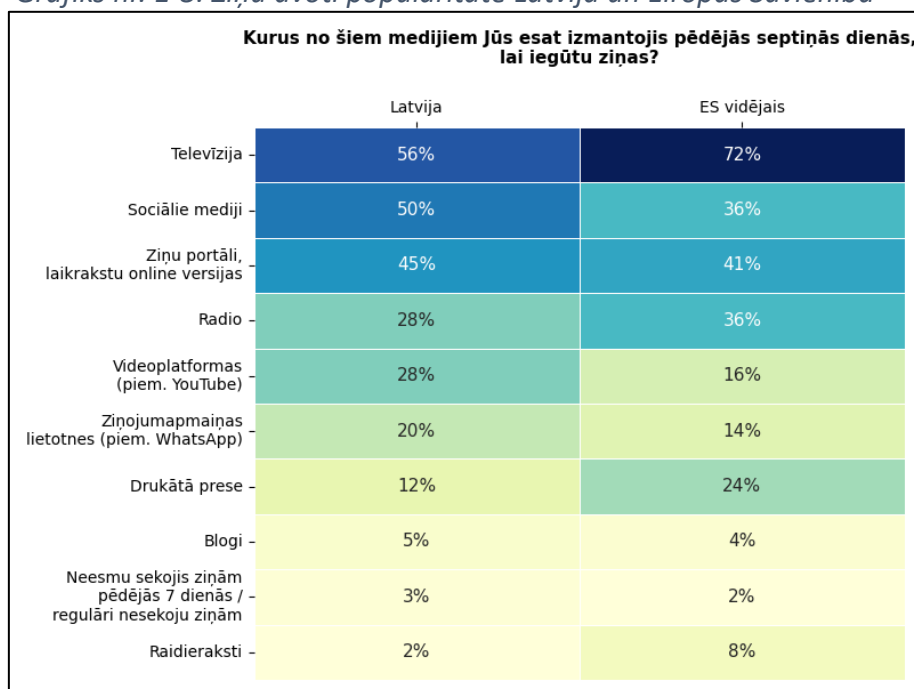
Grafiks nr. 1-2. Ziņu patēriņa intensitāte Latvija un Eiropas Savienībā

	Latvija	ES vidējais
Kurš no šiem apgalvojumiem vislabāk raksturo jūsu attiecības ar ziņām?		
Jūs aktīvi sekojat ziņām vairākas reizes dienā	14%	26%
Jūs sekojat ziņām ik dienas	42%	44%
Jūs sekojat ziņām laiku pa laikam	30%	19%
Jūs cenšaties izvairīties no atsevišķiem tematiem ziņās	8%	6%
Jūs aktīvi izvairāties no ziņām kopumā	4%	3%
Nezinu	2%	2%

Dati: Eirobarometra aptauja "Media & News Survey 2023". Lauka darbs: 2023.gada oktobris. Pilni aptaujas rezultāti pieejami šeit: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153>

2025. gadā veiktās Eirobarometra aptaujas dati rāda, ka populārākie ziņu avoti Latvijas iedzīvotāju vidū ir televīzija, sociālie mediji un ziņu portāli. 56% aptaujāto norāda, ka izmanto televīziju, lai uzzinātu aktualitātes, un tas ir būtiski zem ES vidējā rādītāja – 72%. Sociālo mediju gadījumā tādu ir 50%, (ES vidējais rādītājs – 36%). Latvijas iedzīvotāji arī aktīvāk izmanto video platformas un ziņojumapmaiņas lietotnes kā ziņu avotu. Toties viņiem ir ievērojami mazāka interese ne tikai par televīziju, bet arī drukātajiem medijiem nekā tas ir vidēji ES. Ziņu portālus un laikrakstu tiešsaistes versijas ziņu iegūšanai izmanto 45% Latvijas iedzīvotāju (ES vidējais rādītājs – 41%). Lai gan kopumā Latvijas iedzīvotāji ir aktīvāki raidierakstu klausītāji, vien 2% aptaujāto izmanto raidierakstus kā ziņu avotu (ES vidējais rādītājs – 8%).

Grafiks nr. 1-3. Ziņu avoti popularitāte Latvijā un Eiropas Savienībā

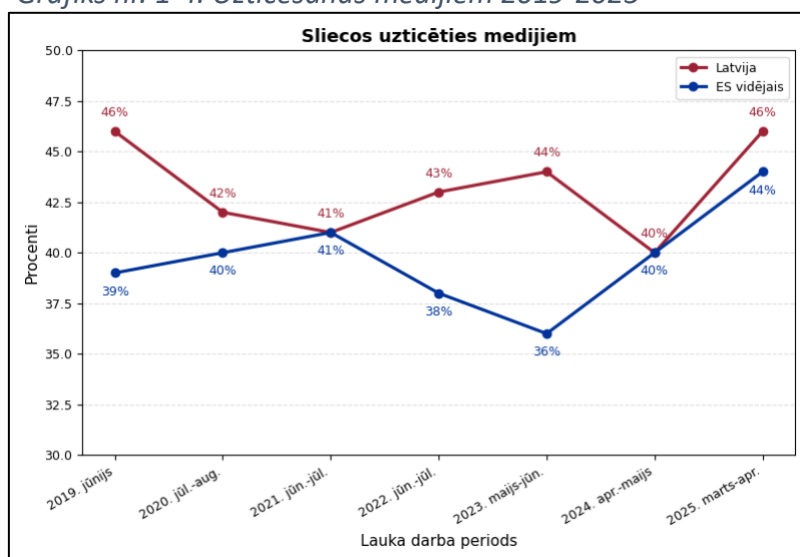


Dati: Eurobarometra aptauja "EP Winter 2025 survey". Lauka darbs: 2025.gada janvāris-februāris. Pilni aptaujas rezultāti pieejami šeit: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3492>

1.2.2 Uzticēšanās medijiem

2025. gadā Eurobarometra aptaujā 46% Latvijas iedzīvotāju norādīja, ka sliecas uzticēties medijiem, augstāks šis rādītājs ir Lietuvā – 49%, zemāks Igaunijā – 44%, un kopumā ir tuvu ES vidējam rādītājam – 44%. Visaugstākā uzticēšanās medijiem ES valstu vidū ir Somijā – 80%, bet viszemākā Grieķijā – 19%. Ilgtermiņa Eurobarometra aptauju dati par laika periodu no 2019. gada līdz 2025. gadam rāda, ka Latvijas iedzīvotāju uzticēšanās medijiem saruka Covid-19 pandēmijas laikā un pieauga, sākoties Krievijas pilna mēroga iebrukumam Ukrainā. Pēc krituma iepriekšējā gadā 2025. gadā šis rādītājs sasniedza pirmspandēmijas līmeni.

Grafiks nr. 1-4. Uzticēšanās medijiem 2019-2025



Dati: Dažādu gadu regulārās Eurobarometra aptaujas. Lauka darba norise norādīta attēlā.

Saskaņā ar 2025. gada Eirobarometra aptaujas rezultātiem Latvijas iedzīvotāji visvairāk uzticas radio – 63% atbildēja, ka sliecas uzticēties radio (vidēji ES – 68%), seko televīzija – 56% (vidēji ES – 61%), drukātie mediji – 45% (vidēji ES – 59%) un interneta mājaslapas – 35% (vidēji ES – 42%). Lai gan ir aktīvi sociālo mediju lietotāji, pret tiem Latvijas iedzīvotāji vienlaikus izturas ar piesardzību. Vien 25% aptaujāto atzina, ka sliecas uzticēties sociālajiem medijiem (vidēji ES – 29%).

2023. gada Eirobarometra aptaujā noskaidrots, ka visvairāk Latvijas iedzīvotāji uzticas sabiedriskajiem medijiem. Puse aptaujāto sabiedriskos medijus ierindoja starp ziņu avotiem, kuriem uzticas visvairāk. Tas ir nedaudz virs ES vidējā rādītāja – 48%, bet mazāk nekā Lietuvā (54%) un Igaunijā (59%). Privātos TV kanālus un radiostacijas kā uzticamākos nosauca 19% aptaujāto – tas ir līdzīgi kā Igaunijā (21%) un Lietuvā (23%), bet būtiski zem ES vidējā rādītāja – 29%. Drukātos medijus starp uzticamākajiem minēja 22% aptaujāto. Tas ir ievērojami mazāk nekā Lietuvā (30%) un Igaunijā (47%), kā arī atpaliek no ES vidējā rādītāja (38%). YouTube vai citas video platformas kā uzticamākos ziņu avotus minēja 22%, bet cilvēkus, grupas vai draugus, kuriem seko sociālajos medijos vai ziņojumapmaiņas platformās, un influencerus sociālajos medijos nosauca katrs piektais respondents (19-20%). Visi šie rādītāji ir augstāki nekā vidēji ES.

Grafiks nr. 1-5. Uzticēšanās dažādiem ziņu avotiem

Kuriem ziņu avotiem jūs uzticaties visvairāk?				
	Latvija	Lietuva	Igaunija	ES vidējais
Sabiedriskie mediji	50%	54%	59%	48%
Privātie TV kanāli un radiostacijas	19%	23%	21%	29%
Drukātie mediji, tajā skaitā to online versijas	22%	30%	47%	38%
Citas online ziņu platformas, t.sk. blogi, raidieraksti	12%	15%	13%	12%
YouTube vai citas video platformas	22%	23%	15%	14%
Cilvēki, grupas vai draugi, kuru follow-ojat sociālajos medijos vai ziņojumapmaiņas platformās	20%	25%	17%	16%
Influenceri sociālajos medijos	19%	13%	8%	9%
Citi	5%	5%	2%	6%
Nezinu	9%	7%	9%	11%

Dati: Eirobarometra aptauja "Media & News Survey 2023". Lauka darbs: 2023.gada oktobris. Pilni aptaujas rezultāti pieejami šeit: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153>

Piezīme: Respondenti varēja norādīt maksimāli trīs atbilstošos variantus.

1.2.3 Attieksmes pret medijiem

2024. gada Eirobarometra aptaujā 60% Latvijas iedzīvotāju pauda uzskatu, ka mediji Latvijā nodrošina uzticamu informāciju. Augstāks šis rādītājs bija gan Lietuvā (69%), gan Igaunijā (73%), un ES kopumā (69%). Visvairāk ES iedzīvotāju vidū to, kuri savas valsts mediju sniegto

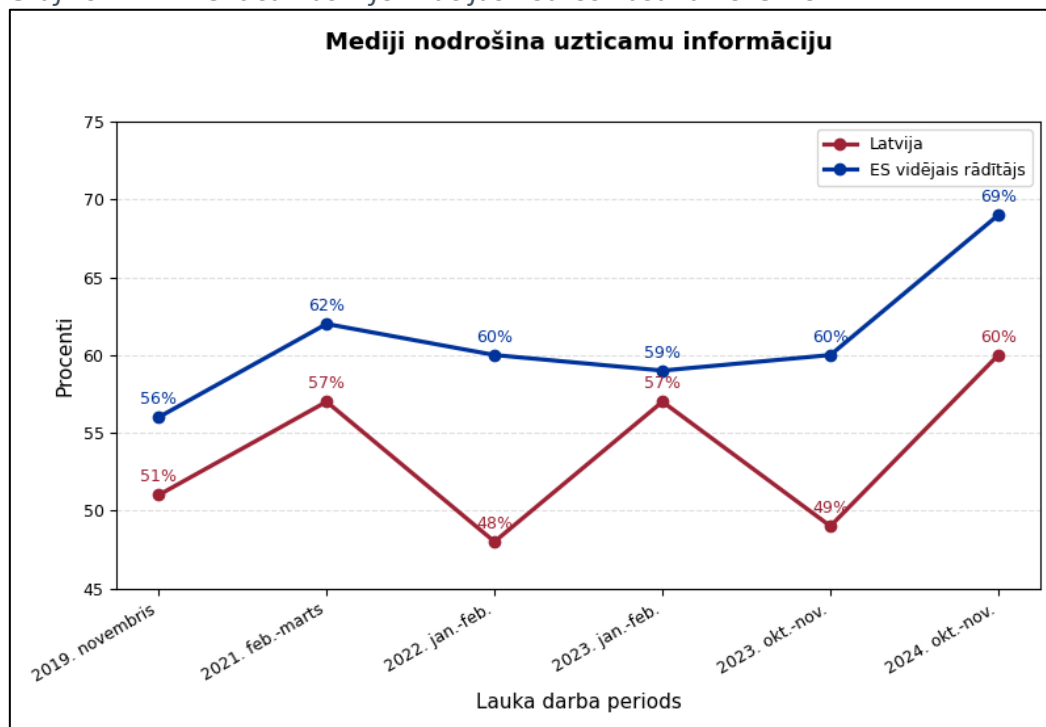
informāciju novērtējuši kā uzticamu, bija Somijā – 92%, vismazāk Grieķijā – 43%. Ilgtermiņa datos par laika periodu no 2019. gada līdz 2024. gadam redzams, ka Latvijas iedzīvotāju uzskati šajā jautājumā bijuši viļņveidīgi.

Grafiks nr. 1-6. Uzticamas informācijas nodrošināšana

Mediji nodrošina uzticamu informāciju						
	Latvija	Lietuva	Igaunija	ES vidējais rādītājs	ES zemākais rādītājs (Grieķija)	ES augstākais rādītājs (Somija)
Jā, noteikti	10%	10%	13%	13%	5%	40%
Jā, zināmā mērā	50%	59%	60%	56%	38%	52%
Īsti nē	26%	25%	16%	21%	39%	5%
Nē, nepavisam	6%	4%	6%	7%	17%	2%
Atkarībā no apstākļiem (spontāna atbilde)	4%	1%	2%	1%		
Nezinu	4%	1%	3%	2%	1%	1%

Dati: Eurobarometra aptauja "Standard Eurobarometer 102". Lauka darbs: 2024.gada oktobris. Pilni aptaujas rezultāti pieejami šeit: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3215>

Grafiks nr. 1-7. Uzticamas informācijas nodrošināšana 2019-2024



Dati: Dažādu gadu regulārās Eurobarometra aptaujas. Lauka darba norise norādīta attēlā.

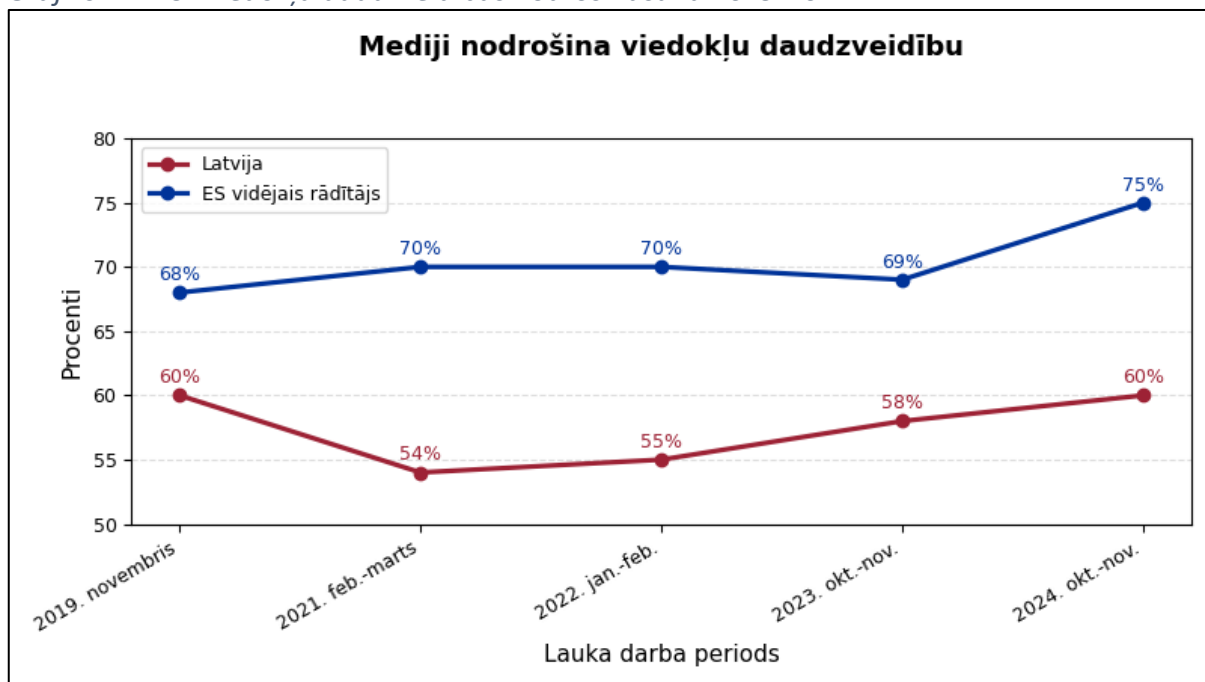
Šajā pašā aptaujā 60% Latvijas respondentu pauda uzskatu, ka mediji Latvijā nodrošina viedokļu daudzveidību. Arī šis rādītājs gan Igaunijā (69%), gan Lietuvā (76%), un ES kopumā (75%) bija augstāks nekā Latvijā. Visvairāk ES iedzīvotāju vidū to, kuri šādi domā par savas valsts medijiem, bija Portugālē – 89%, vismazāk Ungārijā – 59%. Ilgtermiņa dati rāda, ka Covid-19 pandēmijas laikā to Latvijas iedzīvotāju īpatsvars, kuri uzskata, ka mediji nodrošina viedokļu daudzveidību, saruka, taču 2024. gadā tas bija atgriezies pirmspandēmijas līmenī.

Grafiks nr. 1-8. Viedokļu daudzveidības nodrošināšana

Mediji nodrošina viedokļu daudzveidību						
	Latvija	Lietuva	Igaunija	ES vidējais rādītājs	ES zemākais rādītājs (Ungārija)	ES augstākais rādītājs (Portugāle)
Jā, noteikti	12%	14%	19%	20%	19%	19%
Jā, zināmā mērā	48%	62%	50%	55%	40%	70%
Īsti nē	26%	18%	19%	17%	25%	7%
Nē, nepavisam	6%	3%	7%	6%	13%	1%
Tas atkarīgs (spontāna atbilde)	3%	1%	2%	1%	1%	1%
Nezinu	5%	2%	3%	1%	2%	2%

Dati: Eurobarometra aptauja "Standard Eurobarometer 102". Lauka darbs: 2024.gada oktobris. Pilni aptaujas rezultāti pieejami šeit: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3215>

Grafiks nr. 1-9. Viedokļu daudzveidības nodrošināšana 2019-2024



Dati: Dažādu gadu regulārās Eurobarometra aptaujas. Lauka darba norise norādīta attēlā.

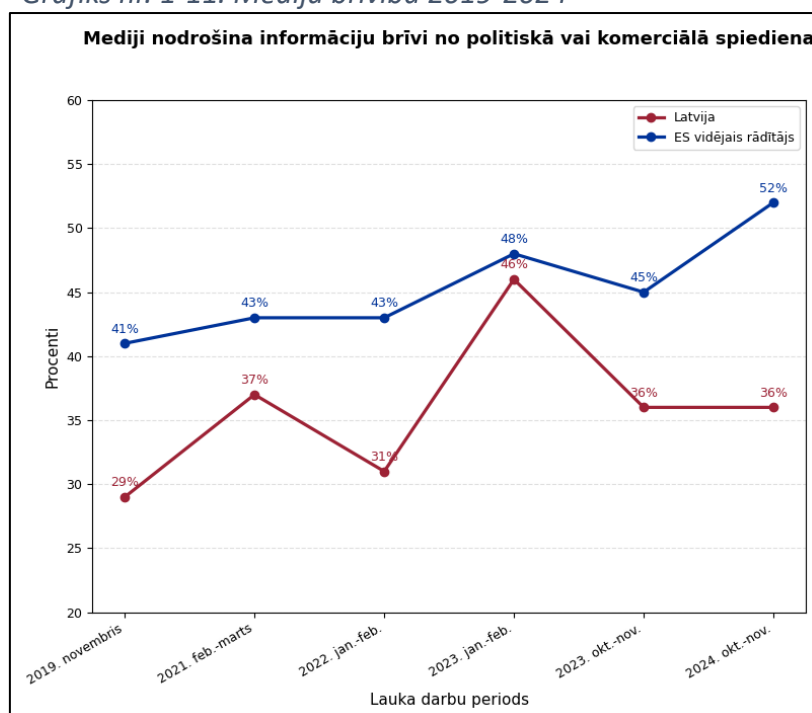
Vien 36% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju ir pauduši uzskatu, ka mediji Latvijā ir brīvi no politiskā un komerciālā spiediena. Šis rādītājs bija būtiski zemāks nekā Igaunijā un Lietuvā (53%) un ES kopumā (52%). Vispozitīvāk par savas valsts medijiem šajā jautājumā domāja Somijas iedzīvotāji – 76% medijus uzskatīja par brīviem no politiskā un komerciālā spiediena, bet visnegatīvākais vērtējums bija sastopams starp Grieķijas iedzīvotājiem (20%). Pēdējos gados to iedzīvotāju īpatsvars, kuru ieskatā mediji Latvijā ir brīvi no politiskā un komerciālā spiediena, ir raksturojams kā salīdzinoši stabils.

Grafiks nr. 1-10. Mediju brīvība

	Latvija	Lietuva	Igaunija	ES vidējais rādītājs	ES zemākais rādītājs (Grieķija)	ES augstākais rādītājs (Somija)
Jā, noteikti	5%	6%	8%	11%	3%	25%
Jā, zināmā mērā	31%	47%	45%	41%	17%	51%
Īsti nē	38%	29%	27%	30%	41%	15%
Nē, nepavisam	13%	11%	11%	13%	36%	3%
Tas atkarīgs (spontāna atbilde)	4%	2%	3%	1%	1%	
Nezinu	9%	5%	6%	4%	2%	6%

Dati: Eiropas Komisijas aptauja "Standard Eurobarometer 102". Lauka darbs: 2024.gada oktobris. Pilni aptaujas rezultāti pieejami šeit: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3215>

Grafiks nr. 1-11. Mediju brīvība 2019-2024



Dati: Dažādu gadu regulārās Eiropas Komisijas aptaujas. Lauka darba norise norādīta attēlā.

2025. gada Eirobarometra aptaujā vien 35% Latvijas iedzīvotāju pauda pārliecību par medijiem kā demokrātijas sargiem Latvijā. Lietuvā šādu pārliecību par savas valsts medijiem pauda puse aptaujāto, Igaunijā – 42%, vidēji ES – 38%. Visvairāk tādu ES, kuri ir pārliecināti par mediju nozīmi demokrātijas sardzē savā valstī, bija Somijā – 58%, vismazāk Slovēnijā – 14%.

Grafiks nr. 1-12. Mediji un demokrātijas aizsargāšana

	Cik pārliecināts Jūs esat par medijiem, kad runa ir par demokrātijas aizsargāšanu Jūsu valstī?					
	Latvija	Lietuva	Igaunija	ES vidējais rādītājs	ES zemākais rādītājs (Slovēnija)	ES augstākais rādītājs (Somija)
Ļoti pārliecināts	4%	5%	6%	6%	1%	9%
Diezgan pārliecināts	31%	46%	37%	32%	13%	49%
Neesmu ļoti pārliecināts	43%	32%	34%	38%	46%	29%
Nepavisam neesmu pārliecināts	19%	17%	20%	22%	39%	11%
Nezinu	3%	1%	3%	2%	2%	2%

Dati: Eirobarometra aptauja "Democracy". Lauka darbs: 2023.gada marts. Pilni aptaujas rezultāti pieejami šeit: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2966>

1.3 Secinājumi

Risinājumi, kā sekmēt sabiedrības uzticēšanos medijiem, pamatā ir bijuši orientēti uz uzlabojumiem mediju darbā, paredzot, piemēram, vairāk viedokļu daudzveidības mediju saturā, lielāku caurspīdīgumu mediju darbā, vairāk uzmanības komunikācijai un attiecību veidošanai ar auditoriju.

Starptautiskajos salīdzinošajos pētījumos arī novērots: jo nozīmīgāku lomu cilvēku mediju lietošanas paradumos spēlē konvencionālie mediji iepretim sociālajiem medijiem, jo augstāka uzticēšanās medijiem un institūcijām kopumā.

Pētījumos vienlaikus secināts, ka iemesli tam, kādēļ krīt uzticēšanās līmenis medijiem, meklējams ne tikai ne tikai tajā, kā mediji funkcionē un kā sabiedrība tos lieto uz uztver, bet arī ārpus mediju sistēmas. Lai uzlabotu sabiedrības uzticēšanos medijiem, jāuzlabo sabiedrības uzticēšanās institūcijām kopumā.

Regulārās Eirobarometra aptaujas rāda, ka Latvijas iedzīvotāji ir aktīvi digitālo mediju lietotāji – vairāk nekā vidēji ES cilvēki Latvijā lasa ziņas internetā un lieto sociālos medijus, lai sekotu ziņām. Ik dienu ziņām seko gan vien nedaudz vairāk kā puse Latvijas iedzīvotāju, un šis rādītājs ir būtiski zemāks nekā vidēji ES.

Lai gan Latvijas iedzīvotāji ir aktīvi sociālo mediju lietotāji, viņi pret šiem medijiem izturas ar piesardzību un vairāk uzticas konvencionālajiem ziņu medijiem. Izņēmums ir drukātie mediji, kurus Latvijas iedzīvotāji ne tikai lieto mazāk, bet arī tiem uzticas mazāk nekā vidēji ES.

Nedaudz mazāk kā puse iedzīvotāju sliecas uzticēties medijiem, un tas ir tuvu ES vidējam rādītājam. Nedaudz vairāk kā puse uzskata, ka mediji Latvijā nodrošina uzticamu informāciju un viedokļu daudzveidību, savukārt vien aptuveni trešdaļa domā, ka mediji Latvijā ir brīvi no politiskā un komerciālā spiediena. Šajos rādītājos Latvijas iedzīvotāji ir skeptiskāki attieksmē pret medijiem nekā iedzīvotāji Lietuvā un Igaunijā un arī vidēji ES.

2 Iedzīvotāju aptaujas rezultātu analīze

Lai noskaidrotu Latvijas sabiedrības priekšstatus par mediju un žurnālistu lomu demokrātiskā sabiedrībā, pētījuma ietvaros tika veikta reprezentatīva socioloģiskā aptauja. Aptaujas anketu veidoja pieci tematiskie bloki: uzticēšanās žurnālistiem, institucionālā uzticēšanās medijiem, priekšstati par žurnālistu lomām demokrātiskā iekārtā un mediju neatkarību, kā arī priekšstati par žurnālistu drošību. Atsevišķi tematisko bloku aspekti šajā Ziņojumā jau ir ieskicēti starptautiski salīdzinošā kontekstā (sk. 2. nodaļu).

Aptaujas datu ieguvē tiks izmantota kvantitatīva mērķu grupu aptauja: interneta aptaujas (*Computer Assisted Web Interview; CAWI*) metode, pēc nejaušības principa atlasot dalībniekus no *Norstat Latvija* respondentu paneļa. Sasniegtā mērķgrupa ir 18+ gadus veci Latvijas iedzīvotāji, izlases lielums – 1001 respondents. Aptauja tika veikta no 23.10.25. līdz 03.11.25. Ziņojumā tiek analizēti svarotie aptaujas dati pēc dzimuma, vecuma, reģiona, dzīvesvietas tipa, tautības un izglītības līmeņa. Aptaujas datu analīzē ir izceltas tikai statistiski nozīmīgās sociāldemogrāfisko grupu atšķirības.

2.1 Ziņu lietošanas paradumi

Aptaujā tika noskaidroti Latvijas iedzīvotāju ziņu lietošanas paradumi. Saskaņā ar iegūtajiem datiem vairums respondentu ziņām seko regulāri: apmēram divas trešdaļas norāda, ka tās lasa vismaz reizi dienā. Visbiežāk ziņas tiek pārskatītas vienu reizi dienā, ko atzīst ceturtā daļa aptaujāto, bet vēl gandrīz tikpat liela daļa to dara vairākas reizes dienā. Tikai neliela Latvijas sabiedrības daļa (16%) atzīst, ka ziņām seko reti vai neregulāri.

Grafiks nr. 2-1. Sekošana ziņām (1)

	Cik bieži jūs sekojat ziņām par to, kas notiek Latvijā un ārzemēs?					
	Vairākas reizes dienā	Pāris reizes dienā	Parasti vienu reizi dienā	Pietiekami regulāri, bet ne katru dienu	Reti, neregulāri	Grūti pateikt
Visi N = 1001	19%	19%	26%	17%	16%	4%
Vīrieši N = 549	22%	22%	26%	16%	11%	3%
Sievietes N = 452	15%	16%	26%	19%	21%	4%
18-24 N = 83	11%	16%	25%	26%	18%	4%
25-34 N = 130	9%	15%	18%	23%	30%	6%
35-44 N = 184	17%	14%	27%	16%	23%	3%
45-54 N = 166	17%	22%	21%	20%	16%	5%
55-64 N = 169	20%	22%	29%	18%	10%	2%
65-99 N = 269	28%	22%	31%	11%	6%	2%

Ziņu lietošanas paradumos pastāv vairākas būtiskas sociāldemogrāfiskas atšķirības. Latvijas vīrieši kopumā ir intensīvāki ziņu patērētāji: 44% vīriešu ziņas pārskata vairākas reizes

dienā, bet starp sievietēm tikpat regulāri ziņām seko 31% respondents. Ļoti izteiktas atšķirības parādās vecumgrupu griezumā. Respondenti līdz 34 gadu vecumam ziņām seko visretāk – neregulāru, t.i., ziņu lietošanu retāk nekā vismaz reizi dienā šajā kohortā ir atzīmējusi teju puse (49%) aptaujāto. Savukārt cilvēki pēc 55 gadu vecuma ziņas lasa regulāri. Kopumā 47% respondentu no divām vecākajām kohortām seko vairākas reizes dienā. Vecums tādējādi ir viens no spēcīgākajiem faktoriem, kas nosaka ziņu lietošanas paradumus Latvijā.

Grafiks nr. 2-2. Sekošana ziņām (2)

		Cik bieži Jūs sekojat ziņām par to, kas notiek Latvijā un ārzemēs?					
		Vairākas reizes dienā	Pāris reizes dienā	Parasti vienu reizi dienā	Pietiekami regulāri, bet ne katru dienu	Reti, neregulāri	Grūti pateikt
Dzimtā valoda	Latviešu N = 600	20%	22%	25%	18%	13%	4%
	Krievu N = 390	16%	16%	29%	17%	20%	3%
	Cita N = 26	34%	11%	37%	5%	13%	0%
Izglītība	Pamatizglītība N = 120	22%	8%	20%	13%	26%	12%
	Vidējā N = 180	13%	22%	25%	18%	19%	3%
	Vidējā profesionālā N = 371	15%	19%	28%	21%	15%	2%
	Augstākā N = 330	25%	22%	26%	14%	10%	2%
Materiālā nodrošinātība	Knapi savelkam galus N = 42	32%	7%	15%	6%	27%	13%
	Pārtikai pietiek, apģērbs – grūtības N = 103	13%	11%	35%	14%	19%	8%
	Grūtības ar ilgtermiņa precēm N = 391	14%	21%	30%	18%	14%	3%
	Varam pirkt ilgtermiņa preces N = 369	23%	23%	22%	18%	12%	1%
	Varam atļauties ko vēlamies N = 29	37%	16%	18%	18%	10%	2%

Tāpat pastāv cieša saikne starp valodu un informācijas patēriņa paradumiem. Respondenti, kuriem latviešu valoda ir dzimtā (turpmāk tekstā - latvieši), ziņām seko daudz regulārāk – 41% ziņas pārskata vairākas reizes dienā, kamēr tādu pašu biežumu norāda tikai 32% respondentu, kuriem krievu valoda ir dzimtā (turpmāk tekstā - rusofonie respondenti vai iedzīvotāji). Izglītības līmenis ir vēl viens nozīmīgs faktors. Ziņām visaktīvāk seko cilvēki ar augstāko izglītību (48% pārskata ziņas vairākas reizes dienā), bet pamatzglītības grupā ziņas daudz biežāk tiek uztvertas fragmentāri vai reti – 38% norāda uz neregulāru lietošanu. Nozīmīgas atšķirības atklājas arī labklājības kontekstā. Turīgākie iedzīvotāji ziņām seko biežāk (46–52% vairākas reizes dienā), bet to personu vidū, kam nepietiek līdzekļu pat pamatvajadzībām (ir grūtības iegādāties ilgtermiņa lietošanas preces), retu ziņu lietošanu norāda 28% respondentu.

Šaurākajā izpratnē ziņas sabiedrībā parasti tiek saistītas ar politiskiem notikumiem. Aptaujas rezultāti parāda, ka Latvijas iedzīvotāju attieksme pret politikas ziņām ir nevienmērīga. Apkopojot atbildes, 53% aptaujāto apgalvo, ka necenšas izvairīties no ziņām par politiku, bet 40% respondentu atzīst, ka tomēr apzināti izvairās. Tas nozīmē, ka būtiska sabiedrības daļa – gandrīz divas piektdaļas – šobrīd mēdz distancēties no politiskās informācijas. Taču vienlaikus jāuzsver, ka vairums respondentu ir izvēlējušies mērenās atbilžu kategoriju “Drīzāk piekrtu” vai “Drīzāk nepiekrtu”, kas liecina par svārstīgu un kondicionālu gatavību izvairīties vai sekot politikas ziņām.

Grafiks nr. 2-3. Izvairīšanās no ziņām par politiku (1)

Cik lielā mērā Jūs piekrītat šādam apgalvojumam: "Es cenšos izvairīties no ziņām par politiku"?					
	Pilnībā nepiekrītu	Drīzāk nepiekrītu	Drīzāk piekrītu	Pilnībā piekrītu	Grūti pateikt / nav atbildes
Visi N = 1001	19%	34%	27%	13%	7%
Vīrieši N = 549	22%	37%	23%	11%	7%
Sievietes N = 452	16%	30%	32%	16%	7%
18-24 N = 83	12%	42%	24%	12%	10%
25-34 N = 130	14%	26%	37%	16%	8%
35-44 N = 184	13%	30%	29%	22%	6%
45-54 N = 166	13%	38%	24%	19%	6%
55-64 N = 169	21%	34%	29%	11%	6%
65-99 N = 269	29%	36%	23%	5%	7%

Dzimumu griezumā sievietes ir biežāk norādījušas, ka cenšas izvairīties no politikas ziņām – tā rīkojas 48% sieviešu un 34% vīriešu. Politikas ziņām visvairāk seko līdzīgi vecākā paaudze, bet visvairāk no tām izvairās iedzīvotāji vecumā no 25 līdz 34 gadiem. Arī vecumgrupa 35–44 izceļas ar augstu izvairīšanās līmeni (+11 pp virs kopējā rādītāja).

Grafiks nr. 2-4. Izvairīšanās no ziņām par politiku (2)

Cik lielā mērā Jūs piekrītat šādam apgalvojumam: "Es cenšos izvairīties no ziņām par politiku"?					
	Pilnībā nepiekrītu	Drīzāk nepiekrītu	Drīzāk piekrītu	Pilnībā piekrītu	Grūti pateikt
Dzimtā valoda					
Latviešu N = 600	20%	36%	27%	11%	6%
Krievu N = 390	16%	31%	27%	17%	8%
Cita N = 26	27%	39%	18%	12%	4%
Izglītība					
Pamatizglītība N = 120	6%	26%	32%	23%	13%
Vidējā N = 180	17%	34%	22%	17%	10%
Vidējā profesionālā N = 371	15%	35%	31%	13%	6%
Augstākā N = 330	29%	36%	23%	8%	3%
Materiālā nodrošinātība					
Knapi savelkam galus N = 42	10%	25%	20%	26%	20%
Pārtikai pietiek, apgērbis - grūtības N = 103	11%	36%	34%	14%	6%
Grūtības ar ilgtermiņa precēm N = 391	14%	34%	32%	14%	6%
Varam pirkt ilgtermiņa preces N = 369	25%	37%	23%	9%	5%
Varam atļauties ko vēlamies N = 29	40%	28%	21%	9%	2%

Ļoti izteiktas atšķirības redzamas starp valodu grupām. Latvieši retāk izvairās no politikas ziņām (38%) nekā rusofonie respondenti (44%). Tāpat iedzīvotāju atšķirīgā attieksme ir saistīta ar viņu izglītības līmeni. Augstāko izglītību ieguvušie daudz retāk norāda, ka ziņās izvairās no

politikas (32%). Starp respondentiem ar vidējo izglītību šis īpatsvars sasniedz 39%. Būtiskas atšķirības vērojamas arī pēc materiālā stāvokļa. Iedzīvotāji, kuri dzīvo relatīvi sliktākos labklājības apstākļos, biežāk izvairās no politikas ziņām. Salīdzinot šīs atbildes ar 2023. gada “Latvijas faktu” veiktās aptaujas rezultātiem, ir redzams, ka Latvijas iedzīvotāju centieni izvairīties no ziņām par politiku divu gadu laikā nav būtiski pieauguši. 2023. gadā 34% respondentu atzina, ka drīzāk izvairās no šādām ziņām. Tiesa, jāņem vērā, ka “Latvijas faktu” aptaujas jautājumā tika piedāvātas tikai divas atbilžu kategorijas (“Drīzāk piekrītu” un “Drīzāk nepiekrītu”).

Aptaujas dati liecina, ka Latvijas iedzīvotāju izmantotie mediji, lai iegūtu informāciju par pasaulē un Latvijā notiekošo, ir ļoti daudzveidīgi. Aptuveni puse iedzīvotāju visbiežāk ir minējusi sociālos medijus, kā arī privātos interneta portālus latviešu valodā (44%).

Grafiks nr. 2-5. Ziņu avoti (1)

	No kuriem avotiem Jūs visbiežāk uzzināt jaunākās ziņas?								
	Visi	Vīrietis	Sieviete	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-99
Sociālie tīkli (YouTube, Facebook, X, TikTok, Instagram, Draugiem.lv u.c.)	48%	46%	49%	68%	54%	50%	43%	46%	41%
Latvijas privātie interneta portāli latviešu valodā	44%	43%	46%	53%	51%	43%	41%	46%	40%
Latvijas sabiedriskā TV (LTV1, LTV7)	28%	29%	26%	21%	17%	19%	26%	32%	40%
Latvijas privātie TV kanāli (TV3, TV24, ReTV, 360TV)	24%	22%	25%	18%	24%	16%	23%	20%	33%
Latvijas privātie interneta portāli krievu valodā	21%	24%	18%	18%	16%	12%	26%	28%	24%
Latvijas sabiedriskais radio (LR1, LR2, LR4)	20%	21%	18%	9%	8%	9%	15%	23%	36%
Latvijas sabiedrisko mediju portāls LSM.LV	17%	16%	18%	22%	20%	15%	15%	15%	18%
Latvijas privātie radiokanāli (SWH, Radio Skonto, Radio Baltkom)	11%	12%	9%	8%	12%	9%	11%	12%	11%
Rietumvalstu mediji (CNN, BBC, Euronews u.c.)	10%	13%	7%	7%	8%	7%	9%	10%	16%
Reģionālie laikraksti	6%	7%	6%	5%	4%	5%	5%	8%	9%
Nacionālie laikraksti krievu valodā	4%	4%	4%	1%	1%	1%	2%	3%	10%
Krievijas neatkarīgie mediji	4%	5%	2%	1%	3%	2%	4%	3%	6%
Krievijas TV kanāli	4%	5%	2%	2%	1%	4%	4%	4%	4%

Privātie portāli krievu valodā sasniedz apmēram piekto daļu iedzīvotāju, bet sabiedrisko medijus – Latvijas Televīziju, Latvijas Radio un interneta portālu LSM.LV – izmanto attiecīgi 28%, 20% un 17% iedzīvotāju. Reģionālā prese un nacionālie laikraksti (gan latviešu, gan krievu valodā) sasniedz tikai nelielu sabiedrības daļu, bet citu Rietumvalstu un Krievijas izcelsmes mediji ir nišas formāti, kurus izmanto 4–10% aptaujāto. Kopumā redzams, ka digitālie avoti – sociālie mediji un interneta portāli – dominē pār tradicionālajiem.

Grafiks nr. 2-6. Ziņu avoti (2)

		No kuriem avotiem Jūs visbiežāk uzzināt jaunākās ziņas?															
		Rīgas reģions	Kurzeme	Zemgale	Latgale	Vidzeme	Rīga	Lielā pilsēta	Mazā pilsēta	Lauki	Latviešu	Krievu	Cita	Pamat-izglītība	Vidējā	Vidējā profesionālā	Augstākā
Sociālie tīkli (YouTube, Facebook, X, TikTok, Instagram, Draugiem.lv u.c.)	Sociālie tīkli (YouTube, Facebook, X, TikTok, Instagram, Draugiem.lv u.c.)	49%	49%	38%	58%	40%	50%	50%	45%	45%	46%	52%	32%	43%	49%	50%	46%
	Latvijas privātie interneta portāli latviešu valodā	44%	43%	46%	39%	49%	46%	32%	48%	49%	56%	28%	21%	38%	49%	40%	49%
	Latvijas sabiedriskā TV (LTV1, LTV7)	23%	27%	31%	23%	45%	23%	16%	33%	38%	40%	10%	31%	15%	26%	27%	35%
	Latvijas privātie TV kanāli (TV3, TV24, ReTV, 360TV)	17%	23%	31%	21%	39%	15%	17%	28%	35%	34%	6%	24%	20%	22%	23%	26%
	Latvijas privātie interneta portāli krievu valodā	28%	16%	12%	32%	6%	30%	31%	17%	7%	4%	46%	36%	16%	12%	22%	27%
	Latvijas sabiedriskais radio (LRI, LR2, LR4)	17%	15%	16%	22%	30%	17%	12%	25%	24%	24%	12%	31%	12%	15%	19%	25%
	Latvijas sabiedrisko mediju portāls LSM.lv	22%	14%	12%	14%	12%	23%	12%	14%	16%	20%	12%	28%	7%	24%	11%	24%
	Latvijas privātie radiokanāli (SWH, Radio Skonto, Radio Baltkom)	10%	10%	8%	11%	14%	9%	7%	13%	13%	12%	8%	14%	2%	15%	10%	12%
	Rietumvalstu mediji (CNN, BBC, Euronews u.c.)	14%	5%	7%	12%	5%	15%	10%	9%	5%	6%	15%	23%		6%	8%	18%
	Reģionālie laikraksti	2%	9%	12%	7%	11%	2%	6%	4%	12%	9%	3%		5%	5%	8%	6%
	Nacionālie laikraksti krievu valodā	4%	1%	3%	8%	1%	5%	4%	4%	2%	1%	8%	8%	2%		4%	6%
	Krievijas neatkarīgie mediji	5%	3%	1%	2%	3%	5%	3%	2%	3%	2%	7%	3%		4%	3%	6%
	Krievijas TV kanāli	5%	2%	6%	3%	1%	5%	4%	4%	1%	2%	6%	8%	4%	3%	3%	5%
	Nacionālie laikraksti latviešu valodā	2%	4%	8%	3%	3%	2%	1%	6%	6%	5%	1%	2%	2%	2%	4%	5%
		N=436	N=148	N=119	N=133	N=164	N=323	N=203	N=171	N=303	N=600	N=390	N=26	N=120	N=180	N=371	N=330

Mediju lietošanas paradumos iezīmējas vairākas būtiskas sociāldemogrāfiskas atšķirības. Viena no visuzskatāmākajām ir saistīta ar respondenta dzimto valodu. Latvieši daudz biežāk izmanto privātos interneta portālus latviešu valodā, savukārt krievu valodā runājošie - portālus krievu valodā. Šī tendence atkārtojas gandrīz visos segmentos, parādot, ka valoda Latvijas sabiedrībā ir viens no spēcīgākajiem mediju izvēli nosakošajiem faktoriem. Vienlaikus 28% rusofono respondentu ir atzīmējuši, ka informācijas iegūšanai izmanto arī privātos interneta portālus latviešu valodā, bet latviešu vidū ir reģistrēti tikai 4% respondentu, kas izmanto Latvijas privātos interneta portālus krievu valodā. Tātad latviešu valodas prasmes šobrīd rusofonajā auditorijā drīzāk paplašina, nevis aizvieto ziņu avotu klāstu. Savukārt nacionālo laikrakstu patēriņš ir zems neatkarīgi no valodas. Latviešu vidū nacionālos laikrakstus latviešu valodas ziņu iegūšanai izmanto 5% aptaujāto, bet rusofono vidū krievu valodā – 8% respondentu.

Sociālo mediju lietošana būtiski izceļas jaunākajā vecumgrupā. Jaunieši līdz 24 gadu vecumam sociālos tīklus izmanto krietni biežāk nekā vecākas paaudzes. Jauniešu vidū sociālie tīkli ir dominējošais ziņu avots aptuveni diviem no trim aptaujātajiem, kamēr citās vecuma grupās ziņas no sociālajiem tīkliem iegūst aptuveni katrs otrais. Savukārt reģionālo laikrakstu izmantošana ir izteikti saistīta ar dzīvesvietu. Reģionos, īpaši Kurzemes, Zemgales un Vidzemes respondenti, reģionālos izdevumus lieto daudz biežāk nekā Rīgā. Lauku teritorijās šie mediji saglabā salīdzinoši lielāku nozīmi nekā galvaspilsētā (+10 procentpunkti). Nacionālo laikrakstu latviešu valodā izmantošana atšķiras starp vecuma grupām – vidējā un vecākā paaudze tos lasa biežāk nekā jaunieši (65+ vecuma grupa ap 6% pret 1% jaunāko vidū).

Sabiedrisko mediju izmantošana ir visraksturīgākā prakse vecākajā paaudzē. Taču latvieši sabiedriskos medijus izmanto biežāk nekā sabiedrības rusofonā daļa. Latvijas privātie televīzijas kanāli (TV3, TV24, ReTV u. c.) ir ievērojami populārāki Vidzemē (ap 39%) un Zemgalē (31%) nekā Rīgā (15%). Rusofonie iedzīvotāji šos kanālus izmanto biežāk nekā latvieši (atšķirība ~28 procentpunkti). LSM.lv portālu vairāk ir iecienījuši respondenti ar vidējo vai augstāko izglītību. Abās izglītības grupās portālu kā ziņu avotu norādījuši 24%. Citu rietumvalstu mediju izmantošana biežāk sastopama rusofonajā auditorijā un starp respondentiem ar augstāko

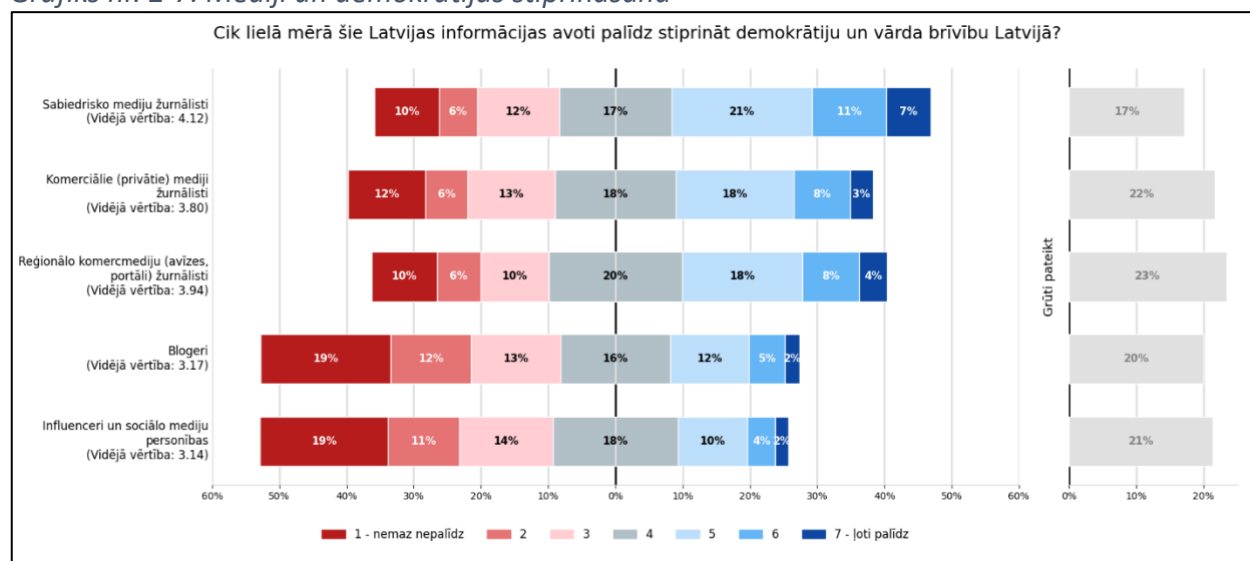
izglītību. Tikmēr Krievijas televīzijas kanāli un Krievijas neatkarīgie mediji ir skaidri saistīti ar lingvistisko identitāti. Krievijas TV kanāli kā informācijas avoti ir populārāki rusofonajā auditorijā nekā latviešu vidū, bet pat rusofono vidū to ziņu iegūšanai izmanto vien 7% aptaujāto, aptuveni tāda pati daļa iedzīvotāju izmanto arī Krievijas neatkarīgos medijus.

Kopumā varam secināt, ka Latvijas iedzīvotāju mediju patēriņā, lai iegūtu informāciju par pasaulē un Latvijā notiekošo, visuzskatāmākās atšķirības veidojas trīs līmeņos: pēc valodas (atšķirības starp latviešiem un rusofonajiem mediju lietotājiem), pēc vecuma (īpaši sociālo tīklu un sabiedrisko mediju lietojumā) un pēc dzīvesvietas (reģionālās preses un televīzijas skatījumā). Šie faktori veido informācijas avotu izvēli, bet ienākumu un izglītības atšķirību ietekme ir īpaši nozīmīga atsevišķos mediju segmentos, piemēram, LSM.lv un starptautisko mediju patēriņā.

2.2 Latvijas mediju ietekme uz demokrātiju

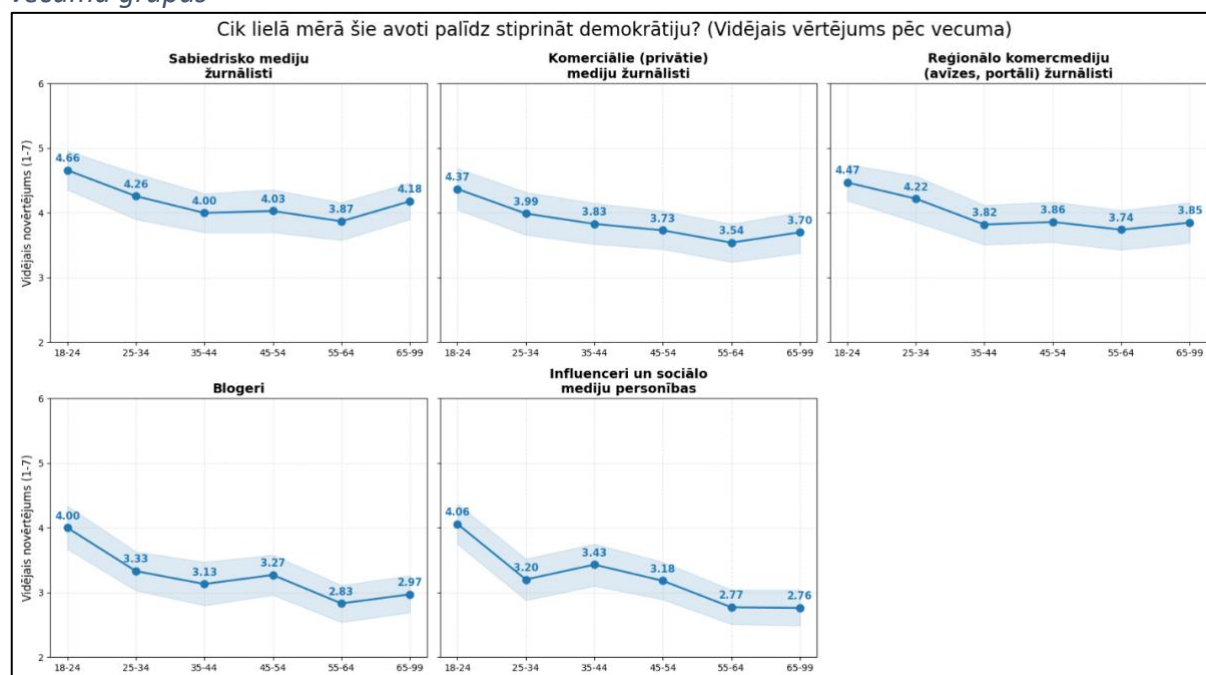
Latvijas iedzīvotāju skatījumā visaugstākais vērtējums demokrātijas un vārda brīvības stiprināšanā tiek piešķirts sabiedrisko mediju žurnālistiem, bet viszemākais – influenceriem un sociālo mediju personībām. Attiecībā uz žurnālistiem sabiedrība ir daudz polarizētāka nekā influenceru un sociālo mediju personību jautājumā, kur novērojama augstāka negatīvā attieksme.

Grafiks nr. 2-7. Mediji un demokrātijas stiprināšana



Aptaujas rezultātu vidējās vērtības atklāj, ka priekšstati par mediju lomu demokrātijā būtiski neatšķiras starp dzimumiem. Vienīgās statistiski nozīmīgās atšķirības ir redzamas blogeru novērtējumā – sievietes blogeru ietekmi uz demokrātiju un vārda brīvību vērtē nedaudz augstāk (3,31 punkti) nekā vīrieši (3,05 punkti). Lai gan šī atšķirība nav ļoti liela praktiskajā nozīmē, tā norāda uz tendenci, ka Latvijas sievietes blogeru saturu uztver mazliet labvēlīgāk nekā vīrieši.

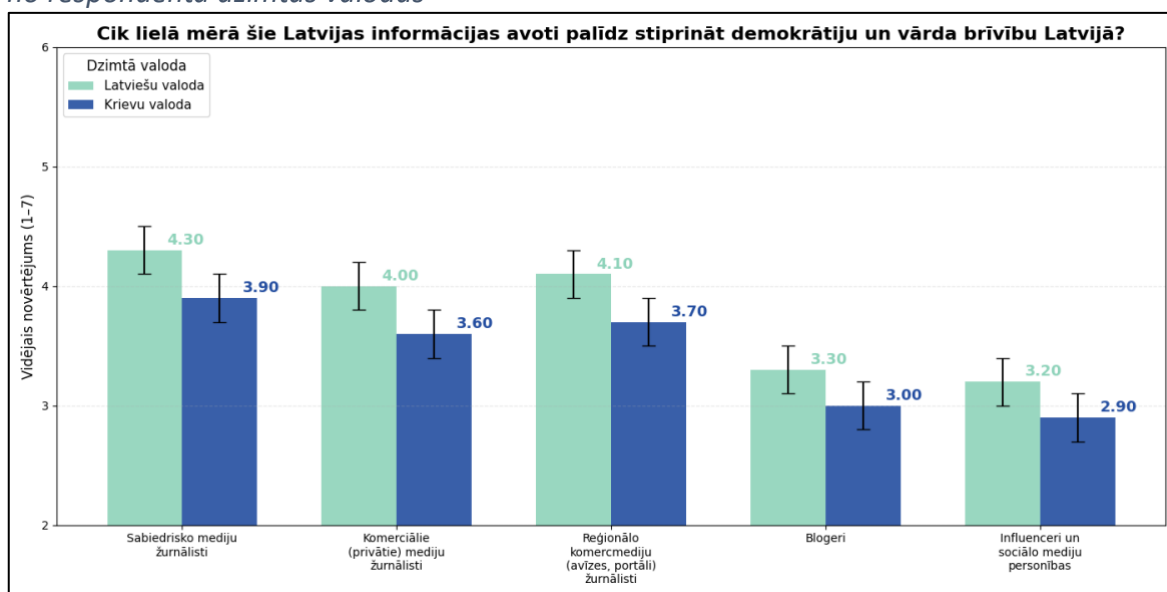
Grafiks nr. 2-8. Vērtējums par dažādu informācijas avotu spēju stiprināt demokrātiju dažādās vecuma grupās



Priekšstati par dažādu mediju lomu Latvijas demokrātijas un vārda brīvības stiprināšanā daudz vairāk atšķiras starp vecumgrupām. Sabiedrisko mediju, komerciālo mediju un reģionālo mediju žurnālistu ietekme visaugstāk (~4,66 punkti) tiek novērtēta jaunākajā vecumgrupā (18–24). Citās kohortās vidējais vērtējums pakāpeniski pazeminās, sasniedzot zemāko līmeni 55–64 grupā, bet pēc tam atkal nedaudz pieaug senioru grupā (65+). Blogeru kategoriju raksturo viens no lielākajiem kontrastiem. Jaunieši (18–24) blogerus novērtē augstu (4,00), bet šis vērtējums strauji krītas vecumgrupās pēc 35. Vecākajās kohortās vērtējums svārstās no 2,83 līdz 3,27 punktiem. Līdzīgi kā blogeru gadījumā arī influencerus vislabvēlīgāk vērtē jaunākā paaudze. Tādējādi gados jaunākie Latvijas iedzīvotāji piedēvē lielāku demokrātijas stiprināšanas potenciālu ne tikai tradicionālo, bet arī alternatīvo mediju satura veidotājiem.

Demogrāfisko datu analīze atklāj, ka dzimtajai valodai ir ļoti cieša saistība ar to, kā tiek novērtēta mediju ieguldījumu demokrātijas un vārda brīvības stiprināšanā. Aptaujātie latvieši konsekventi sniedz augstāku vērtējumu nekā rusofonie respondenti. Dzimtās valodas griezumā visbūtiskākās atšķirības ir pamanāmas priekšstatos par tradicionālo mediju profesionālo žurnālistiku, bet digitālo satura veidotāju (blogeru un influenceru) gadījumā latviešu un rusofonās auditorijas vērtējumi ir gandrīz vienādi.

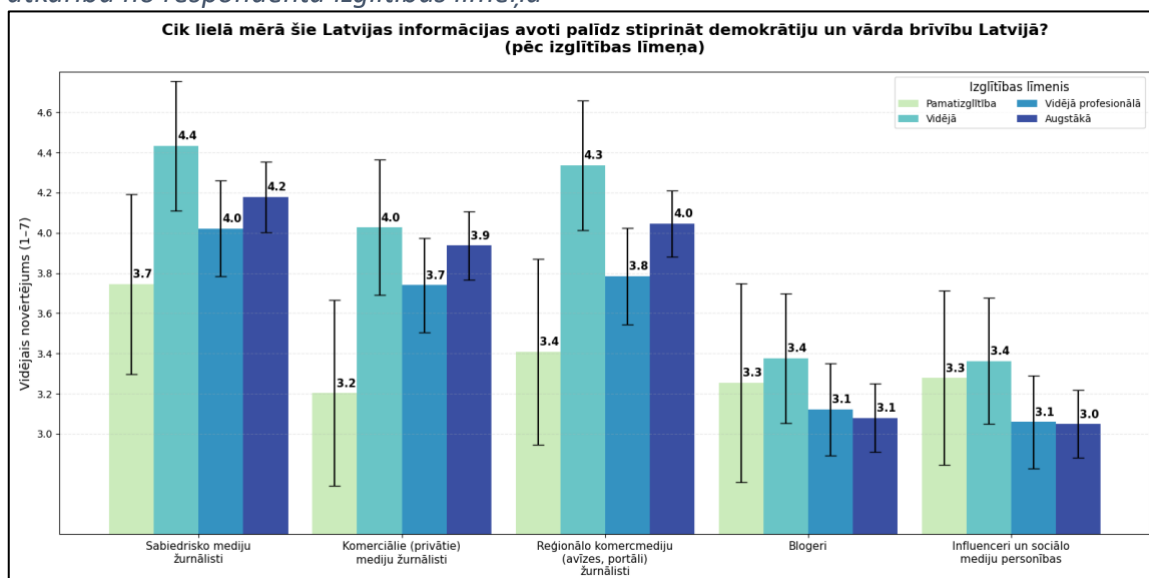
Grafiks nr. 2-9. Vērtējums par dažādu informācijas avotu spēju stiprināt demokrātiju atkarībā no respondenta dzimtās valodas



Sabiedrisko mediju žurnālistu vērtējumā latvieši vidēji piešķir 4,3 punktus, bet rusofonie respondenti – 3,9 punktus. Līdzīga aina ir komerciālo mediju žurnālistu gadījumā: latvieši tos vērtē ar 4, kamēr rusofonie respondenti – ar 3,6 punktiem. Arī reģionālo komercmediju žurnālisti latviešu vidū tiek vērtēti daudz augstāk (4,1) nekā rusofono iedzīvotāju vidū (3,7). Tādējādi kopumā latviešu respondenti ir vairāk tendēti žurnālistiku tradicionālajos medijos saistīt ar demokrātijas un vārda brīvības stiprināšanu nekā rusofonie respondenti.

Aptaujas rezultātu analīze atklāj, ka Latvijas iedzīvotāju izglītības līmenis ir nozīmīgs faktors tikai attieksmē pret žurnālistiku komerciālajos un reģionālajos medijos. Šajos segmentos augstāk izglītotie respondenti žurnālistu darbu saista ar lielāku ieguldījumu demokrātijas stiprināšanā.

Grafiks nr. 2-10. Vērtējums par dažādu informācijas avotu spēju stiprināt demokrātiju atkarībā no respondenta izglītības līmeņa



Savukārt pret blogeriem un sociālo mediju personībām visas izglītības grupas izturas līdzīgi. Tādējādi attieksme digitālā satura veidotājiem ir mazāk atkarīga no izglītības faktora. Arī reģionālās atšķirības pārsvarā nav būtiskas. Vienīgā nozīmīgā atšķirība apdzīvotās vietas griezumā parādās reģionālo komercmediju vērtējumā. Lauku iedzīvotāji un mazpilsētu iedzīvotāji šos medijus vērtē augstāk nekā Rīgas un lielo pilsētu respondenti.

2.3 Latvijas mediju neatkarība

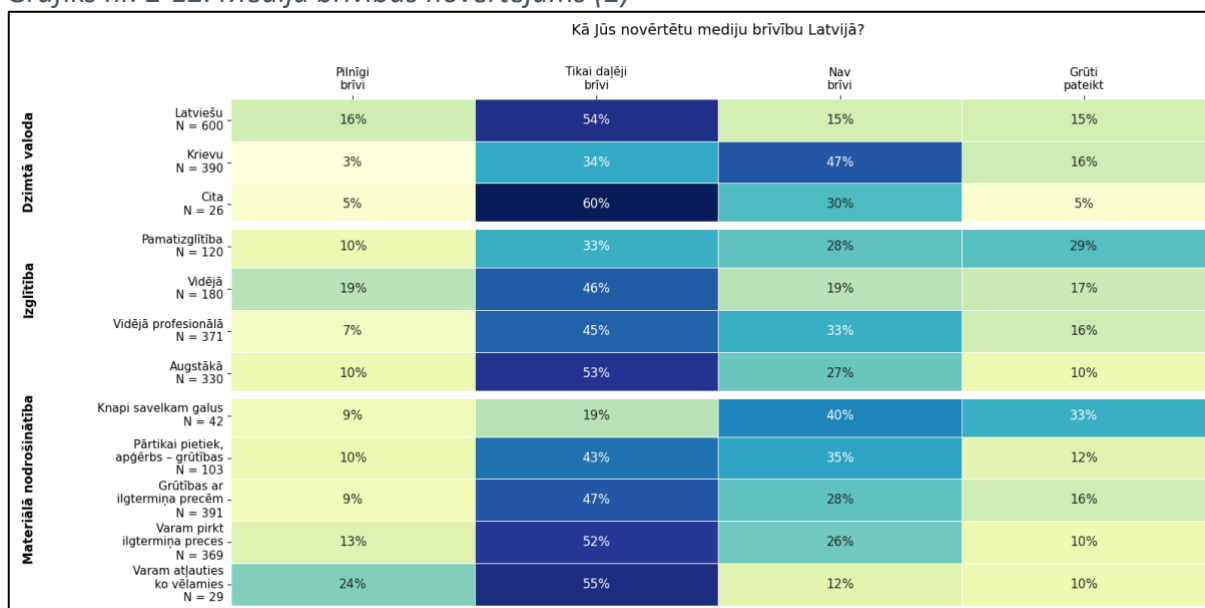
Runājot par mediju neatkarību, vairums Latvijas iedzīvotāju uzskata, ka mediji Latvijā ir tikai daļēji brīvi (46%). Turpat katrs trešais (28%) respondents ir pārliecināts, ka mediji nav brīvi, un tikai 10% aptaujāto piekrīt, ka Latvijas mediji ir pilnīgi brīvi.

Grafiks nr. 2-11. Mediju brīvības novērtējums (1)

Kā jūs novērtētu mediju brīvību Latvijā?				
	Mediji Latvijā ir pilnīgi brīvi	Mediji Latvijā ir tikai daļēji brīvi	Mediji Latvijā nav brīvi	Grūti pateikt
Visi N = 1001	10%	46%	28%	16%
18-24 N = 83	21%	54%	11%	15%
25-34 N = 130	16%	44%	23%	17%
35-44 N = 184	10%	49%	24%	18%
45-54 N = 166	10%	41%	36%	13%
55-64 N = 169	6%	43%	36%	15%
65-99 N = 269	8%	48%	28%	16%
Rīga N = 323	12%	44%	30%	14%
Rīgas reģions N = 436	11%	44%	32%	13%
Kurzeme N = 148	7%	49%	28%	16%
Zemgale N = 119	11%	40%	18%	31%
Latgale N = 133	8%	47%	33%	13%
Vidzeme N = 164	14%	53%	20%	14%

Sabiedrības jaunākā daļa (18-34) ir vairāk tendēta piekrist apgalvojumam, ka Latvijas mediji ir brīvi vai vismaz daļēji brīvi. Taču salīdzinājumā ar pašu jaunāko kohortu (18-24) katra nākamā vecumgrupa pauž būtiski lielāku skepsi. Vislielākā varbūtība, kas Latvijas mediju brīvība tiks apšaubīta, ir vidējā un pirmspensijas vecuma grupās (45-64). Īpaši ass kontrasts priekšstatos par mediju brīvību ir ieraugāms starp valodu grupām. Ja 70% latviešu pilnībā vai daļēji piekrīt brīvu mediju pastāvēšanai, tad rusofonie respondenti biežāk uzskata, ka mediji Latvijā nav brīvi (47%). Šis nošķirums atbalsojas arī Rīgā un Latgalē – divos rusofonākajos Latvijas reģionos –, kur neticība mediju brīvībai ir visizteiktākā (30-33%).

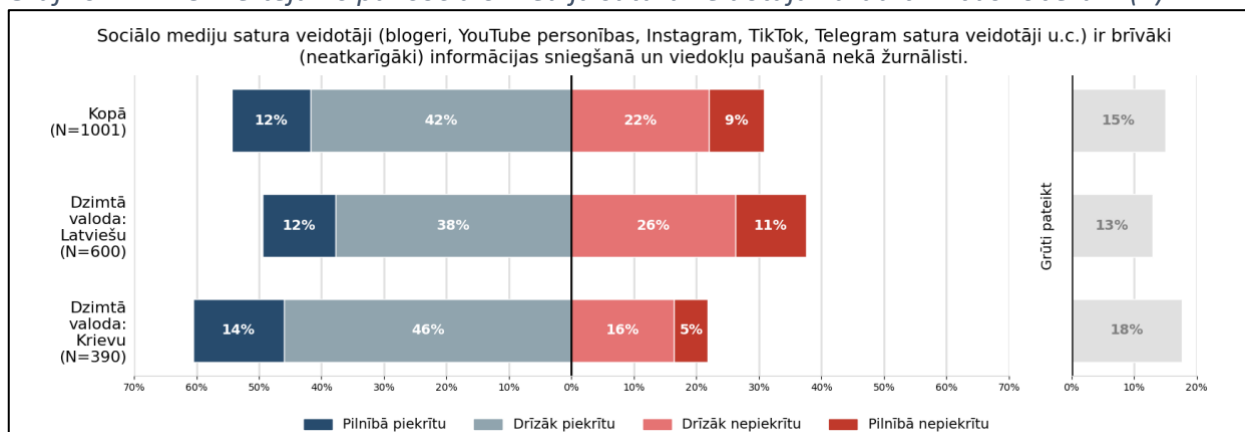
Grafiks nr. 2-12. Mediju brīvības novērtējums (2)



Izglītības līmenis arī strukturē šos priekšstatus, jo katrs piektais respondents ar vidējo izglītību (19%) ar lielāku varbūtību piekrīt optimistiskajam skatījumam, ka Latvijas mediji ir pilnīgi brīvi. Savukārt Latvijas iedzīvotājiem ar augstāko izglītību ir raksturīgāk paust mērenu vai pilnīgu skepsi, biežāk piekrītot, ka Latvijas mediji ir daļēji neatkarīgi (53%). Šie aptaujas dati arī parāda, ka mediju neatkarībai vismazāk piekrīt materiāli nenodrošinātākā sabiedrības daļa, kurā tikai 40% uzskata, ka Latvijas mediji ir brīvi, turpretī pašā turīgākajā sabiedrības grupā pilnīgai vai daļējai Latvijas mediju brīvībai piekrīt 78% aptaujāto.

Nemot vērā augošo alternatīvo informācijas avotu popularitāti, aptaujā tika arī noskaidrota Latvijas iedzīvotāju attieksme pret sociālo mediju satura veidotāju neatkarību. Kopumā 54% respondentu piekrīt apgalvojumam, ka blogeri, YouTube personības, Instagram, TikTok, Telegram satura veidotāji u. tml. ir brīvāki un neatkarīgāki informācijas sniegšanā nekā žurnālisti, savukārt trešdaļa (31%) tam nepiekrīt. Vēl 15% nav skaidra viedokļa. Tādējādi sabiedrībā dominē priekšstats, ka sociālo mediju satura veidotāji darbojas mazāk ierobežotā vidē nekā mediju organizāciju žurnālisti, lai gan šī uztvere būtiski atšķiras dažādās sociālajās grupās.

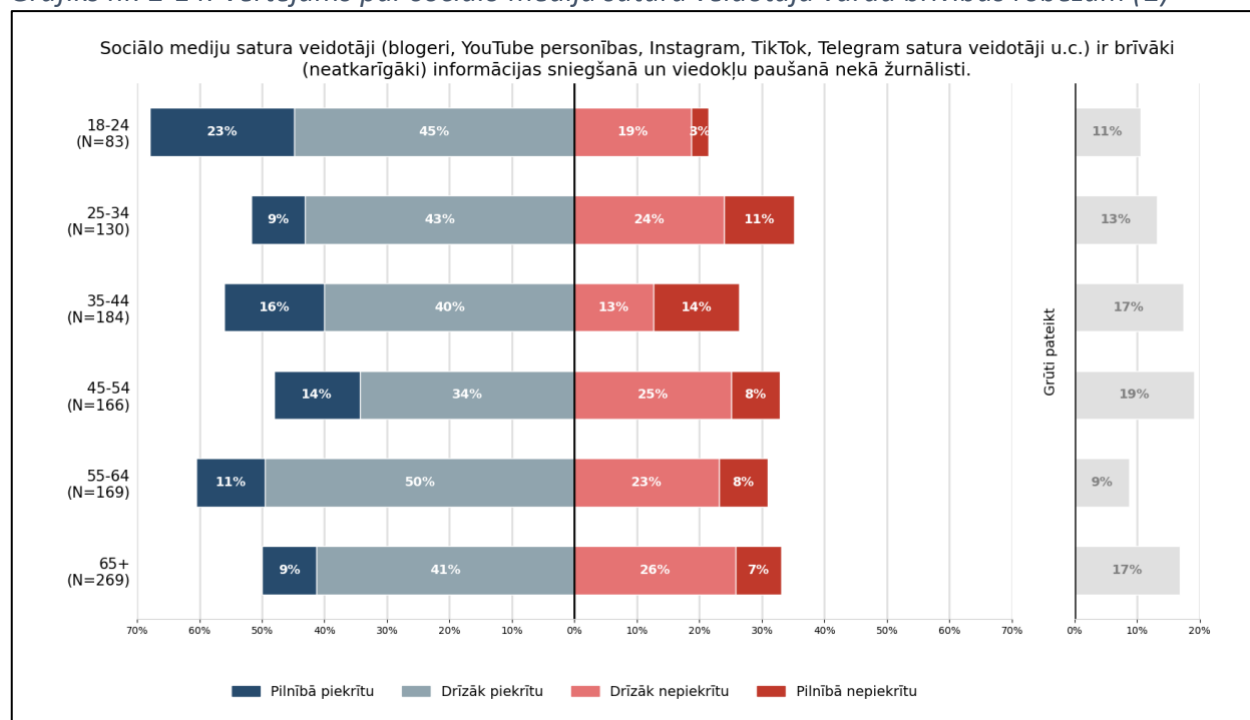
Grafiks nr. 2-13. Vērtējums par sociālo mediju satura veidotāju vārda brīvības robežām (1)



Rusofonie respondenti (62%) būtiski biežāk piekrīt apgalvojumam par sociālo mediju satura veidotāju neatkarību nekā latvieši (50%). Jaunākajā vecumgrupā (18-24) apgalvojumam

par sociālo mediju personību neatkarību piekrīt 68%, kas ir par 7–20 procentpunktiem vairāk nekā vidējā un vecākā gadagājuma grupās. Arī 25–34 gadus veci respondenti piekrīt biežāk sociālo mediju neatkarībai nekā gados vecākie Latvijas iedzīvotāji, apliecinot, ka jaunākās paaudzes priekšstats autonomija ir pašsaprotama sociālo mediju īpašība.

Grafiks nr. 2-14. Vērtējums par sociālo mediju satura veidotāju vārda brīvības robežām (2)

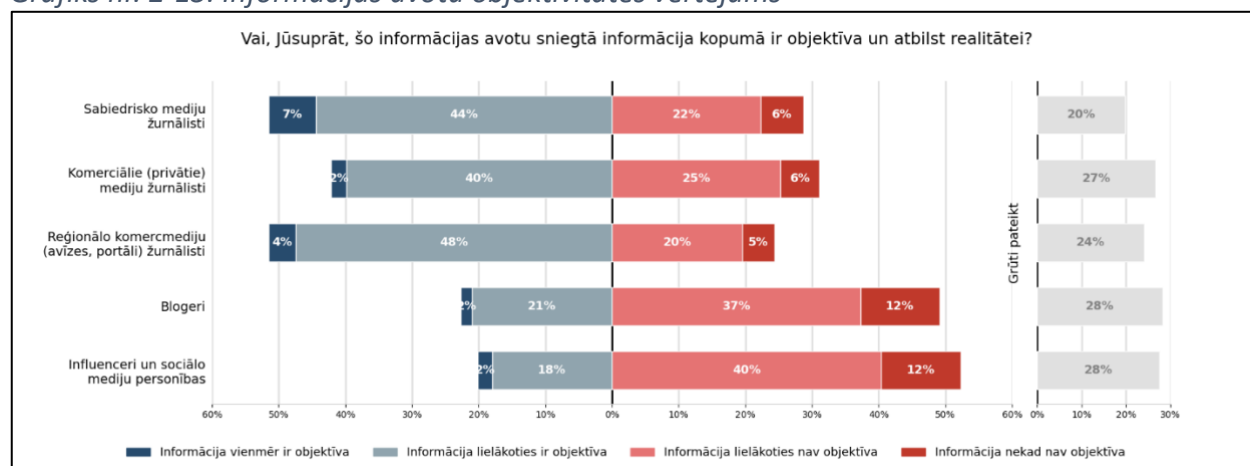


Reģionālās atšķirības ir salīdzinoši mērenas, taču daļa no tām ir statistiski nozīmīgas. Latgalē sociālo mediju satura veidotāju neatkarību atzīst 56% respondentu, kas ir būtiski vairāk nekā Vidzemē (46%). Rīgas reģionā atbalsts sasniedz 60%, un arī šī atšķirība pret Vidzemi ir statistiski nozīmīga. Dzīvesvietas tipa griezumā atšķirības ir nelielas, tomēr nozīmīgas: mazpilsētu un lauku iedzīvotāji piekrīt nedaudz biežāk nekā Rīgā dzīvojošie, ka sociālo mediju satura veidotāji ir brīvāki. Izglītības līmenis tikai daļēji ir saistāms ar šo vērtējumu: pamatzglītības ieguvēji piekrīt biežāk (59%) nekā augstskolu absolventi (54%). Visbeidzot, finansiālais stāvoklis izrādās būtisks faktors – cilvēki ar smagām materiālām grūtībām daudz biežāk (līdz 69%) uzskata sociālo mediju satura veidotājus par neatkarīgākiem informācijas sniedzējiem nekā turīgākie iedzīvotāji (48–54%).

2.4 Uzticēšanās medijiem

Aptaujā, izmantojot vairākus jautājumus, tika iegūti detalizēti dati par Latvijas iedzīvotāju uzticēšanos medijiem. Kopumā sabiedrībā vērojama samērā augsta uzticēšanās sabiedrisko mediju žurnālistiem: 52% iedzīvotāju uzskata, ka viņu sniegtā informācija ir objektīva un atbilst realitātei (44% – “lielākoties objektīva”, 7% – “vienmēr objektīva”). Savukārt 29% uzskata, ka informācija nav objektīva, bet 20% nevar sniegt konkrētu vērtējumu. Līdz ar to sabiedriskie mediji tiek uztverti kā relatīvi uzticams informācijas avots, vienlaikus pastāvot ievērojamai daļai skeptiķu.

Grafiks nr. 2-15. Informācijas avotu objektivitātes vērtējums



Analizējot uzticēšanās sociāldemogrāfiskās dimensijas, spilgti iezīmējas lingvistisko grupu atšķirību ietekme. Latvieši būtiski biežāk nekā rusofonie iedzīvotāji uzskata, ka sabiedrisko mediju žurnālistu sniegtā informācija ir objektīva (62% pret 32%). Vecuma struktūra parāda arī atšķirīgu informatīvās uztveres dinamiku. Jaunieši (18–24) biežāk nekā citas grupas uzskata, ka informācija ir objektīva (64%), bet vidēja vecuma kohortās (35–44 un 45–54) ir augstāks kritiskās attieksmes līmenis – tikai 34–40% norāda, ka informācija ir objektīva. Seniori (65+) atkal demonstrē augstāku uzticēšanos (56%) sabiedrisko mediju profesionalitātei. Reģionos uzticēšanās līmenis sabiedrisko mediju žurnālistiem svārstās. Visaugstākais tas ir Vidzemē (56%) un Rīgā (52%), bet zemāks Latgalē un Zemgalē, kur nozīmīga daļa aptaujāto pauž neuzticēšanos vai neitrālu viedokli. Respondentu izglītības līmenis arī ietekmē uztveri: augstāko izglītību ieguvušie biežāk nekā pārējo izglītības grupu pārstāvji uzskata, ka sabiedrisko mediju žurnālistu sniegtā informācija ir objektīva.

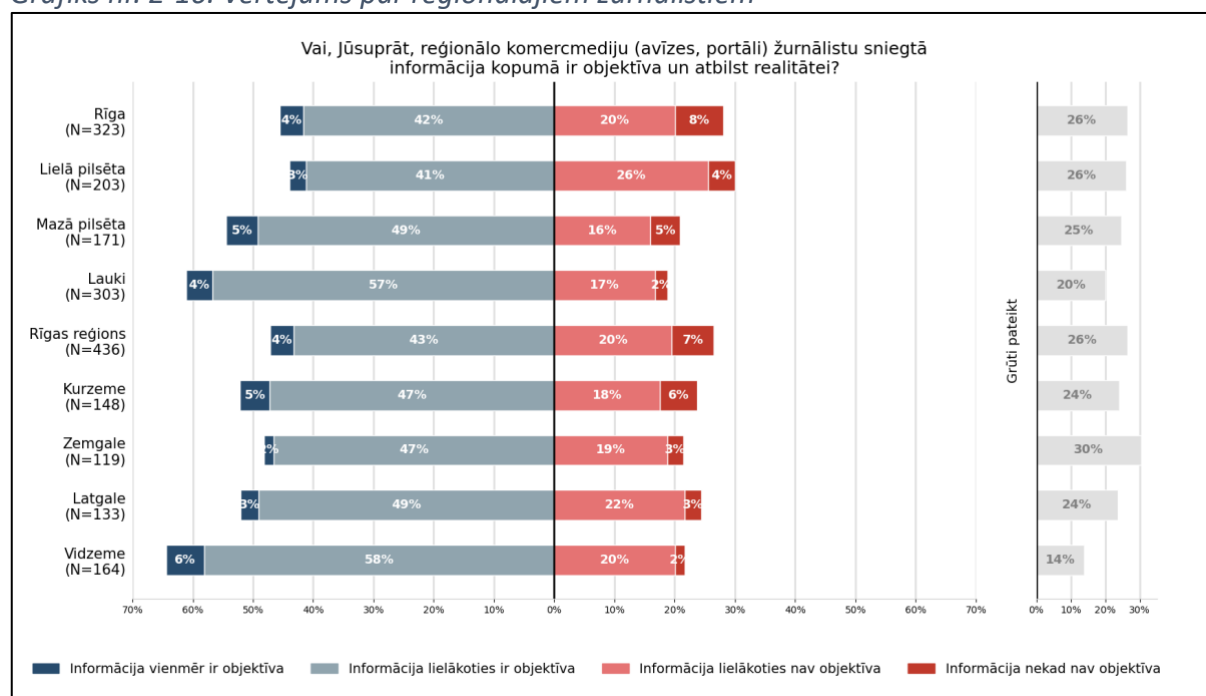
Kopumā Latvijas iedzīvotāji komerciālo (privāto) mediju žurnālistu sniegto informāciju vērtē piesardzīgāk. 42% aptaujāto uzskata, ka šo mediju sniegtā informācija ir objektīva, savukārt 31% atzīmējis, ka tā nav objektīva. Vēl 27% nevar sniegt konkrētu vērtējumu, kas norāda uz augstu nenoteiktības īpatsvaru.

Analizējot sociāldemogrāfiskās atšķirības, ir redzams, ka respondenta dzimtā valoda ir cieši saistīta ar uzticēšanos komerciālajiem medijiem. Latviešu vidū komercmedijus kā objektīvus vērtē 49%, bet rusofonajā grupā – 31% respondentu. Vairums jauniešu (18–24 gadi) izceļas ar augstāko uzticēšanos – 56% privāto mediju sniegto informāciju uzskata par atbilstošu realitātei, kas ir krietni vairāk nekā vidēji sabiedrībā. Savukārt vidējo paaudzi reprezentējošā vecumgrupa (45–54) ir kritiskāka, bet arī polarizētāka: tikai 36% uzskata, ka šī mediju tipa sniegtā informācija ir objektīva, tikmēr 31% ir pretējās domās. Reģionālā perspektīva rāda mērenas atšķirības. Visvairāk objektivitāti komercmediju saturā saskata Rīgā dzīvojošie (43%). Izglītības līmenis un materiālais stāvoklis sniedz niansētas, bet skaidras tendences – augstāko izglītību ieguvušie biežāk uzskata, ka komercmediju sniegtā informācija ir objektīva (51%).

Aptaujātie iedzīvotāji pozitīvāk vērtē reģionālo komercmediju sniegto informāciju. 52% uzskata, ka šī informācija ir objektīva (48% – “lielākoties objektīva”, 4% – “vienmēr objektīva”), savukārt 25% to vērtē kritiski (20% – “lielākoties nav objektīva”, 5% – “nekad nav objektīva”). Vēl 24% nav konkrēta viedokļa, kas norāda uz vidēji augstu nenoteiktības līmeni auditorijā un reģionālo mediju atrašanos ārpus daudzu mediju lietotāju pieredzes lauka. Reģionālā

piederība atklāj dažas būtiskas tendences. Vidzemē reģionālo komercmediju objektivitātes uztvere ir visaugstākā – 58%, kamēr Rīgā un lielajās pilsētās tā ir ievērojami zemāka (41–43%).

Grafiks nr. 2-16. Vērtējums par reģionālajiem žurnālistiem



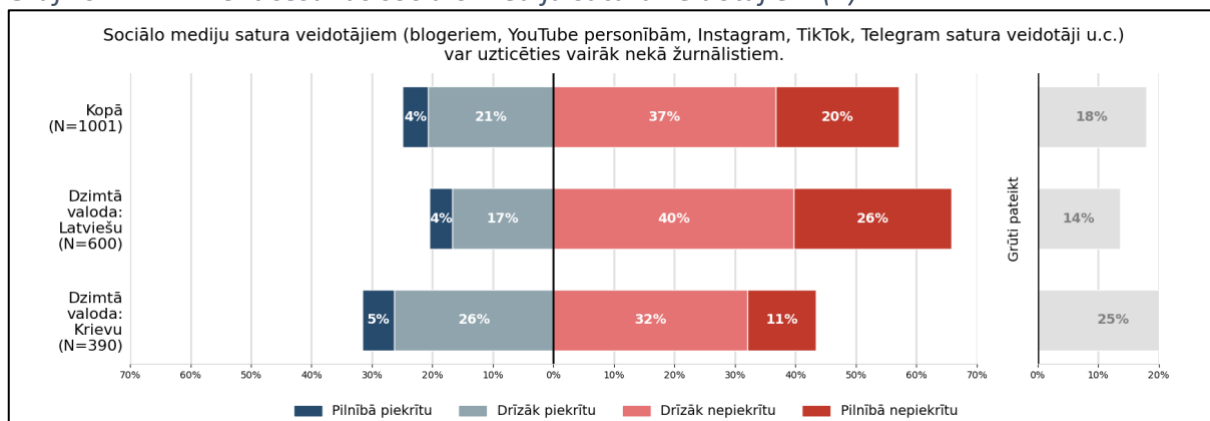
Izteiktākās atšķirības parādās dzimtās valodas griezumā. Rusofonie respondenti biežāk pauž gan skepsi, gan nenoteiktību: objektivitāti noliedz katrs trešais, bet vēl 30% nav viedokļa. Augstākās izglītības ieguvēji biežāk uzticas reģionālajiem medijiem (55%), savukārt zemākās izglītības grupās biežāk dominē nenoteiktība.

Uzticēšanās kontekstā Latvijas sabiedrības attieksme pret blogeriem un influenceriem ir piesardzīga un kritiska. Lielākā daļa aptaujāto (~49%) viņus neuzskata par uzticamiem vai realitāti atspoguļojošiem informācijas avotiem. Tikai piektā daļa (~21%) ir pārliecināta, ka viņu sniegtā informācija lielākoties vai pilnībā ir objektīva. Savukārt 28% respondentu nespēj sniegt konkrētu vērtējumu, kas norāda uz samērā neskaidru vai distancētu attieksmi pret šo satura veidotāju sniegtās informācijas kvalitāti. Taču tik augsts nenoteiktības īpatsvars, iespējams, liecina arī par latentu konfliktu ar sociāli vēlamu atbildi, kura liek kritiski raudzīties dažādiem alternatīviem informācijas avotiem.

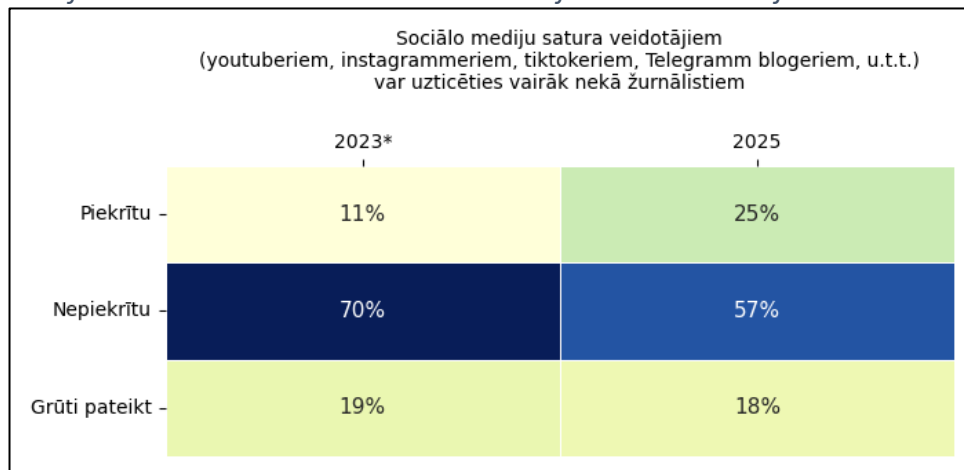
Vecumgrupu analīze atklāj būtisku tendenci: jaunākie respondenti (18–24 gadi) ar augstāku varbūtību uzskata, ka gan blogeri, gan influenceri piedāvā objektīvu saturu (33%). Vidējā un vecākajā kohortā vērtējumi ir kritiskāki, un tiem, kas vecāki par 55 gadiem, objektivitātes atzīšana reti pārsniedz 13–16%. Respondentu vērtējums par blogeru un influenceru objektivitāti atšķiras arī atkarībā no dzimtās valodas. Latviešu valodā runājošie ir kritiskāki: 54% blogeru un influenceru saturu vērtē kā neobjektīvu. Rusofonie respondenti ir nedaudz mērenāki – blogerus un influencerus par neobjektīviem atzīst attiecīgi 43% un 46%. Respondentu izglītības līmenis spēcīgi korelē ar kritiskumu. Respondenti ar augstāko izglītību visretāk atzīst blogeru un influenceru saturu par objektīvu – tikai aptuveni 16% to vērtē pozitīvi. Savukārt pamatzglītības grupā šie rādītāji ir būtiski augstāki: blogeru saturu par objektīvu uzskata 26% un līdzīgu kritiskuma mazināšanos var novērot arī influenceru vērtējumā.

Tikai ceturtdaļa respondentu uzskata, ka sociālo mediju satura veidotājiem var uzticēties vairāk nekā žurnālistiem, bet 57% aptaujāto ir pretējās domās. Līdz ar to Latvijas sabiedrībā dominē pārliecība, ka mediju organizāciju žurnālisti joprojām ir uzticamāki informācijas avoti nekā blogeri, influenceri un citi digitālā satura radītāji. 2023. gada “Latvijas faktu” aptaujā arī tika noskaidrota uzticēšanās sociālo mediju satura veidotājiem (youtuberiem, instagrammeriem, tiktokiem, Telegramm blogeriem, u.t.t.). Šie rezultāti parāda, ka tikai 11% aptaujāto uzticās sociālajiem medijiem. Lai gan 2023. gada aptaujā ir izmantota nedaudz citādāka mērījumu skala, 2025. gada rezultāti tomēr visdrīzāk liecina par augošu uzticēšanos sociālo mediju satura veidotājiem.

Grafiks nr. 2-17. Uzticēšanās sociālo mediju satura veidotājiem (1)



Grafiks nr. 2-18. Uzticēšanās sociālo mediju satura veidotājiem 2023-2025

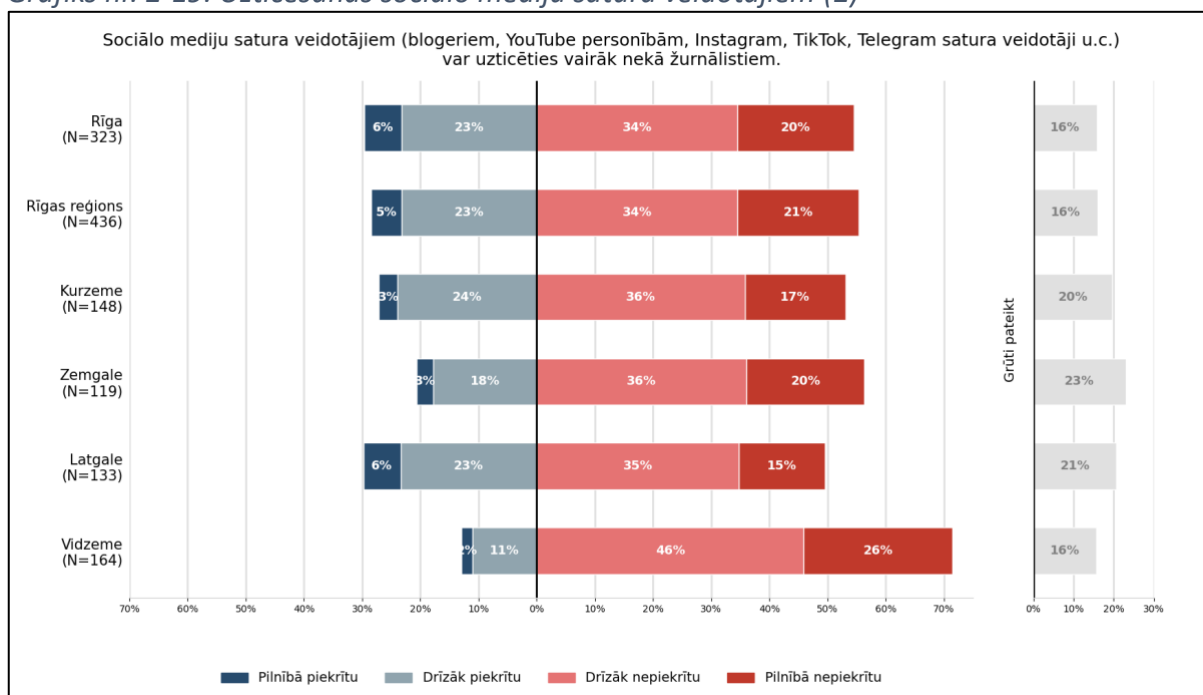


*2023. gada aptaujas dati ir iegūti no “Latvijas faktu” veiktā aptaujas, kur respondentiem jautājumā tikai trīs atbilde varianti: “Drīzāk piekrītu”, “Drīzāk nepiekrītu” un “Grūti pateikt”. 2025. gada rezultātos ir apvienotas atbildes “Pilnībā piekrītu” un “Drīzāk piekrītu” un “Pilnībā nepiekrītu” un “Drīzāk nepiekrītu” (“Nepiekrītu”).

2025. gada aptaujā izteiksmīgākās atšķirības parādās starp vecuma, valodas un sociālekonomiskā statusa grupām. Jaunieši (18–24) visbiežāk (38%) pauž uzticēšanos sociālo

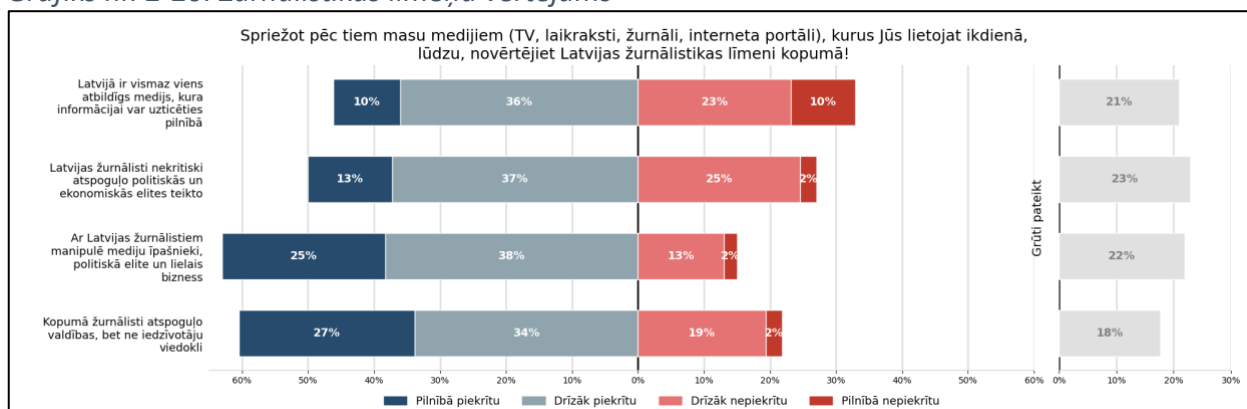
mediju personībām. Savukārt vidējā un vecākā gadagājuma grupās uzticēšanās līmenis ir ievērojami zemāks (15–23%). Visnozīmīgākās atšķirības ir saistītas ar respondentu dzimto valodu. Rusofonie Latvijas iedzīvotāji biežāk nekā latvieši uzskata, ka sociālo mediju personībām var uzticēties vairāk nekā žurnālistiem (attiecīgi 31% un 21%). Tas norāda uz atšķirīgām informatīvās telpas uztverēm un augstāku alternatīvo avotu nozīmi rusofonajā auditorijā.

Grafiks nr. 2-19. Uzticēšanās sociālo mediju satura veidotājiem (2)



Reģionālās atšķirības ir mērenas, taču statistiski nozīmīgas. Latgalē uzticēšanās sociālo mediju personībām sasniedz 29%, savukārt Vidzemes respondenti ir izteikti skeptiskāki – tikai 13% pauž uzticēšanos sociālajiem medijiem. Uzticēšanās ir daudz augstāka arī to cilvēku vidū, kuriem ir nopietnas materiālas grūtības (44%) nekā labāk nodrošinātajās grupās (17–26%).

Grafiks nr. 2-20. Žurnālistikas līmeņa vērtējums



Kopumā Latvijas sabiedrība ir skeptiska par žurnālistu darbu: 50% uzskata, ka žurnālisti nekritiski atspoguļo politiskās un ekonomiskās elites pārstāvju teikto, bet 27% tam nepiekrīt. Tikmēr 23% respondentu nav viennozīmīga viedokļa. Tādējādi dominē priekšstats par žurnālistikas pārāk lielu pielāgošanos elites dienaskārtībai. Vairākums iedzīvotāju uzskata, ka mediju īpašnieki, politiskā elite un lielais bizness manipulē ar Latvijas žurnālistiem. Šim apgalvojumam piekrīt 63% respondentu, nepiekrīt tikai 15%, bet piektdaļa (22%) nav paudusi skaidru nostāju. Lielākā daļa respondentu ir arī pārliecināti, ka Latvijas žurnālisti biežāk atspoguļo valdības, nevis iedzīvotāju viedokli. Tam piekrīt 61% aptaujāto, bet nepiekrīt tikai katrs piektais (21%). Šie rezultāti liecina, ka šaubas par žurnālistu neatkarību ir plaši akceptēts domāšanas modelis Latvijā. Uz šī visnotaļ kritisko attieksmju fona ir veidojas polarizēta kopaina, kurā liela daļa Latvijas iedzīvotāju tomēr piekrīt (46%), ka valstī ir vismaz viens atbildīgs un uzticams medijs, bet katrs trešais respondents uzskata, ka nav neviena šāda medija. Tikmēr piektdaļai aptaujāto (21%) nav viedokļa.

Grafiks nr. 2-21. Žurnālistikas līmeņa vērtējums 2014-2025

	Piekrītu		Nepiekrītu		Grūti pateikt	
	2014	2025	2014	2025	2014	2025
Latvijā ir vismaz viens atbildīgs medijs, kura informācijai var uzticēties pilnībā	30%	46%	46%	33%	24%	21%
Latvijas žurnālisti nekritiski atspoguļo politiskās un ekonomiskās elites teikto	46%	50%	32%	27%	23%	23%
Ar Latvijas žurnālistiem manipulē mediju īpašnieki, politiskā elite un lielais bizness	64%	63%	12%	15%	24%	22%
Kopumā žurnālisti atspoguļo valdības, bet ne iedzīvotāju viedokli	59%	61%	28%	21%	13%	18%

Salīdzinot šos vērtējumus ar SKDS aptaujas datiem, kas iegūti 2014. gadā, var secināt, ka kopumā divpadsmit gadu laikā skepse pret medijiem ir saglabājusies, tomēr būtiski ir pieaugusi tā sabiedrības daļa (+16pp), kurai šķiet, ka Latvijā ir vismaz viens uzticams medijs. Tas liecina par izmaiņām mediju sistēmas uztverē.

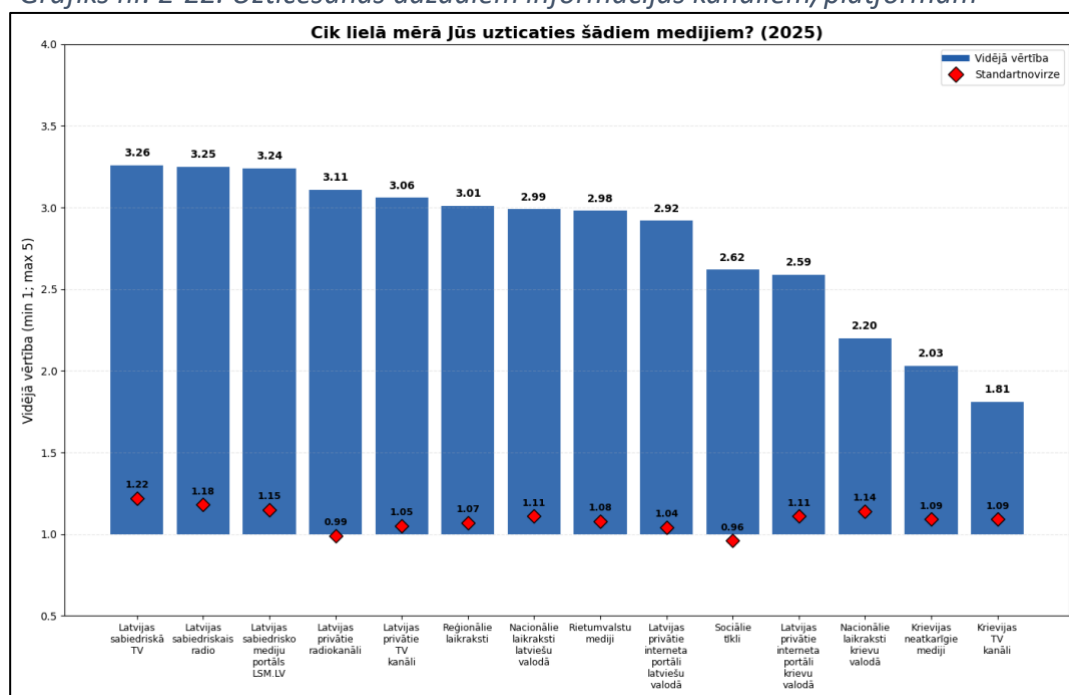
Izmantojot klasteru analīzes pieeju šim Latvijas žurnālistikas novērtējumam, 2025. gada aptaujas respondentus var apvienot trīs savstarpēji nošķirtās un samērojamās viedokļu grupās – uzticīgajos (27%), kritiķos (38%) un ambivalentajos (35%). *Uzticīgos* vieno pārliecība, ka Latvijā ir vismaz viens medijs, uz kura sniegto informāciju var paļauties. Viņi ar daudz lielāku varbūtību nepiekrīt, ka Latvijas žurnālisti apkalpo politiskās un ekonomiskās elites intereses, izceļ valdības, nevis iedzīvotāju viedokli vai ka žurnālisti ir pakļauti mediju īpašnieku, politiskās elites un lielā biznesa interesēm. Pretējos ieskatos ir *skeptiķi*, kuru vidū dominē dziļa neuzticēšanās Latvijas medijiem. Savukārt *ambivalentajā* viedokļu grupā ir lielāka iespēja sastapt respondentus, kuri uzskata, ka Latvijā ir vismaz viens uzticams medijs, bet kuri

vienlaikus arī saglabā mēreni kritisku attieksmi pret mediju spēju būt neatkarīgiem no politiskajām un ekonomiskajām ietekmēm un pārstāvēt sabiedrības intereses.

Statistiski nozīmīgas atšķirības starp šiem klasteriem galvenokārt ir saistītas ar vecumu un dzimto valodu, kamēr dzimums, izglītība un apdzīvotās vietas tips nozīmīgas atšķirības neuzrāda. *Uzticīgo klasterī* būtiski biežāk ir satopami latvieši (77%) un būtiski retāk rusofonie iedzīvotāji (17%). Vecuma griezumā šajā klasterī ir biežāk pārstāvēta 25–34 kohorta (20%), bet ievērojami retāk 55–64 grupa (11%). *Skeptiķu klasteris* ir izteikti saistīts ar rusofonajiem respondentiem (54%), bet latviešu tajā ir būtiski mazāk (40%). Skpetiķu vidū koncentrējas gados vecāki respondenti (45–64). Visbeidzot *ambivalentajā klasterī* ar lielāku varbūtību parādās jaunieši (18–24) un latvieši (68%), savukārt krievvalodīgie ir daudz retāk pārstāvēti (28%).

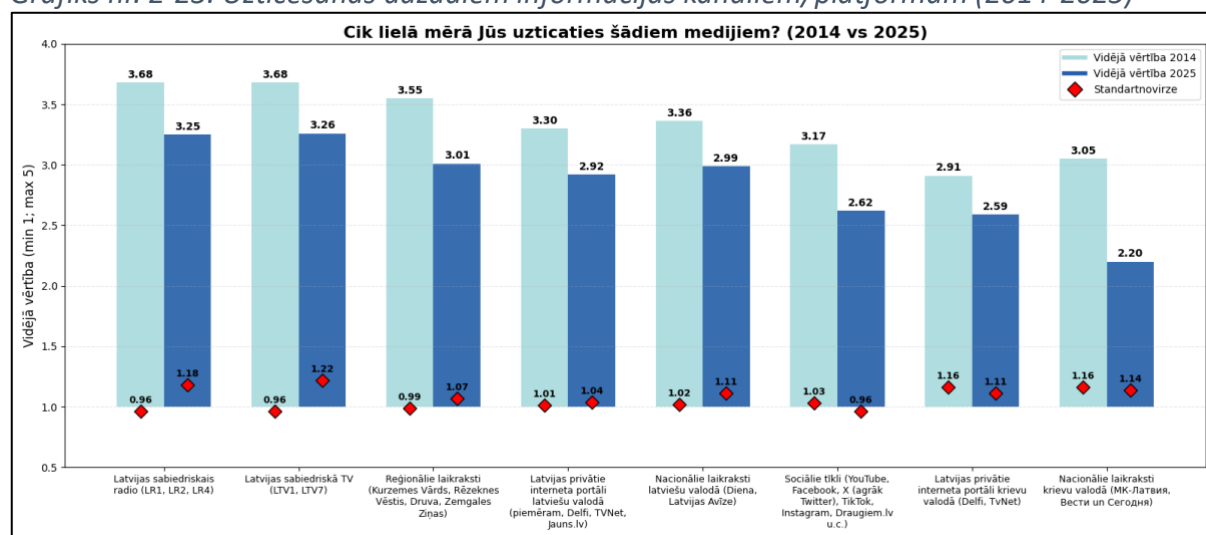
Latvijas iedzīvotāju aptaujā tik noskaidrots arī uzticēšanās līmenis dažādiem mediju veidiem. Respondentu uzticēšanās, vērtējot to 5 punktu skalā, nosaka skaidru mediju hierarhiju. Respondentu uzticēšanās dažādiem mediju tipiem kopumā ir mērena, jo lielākā daļa vidējo rādītāju koncentrējas ap skalas viduspunktu. Visaugstākā uzticēšanās novērojama sabiedriskajiem medijiem – Latvijas sabiedriskajai televīzijai (3,26), sabiedriskajam radio (3,25) un portālam LSM.lv (3,24), kas norāda uz salīdzinoši stabilu apvienotā sabiedriskā medija reputāciju un uztverto uzticamību. Nedaudz zemāk tiek vērtēti privātie elektroniskie mediji, savukārt drukātie mediji un Rietumvalstu mediji atrodas tuvu neitrālam uzticēšanās līmenim. Zemākie rādītāji raksturīgi sociālajiem tīkliem un krievvalodīgajiem medijiem, īpaši Krievijas televīzijas kanāliem (1,81) un Krievijas neatkarīgajiem medijiem (2,03), kas norāda uz izteiktu skepsi pret šiem informācijas avotiem. Standartnovirzes, kas lielākoties pārsniedz 1 punktu, liecina par būtisku viedokļu dažādību sabiedrībā – līdzās respondentiem, kuri medijiem uzticas, pastāv arī ievērojama daļa skeptiski noskaņotu iedzīvotāju. Vienlaikus salīdzinoši zemākā izkliede sociālo tīklu vērtējumā ($SD = 0,96$) var norādīt uz vienprātīgāku neuzticēšanos šim mediju tipam.

Grafiks nr. 2-22. Uzticēšanās dažādiem informācijas kanāliem/platformām



Salīdzinot 2014. un 2025. gada aptauju datus, Latvijā ir vērojams vispārējs uzticēšanās kritums dažādiem mediju tiptiem. Lai gan sabiedriskā radio un televīzijas vidējais vērtējums no 3,68 ir krities līdz attiecīgi 3,25 un 3,26, tomēr kopumā sabiedriskie mediji ir saglabājuši visaugstāko uzticības reitingu. Vienlaikus ir pieaugusi standartnovirze, kas norāda uz lielāku viedokļu polarizāciju attiecībā uz sabiedriskajiem medijiem. Izteiktāks uzticēšanās kritums ir skāris reģionālos un nacionālos laikrakstus latviešu valodā, kā arī privātos interneta portālos. Vēl straujāks kritums novērojams sociālajiem medijiem (no 3,17 līdz 2,62), kas var norādīt uz pieaugošu sabiedrības skepsi pret šīm platformām. Taču īpaši lielas uzticēšanās izmaiņas atklāj krievu valodā iznākošie nacionālie laikraksti (no 3,05 līdz 2,20), kas signalizē ne tikai par ievērojamām pārmaiņām šīs auditorijas informatīvajā uztverē, bet arī par Krievijas pilna mēroga iebrukuma Ukrainā ietekmi uz vietējiem krievvalodīgajiem medijiem. Kopumā šie salīdzinošie dati atklāj Latvijas iedzīvotāju noslieci uz kritiskāku attieksmi pret vietējo mediju sistēmu un lielāku sabiedrības viedokļu fragmentāciju.

Grafiks nr. 2-23. Uzticēšanās dažādiem informācijas kanāliem/platformām (2014-2025)



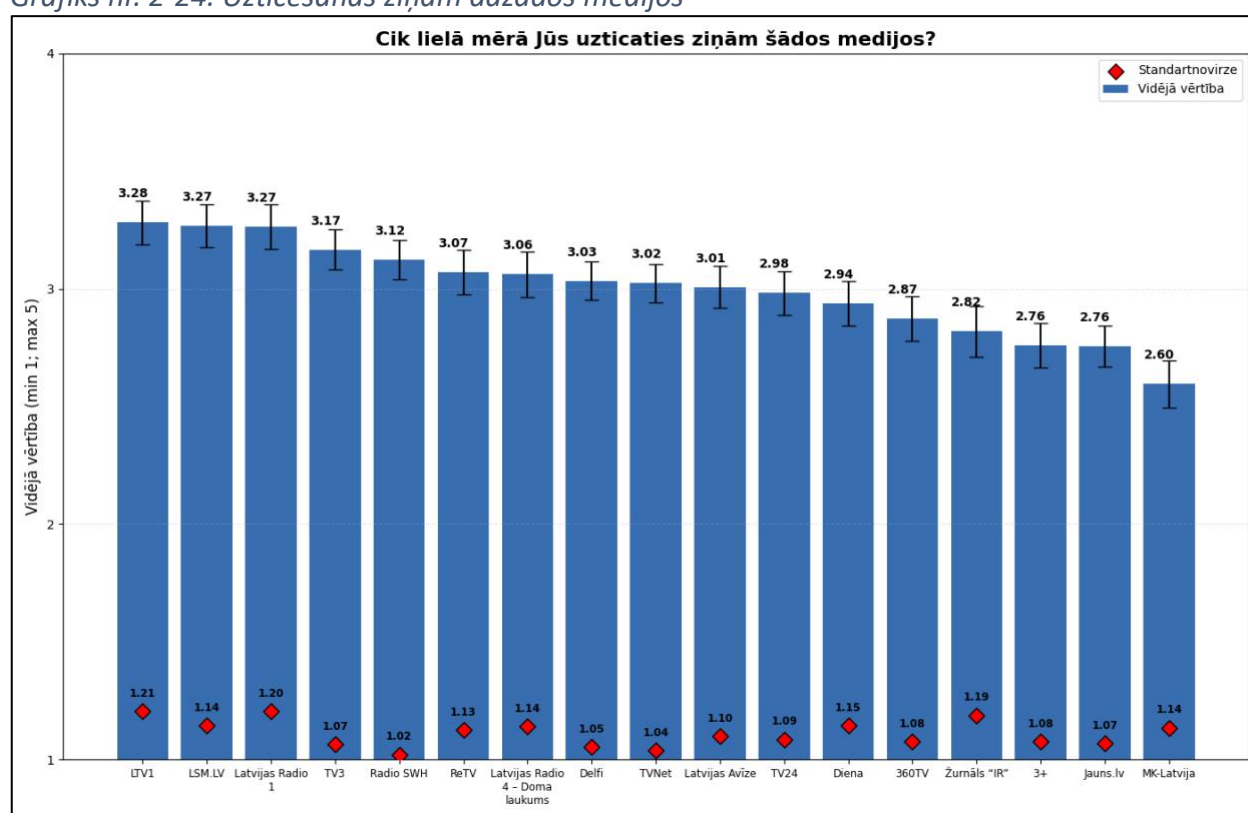
Piemērojot klastera analīzes metodi datiem par uzticēšanos dažādām mediju kategorijām, ir iespējams jēgpilni apvienot trīs savstarpēji nošķiramos attieksmju puduros. Pirmo klasteri var dēvēt par *selektīvi lojālajiem*. To raksturo uzticēšanās latviešu medijiem, kas sniedzas nedaudz virs vidējā rādītāja (reģionālie un nacionālie laikraksti, LTV, LR) un neuzticēšanās krievvalodīgajiem medijiem un sociālajiem medijiem, kas atrodas nedaudz zem vidējiem rādītājiem. Līdzās selektīvajiem mediju lietotājiem ir minams otrs klasteris, kuram ir raksturīga augsta uzticēšanās visiem medijiem. Ja salīdzinām ar pirmo un trešo klasteri, tad šo var dēvēt par *nekritiski uzticīgajiem*. Savukārt trešais ir *atsvešināto* klasteris, kuru definē zemā uzticēšanās medijiem un distancēšanās no mediju telpas. Tas apvieno cilvēkus, kuri lielākā vai mazākā mērā neuzticas nedz latviešu, nedz rusofonajiem medijiem.

Demogrāfiskie dati ļauj nedaudz ietonēt katru no šiem klasteriem. Selektīvi lojālajā klasterī daudz lielāka varbūtība (64%) ir ieraudzīt auditoriju, kuriem latviešu valoda ir dzimtā un kas dzīvo laukos (64%). Pretēja aina paveras starp atsvešinātajiem, kur ir lielāka iespēja sastapt Latvijas rusofono daļu (45%) un lielo pilsētu iedzīvotājus (31%). Savukārt nekritiski uzticīgo vidū biežāk parādās respondenti ar pamatizglītību.

2.5 Mediji kā informācijas avoti

Aptaujā tika iegūti arī daudzveidīgi dati par uzticēšanos ziņām un mediju darbības izpratni. Saskaņā ar šiem datiem uzticēšanās ziņām dažādos Latvijas medijos kopumā ir vidējā līmenī – nevienam no medijiem vidējā vērtība nepārsniedz 3,3 piecu punktu skalā. Visaugstākais uzticēšanās līmenis ir sabiedriskajiem medijiem: LTV1 (3,28), LSM (3,27) un Latvijas Radio 1 (3,27). Vienlaicīgi Latvijas Radio 4 – Doma laukums, kas ir vienīgais sabiedrisko mediju kanāls/platforma, kura raida tikai mazākumtautību valodās, ir būtiski zemāka uzticēšanās nekā pārējiem aptaujā iekļautajiem sabiedriskā medija kanāliem/platformām. Šie rezultāti liecina, ka sabiedriskie mediji, kur pilnībā vai daļēji veido saturu valsts valodā, tiek uztverti kā salīdzinoši uzticamākie informācijas avoti, lai gan standartnovirzes virs 1,20 norāda arī uz ievērojamu viedokļu dažādību.

Grafiks nr. 2-24. Uzticēšanās ziņām dažādos medijos



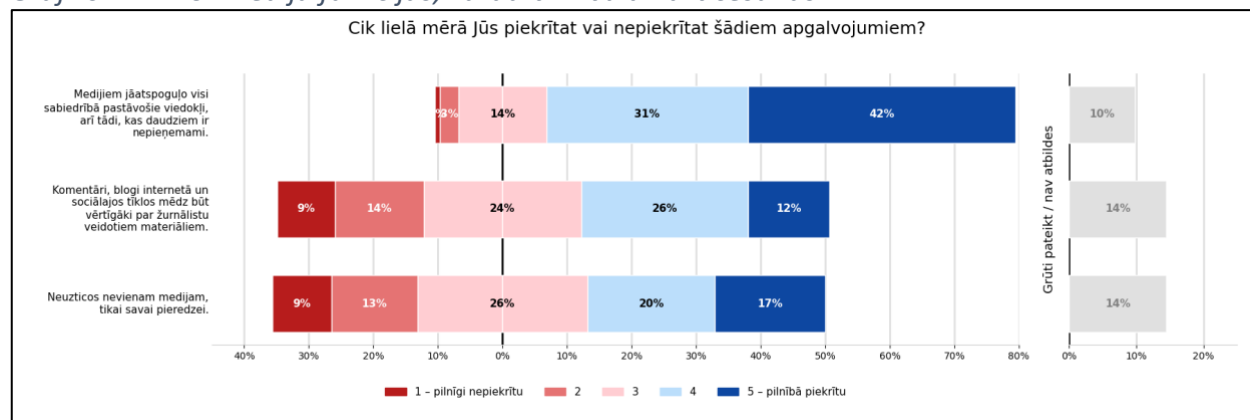
Komercediji - TV3 (3,17) un Radio SWH (3,12) – ir saņēmuši nedaudz zemāku vērtējumu, bet tas joprojām atrodas vidējas uzticēšanās diapozonā. Nedaudz zemāka uzticēšanās ir ReTV (3,07) veidotajam ziņu saturam. Digitālie ziņu portāli *Delfi* (3,03) un *TVNet* (3,02) tiek vērtēti līdzīgi drukātajiem medijiem, piemēram, *Latvijas Avīzei* (3,01). Savukārt TV24 (2,98) un *Diena* (2,94) aptaujā ir saņēmuši nedaudz zemākus vērtējumus. Viszemākais uzticēšanās līmenis ir 360TV (2,87), žurnālam *IR* (2,82), TV kanālam 3+ (2,76), *Jauns.lv* (2,76) un īpaši krievvalodīgajam laikrakstam *MK-Latvija* (2,60). Šie rezultāti kopumā norāda uz zemāku uzticēšanos komerciālajiem un tabloīda tipa medijiem, kā arī būtisku auditorijas fragmentāciju, ko apliecina standartnovirzes robežās ap 1,1.

Izmantojot klasteru analīzes pieeju, respondentus saistībā ar viņu uzticēšanos ziņām var iedalīt trīs skaidri nošķiramās grupās – neitrālie, skeptiķi un uzticīgie. *Neitrālie* (53%) veido lielāko klasteri. Šai grupai raksturīgs vidējs uzticēšanās līmenis gandrīz visiem analizētajiem ziņu avotiem – vērtējumi parasti svārstās ap skalas viduspunktu. Neitrālie neizceļas ar izteikti augstu vai zemu uzticību konkrētiem medijiem, kas norāda uz piesardzīgu, bet ne noraidošu attieksmi pret ziņām kopumā. Šis klasteris atspoguļo mērenu un diferencētu mediju patēriņa praksi. *Skeptiķi* (25%) izceļas ar konsekventi zemu uzticēšanos gandrīz visiem ziņu avotiem. Viņu vērtējumi ir būtiski zemāki par vidējo, neatkarīgi no medija veida – sabiedriskā, komerciālā vai tiešsaistes. Tas norāda uz vispārēju distancēšanos no mediju vides un iespējamu neuzticēšanos žurnālistikai kā institūcijai. Turpretī *uzticīgie* (22%) ir vismazākais klasteris. Šīs grupas respondenti demonstrē augstu uzticēšanos lielākajai daļai ziņu mediju, īpaši sabiedriskajiem un nacionālajiem medijiem. Tas liecina par stabilu uzticēšanos medijiem kā informācijas avotiem un salīdzinoši pozitīvu attieksmi pret Latvijas informatīvo telpu kopumā.

Demogrāfisko datu analīze atklāj, ka *uzticīgo* klusters ir visnotaļ heterogēns, un tajā līdzsvaroti apvienojas dažādas Latvijas sabiedrības grupas. Savukārt *skeptiķu* vidū ar lielāku varbūtību var ieraudzīt rusofonos respondentus (37%) un divas materiāli maznodrošinātākās grupas (53%-40%). Tikmēr *uzticīgo* klasterī vairāk izceļas latvieši (29%) un laukos dzīvojošie (33%). Korstabilējot šos klasterus, kas balstās attieksmē pret ziņām, ar iepriekš aplūkotajiem klasteriem, kas nošķir uzticēšanas līmeņus dažādiem mediju veidiem, varam konstatēt spēcīgu sakarību. *Neitrālos* raksturo mērena un selektīva uzticēšanās medijiem (77%), *skeptiķi* ar augstāku varbūtību neuzticas mediju videi (85%), bet uzticīgie ziņu lietotāji arī kopumā izrāda augstu uzticēšanos medijiem (60%). Tas liecina, ka šīs abas klasteru kopas ir lielā mērā sastatāmas un savstarpēji papildinošas.

Aptaujas dati atklāj, ka sabiedrībā visizplatītākais ir uzskats, ka Latvijas medijiem būtu jāatspoguļo visi pastāvošie viedokļi, pat ja tie ir daļai nepieņemami. Šī apgalvojuma vidējais vērtējums piecu punktu skalā ir 4,22 (SD = 0,88), kas norāda uz augstu un cilvēkus vienojošu pārliecību par labu plurālisma principiem un gaidām pēc daudzveidīgas informācijas telpas. Bet attieksme pret neprofesionāli radītu saturu ir daudz piesardzīgāka.

Grafiks nr. 2-25. Mediju funkcijas, vārda brīvība un uzticēšanās



Apgalvojumam, ka komentāri un blogi internetā var būt vērtīgāki par žurnālistu radītiem materiāliem, vidējais vērtējums ir 3,22 (SD = 1,19). Tas norāda uz salīdzinoši zemu, bet ne

viennozīmīgi noraidošu uzticēšanos šiem avotiem – auditorija kopumā tos neuzskata par žurnālistiku aizstājošu informācijas formu. Līdzīgi mērens, bet viedokļu grupas polarizējošs ir apgalvojums “Neuzticos nevienam medijam, tikai savai pieredzei”, kur vidējais vērtējums sasniedz 3,26 (SD = 1,24). Tas atklāj, ka daļa auditorijas izjūt zināmu skepsi pret medijiem, tomēr uzticēšanās trūkums nedominē – vidējā vērtība atrodas tuvu neitrālai pozīcijai. Kopumā rezultāti parāda, ka Latvijas sabiedrība augstu vērtē viedokļu daudzveidību, taču vienlaikus saglabā kritisku attieksmi pret alternatīvajiem satura veidiem un medijiem, nenosliecoties par labu ne absolūtai pašlūgībai, ne visaptverošai neuzticībai.

Grafiks nr. 2-26. Mediju funkcijas, vārda brīvība un uzticēšanās dažādās vecuma grupās un pēc dzimtās valodas

		Vidējā vērtība apgalvojumiem (min 1 (Pilnībā nepiekrītu); max 5 (Pilnībā piekrītu))		
Vecuma grupa		Medijiem jāatspoguļo visi sabiedrībā pastāvošie viedokļi, arī tādi, kas daudziem ir nepieņemami.	Komentāri, blogi internetā un sociālajos tīklos mēdz būt vērtīgāki par žurnālistu veidotiem materiāliem.	Neuzticos nevienam medijam, tikai savai pieredzei.
	18-24	3.7	3.2	2.8
	25-34	3.9	3.3	2.9
	35-44	4.2	3.2	3.1
	45-54	4.3	3.3	3.4
	55-64	4.2	3.2	3.5
	65-99	4.4	3.2	3.4
Dzimtā valoda	Latviešu	4.2	3.0	3.1
	Krievu	4.3	3.7	3.6

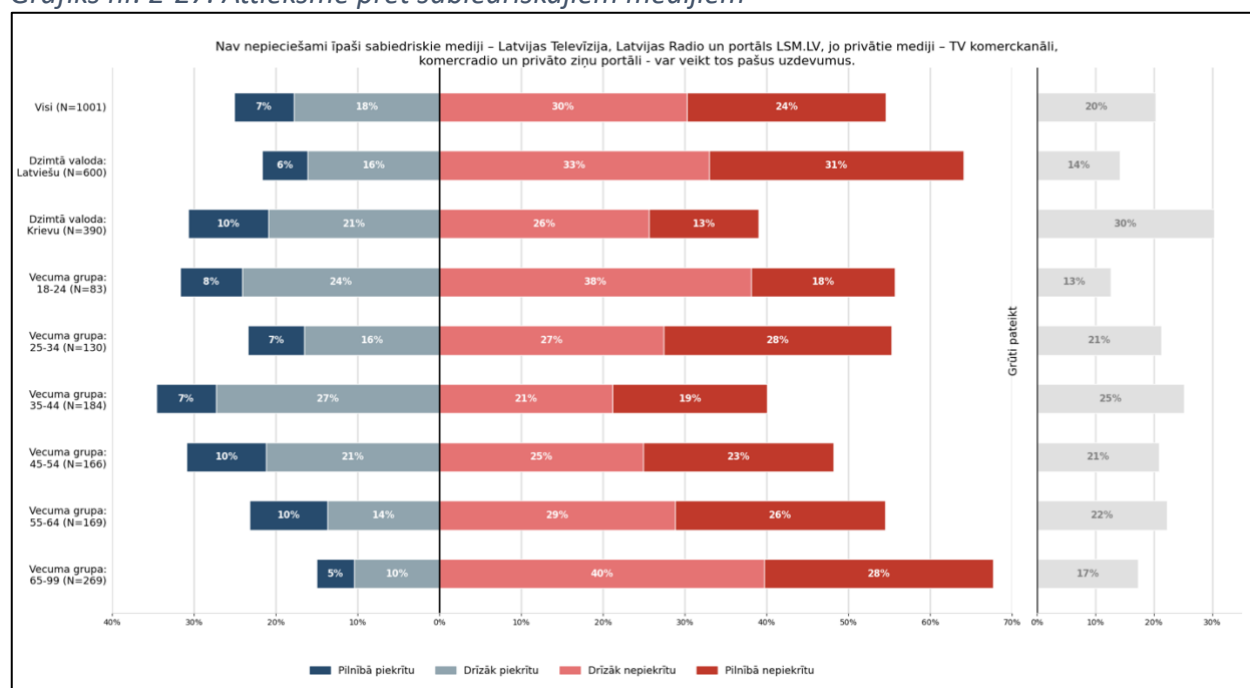
Aptaujas rezultāti demogrāfiskā griezumā parāda, ka starp vecumgrupām pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības attieksmē gan pret mediju pienākumu atspoguļot visus viedokļus, gan pašlūgšanos tikai uz personīgo pieredzi. Vidējās vērtības abos gadījumos pieaug līdz ar vecumu. Tātad jo vecāks ir Latvijas iedzīvotājs, jo lielāka iespēja, ka viņš atbalstīs viedokļu plurālismu, bet vienlaikus pašlūgsies vairāk uz savu pieredzi, nevis medijiem. Iegūtie rezultāti arī atklāj, ka pastāv būtiskas atšķirības starp latviešu un rusofonajiem respondentiem attieksmē pret blogu un sociālo mediju satura vērtīgumu – krievu valodas lietotāji daudz biežāk nekā latvieši piekrīt šim apgalvojumam (attieciņi $M = 3.71$ un $M = 2.95$). Tāpat būtiskas atšķirības konstatētas uzticēšanās jautājumā, kur rusofonie respondenti biežāk pašlūgas tikai uz personīgo pieredzi ($M = 3.58$) salīdzinājumā ar latviešiem ($M = 3.06$). Šis sabalsojas ar iepriekš konstatēto, ka Latvijas rusofonie iedzīvotāji retāk seko ziņām un biežāk izvairās no ziņām par politiku (sk. 3.1. nodaļu).

Ir pamanāmas arī nozīmīgas atšķirības starp izglītības līmeņiem. Respondenti ar pamatzglītību ($M = 3.55$) daudz biežāk nekā augstāko izglītību ieguvušie ($M = 3.01$) piekrīt, ka blogi var būt vērtīgāki par žurnālistu radīto saturu. Arī dzīvesvietas griezumā parādās ievērojamas atšķirības, jo lauku iedzīvotāji ir izteikti skeptiskāki ($M = 2.95$) nekā Rīgas un lielo pilsētu iedzīvotāji ($M = 3.30$ – 3.45) pret blogu lietošanu. Savukārt uzticēšanās tikai savai

pieredzei būtiski kontrastē starp apdzīvotās vietas tiptiem, kur mazpilsētu iedzīvotāji ir visbiežāk ieciklēti uz individuālu pieredzi ($M = 3.50$), bet lauku iedzīvotāji – visretāk ($M = 3.11$). Pēc materiālās situācijas vienīgais statistiski nozīmīgais efekts konstatēts attiecībā uz sociāli visneaizsargātāko grupu ($M \approx 3.44\text{--}3.48$), kura krietni biežāk nekā turīgākie iedzīvotāji ($M = 2.70$) paļaujas tikai uz personīgo pieredzi kā informācijas avotu.

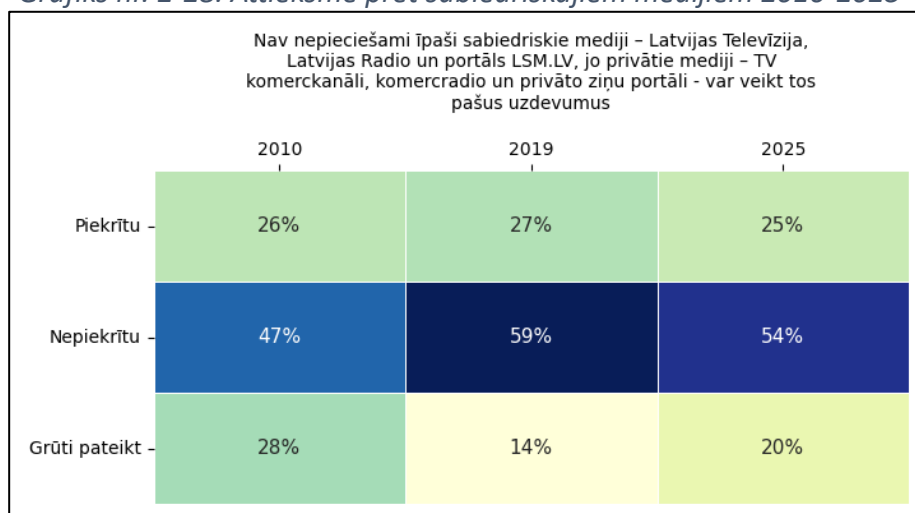
Aptaujā tika arī noskaidrots Latvijas iedzīvotāju viedoklis par sabiedrisko mediju nepieciešamību un par to, cik lielā mērā iedzīvotāji piekrīt, ka sabiedrisko mediju uzdevumus var veikt Latvijas privātie mediji. Kopējie rezultāti parāda, ka lielākā daļa aptaujāto (55%) atbalsta atsevišķa sabiedriskā medija pastāvēšanu, bet ievērojami mazāka daļa (25%) piekrīt, ka to varētu aizstāt privātie mediji – TV komercnāli, komercradio un privāto ziņu portāli. Tiesa, katram piektajam respondentam nav viedokļa šajā jautājumā, kas ir relatīvi augsts nenoteiktības rādītājs.

Grafiks nr. 2-27. Attieksme pret sabiedriskajiem medijiem



Salīdzinot Latvijas iedzīvotājus atbildes uz šo jautājumu pēdējo 15 gadu periodā, sabiedriskajā domā vara pamanīt zināmu stabilitāti – vairums respondentu sabiedriskajam medijam Latvijas mediju telpā piešķir īpašu nozīmi.

Grafiks nr. 2-28. Attieksme pret sabiedriskajiem medijiem 2010-2025



2025. gada aptaujas rezultāti parāda, ka viedoklis par labu sabiedriskā medija nepieciešamībai ir daudz izplatītāks latviešu nekā rusofono iedzīvotāju vidū (attiecīgi 64% un 39%). Taču arī respondenti, kuriem krievu valoda ir dzimtā, atklāti neiebilst pret sabiedrisko mediju. Faktiski šī opozīcija ir tikai nedaudz lielāka nekā latviešu vidū. Rusofono iedzīvotāju attieksmi drīzāk raksturo nenoteiktība un ignorance, uz ko norāda augstais skaidru viedokli nepaudošo respondentu īpatsvars šajā valodas grupā (30%). Iedzīvotāju priekšstatī par sabiedrisko medija nepieciešamību būtiski svārstās atkarībā no viņu vecuma. Jaunākajā un vecākajā kohortā (18-24 un 65+) ir vērojams augstākais atbalsts atsevišķa sabiedriskā medija pastāvēšanai (attiecīgi 56% un 68%). Tas, ļoti iespējams, izgaismo atšķirīgas auditorijas vajadzības, kuras sabiedriskajam medijam būtu jāņem vērā, domājot, kā sasniegt un noturēt šīs vecumgrupas. Taču tieši jaunākajā un arī vidējā kohortā (35-54) ir lielāka iespēja satapt cilvēkus, kuri sliecas piekrist, ka Latvijā var iztikt bez sabiedriskajiem medijiem – tam drīzāk piekrīt no 21 līdz 27% attiecīgo respondentu.

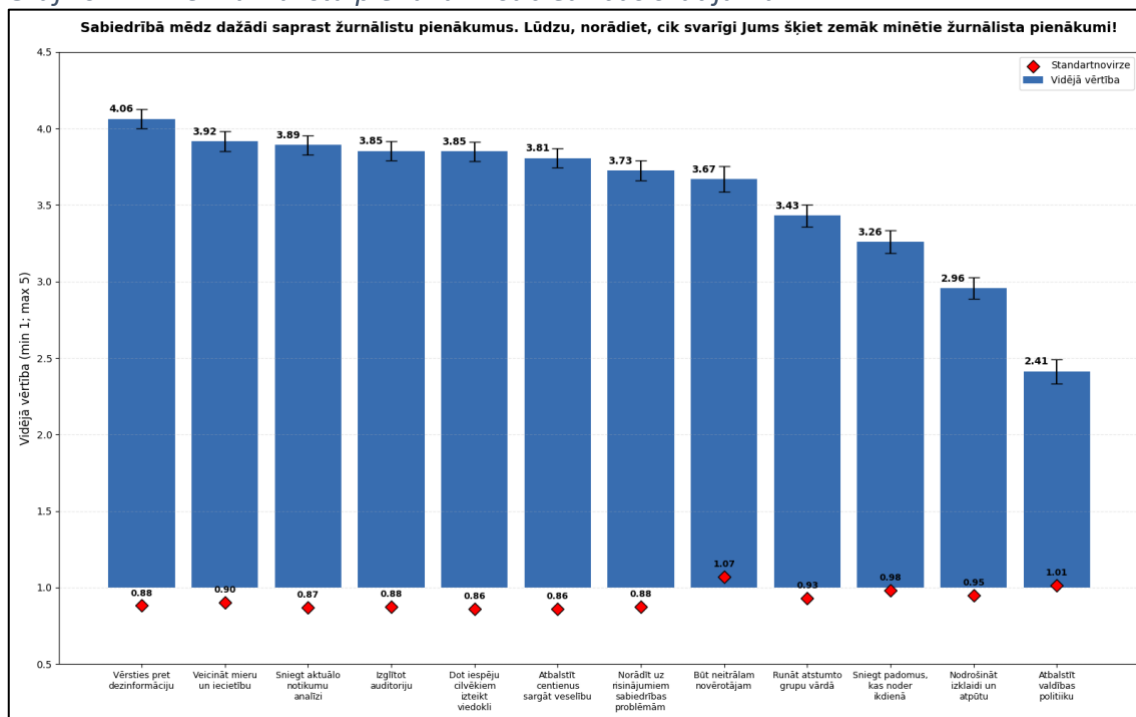
Izglītības līmenis izgaismo vēl vienu šādas attieksmes šķautni. Aptaujas rezultāti parāda, ka iedzīvotāji ar pamatzglītību (37%) ir atvērtāki idejai, ka privātie mediji var darboties vieni paši. Turpretī cilvēki ar augstāko izglītību pauž vislielāko atbalstu (65%) sabiedriskā medija īpašajai lomai. Vērts arī atzīmēt, ka prasība pēc sabiedriskā medija visvājāk izpaužas sociālekonomiski nedrošākajā Latvijas iedzīvotāju segmentā, kur cilvēkiem ir grūtības apmierināt pamatvajadzības, bet jo turīgāks ir Latvijas iedzīvotājs, jo lielāka varbūtība, ka viņš atbalstīs sabiedriskā medija nepieciešamību.

2.6 Izpratne par žurnālistikas pienākumiem

Latvijas iedzīvotāji par vissvarīgāko žurnālistu pienākumu uzskata cīņu ar dezinformāciju (M = 4,06), ko cieši papildina miera un iecietības veicināšana (3,92) un aktuālo notikumu analīze (3,89). Tikpat nozīmīgi šķiet arī uzdevumi “dot iespēju cilvēkiem izteikt viedokli” un “izglītēt auditoriju” (abi M = 3,85), kā arī atbalstīt sabiedrības veselības aizsardzību (3,81). Vidēji augstu tiek vērtēta arī žurnālistu loma risinājumu meklēšanā sabiedrības problēmām (3,72) un neitrāla novērotāja pozīcija (3,67). Salīdzinoši zemāk respondenti vērtē “runāšanu atstumto grupu vārdā” (3,43) un īpaši praktiskos, ikdienas padomus (3,26). Vismazākā nozīme

tiek piešķirta izklaides nodrošināšanai (2,95) un it īpaši valdības politikas atbalstīšanai (2,41), kas liecina, ka auditorija žurnālistos primāri sagaida sabiedrisko interešu sargus, nevis varas pārstāvju un izklaides industrijas “pagarināto roku”. Tādējādi var apgalvot, ka aptaujāto iedzīvotāju attieksmes lielā mērā sakrīt arī sociāli vēlamām atbildēm un liecina par visnotaļ saliedētu kolektīvo priekšstatu par šo profesiju.

Grafiks nr. 2-29. Žurnālistu pienākumi sabiedrības skatījumā



Faktoru analīze atklāj, ka Latvijas iedzīvotāju priekšstati par žurnālistu pienākumiem veido divas konceptuāli skaidras dimensijas. Pirmais faktors aptver *žurnālista normatīvi pilsonisko lomu*, kas saistīta ar sabiedrības interesēm un demokrātiskiem pienākumiem: cīņu ar dezinformāciju, notikumu analīzi, auditorijas izglītošanu, sabiedrības veselības aizsardzību, mieru un iecietību, problēmu risinājumu skaidrošanu un mazāk aizsargāto grupu pārstāvēniecību (augsta apvienotās skalas uzticamība $\alpha \approx .90$). Šis faktors ir visstiprākais un aptver lielāko daļu aptaujā iekļauto žurnālistu profesionālo lomu. Savukārt otrais faktors atspoguļo *praktiski ikdienišķo un atbalstošo žurnālistiku*, kurā ietilpst izklaide, ikdienā noderīgi padomi un labvēlīga attieksme pret valdības politiku (mērena skalas uzticamība $\alpha \approx .65$). Abas dimensijas savstarpēji mēreni korelē ($r = 0,31$), kas norāda, ka sabiedrības priekšstati par žurnālista pienākumiem ir daudzslāņaini, ietverot gan demokrātiskās funkcijas, gan praktiskās un izklaidējošās gaidas.

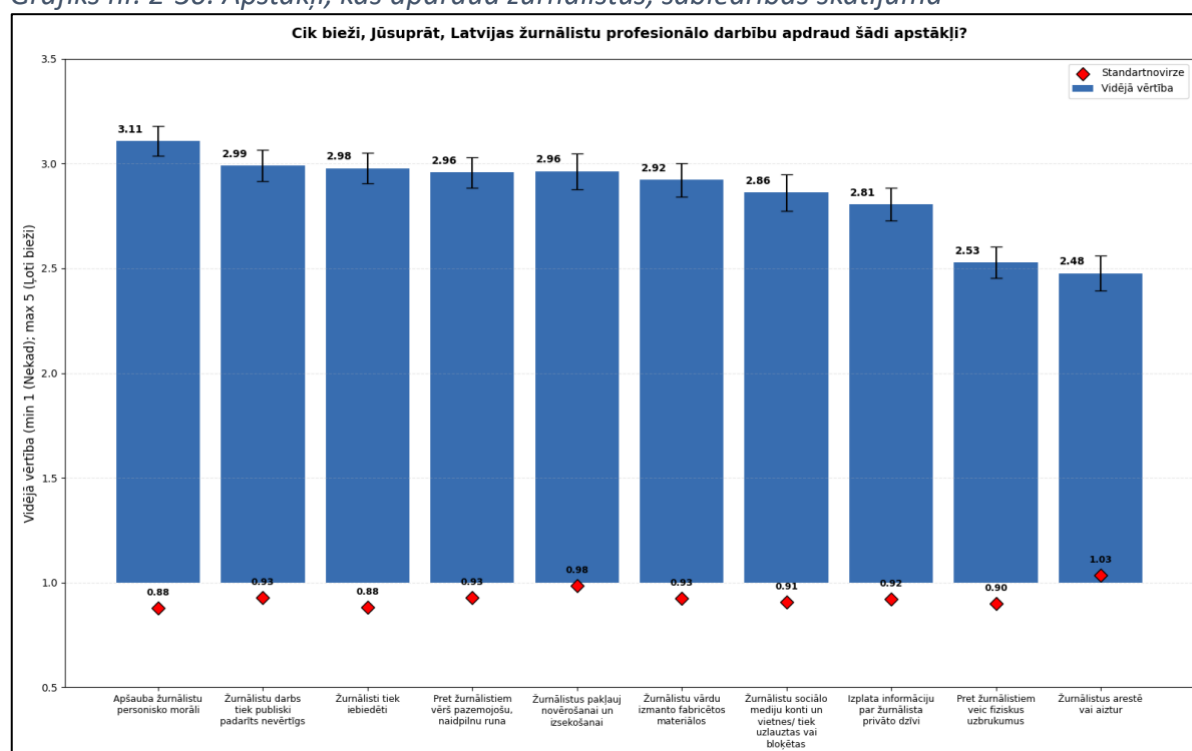
Klasteru analīze ļauj ieraudzīt zināmu “kolektīvo” portretu (1) respondentiem, kam nerūp žurnālistu profesionālie pienākumi un (2) respondentiem, kas piešķir augstu nozīmi žurnālistu profesionālajām lomām. Būtiskas atšķirības starp šīm divām viedokļu grupām nosaka tikai divi demogrāfiskie parametri – respondentu dzimums un izglītība. Ja vairāk nekā puse sieviešu (58%) noteiktiem žurnālistu pienākumiem piešķir lielu nozīmi, tad vīriešu vidū tas ir mazāk izplatīti (56%). Savukārt pamatzglītības grupā ir augstāka varbūtība nekā citās izglītības grupās ieraudzīt vienaldzību pret žurnālistu profesionālajiem pienākumiem.

2.7 Žurnālistu drošība

Aptaujas rezultāti parāda, ka respondenti kopumā Latvijas žurnālistus neuzskata par pārāk apdraudētu grupu. Augstākās vidējās vērtības uztvertā apdraudējuma biežuma skalā ir piešķirtas apgalvojumam par žurnālistu personiskās morāles apšaubīšanu (3,11), kas liecina, ka reputācijas un diskreditācijas uzbrukumi tiek uztverti kā salīdzinoši izplatītākie draudi. Līdzīgā līmenī tiek vērtēta arī žurnālistu darba publiska noniecināšana, iebiedēšana, novērošana un naidpilna runa (vidējās vērtības ap 3,0), kas norāda uz regulāru psiholoģiskā un simboliskā spiediena klātbūtni. Nedaudz retāk, taču joprojām pamanāmi, ir atzīmēti digitālie apdraudējumi un manipulācijas ar žurnālistu vārdu vai privāto dzīvi. Savukārt fiziski uzbrukumi (2,53), aresti vai brīvības atņemšana (2,48) tiek atzītas kā salīdzinoši reti apdraudējuma veidi.

Respondenti, kas kādu no Latvijas žurnālistu apdraudējumiem uzskata par ļoti biežu vai biežu parādību, demogrāfiskā griezumā nemēdz būtiski atšķirties no tiem, kas šos apdraudējumus uzskata par reti. Rusofonie respondenti ar lielāku varbūtību uzsver, ka atsevišķi apdraudējumi notiek bieži. Piemēram, starp šādiem apdraudējumiem viņi min to, ka žurnālistu darbs tiek publiski padarīts nevērtīgs (34%), viņi tiek pakļauti novērošanai un izsekošanai (34%), ka žurnālisti tiek arestēti vai aizturēti (25%), viņiem tiek atņemta brīvība (32%), tiek iebiedēti (32%), žurnālistu vārds tiek izmantots safabricētos vai manipulētos materiālos (30%), tiek izplatīta informācija par žurnālista privāto dzīvi (27%). Šāds uztvertu apdraudējumu puduris, iespējams, ir saistāms ar Latvijas sabiedrības un drošības iestāžu pieaugošo spiedienu uz krievvalodīgo mediju žurnālistiem, kas atbalsojas arī rusofonajā kopienā. Materiāli mazāk nodrošinātie, respondenti ar vidējo izglītību un sievietes ir atzīmējušas atsevišķus apdraudējumu veidus kā biežas parādības, tomēr kopumā šīs demogrāfiskās grupas neparādās ar tikpat būtisku ietekmi uz apdraudējuma uztveres diferenciāciju, kā tas ir novērojams rusofonajā segmentā.

Grafiks nr. 2-30. Apstākļi, kas apdraud žurnālistus, sabiedrības skatījumā



Runājot par to, kādi tieši žurnālisti varētu būt apdraudēti sava darba dēļ, aptaujātie respondenti visbiežāk ir minējuši žurnālistus, kuri pārsvarā strādā krievu valodā (44%), kam seko sabiedriskajos medijos strādājošie žurnālisti un sievietes žurnālistes (33%). Visretāk kā apdraudēto grupu Latvijas iedzīvotāji ir uztvēruši reģionālo mediju žurnālistus (22%). Viņu apdraudējuma iespējamību biežāk izceļ sievietes (24–28%). Savukārt rusofonie iedzīvotāji ar daudz augstāku varbūtību uzskata, ka Latvijas žurnālisti, kuri pārsvarā strādā krievu valodā, ir apdraudēti (77%).

Grafiks nr. 2-31. Apdraudējuma vērtējums dažādām žurnālistu grupām

		Cik liela ir iespēja, ka šādas žurnālistu grupas Latvijā saskaras ar riskiem tieši sava darba dēļ?				
		Ļoti maza iespēja	Drīzāk maza	Drīzāk liela	Ļoti liela	Grūti pateikt
Žurnālistu grupa	Sievietes žurnālistes	7%	25%	24%	8%	35%
	Žurnālisti, kuri pārsvarā strādā krievu valodā	5%	16%	27%	17%	34%
	Reģionālo mediju žurnālisti (strādā ārpus Rīgas)	9%	35%	18%	4%	34%
	Sabiedrisko mediju žurnālisti	6%	30%	26%	6%	32%

Respondentiem lūdzta arī novērtēt septiņu punktu skalā, cik lielā mērā valsts aizsargā žurnālistus. Iegūtā rādītāja vidējā vērtība ($M = 3,87$) septiņu punktu skalā, kur 1 nozīmē, ka valsts žurnālistu drošību nemaz neaizsargā, bet 7 – ka aizsargā pilnībā, norāda uz neitrālu vai piesardzīgi kritisku attieksmi, nevis skaidri pozitīvu vērtējumu. Vienlaikus salīdzinoši augstā standartnovirze ($SD = 1,59$) liecina par būtisku viedokļu dažādību Latvijas sabiedrībā: līdzās respondentiem, kuri valsts lomu žurnālistu aizsargāšanā vērtē samērā augstu, pastāv arī ievērojama daļa, kas to uztver kritiski.

Grafiks nr. 2-32. Vērtējums par valsts spēju aizsargāt žurnālistus

Cik lielā mērā jūs uzskatāt, ka valsts pietiekami aizsargā žurnālistu drošību?									
		Nemaz ne aizsargā	2	3	4	5	6	Plinībā aizsargā	Grūti pateikt
Dzimums	Visi N = 1001	9%	7%	12%	19%	17%	10%	2%	24%
	Vīrietis N = 549	8%	8%	11%	17%	19%	12%	2%	23%
	Sieviete N = 452	10%	6%	14%	22%	15%	6%	2%	25%
Vecuma grupa	18-24 N = 83	1%	5%	12%	26%	30%	7%	0%	19%
	25-34 N = 130	14%	2%	16%	20%	21%	4%	2%	22%
	35-44 N = 184	12%	7%	12%	28%	12%	6%	1%	22%
	45-54 N = 166	10%	10%	12%	15%	17%	6%	4%	26%
	55-64 N = 169	10%	7%	8%	16%	21%	10%	1%	28%
	65-99 N = 269	5%	8%	13%	15%	13%	17%	3%	26%
Dzimtā valoda	Latviešu N = 600	6%	5%	10%	21%	21%	13%	2%	24%
	Krievu N = 390	14%	10%	16%	17%	12%	4%	2%	25%
Materiālā nodrošinātība	Knapi savēlīkam galus N = 42	19%	2%	18%	5%	6%	7%	14%	29%
	Pārtikai pietiek, apgērbis - grūtības N = 103	15%	8%	12%	21%	17%	4%	1%	22%
	Grūtības ar ilgtermiņa precēm N = 391	10%	8%	12%	19%	17%	9%	2%	24%
	Varam pirkt ilgtermiņa preces N = 369	5%	8%	12%	20%	19%	13%	2%	21%
	Varam atļauties ko vēlamies N = 29	4%	4%	6%	26%	24%	9%	2%	25%

Demogrāfisko datu analīze atklāj, ka pastāv vairākas statistiski nozīmīgas atšķirības respondentu vērtējumos par to, cik lielā mērā valsts aizsargā žurnālistus. Dzimumu griezumā vīrieši šo aizsardzību vērtē augstāk ($M = 4,01$) nekā sievietes ($M = 3,70$). Vecumgrupu analīze izgaismo nozīmīgas atšķirības: salīdzinoši augstākus vērtējumus sniedz jaunākā grupa (18–24 gadi; $M = 4,23$) un vecākie respondenti (65+; $M = 4,15$), kamēr 25–44 gadus vecie šo aizsardzību vērtē kritiskāk. Statistiski nozīmīgas atšķirības konstatētas arī finansiālās situācijas griezumā: jo labāks materiālais stāvoklis, jo augstāks valsts novērtējums žurnālistu drošības garantēšanā. Taču visizteiktākās atšķirības vērojamas starp valodu grupām. Respondenti, kuru dzimtā valoda ir latviešu, valsts lomu vērtē ievērojami pozitīvāk ($M = 4,23$) nekā krievvalodīgie ($M = 3,33$).

Aptaujātie Latvijas iedzīvotāji visbiežāk uzskata, ka Latvijas žurnālistu drošība ir jāgarantē valsts policijai (47%) un žurnālistu profesionālajām asociācijām (42%). Nedaudz retāk tiek minēti mediju vadītāji un īpašnieki (36%), Saeima un valdība (29%) un tiesībsargs (26%), bet tikai 4% respondentu ir atzīmējuši sociālo mediju platformu atbildību.

Grafiks nr. 2-33. Institūcijas, kurām sabiedrības vērtējumā būtu jāgarantē žurnālistu drošība

Kam, jūsuprāt, būtu galvenokārt jāaizsargā žurnālistu drošība Latvijā?																
	Dzimums			Vecuma grupa						Dzimtā valoda		Materiālā nodrošinātība				
	Visi N = 1001	Vīrietis N = 549	Sieviete N = 452	18-24 N = 83	25-34 N = 130	35-44 N = 184	45-54 N = 166	55-64 N = 169	65-99 N = 269	Latviešu N = 600	Krievu N = 390	Knapi savestam galus N = 42	Pārīkai pietiek, agrābi - grūtības N = 103	Grūtības ar ātruma precēm N = 391	Varam pirt ātruma precis N = 369	Varam atlaist ko vēlamies N = 29
Valsts policijai	47%	53%	39%	42%	42%	47%	51%	57%	42%	47%	47%	31%	29%	45%	58%	51%
Saeimai un valdībai	29%	25%	34%	42%	28%	26%	18%	29%	34%	25%	33%	10%	31%	30%	30%	37%
Tiesībsargam	26%	27%	26%	32%	30%	20%	20%	24%	32%	29%	23%	11%	26%	27%	29%	21%
Mediju vadītājiem un īpašniekiem	36%	31%	42%	33%	31%	30%	30%	35%	47%	34%	38%	33%	32%	37%	37%	43%
Žurnālistu asociācijām	42%	38%	47%	41%	33%	39%	42%	41%	50%	46%	36%	16%	40%	45%	45%	38%
Sociālo mediju platformām (piem., Facebook, YouTube, X (agrāk Twitter))	4%	3%	5%	5%	6%	7%	2%	1%	4%	3%	5%	11%	2%	4%	3%	0%
Cita atbilde	1%	1%	1%	2%	2%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	7%	0%	1%	1%	2%
Nav viedokļa	17%	17%	17%	12%	21%	17%	22%	20%	12%	17%	18%	33%	21%	15%	13%	9%

No demogrāfiskajiem datiem var secināt, ka jaunieši (18-24) vairāk pieprasa atbildību par žurnālistu aizsardzību no Saeimas un valdības (42%) un tiesībsarga (32%), bet seniori (65+) no mediju vadītājiem un īpašniekiem (47%) un žurnālistu asociācijām (50%). Rusofonie respondenti daudz biežāk nekā latvieši uzskata, ka žurnālistu drošība primāri ir jāaizsargā Saeimai un valdībai – attiecīgi 33% un 25%. Savukārt respondenti ar augstāku labklājības stāvokli ir vairāk tendēti pieprasīt atbildību no policijas (51–58%).

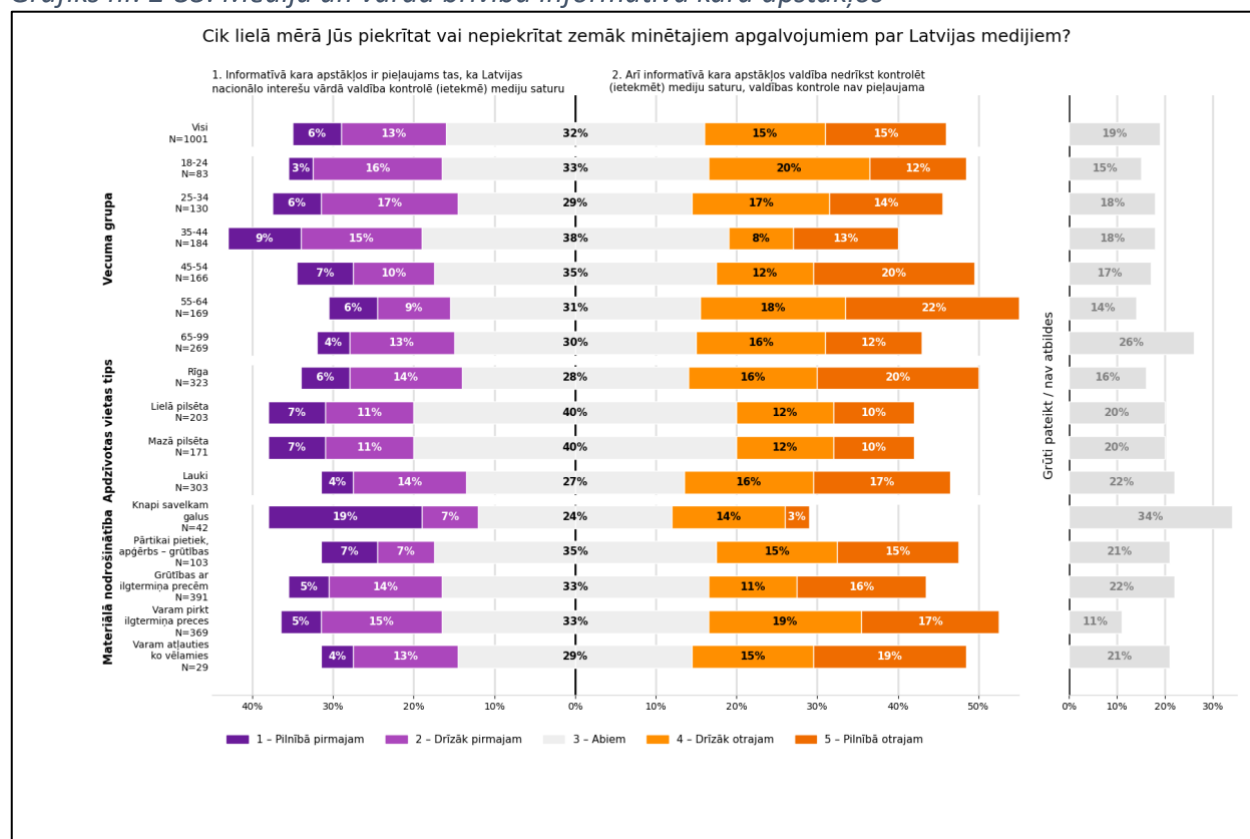
Lai gan liela daļa aptaujas dalībnieku visbiežāk norādījuši, ka policijai ir jāaizsargā žurnālistu drošība, tas nav šķērslis faktiski tikpat lielai respondentu daļai (44%) atzīt, ka policijai un citu tiesībsargājošo iestāžu darbiniekiem Latvijā nav pietiekamas zināšanas un prasmes, lai aizsargātu žurnālistu drošību. Tiesa, katram ceturtajam respondentam (26%) nav skaidra viedokļa šajā jautājumā. Taču tieši starp respondentiem, kas uzskata, ka policijai jāgarantē žurnālistu drošība, ir arī būtiski augstāka iespēja sastapt pozitīvu vērtējumu par tiesībsargājošo iestāžu prasmēm garantēt žurnālistu drošību, nekā tas ir gadījumos, kad atbilde tiek pieprasīta no citām institūcijām.

Grafiks nr. 2-34. Iedzīvotāju vērtējums par tiesībsargājošo iestāžu prasmi aizsargāt žurnālistus

Vai, jūsuprāt, policijas un citu tiesībsargājošo iestāžu darbiniekiem Latvijā ir pietiekamas zināšanas un prasmes, lai aizsargātu žurnālistu drošību?					
		Nē, noteikti nav	Drīzāk nav	Drīzāk ir	Jā, noteikti ir
					Grūti pateikt/NA
Kam jāaizsargā žurnālistu drošība?	Visi N = 1001	11%	33%	26%	4%
	Valsts policijai N = 486	10%	35%	32%	5%
	Saeimai un valdībai N = 288	11%	38%	27%	4%
	Tiesībsargam N = 261	10%	38%	29%	4%
	Mediju vadītājiem un īpašniekiem N = 359	10%	40%	26%	4%
	Žurnālistu asociācijām N = 422	11%	38%	27%	2%

Aptaujā tika arī noskaidrota attieksme pret mediju satura kontroli informatīvā kara apstākļos, kas faktiski izgaismo gatavību pieņemt oficiālu mediju satura cenzūru. Šī attieksme tika mērīta piecu punktu skalā, kurā 1 nozīmē atbalstu tam, ka Latvijas nacionālo interešu vārdā valdība kontrolē (ietekmē) mediju saturu, un 5 nozīmē kategorisku atbalstu viedoklim, ka arī informatīvā kara apstākļos valdības kontrole nav pieļaujama. Iegūtās atbildes parāda, ka Latvijas sabiedrībā nav spēcīga konsensa – vidējā vērtība 3,25 liecina par mērenu pretestību satura kontrolei, bet standartnovirze (1,14) atklāj relatīvi augstu attieksmju atšķirību. Šie rezultāti ir līdzīgi vidējam rādītājam (3,5; SD=1,1), kas 2019. gadā tika iegūts SKDS aptaujā, liekot respondentiem novērtēt, vai informatīvā kara apstākļos ir pieļaujams, ka Latvijas nacionālo interešu vārdā valdība kontrolē (ietekmē) sabiedrisko mediju saturu. Tas liecina par visnotaļ noturīgu attieksmi pret cenzūru, kuru visdrīzāk nav būtiski mainījušas pēdējo gadu mediju drošībasdrošības aktivitātes.

Grafiks nr. 2-35. Mediju un vārda brīvība informatīvā kara apstākļos



Vecuma grupās ir novērojamas statistiski nozīmīgas atšķirības: viszemākais vidējais rādītājs ir 35–44 kohortā ($M = 3,00$), bet augstākais 55–64 kohortā ($M = 3,47$), tātad vecākās grupas biežāk iestājas pret valdības ietekmi uz saturu. Apdzīvotības tipa griezumā arī ir nozīmīgas atšķirības – Rīgā un laukos vidējās vērtības ir augstākas (abi 3,35–3,36) nekā lielajās un mazajās pilsētās (3,07–3,10), norādot uz izteiktāku opozīciju mediju satura kontrolei Rīgā un laukos. Materiālā stāvokļa grupās zemākais vidējais rādītājs ir vistrūcīgākajā grupā ($M = 2,64$), bet pārējās grupās tas ir augstāks ($\sim 3,23$ – $3,39$).

Žurnālistu drošības kontekstā aptaujā tika arī noskaidrota iedzīvotāju attieksme pret to, vai Latvijai vajadzētu piedāvāt patvērumu Krievijas un Baltkrievijas žurnālistiem, kuri,

protestējot pret pieaugošajiem vārda brīvības ierobežojumiem un represijām, kas tiek vērstas pret medijiem, ir pametuši savas valstis. Šis jautājums kopš Krievijas pilna mēroga iebrukuma Ukrainā ik pa laikam ir ticis apspriests publiskajā telpā, raisot viedokļu sadursmes. Aptaujas rezultāti parāda, ka 40% respondentu atbalsta patvēruma došanu, bet tikai katrs ceturtais (25%) iebilst. Taču svarīgi arī ņemt vērā augsto iedzīvotāju nenoteiktību – katram trešajam (34%) nav viedoklis šajā jautājumā. Respondenti, kas uzskata, ka Latvijas žurnālisti tiek bieži pakļauti apdraudējumam (sk. iepriekšējo grafiku), ar lielāku varbūtību izvēlas iebilst pret patvēruma došanu Krievijas un Baltkrievijas žurnālistiem. Tas norāda uz atšķirīgajiem motīviem, kas veido attieksmes pret mediju brīvību un valsts atbildību tās nodrošināšanā.

Grafiks nr. 2-36. Patvēruma sniegšanas nepieciešamība žurnālistiem no Krievijas un Baltkrievijas

Daudzi Krievijas un Baltkrievijas žurnālisti, protestējot pret pieaugošajiem vārda brīvības ierobežojumiem un represijām, kas tiek vērstas pret medijiem, ir pametuši savas valstis. Vai Latvijai vajadzētu piedāvāt patvērumu šiem žurnālistiem?						
	Noteikti nevajadzētu	Drīzāk nevajadzētu	Drīzāk vajadzētu	Noteikti vajadzētu	Grūti pateikt/NA	
Dzimtā valoda	Visi N = 1001	9%	17%	30%	10%	34%
	Latviešu N = 600	10%	21%	33%	6%	30%
	Krievu N = 390	8%	13%	25%	15%	39%
Izglītība	Pamatizglītība N = 120	10%	21%	20%	5%	44%
	Vidējā N = 180	10%	21%	28%	9%	33%
	Vidējā profesionālā N = 371	9%	16%	28%	11%	37%
Pret žurnālistiem ir vēsta pazemojoša vai naidpilna runa	Augstākā N = 330	10%	15%	37%	11%	28%
	Nekad/Reti N = 217	9%	18%	40%	11%	23%
	Dažkārt N = 334	9%	20%	37%	11%	23%
	(Ļoti) Bieži N = 188	17%	23%	26%	12%	22%

Demogrāfisko datu analīzi atklāj nozīmīgas atšķirības starp valodu grupām. Latviešu vidū ir izteiktāka opozīcija patvēruma došanai Krievijas un Baltkrievijas žurnālistiem nekā rusofono respondentu segmentā (31% un 20%). Vienlaikus rusofonie respondenti demonstrē ļoti augstu nenoteiktību – viedoklis šajā jautājumā nav 40% aptaujāto. Augstāks atbalsts vajāto žurnālistu uzņemšanai ir starp respondentiem ar augstāko izglītību (47%), maznodrošinātākajās grupās ar lielāku varbūtību var novērot opozīciju žurnālistu uzņemšanai (40%), tikmēr pamatzglītības grupā ir augstāka nenoteiktība (44%).

2.8 Secinājumi

Neatkarīgi no mediju tipa Latvijas iedzīvotāju uzticēšanās mediju sistēmai kopumā ir samazinājusies pēdējo 10 gadu laikā. Vienlaikus sabiedrībā nostiprinājusies pārliecība, ka ir vismaz viens medijs, kuram var uzticēties. Aptaujas rezultāti kopumā ļauj secināt, ka cilvēku

uzticēšanās žurnālistikai ir mērena, un to raksturo būtiska viedokļu daudzveidība. Visaugstāk tiek vērtēti sabiedriskie mediji, kamēr sociālie mediji un alternatīvie informācijas avoti izraisa lielāku skepsi. Tiesa, uzticēšanās sociālajiem un alternatīvajiem medijiem ir būtiski pieaugusi tieši pēdējos gados. Tas norāda uz sadrumstalotu informatīvo vidi, kur uzticēšanās medijiem ir kontekstuāli nosacīta.

Attieksme pret valdības iespējamu iejaukšanos mediju saturā ir ambivalenta, un vidējais vērtējums liecina par piesardzīgu atturību. Lielākā daļa respondentu neizsaka skaidru atbalstu vai noraidījumu, kas izgaismo spriedzi starp nacionālās drošības un vārda brīvības vērtībām. Šis jautājums sabiedrībā paliek normatīvi jutīgs un polarizējošs.

Respondenti salīdzinoši biežāk kā Latvijas žurnālistu apdraudējumus min simboliskus un netiešus spiediena veidus (diskreditāciju, naidpilnu runu, morāles apšaubīšanu), nevis tiešu fizisku vardarbību. Tajā pašā laikā viedokļu izkliede liecina, ka sabiedrībai nav vienota priekšstata par šo risku izplatību un pamatotību.

Īpaši nozīmīgas atšķirības aptaujas rezultātos iezīmējas valodas griezumā. Latvieši konsekventi izrāda augstāku uzticēšanos Latvijas medijiem, biežāk atbalsta sabiedriskā medija nepieciešamību un pozitīvāk vērtē valsts lomu žurnālistu drošības nodrošināšanā. Savukārt rusofonie respondenti ir kritiskāki, biežāk uzskata medijus par nebrīviem un ar lielāku varbūtību uzticas sociālo mediju satura veidotājiem vairāk nekā žurnālistiem, kā arī biežāk atzīst, ka Latvijas žurnālisti tiek pakļauti netiešam sociālam un politiskam spiedienam. Aptauja dati arī apstiprina jau agrākos pētījumos konstatēto, ka būtiska Latvijas rusofonās auditorijas daļa ir bilingvāla un ikdienā informāciju iegūst gan no krievvalodīgajiem, gan latviešu medijiem.

Šie aptaujas dati arī skaidri signalizē par paaudžu plaisu. Latvijas iedzīvotāju attieksme pret medijiem būtiski mainās līdz ar dzīves pieredzi un mediju lietošanas paradumiem. Jaunākajās vecumgrupās dominē optimistiskāka, elastīgāka un mazāk institucionāli balstīta mediju uztvere, kurā žurnālistika tiek vērtēta līdzās citiem informācijas avotiem, nevis kā nepārprotams autoritātes standarts. Savukārt vecākajās vecumgrupās izteiktāka ir orientācija uz tradicionālajiem un sabiedriskajiem medijiem, kas norāda uz paaudžu atšķirīgu izpratni par uzticamību, profesionālismu un žurnālistikas lomu demokrātiskā sabiedrībā.

Izglītība un materiālais stāvoklis darbojas kā papildu diferencējoši faktori: augstāk izglītotie un turīgākie iedzīvotāji biežāk uzticas tradicionālajiem medijiem un sabiedriskajam medijam, kamēr sociāli mazāk nodrošinātie biežāk paļaujas uz personīgo pieredzi un alternatīvajiem informācijas avotiem.

Aptaujas datu klasteranalīze parāda, ka sabiedrības attieksmes pret žurnālistiku tiek uzturēta trīs stabilās viedokļu grupās – uzticīgajos, kritiskajos un ambivalentajos. Visizteiktākās atšķirības saistītas ar dzimto valodu un vecumu, nevis dzimumu vai izglītību. Tas apliecina, ka Latvijas mediju uztvere ir cieši saistīta ar sociālo pieredzi un piederību atšķirīgiem informatīvās telpas segmentiem.

3 Fokusgrupu diskusiju pārskats

Ņemot vērā nacionāli reprezentatīvas iedzīvotāju aptaujas rezultātus, tika organizētas trīs fokusa grupu diskusijas (FGD) laikā no 2025. gada 20. līdz 27. novembrim tiešsaistē. Kopīgais visām trim grupām bija augsta vai vidēja neuzticēšanās medijiem, ņemot vērā aptaujas datu kvantitatīvo klāsteranalīzi, kura aprakstīta iepriekšējā nodaļā. Tā rezultātā FGD rekrutēja iedzīvotājus vecuma grupā no 45 līdz 64 gadiem, pārstāvēdamos dažādus sociāldemogrāfiskos profilus un reģionus. Vienu grupu veidoja iedzīvotāji ar latviešu valodā kā dzimto valodu no visas Latvijas, ar zemiem ienākumiem un iegūtu pamata vai vidējo izglītību. Otrai FGD profils atšķīrās tikai pēc iegūtās izglītības (vismaz vidējā) un ienākumu līmeni – tie bija vidēji vai augsti. Atsevišķa FGD tika organizēta ar iedzīvotājiem, kuru dzimtā valoda ir krievu, no Rīgas un Latgales reģiona, ar dažādu izglītības un ienākumu līmeni.

Fokusgrupu diskusijas tika veidotas ap trim tematiskajiem blokiem. Sākotnēji noskaidroti jautājumi, kā iedzīvotāji izvērtē informācijas avotu uzticamību. Tam sekoja uzdevums, kurā dalībniekiem trīs reizes tika rādīti trīs dažādu personu attēli, katrā iekļaujot vienu žurnālistu, blogeri vai sociālo tīklu satura veidotāju un politiķi. Dalībnieki tika aicināti atpazīt šīs personas, analizēt to kopējās un atšķirīgās iezīmes, kā arī definēt, kurus no viņiem var uzskatīt par žurnālistiem un kādas īpašības raksturo šo profesiju. Šī uzdevuma mērķis bija noskaidrot, vai un kā iedzīvotāji ar zemu uzticēšanos medijiem salīdzinošā dimensijā uztver katru no profesijas pārstāvjiem. Diskusijas dalībniekiem tika uzdoti jautājumi, kurus no šiem informācijas veidotājiem viņi uzskata par brīvākiem un neatkarīgākiem savos izteikumos, kā arī kuriem viņi uzticas vairāk, lai noskaidrotu neuzticēšanās pamatojumu un izpratni par žurnālistu lomu sabiedrībā.

Turpmākajā nodaļas izklāstā FGD rezultāti ir analizēti kopskatā, ne katra no trim diskusijām atsevišķi, lai konstatētu gan universālus kritiskās attieksmes iemeslus, kas vieno dažādus sabiedrības grupas, gan arī specifiskas atšķirības, vērtējot, kā to ietekmē respondentu labklājības līmenis, izglītība un ikdienā lietotā valoda. Sākumā norādītas četras identificētās neuzticēšanās stratēģijas, kuras mēdz tiklab pārklāties, cik būtiski atšķirties viena no otras. Tālāk pievērsta uzmanība tam, kā FGD dalībnieki uztver žurnālistu un – tam ieprretim – blogeru un sociālo tīklu satura veidotāju funkcijas un lomu Latvijas mediju vidē.

Nodaļas noslēgumā skatīti trīs konkrēti gadījumi, kas saistīti ar satura veidotāju drošību – tiklab fizisku, cik digitālajā vidē – ar mērķi rosināt diskusiju FGD dalībnieku vidū par robežām starp vārda brīvību, kritiku un vajāšanu, tostarp tiesībsargājošo iestāžu darbībām. Tika detalizēti aplūkots Jāņa Sondara un Ingas Sprinģes konflikts, kas noslēdzās ar tiesas spriedumu, kurā pirmais notiesāts par otrās vajāšanu. Analizējot prokuratūras apsūdzību un paša Sondara skaidrojumus, dalībniekus aicināja vērtēt soda taisnīgumu un reflektēt par šādām situācijām un kā tās novērst. Tāpat tika apspriests Lato Lapsas gadījums saistībā ar tiesvedībām un kratīšanām, kas saistītas ar tiesībsargājošo iestāžu un Lapsas aktivitātēm, kā arī situāciju saistībā ar Latvijas Radio žurnālisti Olgu Kņazevu, pret kuru sociālajos medijos tika vērsta nomelnošanas kampaņa. Jāuzsver, ka šīs sadaļas mērķis bija nevis noskaidrot viedokļus par konkrētajiem gadījumiem, bet gan iegūt informāciju par kritērijiem un aspektiem, kā sabiedrības grupas ar vidēju vai augstu neuzticēšanos medijiem raksturo žurnālistikas profesiju, tās nozīmi demokrātiskā sabiedrībā un kā šo iedzīvotāju skatījumā valsts un specifiski tiesībsargājošās iestādes garantē vārda brīvību un žurnālistu aizsardzību.

3.1 Neuzticēšanās stratēģijas

Kopumā FGD identificējamās četras neuzticēšanās stratēģijas attiecībā pret informatīvajā telpā publicēto informāciju, kur katrai no tām ir cits pamats. Visos gadījumos to veido līdzšinējā pieredze saskarsmē ar mediju saturu. Daudzos gadījumos to ir ietekmējis mediju saturs Covid-19 pandēmijas laikā, kā arī informatīvais karš saistībā ar Krievijas pilna mēroga iebrukumu Ukrainā. Taču šī ietekme sniedzas pāri konkrētajai pagātnes pieredzei un tiek attiecināta uz visu informatīvo vidi. Jāuzsver, ka respondenti visbiežāk pauž uzskatus, kas raksturīgi vairāk nekā vienai no tālāk iztirzātajām četrām stratēģijām. Tāpēc minētā klasifikācija jāvērtē piesardzīgi – kā analītiskas kategorijas, kas ļauj ieraudzīt dažādos mehānismus, kas veido vienu vai cita veida pasaules uzskatus par žurnālistu lomu Latvijā un demokrātiskā sabiedrībā.

3.1.1 Nezticos nevienam informācijas avotam

Absolūta un vispārināta neuzticēšanās publicētajai informācijai nozīmē, ka jau iepriekš indivīds pieņem - jebkurš avots maldina un patiesību publiski pieejamā informācijā principā atrast nav iespējams. Tā rezultātā mediju saturs, tostarp arī t.s. blogosfēras veidoto, uztver kā vienpusēju, manipulējošu un ar slēptiem mērķiem. Proti tā ir ciniska premisa, ka žurnālistika un blogeri darbojas tendenciozi un izvēlas tikai vienu skatupunktu, kā rezultātā auditorijai nav pamata tai uzticēties – neatkarīgi no tā, kas ir autors un kādā formātā tā ir publicēta. Nozīme nav arī satura atsevišķiem elementiem (viedokļu daudzveidība, aptaujāto avotu loks, informācijas pārbaudes elementi). Neuzticēšanās šeit nav saistīta ar konkrēta medija reputāciju, bet ar priekšstatu par visas nozares sistemātisku vienpusību un sabiedrības virzīšanu noteiktā virzienā. Tā vietā, lai mēģinātu atrast uzticamu avotu, šīs grupas respondenti nereti izvēlas pilnīgu distancēšanos, uzskatot, ka jebkurš vēstījums kalpo kāda interesēm:

Televīziju es neskatos jau daudzus gadus. Ziņu portālus es, protams, palasu – jaunākās ziņas un visu, bet man ir ļoti maza uzticamība. [..] Viņi tendenciozi iet tikai vienos vārtos, neatspoguļojot pretējo viedokli.

Šāda mediju uztvere bieži saistīta ar notiekošo Ukrainā, uzsverot, ka Krievijas mediji, no vienas puses, un Rietumu, Ukrainas un Latvijas mediji, no otras puses, pauž pretēju informāciju, tāpēc ir grūti kādam vispār uzticēties:

[..] Kas attiecas uz karu [Ukrainā], tad tur noticēt ir ļoti grūti, jo man arī ir pieeja Krievijas televīzijai. Krievijas televīzijā runā tikai par to, cik veiksmīgi ir bijuši uzbrukumi tur un tur, bet Rietumu, Ukrainas vai Latvijas televīzijās saka, cik veiksmīgi ir bijuši uzbrukumi citās vietās. Vienkārši pilnīgi pretēji viedokļi! Tāpēc ir ļoti grūti noticēt vieniem vai otriem.

Tas nereti noved pie paradoksāla rezultāta – lai gan indivīds apgalvo, ka nezticas nevienam, praksē tas var nozīmēt nevis kritisku analīzi, bet gan pasīvu padošanos dezinformācijas priekšā vai noslēgšanos, izslēdzot no mediju patēriņa tradicionālos kanālus un tā vietā aktīvi izmantojot sociālos medijus, pakļaujot sevi šo platformu algoritmu ietekmei, vai saziņas platformas:

Latvijas masu medijiem es vispār neuzticos. Vienkārši – nulle! Es jau 3,5 gadus kā tos aizvēru un vairāk neveru vaļā, un jūtos ļoti labi. Telegram var atrast dažādus informācijas avotus. Facebook arī dažreiz mēdz būt, bet tur es skatos tieši to, kā cilvēki komentē notikumus. Dažreiz tas ir daudz interesantāk un noderīgāk nekā pats raksts. Es pēc atslēgvārdiem meklēju. Ja kaut kas izraisa spilgtas emocijas, tad izlasu divas reizes, bet vislabāk paskatos komentāros, ko citi saka.

Citiem vārdiem, ciniskas neuzticēšanās stratēģija nav tikai attieksme, bet arī uzvedības modelis: neuzticēšanās tiek risināta, vienkārši izslēdzot tradicionālos avotus no ikdienas patēriņa. Krievvalodīgo grupā tas bieži savijas ar sajūtu par atstumtību, kur mediji tiek uztverti kā varas rupori, kas ignorē vai sagroza viņiem svarīgas tēmas. Tā vietā, lai meklētu patiesību, šie patērētāji nereti izvēlas vienkārši ignorēt ziņas, kas neatbilst viņu pasaules uzskatam, vai paļaujas uz fragmentāru informāciju no sociālajiem medijiem, pat ja deklarē neuzticēšanos arī tiem.

Praksē šāda nostāja bieži noved pie informācijas patēriņa būtiskas sašaurināšanas, jo, ja visi avoti tiek uzskatīti par neuzticamiem, nav motivācijas ieguldīt laiku pārbaudē un salīdzināšanā. Taču vēl būtiskāk, ka notiek vispārināšana, neattiecinot polarizējošas un pretrunīgas informāciju eksistenci tikai uz konkrētiem gadījumiem (Covid-19 pandēmija; Ukrainā notiekošais), bet gan visu mediju telpu un saturu.

Šī stratēģija bieži iet roku rokā ar uzskatu, ka žurnālisti nav brīvi savā darbībā, bet ir pakļauti mediju īpašnieku vai politiskās elites diktātam – fenomens, kurš sīkāk tiks iztirzāts vēlāk, sadaļā par žurnālistikas profesijas uztveri. Taču jau šobrīd var identificēt, ka šīs stratēģijas piekritēji medijus uztver kā manipulācijas instrumentu, kas vājina demokrātiju, nevis to stiprina. Šādā skatījumā žurnālists tiek reducēts līdz pasūtījuma izpildītājam, un jebkura informācija tiek automātiski saistīta ar kādu slēptu pasūtītāju vai labuma guvēju, nevis objektīvi izvērtējot faktus un satura analīzes kvalitāti.

3.1.2 Pret visiem informācijas avotiem jāizturas kritiski

Pretstatā ciniskajai distancei, kas raksturo pirmo stratēģiju, otrā pieeja – "pret visiem informācijas avotiem jāizturas kritiski" – ir aktīva un analītiska medijpratības prakse, kas visbiežāk – bet ne tikai – novērojama starp iedzīvotājiem ar relatīvi augstāku izglītību un ienākumiem. Šī pieeja nošķir saturu, kas ir veidots kā manipulācijas mēģinājums, no satura, kas ir iespējami kļūdains nejaušības dēļ. Tāpēc šie iedzīvotāji uzskata par savu pienākumu patstāvīgi vērtēt un analizēt informāciju, neatkarīgi no tā, kas un kur to publicē. Citiem vārdiem, nepatiesas informācijas publicēšana mēdz būt arī nejauša un neapzināta, jo kļūdas gadās visiem, nevis tā vienmēr ir apzināta un mērķtiecīga dezinformācijas izplatīšana. Tādējādi neuzticēšanās šeit nav vispārēja pārliecība par mediju korumpētību, bet gan instruments, lai atšķirtu kvalitatīvu žurnālistiku no pavirša vai tendencioza satura.

"[...] es nedodu priekšroku kāda viedoklim. Vienkārši ar kritisku ausi klausos, kas man ir vai nav pieņemami. Nekādas prioritātes nav."

Šīs stratēģijas pamatā ir vairāku praktisku paņēmienu kopums, kas ļauj izsvērt informācijas ticamību. Viens no populārākajiem ir dažādu informācijas avotu salīdzināšana, lai atrastu

versiju, kas atkārtojas vairākos neatkarīgos informācijas avotos. Šāda pieeja tiek pielietota gan vietējā mērogā, salīdzinot dažādus Latvijas ziņu portālus, gan starptautiskā līmenī, īpaši kara Ukrainā kontekstā, kur dalībnieki apzināti seko līdzi gan Ukrainas, gan Krievijas avotiem.

"Var izlasīt vienā portālā un pēc tam salīdzināt ar otro, trešo, ceturto un piekto. Paklausīties, ko saka pa radio. Bez tam vēl ir internets, Krievijas televīzija utt.. Vajag salīdzināt un izvilkēt vidējo. Ja kaut kas daudz maz sakrīt, tad var arī noticēt."

Otra izplatīta taktika šīs stratēģijas ietvaros ir pazīmju meklēšana, kas liecina par zemu satura kvalitāti vai iespējamu dezinformāciju. Šāda patēriņa pieejā uzmanību pievērš virsraksta emocionalitātei, valodas kvalitātei, atsauču trūkumam un citiem signāliem, kas liek apšaubīt informācijas patiesumu.

"Ja es internetā ieraugu kaut kādu skaļu uzrakstu, kas man liekas dīvains, tad es parasti paskatos avotu. Pirmkārt, no kura saita tas ir, jo ir jau kaut kādi viltus Delfi uzradušies ar skaļiem virsrakstiem. Kad tu sāc lasīt, tad liekas, ka ir šausmas. Es kritiski pieeju tam. Es arī neveru vaļā vienkārši tāpēc, ka uzraksts ir ļoti skaļš un liekas, ka tas ir jāizlasa."

"Es viss kaut kur tās ziņas skatos. Ar to uzticamību ir tā, ka uz 50% varētu būt, jo ir bieži pat redzēts, ka vienkārši ir novilkts no interneta un pat ir slinkums pašiem iztulkot, bet vienkārši ir palaists caur Google tulkotāju. Tur pat ar aci var redzēt, ka tur ir galīgi šķērsām. Tā ir ar tām ziņām. Tur ir baigi jānovērtē, kas, kur un kam ticēt."

Treškārt, šī stratēģija balstās uz fundamentālu skepsi pret jebkuru informāciju, kas iepazīta pirmo reizi. Ziņa tiek uztverta kā hipotēze, kurai nepieciešams apstiprinājums no citiem avotiem. Tas veido proaktīvu informācijas patēriņa modeli, kurā lietotājs ir gatavs ieguldīt laiku un pūles, lai izveidotu pats savu, argumentētu izpratni par notikumiem.

"Mana izpratne par to ir tāda, ka pirmā ziņa, ko es dzirdu, es tam noteikti neticu. Man ir jābūt pierādījumam, ka tā ziņa varētu būt patiesa vai nepatiesa."

"Par uzticēšanās līmeni ir tā, ka cenšos atrast vairākus resursus un salīdzināt sniegto informāciju, ja tas jautājums man ir interesants, lai mēģinātu pats izanalizēt, cik tā ir atbilstoša un objektīva vai kur pilnīgi var redzēt, ka tur ir dezinformācija."

Kopumā šī stratēģija ir brīvprātīga vēlme un mērķtiecīga prasme izšķirt starp objektīviem un neobjektīviem ziņu avotiem un pasargāt sevi no dezinformācijas. Atšķirībā no ciniskās pieejas, šeit salīdzināšana ne vienmēr noved pie secinājuma, ka "visi melo", bet drīzāk uz argumentētiem spriedumiem par atsevišķu informācijas avotu un satura veidotāju ticamību. Vienlaikus šī stratēģija mudina atteikties no jebkādas lojalitātes vienam konkrētam viedoklim vai avotam. Tā vietā notiek strukturēta pieeja ar mērķi identificēt, kas no publicētā ir papildus vēl jāpārbauda. Tāpēc šī stratēģija reprezentē "veselīgu" neuzticēšanos, kas nenoved pie atteikšanās no mediju lietošanas, bet drīzāk pie augstāka informācijas patēriņa ar augstām prasībām pret žurnālistikas kvalitāti un caurspīdīgumu satura veidošanā.

3.1.3 Uzticos noteikumiem tradicionālajiem medijiem

Šāda pieeja identificēta tikai fokusgrupā, kurā piedalījās iedzīvotāji ar augstiem ienākumiem un augstāko izglītību, un tā pastāv paralēli iepriekš aprakstītajai kritiskajai pieejai. Tā vietā, lai noraidītu visus medijus, šie iedzīvotāji ir identificējuši atsevišķus uzticamos avotus tradicionālajā mediju vidē, kas atbilst viņu standartiem par objektivitāti un profesionalitāti. Viens no šādiem informācijas avotiem ir sabiedriskie mediji, balstoties uz pieņemumu par medija sabiedrisko misiju un žurnālistu spēju atlasīt un pasniegt nozīmīgu un pārbaudītu informāciju.

"Man patīk rīta cēliens [sabiedriskajos medijos] no 6 līdz 9. Jā, es varu teikt, ka es tam uzticos, jo es ceru, ka tiem žurnālistiem, kuri strādā Latvijas Radio un Latvijas Televīzijā, un vispār sabiedriskajos medijos, var ticēt un ka viņi atlasīs to informāciju tieši tādu, kāda ir vajadzīga katram Latvijas iedzīvotājam."

Izteikti, ka šajā gadījumā uzticēšanos mēdz saistīt ar minimālu žurnālistu iesaisti satura veidošanā un interpretācijā, tādējādi žurnālistiku uztverot kā sausu faktu avotu, kas ir brīvs no emocionālām interpretācijām, spilgtiem virsrakstiem un vizuālām manipulācijām. Šī izvēle ilustrē augsti izglītotās auditorijas pieprasījumu pēc lakoniskas informācijas laikmetā, kad novērojama informācijas pārbagātība un piesātinājums. Uzticēšanos šeit rada tieši informācijas pasniegšanas stils – lietišķs, atturīgs un koncentrēts uz faktiem.

"Vienīgais, ko es daru, aizejot uz darbu, es atveru LETA un apskatos, kas tur ir. Tai informācijai es arī parasti uzticos. Tur diezgan čakli cilvēki strādā un atspoguļo faktiskos apstākļus un situācijas. Es mēģinu uzticēties tam, bet arī ar tādu domu, ka tur nav bildīte, nav krāšņu virsrakstu. Tur vienkārši ir fakti. Tā kā mums darbā tas ir pieejams un pērk šo pakalpojumu, tad tas patiesībā ir ļoti saistoši."

Atšķirībā no iepriekšējās, kritiskās salīdzināšanas stratēģijas, kur būtiska loma ir paralēlai avotu pārbaudei, šeit redzams lielāks paļāvības līmenis uz noteiktu institucionālo zīmolu reputāciju. Uzticēšanās balstās pārliecībā par redakcionāliem standartiem, profesionālu žurnālistiku un skaidrāku atbildību par saturu. Tajā pašā laikā tiek saglabāts zināms piesardzības elements – uzticēšanās nav akla, bet tomēr ļauj samazināt ikdienas kognitīvo slodzi, kas jāpatērē, ja saturu patērē iepriekšējā aprakstītajā stratēģijā, kad tiek salīdzināti daudzi dažādi ziņu avoti. Taču šajā gadījumā tā reducē žurnālistiku līdz komunikācijas kanālam, kuram tikai jāpiegādā informācija, mazāku nozīmi piešķirot pētnieciskās un izmeklējošās žurnālistikas lomai un nepieciešamībai demokrātiskā sabiedrībā.

Šo stratēģiju būtiski papildina vēl viens aspekts – izteikta noraidoša attieksme pret sociālajiem medijiem un interneta vidi kopumā, pretstatot to tradicionālajiem medijiem (televīzijai un radio) kā relatīvi uzticamākiem informācijas kanāliem. Šajā skatījumā digitālā vide tiek uztverta nevis kā informācijas avots, bet gan kā biznesa projekts, kura ietvaros objektivitāte tiek upurēta peļņas gūšanai. Proti, lietotāji saskata tiešu cēloņsakarību starp sensacionāliem, bieži vien nepatiesiem virsrakstiem un vēlmi gūt "klikšķus".

Šī attieksme pret digitālo vidi ir populāra tiklab dalībniekiem ar zemiem ienākumiem, kā arī starp augstāk izglītotajiem – kaut arī viņu argumentācija atšķiras. Vairāk neuzticēšanās

sociālajiem medijiem izskan no iedzīvotājiem, kuri dod priekšroku televīzijas un radio formātam kā uzticamākiem kanāliem. Šī loģika saistīta ar pieņēmumu, ka tradicionālie mediji ir uzticamāki, jo televīzijas pārraides, kuru sasniedzamība ir visa Latvijas teritorija, nevar atļauties izplatīt kļaidus melus, jo tās ir pakļautas daudz stingrākai sabiedriskajai un institucionālajai uzraudzībai:

"Es nezinu, kuriem ziņu portāliem var uzticēties. [...] Ziņas es skatos pārsvarā pa televizoru tikai. Tikai, jo man sociālo tīklu ziņām ir īpaši maza ticība. Es vienkārši esmu dzirdējis, ka ir uzrakstīts, ka ir miris Raimonds Pauls, bet izrādās, ka tas viss ir pilnīgi safabrics, ka tā nav taisnība. Kā tu vari ziņām ticēt internetā? Es uzskatu, ka internetā liek tās ziņas, jo, ja tur vairāk skatītāju skatās, viņi vairāk pelna naudu par to. Tas ir mazliet kā business - ielikšu viltus ziņu, visi skatīsies un man nāks naudiņa. Televizora ziņām es ticu, jo to rāda visā Latvijā, visā pasaulē. Tur nevar ielikt viltus ziņu kaut kādu."

Pretstatā tradicionālajiem kanāliem, blogeri un sociālo mediju satura veidotāji tiek uztverti ar konsekventu skepticismu vai acīmredzamu nievāšanu. Šiem satura veidotājiem šīs neuzticēšanās stratēģijas piekritēju skatījumā trūkst ne tikai redakcionālās kontroles, bet arī profesionālā identitātes, kas būtu skaidra un nosakāma. Atšķirībā no tradicionālajiem medijiem ar identificējamu profesionālo standartu, blogeri un sociālo mediju satura veidotāji šķiet relatīvi anonīmi un necaurspīdīgi, reducējot viņu veidoto saturu līdz subjektīvai personīgā viedokļa paušanai, kas nav pakļauts pārbaudei, atšķirībā no faktiem:

"Nu, es blogeriem ne pārāk ticu. Kāpēc tā? Nezinu. Nav man pret viņu nekādas uzticamības un nekad nav bijusi."

Augstākminētais izteikums liecina, ka neuzticēšanās blogeriem un sociālo tīklu satura veidotājiem ir bieži neapzināta attieksme, nevis argumentēta pozīcija. Tai piemīt emocionalitāte, kas nav balstīta konkrētos piemēros, bet drīzāk vispārējā pārliecībā, ka šī informācijas forma nav atbilstoša vai godīga. Šī stratēģija izriet no pieņēmuma, ka satura platforma un institucionālais ietvars tiešā veidā ietekmē tā ticamību. Tradicionālie mediji ar redakcionālo struktūru un žurnālistiem šķiet objektīvāki, pat ja viņiem ir stingrāka kontrole un ierobežota vārda brīvība. Savukārt internetā balstīto satura veidošanu (īpaši sociālajos medijos) šādu institucionālo struktūru nav, tāpēc tur dominē komerciāla interese. Līdz ar to šī neuzticēšanās šeit tiek pamatota ne tikai ar dezinformācijas risku, bet arī ar uzskatu, ka neregulēta mediju vide, kura raksturīga sociālajiem medijiem, primāri kalpo peļņai.

Jāuzsver, ka šī stratēģija, kas dod priekšroku tradicionālajiem medijiem, mēdz pārklāties ar stratēģiju, kurā pastāv kritiska attieksme pret visiem medijiem, kas balstīta aktīvā un analītiskā satura analizēšanā. Spilgti tas izpaužas kāda respondenta pārdomās par neseno gadījumu, kad Lielbritānijas sabiedriskais medijs BBC atvainojās ASV prezidentam Donaldam Trampam pēc tam, kad šīs raidsabiedrības dokumentālajā filmā tika īstenota citātu montāža, kura radīja citu vēstījumu nekā patiesībā Tramps izteicās:

YouTube un Twitter jeb X, kas tagad ir, un Telegram ir ļoti kritiski jāpieiet visai sniegtajai informācijai, jo tomēr tur ļoti mērķtiecīgi strādā uz to, lai radītu kaut kādu sev labvēlīgu fonu ar kādu informāciju, un tādā veidā tā tiek pasniegta. Tur tas informācijas kvalitātes līmenis [manipulatīva un tendenciozā saturam] ir krietni augstāks nekā televīzijas kanālos. Kaut gan

man pēdējā laika lielākā vilšanās ir skandāls ar BBC un Trampu un viņa runas samiksēšanu. Kopumā tas masu medijiem ir tāds ļoti liels kauna traips un nepatīkama situācija.

Moderators: Vai tas bija pārsteigums? Vai arī likās, ka tas ir tā tipiski?

Par BBC man tas bija pārsteigums. Tiešām, jo līdz šim, cik es biju... Es neteikšu, ka es viņiem ļoti aktīvi sekoju, bet tomēr tas bija viens no tiem, ja bija kaut kāda informācija jāsalīdzina. Man likās, ka BBC viedoklim es vairāk varētu uzticētos. Šobrīd tā ir, kā ir.

Moderators: Vai ir arī Latvijā bijuši kādi nepatīkami pārsteigumi no kādiem masu medijiem?
Šobrīd man īsti atmiņā nenāk. Latvijā vairāk ir tas, ka žurnālistu darbs kaut kādā brīdī, kad tiek prasīti komentāri vai informācija no politiķiem par kaut kādiem jautājumiem, un tiek saņemtas standarta/ tipveida atbildes, tālāk netiek šķetināts un netiek mēģināts tos jautājumus un informāciju precizēt, lai iegūtu kaut kādu detalizētāku informāciju.

Ar visu to, ka BBC darbība bija neētiska un neprofesionāla, FGD dalībnieks turpināja paust augstāku uzticēšanos tradicionālajiem medijiem. Bet, aicinot precizēt, vai šādas situācijas mēdz būt regulāras, viņš aicināja žurnālistus nodrošināt plašāku analītisko saturu un viedokļu daudzveidību. Citiem vārdiem, novērojams, ka pēc aicinājuma vispārināt savu attieksmi, šis dalībnieks atgriezās pie otrās neuzticēšanās stratēģijas: medijpratībā balstītai kritiskajai attieksmei pret medijiem, kur svarīga dažādu informācijas avotu sniegtā informācija, lai pieņemtu izsvērtu un informētu lēmumu par savu pozīciju kādā jautājumā. Tas vēlreiz apliecina, ka iedzīvotāji mēdz kombinēt dažādas neuzticēšanās stratēģijas.

3.1.4 Uzticos sociālajiem medijiem, neuzticos tradicionālajiem medijiem

Uzticēšanās sociālajiem medijiem ar vienlaicīgi augstu neuzticēšanos tradicionālajiem medijiem raksturīga iedzīvotājiem, kuri jūtas atsvešināti no valsts, tostarp, krievvalodīgajiem respondenti un iedzīvotājiem ar zemiem ienākumiem. Līdzīgi kā pirmajā stratēģijā, kur dominē totāla neuzticēšanās mediju videi, šajā pieejā selektīvi tikai tradicionālā žurnālistika tiek uzskatīta par neuzticamu, politiski angažētu un pērķamu, savukārt sociālie mediji, blogeri un saziņas čatu kanāli tiek uztverti kā patiesības un autentiskuma avoti. Respondenti, kuri šādi rīkojas, Latvijas medijiem bieži piedēvē pilnīgu neuzticēšanos un uzsver, ka tos ikdienā vispār nelieto, aizvietojojot tos ar *Telegram* kanāliem, *Facebook* un citu platformu saturu. Šeit svarīgāka par institucionālu reputāciju ir sajūta, ka pirms informācijas publicēšanas tā nav pakļauta redakcionālajai politikai, kas pret saturu īsteno ierobežojumus un kontroli.

Šīs stratēģijas pamatā ir pārliecība, ka tradicionālie mediji slēpj vai sagroza realitāti, kamēr individuālie satura veidotāji un aculiecinieki sniedz neapstrādātu un nekontrolētu informāciju. Tā varbūt nav veikta profesionāli un nav tehniski kvalitatīva, bet tieši tāpēc ir ticamāka. Tradicionālā žurnālistika, kas balstās uz avotu analīzi un sintēzi, tiek uzskatīta par mazāk uzticamu, jo žurnālists pats bieži vien nav bijis notikuma epicentrā vai to pieredzējis. Savā ziņā šī stratēģija ir līdzīga pieejai, kur svarīgākais, lai medijs ir tikai komunikācijas kanāls, nevis informācijas analizētājs vai interpretētājs. Taču šajā gadījumā emocionalitāte saturā ļauj noticēt materiāla patiesumam, jo tās saistītas ar vēstītāja personīgo pieredzi. Tas spilgti parādās attiecībā uz notiekošo Ukrainā:

"Vairāk uzticos blogeru ziņām, kuri visus notikumus filmē uz vietas. Latvijas un Krievijas ziņām es absolūti neticu. Es vairāk interesējos par ziņām, kas nāk no notikumu vietām. [...] nevar ticēt

tam, ko saka viena vai otra puse. Var ticēt tikai tad, kad tu pats tur esi bijis un redzējis to. Pārējais viss ir farss."

Šī uzticēšanās pārvirze nav nejauša – tā sakņojas uzskatā, ka blogeri ir tautas balss, kas runā par lietām, ko valdošā elite un tradicionālie mediji cenšas noklusēt. Pat ja blogeri pelna ar savu saturu, viņi tiek uztverti kā godīgāki spēlētāji nekā korporatīvie mediji, jo uzticēšanās tiek mērīta pēc spējas runāt pretī vairākuma viedoklim vai vienkārši ar kritisku attieksmi pret notiekošo, kaut reizēm saturs mēdz būt pārspīlēti dramatizēts un pat sagrozīts. Kad dalībniekiem lūdza salīdzināt uzticēšanos dažādiem avotiem, izvēle par labu blogeriem tika pamatota ar to, ka viņi atklāj realitāti:

Delfi un viss pārējais uzreiz ir vienkārši garām. Laikam visvairāk blogerim [uzticos].

Moderators: *Kāpēc tā?*

No blogeriem tagad nāk vairāk patiesības nekā no citiem.

Kopumā šī stratēģija balstās nevis vispārējā "neuzticēšanās visiem", bet selektīvā pārliecībā, ka profesionālā žurnālistika ir ieinteresēta slēpt vai interpretēt notikumus, kamēr sociālie mediji nodrošina tiešu piekļuvi "īstajiem faktiem". Uzticība tiek piešķirta konkrētiem cilvēkiem un kanāliem – blogeriem, *Telegram* kanālam, *Facebook* profilam. Līdz ar to šī stratēģija iezīmē būtisku plaisu sabiedrības uztverē par žurnālistikas un mediju lomu sabiedrībā to vidū, kas aptaujās kopumā pauž neuzticēšanos mediju saturam: kamēr viena daļa sabiedrības to balsta uz medijpratību un kritisko domāšanu ar mērķi izturēties piesardzīgi pret jebkādu informāciju, cita daļa apzināti būvē savu realitātes izpratni, balstoties uz decentralizētiem, subjektīviem avotiem, kas apstiprina viņu neuzticēšanos valsts institūcijām, nevis vien tradicionālajiem medijiem un žurnālistiem.

3.2 Satura veidotāju profesionālās darbības funkcijas un nozīme

Fokusgrupās atklājas būtiskas atšķirības tam, kā dažādas sociāldemogrāfiskās grupas Latvijā uztver žurnālistu un blogeru un sociālo mediju satura veidotāju lomu un funkcijas sabiedrībā. Tās ir cieši saistītas ar neuzticēšanās stratēģijām, kuras aprakstītas iepriekšējā apakšnodaļā. Vienojošā iezīme ir pārliecība, ka žurnālisti atšķiras no citiem satura veidotājiem ar institucionāliem standartiem un profesionālo struktūru, taču šī atšķirība tika interpretēta diametrāli pretēji atšķirībā no tā, kurai no neuzticēšanās stratēģijām indivīds dod priekšroku. No tā veidojas attieksme, vai šī institucionalitāte ir priekšrocība vai – tieši otrādi – neuzticēšanās pamats.

3.2.1 Žurnālistu funkcijas un nozīme

FGD dalībnieki ar zemiem ienākumiem un rusofonie Latvijas iedzīvotāji daudz biežāk uzskata, ka žurnālisti Latvijā nav brīvi un pakļaujas politiskajai instrumentalizācijai caur finansējuma mehānismiem. Šajā skatījumā žurnālisti ir spiesti izpildīt pasūtījumu, jo mediju īpašnieki diktē, ko drīkst vai nedrīkst paust, un jebkurš, kurš "pārāk daudz" saka, tiek pakļauts represijām:

"Mums Latvijā nav brīva žurnālistika. Viņi laikam raksta to, ko viņiem saka, jo citādi tu būsi atlaists no darba vai apcietināts."

“No tā, ko es redzu, rodas iespaids, ka neatkarīgu masu mediju nav. Viņus visus kāds finansē. Vienkārši dažreiz mēs par to uzzinām, bet dažreiz nē. Attiecīgi viņi darbojas tīri savu uzdevumu robežās. Ja kādam masu medijam ir plašs ziņu spektrs, tad tur kaut kas pavīd, ka kaut kas nav vienkārši tāpat.

“Es piekrītu, ka norādījumi tiek doti no augšas. Viņi vienkārši grib, lai tauta to dzirdētu. Tas arī viss.

Moderators: Vai tas ir kāds no masu medija iekšienes?

Domāju, ka norādes tiek dotas redaktoram un pēc tam žurnālistiem tiek pateikts, kas ir jāraksta un kā to vajag pasniegt cilvēkiem.

Moderators: No kurienes nāk norādes redaktoram?

Kurš pasūta rakstu, tas arī ir karalis.

Šajā naratīvā centrālā loma ir mediju finansējumam kā kontroles instrumentam, kas nosaka, ka žurnālisti pauž tikai valdošās elites viedokļus un ir spiesti piekrist pašcenzūrai, lai nezaudētu darbu un pret tiem nevērstu represijas. To it īpaši izcēla šī uzskata pautāvi brīdī, kad tos iepazīstināja ar atklāto atbalsta vēstuli par Lato Lapsas aizturēšanu un kratīšanu (skat. arī sadaļu 4.3.2., kur Lato Lapsas gadījums iztirzāts sīkāk):

Žurnālistam ir tiesības arī veikt šādu žurnālista izmeklēšanu un atrast kaut kādus faktus, kas ir mazāk zināmi cilvēkiem jeb tautai, un tomēr tos celt gaismā. Ja tie ir nepatīkami kādam, tad sākas šīs apcietināšanas un, varētu teikt, pat kaut kādu lietu veidošanas vai safabricēšanas. Iemeslu vienmēr atradīs, ja gribēs.

Moderators: Bet nav jau tā, ka mums ir daudz žurnālistu, kuri sēdētu cietumā...

Nē, mums ir ļoti maz žurnālistu, kuri vispār atļaujas runāt tā ļoti atklāti un ļoti spēcīgi. Tādi žurnālisti ir varbūt... Tas pats Domburs raidījumā, kad vada, uzdod ļoti nepatīkamus un varbūt tiešus jautājumus, kur ne vienmēr grib tās atbildes pateikt.

Moderators: Kāpēc pret Domburu neviens nevēršas un nesafabricē lietas?

Tāpēc, ka viņš nerok tik dziļi. Šeit iet daudz dziļāk. Tur viņš tā pa virsu aizskar, bet Lato Lapsa rok ļoti dziļi.

Vienlaicīgi, žurnālistiem piedēvē noteiktas pozitīvas funkcijas, kas tos atšķir no blogeriem un politiķiem. Tostarp, FGD dalībnieki norāda uz žurnālistu spēju uzdot jautājumus, uz kuriem politiķi nevēlas atbildēt, un spēju uzzināt un paust to, ko politiķi paši nevar skaļi pateikt. Šī spriedze starp neuzticēšanos un funkciju atzīšanu liecina, ka žurnālistika tiek uztverta kā potenciāli svarīga ceturtnā vara, kas tomēr netiek īstenota pietiekami neatkarīgi.

Pretstatā tam ir iedzīvotāji, kuri ar visu to, ka ir kritiski un pauž neuzticēšanos pret mediju vidi kopumā, nošķir žurnālistus kā atsevišķi stāvošu profesiju, kas atšķiras gan no blogeriem, gan politiķiem. Šie iedzīvotāji pieļauj, ka žurnālistiem ir tiesības un pat pienākums ietekmēt procesus Latvijā, taču tas jādara, sekojot noteiktām kvalitātes prasībām un ievērojot ētikas robežas. Kā piemērs ir dalībnieks, kurš no vienas puses saskata līdzīgus rīcības mehānismus tiklab žurnālistiem, blogeriem un politiķiem, bet tajā pašā laikā norāda, ka motīvi katrai no šīm profesijām ir dažādi, un - jau vēlāk FGD laikā – izceļ žurnālistu profesiju kā cēlu:

"Ir viena kopīga iezīme 2025. gadā -- viņi visi [žurnālisti un viedokļu līderi] vēlas ietekmēt sabiedrības viedokli. [...] Viņi apzināti segmentē savu auditoriju. [...] Katram ir savi motīvi. [...]"

Es noteikti jaunietim ieteiktu iet mācīties žurnālistiku, bet saglabāt savu godaprātu un pie tā vienmēr pieturēties. Tomēr atšķirt, kas ir patiesība, puspatiesība un... Jābūt ir maksimāli godīgam, cik tas iespējams, un žurnālistikā it sevišķi. Tā ir vajadzīga un interesanta profesija. Noteikti vajag iet mācīties."

Kopumā novērojams, ka žurnālistu funkciju un lomu uztvere ir cieši saistīta ar plašāku neuzticēšanos vai uzticēšanos valsts institūcijām un demokrātijas funkcionēšanai kopumā. Ir indivīdi, kas uzskata žurnālistus par elitēm pakļautu instrumentu, kamēr citi – par neatkarīgu profesiju ar potenciālu veikt sabiedrības kontroles funkciju pār elitēm. Pēdējā gadījumā neprofesionāla un neētiska rīcība tiek skatīta nevis kā profesijas, bet konkrēta indivīda – satura veidotāja – godaprāta trūkums.

3.2.2 Blogeru un sociālo mediju satura veidotāju funkcijas un nozīme

Salīdzinot blogeru un tradicionālo žurnālistu funkcijas, iezīmējas trīs atšķirīgas pieejas, kas atspoguļo respondentu atšķirīgo izpratni par informācijas telpas brīvību un objektivitāti. No vienas puses, blogeri un sociālo mediju satura veidotāji tiek izcelti **kā brīvāki un neatkarīgāki satura veidotāji**. Atšķirībā no žurnālistiem, kurus ierobežo redakcionālā politika – un FGD dalībnieku vidū nereti arī mediju īpašnieki un tām pietuvinātas personas – blogeri tiek uztverti kā indivīdi, kas spēj brīvi paust savu subjektīvo skatījumu, tādējādi nodrošinot viedokļu daudzveidību, kas bieži trūkst tradicionālajos medijos un žurnālistu veidotajā saturā.

Tur [blogeru un sociālo tīklu satura veidotāju vidū] jau arī katram ir savs viedoklis par to, ko viņš domā, un tad tev ir iespēja izvēlēties, kuram tur gribi ticēt un kuram – nē. Tur jau arī tā...

Moderators: Ar ko žurnālisti no viņiem atšķiras vai neatšķiras?

Es domāju, ka žurnālistam tomēr bišķi kaut kādi rāmji ir, ka viņš nevar gluži visu, kas ienāk prātā, vienkārši teikt. Komentētājs tev var teikt un nokomentēt to, kas arī ir viņa viedoklis. [...] Tur jau arī katram ir savs viedoklis par to, ko viņš domā, un tad tev ir iespēja izvēlēties, kuram tur gribi ticēt un kuram – nē.

"Žurnālistiem ir priekšniecība, bet tas, kurš raksta komentārus, ir pats par sevi. Viņu par to, ja nepareizi uzrakstīs komentāru, no darba neatlaidīs. Ja žurnālists uzrakstīs ne to, ko vajag, viņš var šķirties no darba..."

Šajā skatījumā blogosfēra tiek vērtēta pozitīvi kā alternatīva platforma, kur lietotājs pats var konstruēt savu realitāti, izvēloties sev tīkamus interpretācijas avotus. Savukārt augstāku ienākumu grupā bez tā, ka atzīst blogeru brīvību, pastāv arī kritiska attieksme pret to radīto saturu. Tāpēc otra pieeja skata blogerus kā **provokatorus, kuru mērķis nav informēt, bet gan ietekmēt sabiedrisko domu un gūt peļņu caur skatījumu skaitu vai slēptiem pasūtījumiem**. Šī pieeja, kas tiek asociēta ar vārda brīvību – jo nevienā brīdī nevienā FGD neizskan aicinājums pret to vērsties – nozīmē arī vājākas objektivitātes prasības, kā rezultātā tā ļauj manipulēt ar emocijām un pat faktiem:

"Žurnālists tomēr vairāk ir darbs. [...] uzdevums censties pasniegt to objektīvi, lai mazāk sniegtu savu personīgo viedokli. Savukārt politiķis un blogeris var izpausties gandrīz vai, kā katram pašam tīk. [...] Viņi arī ar kaut kādiem faktiem un visu pārējo diezgan labi manipulē un pasniedz sev izdevīgā gaisotnē un skatījumā."

Savukārt trešajā skatījumā **robeža starp žurnālistiem, blogeriem un politiķiem neeksistē, uzskatot, ka visus vada vienādi savtīgi motīvi** – vai tā būtu nauda, vara, vai personīga atpazīstamība. Tāpēc lietotājam ir jābūt vienlīdz skeptiskam pret visiem:

"Katrs no viņiem [politiķi blogeri, žurnālisti] mēģina savu aktuālo problēmu risināt. [...] Katram no viņiem ir tā vēlme dzīvot labā sabiedrībā, būt sadzirdētiem, saredzētiem. Tas, ka aiz tā ir kaut kāda politiska interese, tas ir pilnīgi iespējams... Runa nav par uzticēšanos. [...] Jautājums – vai tie ir pasūtījuma darbi vai nav?"

Līdz ar to blogeru loma sabiedrībā tiek vērtēta ambivalenti: no vienas puses, tie tiek uztverti kā svarīgi alternatīvas informācijas un aculiecinieku pieredzes sniedzēji, kas paplašina viedokļu daudzveidību un mēdz pieskarties tēmām, ko tradicionālie mediji ignorē. No otras puses, tie ir aktīvi viedokļu līderi, kuru darbību mēdz virzīt arī politiskas un komerciālas intereses, tāpēc arī viņu sniegto informāciju nepieciešams patērēt pat vēl ar lielāku kritisko piesardzību nekā žurnālistu veidoto saturu.

3.3 Žurnālistu drošība

Lai iegūtu informāciju par iedzīvotāju attieksmi pret žurnālistu drošību, FGD dalībniekus iepazīstināja ar trim gadījumiem: (1) tiesas spriedumu, kur par Ingas Sprinģes vajāšanu notiesāja Jāni Sondaru, informējot gan par prokuratūras apsūdzību, gan Sondara viedokli par tiesas prāvu, kuru viņš puda pēc iznākšanas no cietuma; (2) publicēto atklāto vēstuli Lato Lapsas atbalstam pēc viņa aizturēšanas un kratīšanas dzīvesvietā 2025. gada janvārī; (3) sociālo mediju ierakstiem par Latvijas Radio žurnālistes Olgas Kņazevas darbību saistībā ar 2024. gada 21. novembrī Latvijas Radio 4 raidījuma "Atklātā saruna" moderēšanu, kuras laikā viņa nolasīja negatīvu klausītāja repliku par latviešu valodu, kas pēcāk izraisīja agresijas vilni pret žurnālisti sociālajos medijos.

3.3.1 Fiziska vajāšana: Ingas Sprinģes gadījuma analīze

Diskusijās analizējot Jāņa Sondara un Ingas Sprinģes gadījumu, kur pirmais ilgstoši vajāja otro, dominējošais viedoklis visās fokusgrupās bija atbalstošs tiesas spriedumam, kas piesprieda cietumsodu varmākam.⁸ Dalībnieki skaidri identificēja Sondara rīcību kā vajāšanu, aizskaršanu un uzmākšanos, kas pārkāpj pieļaujamās robežas un nav uzskatāma par leģitīmu žurnālistikas kritiku vai joku, kā to uzskatīja pats Sondars.⁹ Īpaši spēcīgu empātiju un nosodījumu puda

⁸ Skat. <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/30.03.2023-stajies-speka-tiesas-spridums-par-divu-menesu-cietumsodu-zurnalistes-springes-vajatajam.a503077/>

⁹ Skat. <https://www.la.lv/janis-sondars-kurs-apsudzets-ingas-springes-vajasana-priekslaicigi-atbrivots-no-cietuma-brid-kad-tu-nokartojies-sejas-grimases-redz-visi-kuri-ar-tevi-sez-kopa>

sievietes, kuras norādīja uz potenciālo bailu sajūtu līdzīgā situācijā un uzsvēra, ka šādas darbības rada reālu apdraudējumu drošībai.

Fokusgrupu dalībnieki šī gadījuma kontekstā izteica dažādu viedokli par to, kā valstij būtu jārikojas, ja žurnālisti tiek pakļauti draudiem un vajāšanai. Vairumā gadījumu dominēja uzskats, ka vajāšana jānošķir no leģitīmas kritikas, bet tiesībsargājošajām iestādēm nepieciešams reaģēt ātri - tiesa, proporcionāli draudiem. Īpaši respondentes sievietes pauda empātiju pret sievietēm žurnālistēm, kuri tiek pakļauti intensīvai un ilgstošai vajāšanai, uzsverot, ka sievietes žurnālistikas profesijā saskaras ar papildu riskiem, pieļaujot, ka pat nosacīts sods ir par maigu:

"Es iztēlojos tādu situāciju ar slimu cilvēku, kurš man rakstītu familiāras vēstules. Nosacīta notiesāšana ir ļoti maigs sods, jo nav zināms, kas tādām slimām cilvēkam galvā notiek un cik tālu viņš var iet. [...] Sievieteī tas ir daudz bīstamāk teikt patiesību, lai vai cik bezbailīga viņa būtu, bet taisnību pateikt tieši Latvijā ir ļoti sarežģīti. Sievieteī šajā ziņā ir grūtāk nekā vīrietim."

Vienlaikus diskusijās izskanēja būtisks viedoklis par valsts institūciju lomu un rīcības ātrumu. Dalībnieki norādīja, ka novēlota reakcija un ilgstošs process rada šaubas par lietas patiesajiem apstākļiem un mazina uzticēšanos tiklab tiesībsargājošajām iestādēm kā žurnālistiem. Citiem vārdiem, ja valsts nerīkojas operatīvi un izlēmīgi, sabiedrībā va rasties aizdomas, ka cietušais, šajā gadījumā žurnāliste, pati ir bijusi iesaistīta konflikta eskalācijā vai izmantojusi situāciju publicitātes nolūkos.

Ko tad tā žurnāliste 2 gadus gaidīja? Es uzskatu, ja mani mēnesi vai divus vajā, es jau varētu iesūdzēt tiesā par vajāšanu. Ko tad 2 gadus gaidīja, bet pēc tam iesūdzēja?

Moderators: *Tur situācija bija tāda, ka policija vairākas reizes teica, ka tā nav nekāda vajāšana, bet cilvēks tikai izsaka savu viedokli.*

Jā, izsaka, bet pēc 2 gadi iznāca, ka viņš viņu... Ir tāds teiciens – viena pagale nedeg. Uzskatu, ka viņi abi divi ir bijuši viens pret otru. Varbūt tāpēc tas konflikts ilgi gāja.

"Varbūt tā žurnāliste ar šo tiesas procesu uztaisīja sev tādu kā PR kampaņu. To var arī tā uzlūkot. Varbūt viņai tiešām neviens nedraudēja, bet, pateicoties šim, viņa kļuva daudz atpazīstamāka."

Lai novērstu šādus konfliktus un nepieļautu to eskalāciju, respondenti uzskata, ka valstij ir jārikojas preventīvi un izlēmīgi jau sākumposmā. Tas ietver gan ātrāku policijas reakciju uz sūdzībām par vajāšanu, gan skaidrāku tiesisko regulējumu, kas ļautu efektīvāk norobežot agresorus no upuriem pirms situācija kļūst kritiska. Efektīva un savlaicīga rīcība ne tikai aizsargātu žurnālistus, bet arī kļūdētu sabiedrības šaubas par lietas apstākļiem un mazinātu spekulācijas par iesaistīto pušu motīviem.

Vienlaikus daļa FGD dalībnieku atzīst, ka šāds gadījums ir drīzāk izņēmums salīdzinājumā ar biežāk sastopamām netiešām ietekmēšanas formām – politisku spiedienu, finansējuma vai redakcionālās kontroles izmantošanu, kas sabiedrībai ir mazāk pamanāmas, bet ne mazāk bīstamas žurnālistu neatkarībai:

"Šobrīd klasiska vajāšana, [...] ir kaut kas izceļams ārpus vispār, jo droši vien ir kaut kādi veidi, kā to var izdarīt slēptāk un ne mazāk efektīvi, sākot ar redakcionālu kontroli vai finansiālu iespaidošanu."

3.3.2 Tiesībsargājošo iestāžu darbības: Lato Lapsas gadījums

Neviens no respondentiem iepriekš aprakstītā gadījuma kontekstā nepauda bažas, ka kopumā situācija Latvijā viņus atturētu paust viedokli par žurnālistikas vai kāda cita publicēta materiāla kvalitāti. Proti, vaicāti, vai viņi nebaidītos žurnālistam vai kādam citam rakstīt vai kopumā publicēt pretēju viedokli, neizskanēja bažas, ka tas nebūtu iespējams vai draudētu ar represijām. Tas norāda, ka tiesībsargājošo iestāžu darbība pret iedzīvotājiem netiek uztverta kā vārda brīvību ierobežojoša. Vienlaicīgi retais bija gatavs parakstīt atklātu vēstuli Lapsas aizstāvēbai, kad FGD iepazīstināja ar situāciju, kuras rezultātā tapa atklātā vēstule, kuru aicināja publiski atbalstīt.¹⁰ Taču motīvi bija kardināli pretēji. Tie, kuri piekrita atklātajā vēstulē paustajiem argumentiem jeb Lapsas mērķtiecīgai un represīvai vajāšanai no tiesībsargājošo iestāžu puses, to nevēlējās, jo paši baidītos no represijām; savukārt tie, kuri nepiekrita, ka Lapsa būtu nepatiesi un nepelnīti apsūdzēts vai notiesāts, uzskatīja, ka minētā vēstule nav atbalstāma tieši tāpēc, ka Lapsa nav īstenojis darbu atbilstoši augstiem žurnālistikas profesionalitātes standartiem.

Pirmajā gadījumā dominē viedoklis, ka Lapsas juridiskās problēmas ir tiešs apliecinājums viņa neatkarībai un profesionālajai drosmei. Tiesībsargājošo iestāžu rīcība tiek ierāmēta kā politiska izrēķināšanās ar "neērtu" žurnālistu, kurš atklāj varai netīkamu patiesību. Dalībnieki uzskata, ka kriminālprocesi un kratīšanas ir instruments, lai apklusinātu cilvēku, kurš "rok pārāk dziļi". Šajā skatījumā apsūdzību esamība kļūst par kvalitātes zīmi – ja pret žurnālistu nevēršas vara, tātad viņš nav paties un pilda pasūtījumu. Respondenti pauž pārliecību, ka jebkurš mēģinājums atklāt valstī notiekošās nelikumības neizbēgami noved pie vajāšanas, un Lapsa ir kļuvis par šīs sistēmas upuri.

"Tiklīdz tiek aizskartas kaut kādu personu, kas ir pie varas, netīrās biznesa lietas vai vēl kaut kas, kas viņus tieši aizskar, tā sākas šī žurnālistu vajāšana, apklusinot viņu, lai kaut kādas lietas nenāktu gaismā. [...] Iemeslu vienmēr atradīs, ja gribēs."

"Ja jūs neesat apsūdzēts, tad tas nozīmē, ka jūs, ko jums liek, to sakāt. Jūs izgriežat to tautas teikto ārā un saliekat to tā, kā jums pasaka."

Tam iepretim novērojams krasi atšķirīgs vērtējums par šo situāciju, kura pamatā ir argumentācija, ka Lato Lapsas darbība drīzāk kvalificējama kā biznesa projekts vai personiska atreibība, nevis žurnālistika. Proti, Lapsas konflikti tiek skatīti kā viņa paša provocēti vai radīti specifisku interešu vārdā, nevis kā cīņa par sabiedrības interesēm vai daļa no žurnālistikas profesijas. Šajā gadījumā tiek norādīts uz argumentācijas trūkumu Lapsas publikācijās un apšaubīti viņa kā profesionāla žurnālista motīvi, pieļaujot, ka viņš veic apmaksātus pasūtījuma darbus. Līdz ar to Lapsas juridiskās problēmas daļā FGD dalībnieku tiek uztvertas nevis kā uzbrukums vārda brīvībai, bet gan kā loģiskas sekas viņa izvēlētajām metodēm, kas robežojas

¹⁰ Skat. <https://www.change.org/p/par-vārda-brīvību-latvijā-un-lato-lapsu>

ar - un pat kvalificējas – kā vajāšana un neslavas celšana. Dalībnieki uzsver, ka Latvijā ir daudz žurnālistu, kuri kritizē varu, bet netiek vajāti, tādēļ Lapsas gadījums ir izņēmums viņa paša rīcības dēļ.

"Lapsas gadījumā tas ir gandrīz vairāk kā sava veida PR. Es nesaskatu te žurnālistiku, bet vairāk saskatu viņa paša sevis celšanu."

"Es nevarētu nosaukt Lato Lapsu par žurnālistu. [...] Lato Lapsa vienkārši darīja savu lietu kaut kādu iemeslu dēļ. Šeit tiešām ir daudz emociju. Es nejutu argumentāciju."

"Ļoti daudzi žurnālisti iestājas par patiesību un sniedz nepopulāru vai varai netīkamu viedokli, bet vajāts tiek tikai nabaga Lato Lapsa. Kaut kā īsti neiet kopā."

Šis fundamentāli atšķirīgās reakcijas uz Lapsas gadījumu spilgti ilustrē dziļo plaisu Latvijas sabiedrības izpratnē par žurnālistikas funkcijām un neuzticēšanās dabu. Lapsas aizstāvju nometnē, kurai raksturīga ciniska, visaptveroša neuzticēšanās ne vien medijiem, bet arī jebkuram citam informācijas avotam – un plašāk arī valstij un sabiedrībai kopumā – žurnālista vajāšana kalpo kā pierādījums tam, ka mediji ir tikai varas instruments un patiesa neatkarība iespējama vien ārpus likuma rāmjiem, izmantojot provokāciju un konfliktu. Turpretī otrā pusē, kur dominē medijpratībā balstīta kritiskā domāšana, neuzticēšanās balstās nepieciešamībā nošķirt profesionālu, ētisku žurnālistiku no manipulatīvām vai nelikumīgām darbībām, kas tiek maskētas aiz vārda brīvības lozungiem. Tādējādi Lato Lapsas gadījums vieniem ir stāsts par varoņa cīņu pret sistēmu, bet otriem – apliecinājums tam, ka atbildīgums un žurnālistika ir savstarpēji saistīti, un atrašanās opozīcijā pati par sevi vēl negarantē žurnālistikas kvalitāti.

3.3.3 Uzbrukumi sociālajos medijos: Olgas Kņazevas gadījums

Trešais analizētais gadījums skāra situāciju, kurā sabiedriskā medija žurnāliste Latvijas Radio ēterā citēja sabiedrībā pastāvošu kritisku viedokli par valsts valodu, lai rosinātu diskusiju par to, kā mazināt šādu viedokļu izplatību. Sociālajos medijos vēlāk minētais fragmentu tika interpretēts kā žurnālistes pašas viedoklis, izraisot plašu, naidīgu sociālo mediju kampaņu. Lielākā daļa respondentu to viennozīmīgi interpretēja kā nepamatotu uzbrukumu un žurnālistes vajāšanu, paužot viņai atbalstu. Šie dalībnieki skaidri nošķīra citēšanu no viedokļa paušanas un uzskatīja, ka žurnāliste ir rīkojusies profesionāli, ēterā demonstrējot sabiedrībai nepatīkamu, bet aktuālu tēmu. Savukārt Ņikitas Kļimentjeva rīcība, kurš izraisīja pēcāko reakciju sociālajos medijos ar savu publikāciju *YouTube* platformā,¹¹ kritizējot minēto epizodi un to interpretējot citādāk¹² nekā to saskatīja Latvijas Radio¹³ un arī Kņazeva,¹⁴ tika nosodīta kā neētiska un vērsta uz pašpopularizāciju, apzināti kurinot etnisko naidu.

"Es uzskatu, ka viņa jau neko tur neizdarīja. Viņa jau izlasīja tikai to vēstuli, ko klausītājs rakstīja, un tad viņa jautāja to viedokli, ko domā. Kur tad žurnālists tur ir vainīgs? [...] Tā

¹¹ Skat. <https://www.youtube.com/watch?v=6rvDOD1QkYM>

¹² Skat. <https://www.youtube.com/watch?v=g-AY5GFohhl&t=191s>

¹³ Skat. <https://x.com/LatvijasRadio/status/1860282415530320141>

¹⁴ Skat. <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/26.11.2024-latvijas-radio-4-zurnaliste-versas-drosibas-dienesta-par-nomelnosanu-socialajos-medijos.a577773/>

internetā bieži notiek, kad kāds cilvēks tur kaut ko... Un tad pūlis paraujas līdzī. Viens pasaka kaut ko, bet pārējie, neiedziļinoties kārtīgi visā tajā iekšā, aiziet jau automātiski."

"Tā nedrīkst darīt. Es jau teicu, ka Latvijā nav brīva žurnālistika. Ko viņi atkal izdarīja ar cilvēku? Apgriež visu ar kājām gaisā! Man ļoti žēl viņu ir, ka ar viņu tā izdarīja."

"Es domāju, ka žurnāliste darīja savu darbu ļoti profesionāli. Viņa nolasīja klausītāja vēstuli. Viņas jautājumā jau slēpās atbilde, ka viņa šim nepiekrīt. Ir ļoti nepareizi, un tas notiek daudz un bieži, ka no konteksta tiek kaut kas izrauts, ielikts un sagriezts viss otrādi. Šajā gadījumā šis blogeris nerīkojās ētiski."

Atsevišķi respondenti šo gadījumu interpretēja plašākā kontekstā, norādot, ka tas nav uzbrukums tikai konkrētai žurnālistei, bet gan mērķtiecīga vēršanās pret krievvalodīgajiem žurnālistiem vai sabiedriskā medija krievu valodas kanālu kopumā, lai to diskreditētu.

"Manā uztverē šī laikam tomēr nebūs vajāšana. [...] viennozīmīgi motīvs bija vēršanās pret LR4, pret krievu valodā raidošu radio kanālu [...] Šādā veidā diezgan brutāli tika sakombinēta žurnālista raidījuma materiāls un izmantots faktiski ar vienu mērķi – parādīt, ka šāds LR4, kas raida krievu valodā, ir gandrīz vai Latvijai nelojāls, un līdz ar to ir pilnībā nevajadzīgs."

Tajā pašā laikā, Kļimentjeva rīcība vairāk tiek interpretēta kā oportūnistiska, ne krimināli sodāma. Iespējams, tas saistīts ar dominējošo uzskatu par blogeriem un sociālo mediju satura veidotājiem kā vairāk tendētiem uz peļņu. Varbūt tāpēc FGD dalībnieki kopumā izvairījās notikušo saukt par "vajāšanu", tā vietā to raksturojot kā "nepatīkamu situāciju" vai "nepatiesas informācijas interpretēšanu". Konkrētāk, lai gan blogera rīcība tiek vērtēta negatīvi, to nepielīdzina fiziskiem draudiem vai ilgstošai vajāšanas kampaņai. Šie dalībnieki uzskatīja, ka patiesība ir "kaut kur pa vidu" un ka sociālo mediju uzbrukumi, lai arī nepatīkami, paši par sevi nav pietiekami, lai tos kvalificētu kā krimināli sodāmu vajāšanu.

"Ja iedziļinātos, tad droši vien varētu atrast taisnību gan vienā, gan otrā pusē. Patiesība ir kaut kur pa vidu. Pateikt atklāti, vai tā ir vajāšana vai nav... Nu, skatoties no cilvēciskā viedokļa, otram pateikt vienu reizi, ka tu kaut ko izdarīji nepareizi, tā nav vajāšana varbūt, bet, ja tu visu laiku konstanti nedēļu, mēnesi, pusgadu to stāsti, ka viņš ir rīkojies nepareizi un atgādini pusgadu vecu notikumu, tad tā ir vajāšana. [...] Protams, ka mēs visi jūtamies slikti, ja par mums kaut kādas nejaukas lietas runā vai nu tieši sejā, vai aiz muguras. Tas ir nepatīkami. Vai to var nosaukt par vajāšanu? Nezinu. Vienkārši nepatīkama situācija."

"Grūti spriest par vajāšanu. Vairāk te parādās tiešām tādas nepatiesas informācijas interpretēšana, kad izrauj kādu frāzi no konteksta, kas ir ļoti bieži īstenībā."

Vienlaikus dalībnieki uzsvēra, ka Kņazevas vēršanās Valsts drošības dienestā ir uzskatāma par situācijas eskalāciju. Līdzīgi kā gadījumā ar Ingas Sprinģes vajāšanu arī šeit redzams, ka tiesībsargājošo iestāžu preventīvas rīcības trūkums, novēršot iespējamu nomelnošanas kampaņu sociālajos medijos, rada sabiedrībā neuzticēšanos un augsni spekulācijām, ka upuris, iespējams, pats ir veicinājis konflikta attīstību, tostarp arī ar vēršanos tiesībsargājošajās institūcijās.

3.4 Secinājumi

FGD rezultāti liecina, ka starp dažādām sociāldemogrāfiskajām grupām ir novērojamas būtiskas atšķirības, kāpēc to pārstāvji neuzticās medijiem. Dalībniekiem ar augstiem ienākumiem un izglītību neuzticēšanās ir skaidrojama ar attīstītu medijpratību un kritisku domāšanu – viņi apzinās, ka žurnālisti, tāpat kā citi profesionāļi, mēdz kļūdīties, un mediju kā ceturtās varas funkcija nav nevainojama. Šī grupa spēj nošķirt žurnālistikas kļūdas no ļaunprātības un skaidri diferencē profesionālus žurnālistus no blogeriem vai tendencioziem viedokļu paudējiem. Viņu skepse ir "veselīga" un balstīta vēlmē redzēt žurnālistus kā neitrālus vidutājus, kas nodrošina objektīvu informāciju viedokļa formulēšanai, nevis uzspiež gatavas nostādnas. No šī izriet arī vēlme mediju saturā redzēt viedokļu daudzveidību un dažādu sabiedrības grupu pārstāvību, lai būtu iespējams iepazīties ar interesējošā notikuma pēc iespējas plašāku viedokļu spektru un spētu formulēt savu pozīciju.

Turpretī pārējās grupās – gan starp latviešu valodā runājošajiem ar zemiem ienākumiem, gan rusofonajiem respondentiem – dominē ciniskāka neuzticēšanās, kas sakņojas pārliecībā par mediju totālu atkarību no ekonomiskajiem grupējumiem un politiskās elites. Šīs grupas uzskata žurnālistus par pasīviem "pasūtījuma izpildītājiem", kur vārda brīvību ierobežo mediju īpašnieki un bailes no represijām, ja tiek pārkāptas noteiktas, zināmas robežas. Īpaši rusofonajā grupā valda uzskats, ka Latvijā nav neatkarīgu mediju, bet gan tikai dažādu, tostarp starptautisku, interešu grupu pārvaldīti mediji, kuriem žurnālisti ir pakļauti un nav neatkarīgi. Zīmīgi, ka šajās grupās bieži vien augstāka uzticēšanās ir blogeriem vai sociālo mediju personībām, kas, viņuprāt, ir brīvākas no šādas ietekmes.

Šīs atšķirības skaidri parāda, ka neuzticēšanās nav viendabīga parādība: vieniem tā ir instruments kvalitātes pieprasīšanai no medijiem, bet attiecībā pret sevi tā ir samērīga kritiskās domāšanas deva. Citiem vārdiem, FGD atklāj polarizētu attieksmi sabiedrībā attiecībā pret žurnālistiem, kas sakņojas fundamentāli atšķirīgā izpratnē par mediju funkcijām un to attiecībām ar varu. Šī pārliecība nosaka arī atšķirīgu attieksmi pret žurnālistu drošību: tiesībsargājošo iestāžu vērtēšanā pret mediju pārstāvjiem vieniem šķiet likumsakarīgs sods par nelikumīgu rīcību, bet otriem – apliecinājums žurnālista drosmei un viņa darbības taisnīgajiem mērķiem.

Jāuzsver, ka neatkarīgi no skatījuma, faktiski visi FGD apzinās un spēj reflektēt par žurnālistu lomu un funkcijām sabiedrībā. Citiem vārdiem, nav runa, ka iedzīvotāji neapzinātos, kādu lomu veic žurnālisti demokrātiskā sabiedrībā. Taču atšķiras viedoklis, vai to ir iespējams īstenot Latvijā. Tiesībsargājošo iestāžu vilcināšanās novērst vajāšanu pret žurnālistiem tikai veicina dziļāku neuzticēšanos profesijai, vienlaicīgi neticību tiesībsargājošo institūciju efektivitātei. Šis novērojums arī pasvīturo, cik būtiski skatīt izpratni un vērtējumu žurnālistu un mediju darbību plašākā kontekstā, kas saistīta ar iedzīvotāju uzticēšanos valstij un tās institūcijām.

Tāpat svarīgi izcelt, ka jaunie mediji - blogeri un sociālo mediju satura veidotāji – FGD dalībnieku skatījumā bauda fundamentālu vārda brīvības priekšrocību salīdzinājumā ar tradicionālajiem medijiem – to apliecina arī iedzīvotāju aptaujas rezultāti, kas analizēti iepriekšējā nodaļā. Šo autonomiju uzskata par vērtīgu, jo tā ļauj paust asu un kritisku viedokli. Citiem vārdiem, vārda brīvība ir acīmredzami svarīga vērtība Latvijas iedzīvotājiem. Tomēr vienlaikus respondenti atpazīst, ka šo brīvību tie bieži izmanto bez profesionālās atbildības,

kritiskas loģikas vai faktu pārbaudes, tādējādi satura pasniegšanā dominē emocijas, manipulācija un komerciālas intereses, kura mazāk novērojama tradicionālajos medijos.

4 Rekomendācijas

Ziņojumā analizētie kvantitatīvie un kvalitatīvie dati šobrīd liek izcelt divas mērķgrupas – rusofonos iedzīvotājus un jaunāko paaudzi –, kurām nepieciešams piedāvāt konkrētus rīcībpolitikā balstītus risinājumus. Katra mērķgrupa izgaismo citādākas problēmas un liek domāt par citādākām politikas stratēģijām to risināšanai.

Latvijā pret rusofonajiem iedzīvotājiem ir būtiski pastiprinājušās politiskās pretenzijas un sociālais spiediens. Pēc Krievijas pilna mēroga iebrukuma Ukrainā daļa rusofonās auditorijas ir distancējusies no tradicionālo mediju vides un politiskās komunikācijas. Rusofonās auditorijas pārstāvēniecība publiskajā telpā ir būtiski sašaurinājusies. Šī mērķgrupa pauž lielāku neuzticēšanos Latvijas informācijas avotiem un aizvien vairāk laika pavada sociālajos medijos, kur informācijas plūsmai ir hibrīds raksturs – tajā par uzmanību konkurē profesionāls žurnālistisks saturs ar sociālo mediju personību radītājiem vēstījumiem. Vienlaikus nostiprinās bilingvālais rusofonās auditorijas tips, kurš informāciju iegūst gan krievu, gan latviešu valodā, tādējādi paplašinot informācijas avotu klāstu. Izstrādājot vidēja termiņa satura attīstības un auditorijas sasniedzamības plānu, Latvijas sabiedriskajam medijam ir svarīgi pēc iespējas precīzāk apzināties un operacionalizēt rusofonās auditorijas dinamiku un mediju patēriņa tendences.

Gados jaunākie Latvijas iedzīvotāji informāciju pārsvarā iegūst no sociālajiem medijiem. Viņi ne tikai tos uzskata par neatkarīgiem, bet arī uzticamiem informācijas avotiem. Jaunā paaudze ar savu tīkloto individuālismu un identitātēm būtiski atšķiras no priekštečiem, kuriem mediju lietošanas praksi un izpratni par informatīvo vidi ir lielā mērā ietekmējušas mediju organizācijas. Taču jauniešu uzticēšanās profesionālas un neatkarīgas žurnālistikas saturam, kā apliecina šis Ziņojums, nav zudusi. Tas ir uzticības kredīts, kuru jācenšas pēc iespējas labāk un efektīvāk izmantot, veidojot ilgtspējīgas attiecības ar šo auditorijas segmentu. Tādēļ Latvijas mediju politikas veidotājiem ir jāformulē skaidri vidēja termiņa uzdevumi, kā Latvijas sabiedriskais medijs un arī vietējie privātie mediji var pielāgoties un attīstīt saturiskus risinājumus, lai sasniegtu un noturētu jauniešu un jaunāko paaudzi.

Līdztekus darbam ar šīm mērķgrupām mediju politikas īstenotājiem arī kopumā ir jābūt skaidrai stratēģijai, kā sekmēt konvencionālo ziņu mediju, īpaši sabiedriskā medija, attīstību. Ir jāpalīdz vietējiem medijiem saglabāt nozīmīga ziņu avota statusu iepretim sociālajiem medijiem un citiem alternatīvajiem informācijas avotiem, kuru loma turpinās pieaugt. Citu valstu pieredze rāda: jo vairāk cilvēki lieto tradicionālos medijus, lai iegūtu ziņas, jo augstāka ir uzticēšanās medijiem un demokrātijas institūcijām kopumā.

Vienlaicīgi valstij ir jāīsteno pārdomāta ilgtermiņa politika attiecībā uz blogosfēru un satura veidošanu sociālajās tīklošanās vietnēs. No vienas puses, šis publiskās telpas segments iedzīvotāju skatījumā bauda lielāku vārda brīvību. No otras puses, tajā trūkst pašregulācijas, kas veicinātu atbildīga satura veidošanu, un atbalsts profesionāla satura attīstībai, padarot to atkarīgu no skatījumu skaita un komercializācijas. Lai stiprinātu atbildīgu satura veidošanu bez vārda brīvības aizskāruma, valstij ir jādomā, kā atbalstīt neatkarīgas un atbildīgas blogosfēras

veidošanos. Arī par blogosfēru, tāpat kā par žurnālistiku, ir jā rūpējas, lai tā būtu nevis polarizējošs, bet demokrātisku viedokļu apmaiņu un diskusiju stiprinošs informācijas avots.

Mediju pratības veicināšanai jādarbojas roku rokā ar iekļaujošu publisko diskursu, kas spēj uzrunāt arī skeptiskākas sabiedrības grupas. Tā vietā, lai mainītu kritisko iedzīvotāju attieksmi, kura izpaužas kā vispārpieņemta un nemainīga neuzticēšanās jebkuram informācijas avotam, ir jāstiprina izpratne par vērtībām, kas veido kvalitatīvu un profesionālu žurnālistiku. Valsts politikai ir jā mudina vairo tādus kritiskus attieksmi pret mediju saturu, kura ir balstīta izpratnē par žurnālistu neatkarību, darba specifiku, kurā ir iespējamās kļūdas un neprecizitātes.

Svarīga ir valsts institūciju spēja demonstrēt preventīvu un operatīvu reakciju uz žurnālistu vajāšanu – gan fizisku, gan digitālu. Tādējādi sabiedrībā tiek veicināta plašāka uzticēšanās, ka demokrātijā robeža starp vārda brīvību un aizskārumu tiek sargāta neatkarīgi no iesaistīto personu politiskajiem uzskatiem. Vilcināšanās efektīvi aizsargāt žurnālistus vairo ne vien sajūtu, ka valsts institūcijas ir vājas un bezspēcīgas, bet arī uzticēšanos žurnālistiem un medijiem kopumā. Tāpēc šai rīcībai no tiesībsargājošo puses ir jābūt proaktīvai, jo gadījumos, kad mediji iesaista tiesībsargājošās iestādes, tiek uzskatīts, ka tie situāciju eskalē, nevis cenšas novērst konfliktu.

Krītošā uzticēšanas mediju sistēmai, kas vērojama ne tikai Latvijā, prasa risināt dziļākus atsvešinātības cēloņus. Neuzticēšanās medijiem bieži ir tikai simptoms augstajam neuzticēšanās līmenim valsts institūcijām un politikai. Ja indivīds jūtas, ka viņa intereses un viedoklis tiek sistemātiski ignorēts vai marginalizēts, alternatīvie informācijas kanāli un sazvērētības teorijas turpinās kalpot par patvērumu, bet žurnālisti netiks uztverti kā sabiedrības interešu sargi. Tāpēc jāstiprina uzticēšanās ne tikai medijiem, bet demokrātiskajām institūcijām kopumā.