

Kas ietekmēja vēlētāju izvēles 2018. gada 6. oktobra Saeimes vēlēšanās?

domnīcas PROVIDUS pārskats

Publicēšanas datums: 14/12/2018

Pārskata autores: Iveta Kažoka, Sintija Tarasova

(balstoties uz pētījumu centra SKDS veikto pēcvēlēšanu aptauju, kā arī partiju popularitātes reitingu atspoguļojuma medijos monitoringu)

Datu avoti: Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS

Tulkojums: Tim Brogden

Makets: Artis Tauriņš

Šī darba pilnīgai vai daļējai pārpublicēšanai nepieciešama iepriekšēja rakstiska piekrišana no Baltijas Mediju izcilības centra.

Saturs

Galveno secinājumu apkopojums	4
Ievads	5
1 Par ko liecina 13.Saeimas vēlēšanu rezultāti?	5
1.1. Vēlētāji strauji maina savus vēlēšanu paradumus	5
1.2.Latviešiem grūti izvēlēties, nelatviešiem - viegli	5
1.3. Trešajai daļai vēlētāju – pēdējā brīža izvēle	5
1.4. Kādēļ pilsoņi devās vai nedevas uz vēlēšanām?	6
1.5. Kas raksturo pilsoņus, kuri vēlēšanās nepiedalījās?	7
1.6. Kā balsoja dažādu sabiedrības grupu pārstāvji?	7
1.7. Kādi ir tipiskākie populārāko partiju vēlētāji?	8
2 Kampaņas metodes un vēstījumi	9
2.1. Vēlēšanu izvēlei svarīgie informācijas avoti	9
2.2. Vēlēšanu kampaņas aizdomīgās metodes	10
2.3. Vēlētājus mobilizējošie vēstījumi: kuri rezonēja?	11
2.4 Mediju darba apšaubīšana	11
3 Tradicionālo mediju un sociālo tīklu nozīmīgums	12
3.1 Mediju nozīmīgums un uzticēšanās medijiem	12
3.2. Sociālo tīklu nozīme	14
3.3. Kas ir pilsoņi, kuri vispār nelieto medijus (izņemot sociālos tīklus)?	15
4 5% barjeras problemātika	15
4.1. Kurām partijām bija reāla iespēja iekļūt parlamentā?	15
4.2. Mediju darba kvalitāte, atspoguļojot partiju popularitātes reitingus	17

Galveno secinājumu apkopojums

- **13.SAEIMAS VĒLĒŠANU REZULTĀTI** norāda uz straujām pārmaiņām Latvijas politiskajā vidē. Valdošās koalīcijas partijas 2018.gada vēlēšanās zaudēja vairāk nekā pusi no tiem vēlētājiem, kuri par šīm partijām bija nobalsojuši 2014.gadā. Jaunajā Saeimā otro līdz ceturto labāko rezultātu ieguva trīs partijas, kuras iepriekš parlamentā nebija pārstāvētas, pārņemot iepriekšējās valdošās koalīcijas vēlētājus, kā arī uzrunājot daļu no tiem pilsoņiem, kuri 2014.gadā nebija piedalījušies vēlēšanās. Valdošās koalīcijas partijas ne tikai zaudēja balsis jaunajām partijām, bet arī daļēji savstarpēji apmainījās ar vēlētājiem.
- **APTUVENI DIVAS TREŠĀS DAĻAS VĒLĒTĀJU**, tai skaitā visu populārāko partiju vēlētāju vairākums, piekrīt apgalvojumam, ka jebkādas pārmaiņas ir labāk, nekā nekādas pārmaiņas. Iespējams, ka tieši šāds vēlētāju pieprasījums ir radījis tik krasas izmaiņas Latvijas parlamentā.
- **DAĻAI VĒLĒTĀJU IZVĒLE ŠĶITA VIENKĀRŠA**, daļai – sarežģīta. Īpaši sarežģīta vēlēšanu izvēle šķīta tiem pilsoņiem, kuri pirms četriem gadiem bija balsojuši par partiju Vienotība, vienkārša – vēlētājiem, kuri bija balsojuši par partiju Saskaņa.
- **APTUVENI TREŠĀ DAĻA LATVIJAS PILSOŅU** savu galīgo lēmumu par vēlēšanu izvēli 2018.gadā pieņēma nedēļu pirms vēlēšanām vai vēlēšanu iecirknī 6.oktobrī. Dažām partijām vairāk nekā puse no to vēlētājiem par savu atbalstu izlēma pēdējā vēlēšanu kampaņas nedēļā.
- **TIKAI 14% NO TIEM LATVIJAS PILSOŅIEM**, kuri nepiedalījās 6.otobra vēlēšanās, vēlēšanās nepiedalījās tādēļ, ka neatrada piemērotus kandidātus, – daudz biežāk kā nepiedalīšanās iemesls minēti organizatoriski iemesli vai arī jēgas nesaskatīšana vēlēšanu procesā. Ja dalība vēlēšanās būtu obligāta, visvairāk papildus balsis iegūtu partijas Saskaņa, KPV.LV un ZZS.
- **VĒLĒŠANU IZVĒLES VEIKŠANAI** nozīmīgākie informācijas avoti bijuši draugu, tuvinieku un kolēģu ieteikumi, kā arī partiju sniegums priekšvēlēšanu debatēs.
- **PĒCVĒLĒŠANU APTAUJA LIECINA**, ka Saeimas vēlēšanu kampaņas aizdomīgākās metodes – bezmaksas Dienas Biznesa izdevumu izplatīšana, pret Saskaņas kandidātu Vitāliju Orlovu vērstu izdevumu izplatīšana, kā arī nodokļu reformas rezultātu reklamēšana – visticamāk, nav sasniegušas iecerēto rezultātu.
- **TELEVĪZIJA JOPROJĀM IR BIJUSI** vēlētājiem visnozīmīgākais mediju veids – 76% no vēlētājiem pirms vēlēšanām bija guvuši politisko informāciju kādā no televīzijas kanāliem. Vienlaikus televīzijas ietekme samazinās – gados jaunie pilsoņi televīziju skatās reti, tās vietā ziņas iegūstot internetā. Pēcvēlēšanu aptauja liecina, ka Latvijas pilsoņi kopumā mediju darbam uzticas.
- **APTUVENI 70% LATVIJAS PILSOŅI** ir aktīvi vismaz viena interneta sociālā tīkla lietotāji. 18% no Latvijas pilsoņiem atzina, ka partiju un kandidātu aktivitātes sociālajos tīklos viņiem bijis svarīgs faktors tam, lai izlemtu, par kuru partiju balsot. Vairāk nekā puse no pilsoņiem sociālajos tīklos ir manījuši politiskās reklāmas.
- **PĒCVĒLĒŠANU APTAUJA LIECINA**, ka 10 partijām bija izredzes iekļūt parlamentā, pārvarot 5% barjeru. 81% vēlētāju partijas izredzes pārvarēt 5% barjeru bija svarīgs vai ļoti svarīgs apsvērums, pieņemot lēmumu, par kuru partiju balsot. Ņemot vērā lielo vēlētāju īpatsvaru, kuri gala lēmumu pieņēma pēdējā nedēļā, īpaši liela nozīme bija tam, cik korekti mediji atspoguļoja un paši interpretēja sabiedriskās domas aptaujas. Domnīcas Providus veiktais sabiedrisko domu aptauju monitorings liecina, ka mediji tikai retos gadījumos atspoguļoja sabiedriskās domas aptaujas tā, lai vēlētājs varētu veikt korektus secinājumus par to, vai kādai partijai ir vai nav izredzes iekļūt Saeimā.

Ievads

Par spīti tam, ka dalībai 2018.gada 6.oktobra vēlēšanās partijām bija vairāk priekšnoteikumu nekā iepriekšējās Saeimas vēlēšanās¹, šajās vēlēšanās piedalījās 16 vēlēšanu saraksti – vairāk nekā iepriekšējos vēlēšanu ciklos.

13.Saeimas vēlēšanas notika laikā, kad interneta sociālie tīkli kļuva par nozīmīgu platformu partiju vēlēšanu kampaņām, kā arī pastiprinājās bažas par iespējamu Krievijas iejaukšanos dažādu valstu vēlēšanu kampaņās. Lai noteiktu, vai šīm bažām ir pamats, vairākas Latvijas sabiedriskās organizācijas veica sociālo mediju, kā arī tradicionālo mediju un iedzīvotāju pasta kastīšu monitoringu. Uzreiz pēc vēlēšanām domnīca PROVIDUS un Baltijas Mediju izcilības centrs pasūtīja pētījumu centram SKDS veikt sabiedriskās domas aptauju. Aptaujas mērķis: noteikt faktorus, kuri varēja būt ietekmējuši vēlēšanu izvēli 2018.gada 6.oktobra vēlēšanās.

Šis pārskats ir gatavots uz SKDS sabiedriskās domas aptaujas pamata. Tās ietvaros laikā no 13.-23.oktobrim viņu dzīvesvietās tika aptaujāti 854 Latvijas pilsoņi (vecumā no 18 līdz 75 gadiem) visos Latvijas reģionos.

Šajā pārskatā ir izmantoti arī domnīcas PROVIDUS dati, kas ņemti no partiju popularitātes reitingu atspoguļojuma monitoringa, kurš tika veikts mēnesi līdz vēlēšanām. Monitoringa ietvaros LETA mediju monitoringa gatavoja mediju sižetu un rakstu klipingu, atlasot visus materiālus, kuros bija pieminēti partiju popularitātes reitingi. Savāktos datus apkopoja un analizēja domnīcas PROVIDUS analītiķi.

1 Par ko liecina 13.Saeimas vēlēšanu rezultāti?

1.1. Vēlētāji strauji maina savus vēlēšanu paradumus

13.Saeimas vēlēšanu rezultāti norāda uz straujām pārmaiņām Latvijas politiskajā vidē. **Valdošās koalīcijas partijas (Nacionālā apvienība, Zaļo un Zemnieku savienība (ZZS), Jaunā Vienotība) 2018.gada vēlēšanās zaudēja vairāk nekā pusi no tiem vēlētājiem, kuri par šīm partijām bija nobalsojuši 2014.gadā.** Jaunajā Saeimā otro līdz ceturto labāko rezultātu ieguva trīs partijas, kuras iepriekš parlamentā nebija pārstāvētas: KPV.LV, Jaunā Konservatīvā partijai (JKP) un Attīstībai/Par! (grafiks 1, 6. lpp.).

Pēc 2018.gada vēlēšanām organizētā vēlētāju aptauja liecina, ka **iepriekšējās valdošās koalīcijas partijas ne tikai zaudēja balsis jaunajām partijām, bet arī daļēji savstarpēji apmainījās ar vēlētājiem**, – īpaši to var teikt par Nacionālo apvienību un Vienotību (grafiks 2, 7. lpp.). Ievērojama daļa no 2018.gada Nacionālās apvienības vēlētājiem pirms četriem gadiem bija

balsojuši par Vienotību vai nebija piedalījušies vēlēšanās, kamēr ievērojama 2018.gada Jaunās Vienotības vēlētāju daļa bija iepriekš balsojuši par Nacionālo apvienību. Ievērojama daļa no 2018.gada Zaļu un Zemnieku savienības vēlētājiem ir agrākie Vienotības un Nacionālās apvienības vēlētāji.

Jaunās politiskās partijas lielākoties pārņēma iepriekšējās valdošās koalīcijas vēlētājus. KPV.LV vēlētāji pēcvēlēšanu aptaujā norādīja, ka pirms četriem gadiem vai nu vispār nepiedalījās vēlēšanās (aptuveni 30%), vai arī bija balsojuši par ZZS (aptuveni 24% no KPV.LV vēlētājiem) vai Nacionālo apvienību. Jaunās Konservatīvās partijas un Attīstībai/Par! 2018.gada elektorāts sastāv no agrākajiem Vienotības, ZZS un Nacionālās apvienības vēlētājiem. Arī parlamentā neieklejuvusi Latvijas Reģionu Apvienība 2018.gadā spēja uzrunāt agrākos ZZS un Nacionālās apvienības vēlētājus.

Augsta vēlētāju lojalitāte raksturīga partijai Saskaņa. 77% tās vēlētāju pēcvēlēšanu aptaujā atzina, ka balsojuši par šo partiju atkārtoti. Aptuveni viena trešā daļa no parlamentā neieklejuvušās Latvijas Krievu savienības vēlētājiem pirms četriem gadiem bija balsojuši par partiju Saskaņa.

1.2. Latviešiem grūti izvēlēties, nelatviešiem - viegli

Pēcvēlēšanu aptauja liecina, ka **57% vēlētājiem vēlēšanu izvēle bija vienkārša, 41% – sarežģīta.**

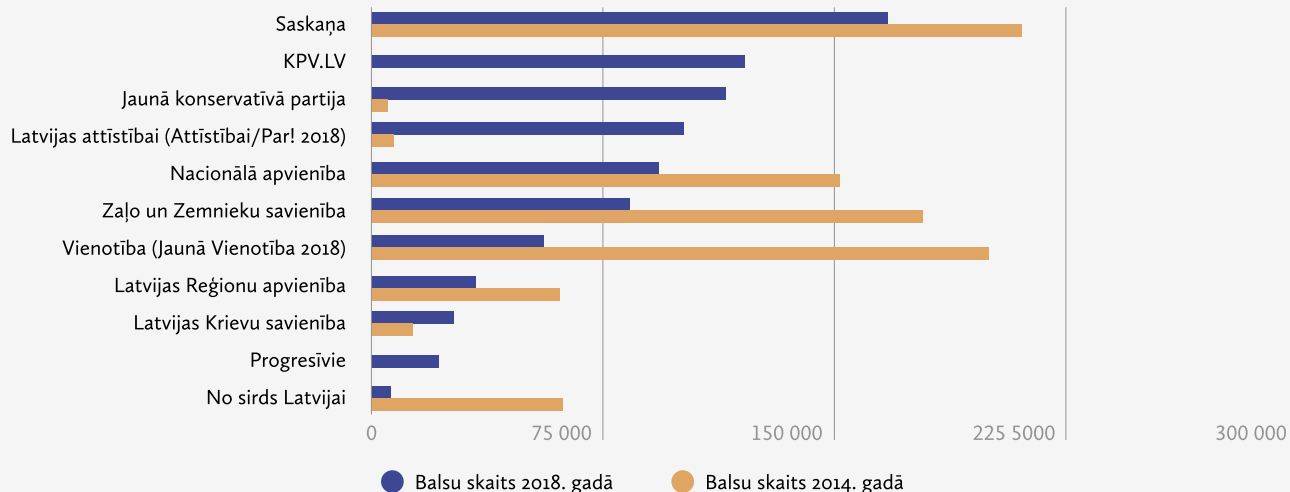
Šis vērtējums **būtiski atšķiras latviešiem un citu tautību pārstāvjiem.** Ja 47% latviešu šķita, ka izvēle 2018.gada vēlēšanās bija sarežģīta, tad līdzīgs vērtējums ir tikai 25% citu tautību pārstāvjiem. Īpaši sarežģīta vēlēšanu izvēle šķita tiem pilsoņiem, kuri pirms četriem gadiem bija balsojuši par partiju Vienotība (vairāk nekā pusei no tās vēlētājiem), kā arī tiem pilsoņiem, kuri 2014.gadā bija atbalstījuši Nacionālo apvienību un ZZS. Salīdzinājumam: tikai 15% no 2014.gada partijas Saskaņa vēlētājiem bija grūti izvēlēties, par kuru partiju balsot 2018.gadā.

1.3. Trešajai daļai vēlētāju – pēdējā brīža izvēle

Aptuveni 35% Latvijas pilsoņu savu galīgo lēmumu par vēlēšanu izvēli 2018.gadā pieņēma nedēļu pirms vēlēšanām vai pat vēlēšanu iecirknī 6.oktobrī. Šis parametrs uzrāda nozīmīgas etniskas atšķirības: pilsoņi, kuri ģimenē sarunājas krieviski, par savu vēlēšanu izvēli izlēma vidēji agrāk nekā pilsoņi, kuru ģimenes valoda ir latviešu. Tikai 33% no visiem vēlētājiem viņu vēlēšanu izvēle bija skaidra jau septembra pirmajās dienās vai vēl senāk.

1 Prasība, lai partijā būtu vismaz 500 biedru, kā arī prasība, lai partija būtu reģistrēta vismaz gadu pirms vēlēšanām.

**Grafiks 1. Partiju saņemtais balsu skaits 2014. un 2018. gada Saeimas vēlēšanās (CVK dati)
(balsu skaits)**



Visvēlāk savu gala lēmumu pieņēma vēlētāji, kuri 6.oktobrī balsoja par Jauno Vienotību (aptuveni 69% no tās vēlētājiem savu gala lēmumu pieņēma pēdējās nedēļas ietvaros), Attīstībai/Par! (aptuveni 65% tās vēlētāju izlēma pēdējā nedēļā), JKP (61%), Latvijas Krievu Savienība (59%), Progresīvie (56%). Salīdzinoši savlaicīgi savu vēlēšanu izvēli bija veikuši Saskaņas vēlētāji (tikai 23% savu izvēli izdarīja pēdējās nedēļas laikā) un ZZS vēlētāji.

Aptuveni trešajai daļai no tiem Latvijas pilsoņiem, kuri neaizgāja balsot 2018.gada Saeimas vēlēšanās, nepiedalīšanās šajās vēlēšanās bija pēdējās vēlēšanu nedēļas izvēle.

1.4. Kādēļ pilsoņi devās vai nedevās uz vēlēšanām?

Biežākie iemesli, kādēļ Latvijas pilsoņi piedalījās 6.oktobra vēlēšanās bija šādi (apkopotas atbildes uz atvērto jautājumu, nepiedāvājot izvēles variantus):

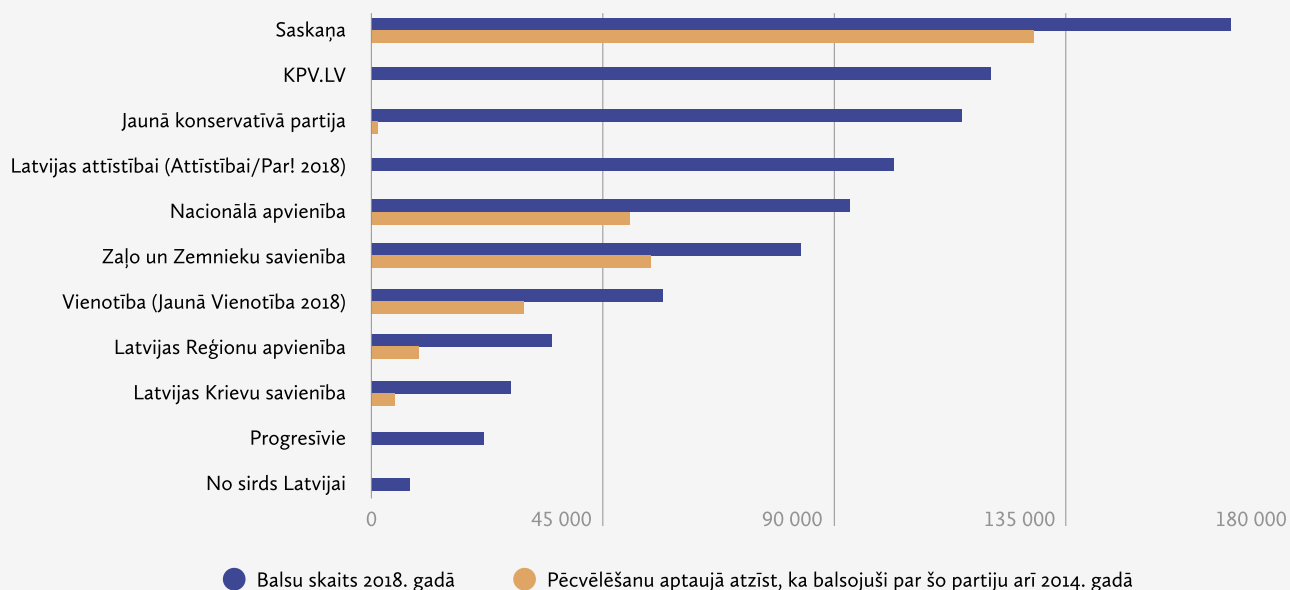
1. Pilsoņa pienākums (28%)
2. Cerība uz labāku nākotni (21%)
3. Vēlējās atbalstīt kādu noteiktu partiju/kandidātu (17%)
4. Gribēja paust savu viedokli (10%)
5. Nevar izskaidrot savu motivāciju (8%)
6. Lai veco valdību un Saeimu nomainītu jauni politiķi (6%)
7. Vienmēr piedalās visās vēlēšanās (5%)
8. Jūt atbildību par to, kas notiek Latvijā, ir Latvijas patriots (5%)
9. Vēlējās nobalsot tādēļ, lai kāda cita partija saņemtu mazāk vietu (4%)
10. Katrai balsij ir nozīme (3%)
11. Piedalījās visi ģimenes locekļi/draugi (pievienojās visiem) (3%)

Biežāk minētie iemesli, kādēļ daļa Latvijas pilsoņu nepiedalījās 6.oktobra vēlēšanās bija šādi (apkopotas atbildes uz atvērto jautājumu, nepiedāvājot izvēles variantus):

1. Uzskatīja, ka nekas no balsošanas labāk nekļūs (16% no pilsoņiem, kuri nepiedalījās vēlēšanās). Aptauja rāda, ka šī Latvijas pilsoņu grupa bija nolēmusi neiet uz vēlēšanām ilgu laiku pirms vēlēšanu dienas.
2. Nezināja, par ko balsot vai nebija pieņemamu kandidātu (14%). Aptuveni trešā daļa no šiem pilsoņiem vēl vēlēšanu nedēļa šaubījās, apsverot iespēju doties uz vēlēšanām.
3. Neinteresē politika vai vienaldzīgi šie jautājumi (10%). Šī vēlētāju grupa bija nolēmusi nepiedalīties vēlēšanās ilgu laiku pirms vēlēšanu dienas.
4. Bija aizņemts vai strādāja (9%). Aptuveni puse šo vēlētāju tikai vēlēšanu dienā saprata, ka uz vēlēšanām neies.
5. Neredz jēgu (9%). Gandrīz visi šie vēlētāji lēmumu nepiedalīties vēlēšanās bija pieņēmuši ilgi pirms vēlēšanām.
6. Veselības problēmas (7%). Šie vēlētāji tikai īsu brīdi pirms vēlēšanu dienas vai jau vēlēšanu dienā atskārta, ka uz vēlēšanām neies.
7. Nav ticības, nekam neuzticas (7%).
8. Nebija vēlētāja apliecības (6%).
9. Nebija laika (5%)
10. Atradās ārpus Latvijas (5%)

Kopumā aptuveni 42% no nebalsotājiem vēlēšanās nepiedalījās tādēļ, ka neredz balsošanai jēgu vai politika viņus neinteresē. Vēl aptuveni 33% būtu vēlējušies piedalīties, bet nevarēja nobalsot organizatorisku (darbs, nebija vēlētāju apliecības) vai veselības iemeslu dēļ. Tikai 14% vēlēšanās nepiedalījās tādēļ, ka meklēja, taču neatrada piemērotus kandidātus – šajā pilsoņu kategorijā ir vairāk nekā vidēji cilvēku ar augstāko izglītību, latviešu, kā arī cilvēku ar vai nu augstiem vai – tieši pretēji – zemiem ienākumiem.

**Grafiks 2. Vēlētāju izvēles noturība 2014. un 2018. gadā (CVK un SKDS dati)
(balsu skaits)**



1.5. Kas raksturo pilsoņus, kuri vēlēšanās nepiedalījās?

Spriežot pēc pēcvēlēšanu aptaujas datiem, uz 2018.gada 6.oktobra vēlēšanām **retāk ieradās pilsoņi, kurus raksturo šādas pazīmes: vīrieši, vecuma grupā 18-34, pamatizglītība, krievu sarunu valoda ģimenē, zemi ienākumi.**

Jautājot, par kurām partijām viņi balsotu, ja dalība vēlēšanās būtu obligāta, biežākās pieminētās izvēles bija partija **Saskaņa (11% no to pilsoņu balsīm, kuri nepiedalījās vēlēšanās), KPV.LV (9%) un ZZS (6%)**. Tas nozīmē, ka tad, ja vēlēšanu apmeklējums būtu augstāks nekā 55%, visticamāk, no augstākā apmeklējuma būtu ieguvušas tieši šīs trīs partijas.

1.6. Kā balsoja dažādu sabiedrības grupu pārstāvji?

Vēlētāju grupa	Tipiskākā uzvedība 2018.gada Saeimas vēlēšanās
Jaunieši vecumā no 18-24 gadiem	Vēlēšanu izvēle (biežuma secībā): 1) Nepiedalījās vēlēšanās, 2) KPV.LV, 3) Saskaņa 4) JKP. Salīdzinot ar citām vēlētāju grupām, vēlu izlēma, par ko balsot vēlēšanās.
Vecuma grupa 64-75	Vēlēšanu izvēle (biežuma secībā): 1) Saskaņa, 2) nepiedalījās vēlēšanās, 3) ZZS 4) Nacionālā apvienība. Salīdzinot ar citām vēlētāju grupām, agri izlēma, par ko balsot vēlēšanās.
Pilsoņi ar pamatizglītību	Vēlēšanu izvēle (biežuma secībā): 1) Nepiedalījās vēlēšanās, 2) Saskaņa; 3) KPV.LV
Pilsoņi ar augstāko izglītību	Vēlēšanu izvēle (biežuma secībā): 1) Saskaņa, 2) JKP, 3) Attīstībai/Par!
Latvieši	Vēlēšanu izvēle (biežuma secībā): 1) Nepiedalījās vēlēšanās, 2) KPV.LV, 3) JKP, 4) Attīstībai/Par! Vēlēšanu izvēle – salīdzinoši vēla un sarežģīta.
Citas tautības	Vēlēšanu izvēle (biežuma secībā): 1) Saskaņa, 2) nepiedalījās vēlēšanās, 3) JKP; 4) Latvijas Krievu savienība Vēlēšanu izvēle – salīdzinoši ātra un vienkārša.
Zemi ienākumi	Vēlēšanu izvēle (biežuma secībā): 1) Nepiedalījās vēlēšanās, 2) KPV.LV, 3) Saskaņa, 4) ZZS

Augsti ienākumi	Vēlēšanu izvēle (biežuma secībā): 1) Attīstībai/Par! 2) Saskaņa, 3) JKP
Lauku iedzīvotāji	Vēlēšanu izvēle (biežuma secībā): 1) Nepiedalījās vēlēšanās, 2) KPV.LV, 3) Saskaņa. Salīdzinot ar citām vēlētāju grupām, vēl izlēma, par ko balsot vēlēšanās.

1.7. Kādi ir tipiskākie populārāko partiju vēlētāji?

2018.gada saraksts	Tipiska vēlētāja raksturojums
<i>Saskaņa</i>	Nelatvietis (latvieši – piektā daļa no vēlētājiem), vidēji ienākumi, vidējā izglītība. Par partiju balso maz jaunieši (zem 24 gadu vecuma). Galvenā motivācija piedalīties vēlēšanās – atbalsts konkrētai partijai/kandidātam (29%), kā arī cerība uz labāku nākotni (26%).
<i>KPV.LV</i>	Jauni cilvēki (it sevišķi vecumā līdz 24 gadiem), pamata un vidējā izglītība, latvieši (94%), strādnieki, daudz vēlētāju ar zemiem ienākumiem, laukos dzīvojošie. Partiju maz atbalsta pensijas vecuma iedzīvotāji. Galvenā motivācija piedalīties vēlēšanās – cerība uz labāku nākotni (33%), atbalsts konkrētam kandidātam (17%), vēlme redzēt jaunus politikus (15%).
<i>JKP</i>	Līdzīgs atbalsts dažādās vecuma grupās, vidējā un augstākā izglītība, latvieši (86%), vidēji un vidēji augsti ienākumi. Partiju maz atbalstīja jauni cilvēki (18-24), pilsoņi ar pamatizglītību, pilsoņi ar zemiem ienākumiem, lauku iedzīvotāji. Galvenā motivācija piedalīties vēlēšanās – pilsoņa pienākums (26%), kā arī cerība uz labāku nākotni (25%).
<i>Attīstībai/Par!</i>	Vidējās paaudzes vēlētāji (25-54), augstākā izglītība, latvieši (94%), augsti ienākumi, Rīga. Partiju maz atbalstīja jaunieši, kā arī pensijas vecuma cilvēki, pilsoņi ar pamatizglītību. Galvenā motivācija piedalīties vēlēšanās – pilsoņa pienākums (41%).
<i>Nacionālā apvienība</i>	Vēlētāji vecumā virs 45 gadiem, vidējā un augstākā izglītība, latvieši (96%), vidēji ienākumi. Partiju maz atbalstīja jaunieši, pilsoņi ar pamatizglītību vai zemiem ienākumiem. Galvenā motivācija piedalīties vēlēšanās – pilsoņa pienākums (29%), kā arī vēlme atbalstīt konkrētu kandidātu/partiju (21%).
<i>ZZS</i>	Vēlētāji vecumā virs 55 gadiem, vidējā izglītība, latvieši (88%), strādnieki, pensionāri, lauku iedzīvotāji. Partijai maz vēlētāju, kuri būtu jaunāki par 35 gadiem, maz vēlētāju ar pamatizglītību vai, augstiem ienākumiem, maz Rīgas iedzīvotāju. Galvenā motivācija piedalīties vēlēšanās – pilsoņa pienākums (29%).
<i>Latvijas Reģionu Apvienība</i>	Vēlētāji virs 45 gadiem, vidējā izglītība, latvieši (94%), lauku iedzīvotāji. Partiju maz atbalsta pilsētu iedzīvotāji (atskaitot Rīgu). Galvenā motivācija piedalīties vēlēšanās – cerība uz labāku nākotni (34%) un pilsoņa pienākums (33%).
<i>VIENOTĪBA</i>	Salīdzinoši vairāk vēlētāju vecuma grupās 25-34 un virs 64 gadiem, augstākā izglītība, latvieši, atšķirīgs ienākumu līmenis. Salīdzinoši mazs atbalsts laukos.
<i>Latvijas Krievu savienība</i>	Atbalsta vīrieši, pamatizglītība un vidējā izglītība, nelatvieši (80%), strādnieki. Galvenā vēlēšanu motivācija – pilsoņa pienākums (29%), cerība uz labāku nākotni (20%), vēlme atbalstīt konkrētu partiju/kandidātu (20%)
<i>Progresīvie</i>	Vēlētāji vecumā starp 25-44 gadiem, augstākā izglītība, latvieši (80%), vidēji un vidēji augsti ienākumi. Galvenā vēlēšanu motivācija – vēlētāja pienākums (55%).

2 Kampanas metodes un vēstījumi

2.1. Vēlēšanu izvēlei svarīgie informācijas avoti

Pēcvēlēšanu aptaujā Latvijas pilsoņi tika lūgti atzīmēt tos informācijas avotus un pasākumus, kuri viņiem bija svarīgi, pieņemot lēmumu, par ko balsot vēlēšanās. Katrs respondents varēja izvēlēties vairākas atbildes.

Informācijas avots, pasākums	Piezīmes
1. Draugu, tuvinieku un kolēģu izvēle, ieteikumi – 43%	Ieteikumi īpaši svarīgi šķita jauniešiem (līdz 24 gadu vecumam), nelatviešiem, Latvijas Krievu savienības, Saskaņas un Attīstībai/Par! vēlētājiem. Vismazāk svarīgi tie šķita ZZS vēlētājiem.
2. Partiju un kandidātu sniegums priekšvēlēšanu debatēs TV, radio, internetportālos – 40%	Šis faktors sevišķi svarīgs bija pilsoņiem ar augstāko izglītību vai augstiem ienākumiem, kā arī pilsoņiem, kuri ģimenē runā latviešu valodā. Partijas sniegums debatēs īpaši svarīgs šķita Jaunās Vienotības, Latvijas Reģionu Apvienības, kā arī Jaunās Konservatīvās partijas vēlētājiem. Vismazāk svarīgs tas šķita partijas Saskaņa vēlētājiem.
3. Partiju un kandidātu aktivitātes, rakstītais sociālajos tīklos – 18%	Partiju aktivitātes internetā sevišķi svarīgas šķita pilsoņiem līdz 34 gadu vecumam, kā arī pilsoņiem ar augstāko izglītību un augstiem ienākumiem. Šo faktoru biežāk kā svarīgu novērtēja tie pilsoņi, kuri 6.oktobrī balsoja par KPV.LV (37% no partijas vēlētājiem) un Jauno Vienotību. Kā nesvarīgu: ZZS vēlētāji (tikai 2% no ZZS vēlētājiem būtisks izvēles faktors bija partijas un kandidātu aktivitātes sociālajos tīklos)
4. Sabiedrībā pazīstamu cilvēku izvēle, ieteikumi -17%	Aptuveni līdzīgs šī faktora svarīguma novērtējums dažādās demogrāfiskajās grupās; starp partijām šis faktors biežāk svarīgs šķita partijas PROGRESĪVIE vēlētājiem.
5. Partijas un kandidātu reklāmas masu medijos (TV, radio, internetportālos) – 17%	Aptuveni līdzīgs šī faktora svarīguma novērtējums dažādās demogrāfiskajās grupās.
6. Partiju avīzes un citi drukātie reklāmas materiāli – 9%	Drukātos materiālus kā nozīmīgus biežāk vērtē Latvijas Reģionu Apvienības un ZZS vēlētāji.
7. Tikšanās ar deputātu kandidātiem klātienē – 7%	Kā īpaši svarīgas klātienē tikšanās novērtējuši Latvijas Krievu savienības, Latvijas Reģionu Apvienības un Jaunās Vienotības vēlētāji.

Lai varētu novērtēt, kādas partiju un kandidātu aktivitātes varētu būt ietekmējušas vēlētāju izvēles kampaņas laikā (pretstatā visam attiecīgās partijas pastāvēšanas laikam), pēcvēlēšanu aptaujā vēlētājiem tika uzdoti īpaši jautājumi par viņu rīcību vai saņemto informāciju karstākajā vēlēšanu kampaņas laikā – no 2018.gada augusta līdz vēlēšanu dienai.

Skatījās vēlēšanu debates televīzijā vai internetā

Pirms 2018.gada vēlēšanām gan sabiedriskie, gan komerciālie mediji dažādās platformās rīkoja priekšvēlēšanu debates. Pēcvēlēšanu aptaujā vēlētājiem tika uzdots jautājums, vai viņi ir skatījušies debates televīzijā vai internetā augustā, septembrī un oktobra pirmajā nedēļā: **34% no pilsoņiem** atbildēja apstiprinoši.

Raksturojot vēlētājus, kuri skatījušies priekšvēlēšanu diskusijas, var izdarīt šādus secinājumus:

- Līdzīgi rādītāji novērojami visās vecuma grupās, izņemot jauniešus (18-24), kuri debates ir skatījušies retāk (tikai 23% skatījušies debates);
- Pilsoņi ar augstāko izglītību skatās priekšvēlēšanu debates daudz biežāk nekā pilsoņi ar pamatizglītību (43% iepretī 22%);
- Debates biežāk skatījušies latvieši (39%), nevis citu tautību pārstāvji (22%);
- Debates nedaudz retāk skatījušies pilsoņi ar zemiem ienākumiem;
- Reģionos visbiežāk debates skatījušies Vidzemes iedzīvotāji, visretāk – Latgales iedzīvotāji;
- Dažu partiju vēlētāji biežāk, citi – retāk skatījās priekšvēlēšanu debates. No tām partijām, kuras ieguva vismaz 2% balsis, visbiežāk debates skatījās Latvijas Reģionu Apvienības un Nacionālās Apvienības vēlētāji, visretāk – Latvijas Krievu savienības, Saskaņas un ZZS vēlētāji.

Klātienē tikās ar deputātu kandidātiem

Tikai 4% no visiem pilsoņiem atzina, ka vēlēšanu kampaņas ietvaros (no augusta līdz vēlēšanu dienai) klātienē tikušies ar vēlēšanu kandidātiem. Salīdzinoši biežāk šādas tikšanās ir atzīmējuši KPV.LV, Saskaņas un Nacionālās apvienības vēlētaji. Biežāk klātienē tikušies ar arī partiju PROGRESĪVIE un Latvijas Krievu savienība vēlētaji, bet par šo partiju vēlētajiem ir sarežģīti izdarīt ticamus secinājumus mazā respondentu skaita dēļ.

Vienlaikus 6% no pēcvēlēšanu aptaujas respondentiem bija pamanījuši, ka kandidāti 2018.gadā vairāk tikās klātienē ar vēlētajiem nekā citās kampaņās. Šo tendenci visbiežāk bija pamanījuši KPV.LV (13%), Nacionālās Apvienības, Attīstībai/Par! un partijas PROGRESĪVIE vēlētaji.

Internetā sazinājās ar deputātu kandidātiem

2% no respondentiem aptaujā ir norādījuši, ka priekšvēlēšanu kampaņas laikā internetā komunicējuši ar vēlēšanu kandidātiem. Demogrāfiskā ziņā vienīgā viņu īpašā pazīme: tie ir tie vēlētaji, kuru sarunu valoda ģimenē ir latviešu valoda.

22% no vēlētajiem pamanīja, ka šajā vēlēšanu kampaņā kandidāti vairāk uzrunāja vēlētajus sociālajos tīklos nekā citās kampaņās. To visbiežāk novēroja vēlētajiem vecumā līdz 55 gadiem, ar augstāko izglītību un augstiem ienākumiem. Centienus uzrunāt vēlētajus sociālajos tīklos visbiežāk bija pamanījuši partijas PROGRESĪVIE, Attīstībai/Par!, KPV.LV un Nacionālās apvienības vēlētaji. Visretāk: ZZS, Latvijas Krievu savienības un Saskaņas vēlētajiem.

Izmantoja dažādus vēlētajiem izglītošanai paredzētos interneta rīkus

6.2% no vēlētajiem bija izmantojuši lsm.lv mājaslapā pieejamo partiju saderības anketu "Partiju šķirotava", kamēr līdzīgu žurnāla IR anketu (Politiskais Tinderis) aizpildīja 4.6% vēlētajiem. 2.6% vēlētajiem pārbaudīja kandidātu reputāciju lapā deputatiuzdelnas.lv vai svitrosana.lv.

2.2. Vēlēšanu kampaņas aizdomīgās metodes

Bezmaksas Dienas Biznesa izdevums

Pirms vēlēšanām daļa Latvijas vēlētajiem savās pastkastēs saņēma bezmaksas "Dienas Bizness" izdevumu ar rakstu apkopojumu par kandidātiem, kur īpaši slavēti tika KPV.LV un Saskaņas kandidāti, kamēr kritizēti – Nacionālās apvienības, Jaunās Vienotības, Attīstībai/Par! un JKP kandidāti, kā arī finanšu ministre Dana Reizniece-Ozola (ZZS).

Pēcvēlēšanu aptaujā 18% Latvijas iedzīvotāju atzīmēja, ka šādu izdevumu saņēmuši. Šī bezmaksas izdevuma saņēmēju izvēle vēlēšanās sadalījās šādi (pieminējuma biežuma secībā):

Saskaņa, JKP, Nacionālā apvienība, ZZS. Līdz ar to nav pazīmju, ka šis izdevums būtu ietekmējis vēlēšanu rezultātus – bezmaksas izdevuma saņēmēji vēlēšanās biežāk nekā vidēji balsoja par Saskaņu, taču retāk nekā vidēji – par KPV.LV. Tāpat nav pazīmju, kas liktu domāt, ka šī izdevuma saņemšana būtu samazinājusi atbalstu tām partijām, kuras tajā tika kritizētas.

Bezmaksas izdevums, kurš tika vērstas pret Saskaņas kandidātu Vitāliju Orlovu

2018.gada septembra vidū KNABs aizliedza aģitācijas kampaņu, kas bija vērstas pret partijas Saskaņa kandidātu Vitāliju Orlovu². Zemgales vēlēšanu apgabala iedzīvotājiem tika izplatīti bezmaksas izdevumi ar deputātu nomelnojošu informāciju.

Pēcvēlēšanu aptauja liecina, ka šo izdevumu varētu būt saņēmuši 3.6% no vēlētajiem, biežāk – krievvalodīgie vēlētajiem. Aptuveni puse šī izdevumu saņēmēju 6.oktobrī balsoja par partiju Saskaņa. CVK dati liecina, ka Vitālijs Orlovs startēja Zemgales apgabalā ar kārtas numuru 2 un ir ievēlēts 13.Saeimā kā otrs populārākais šī apgabala kandidāts. Vēlēšanu rezultāti liecina, ka viņš ir ieguvis aptuveni 200 svītrojumus vairāk nekā citi kandidāti (arī par 200 svītrojumiem vairāk nekā 2014.gada vēlēšanās šajā pašā apgabalā) un par 1000 plusiem mazāk nekā 2014.gada vēlēšanās. Vienlaikus no šiem datiem nevar secināt, cik lielā mērā vajākais individuālais rezultāts ir saistīts ar pret Vitāliju Orlovu vērsto bezmaksas izdevumu iepretī citiem faktoriem – piemēram, Saskaņas vēlēšanu kampaņas stratēģiju un metodēm šajā apgabalā.

Finanšu ministrijas apmaksātas reklāmas par nodokļu reformas rezultātiem

2018.gada augustā Latvijas Radio sāka skanēt Finanšu ministrijas reklāmas par labiem nodokļu reformas rezultātiem, izpelnoties kritiku par to, ka valsts resursi tiek tērēti valdošās koalīcijas partijai, it sevišķi ZZS, priekšvēlēšanu aģitācijas vajadzībām³.

Pēcvēlēšanu aptauja liecina, ka nodokļu reformu slavinošās reklāmas bija pamanījuši 11% vēlētajiem. Viņu vēlēšanu izvēles 2018.gada vēlēšanās sadalījās šādi (biežuma secībā): Nacionālā apvienība, Attīstībai/Par!, JKP, Saskaņa, KPV.LV. Tikai 1% no vēlētajiem, kuri bija pamanījuši šīs reklāmas, 6.oktobrī nobalsoja par ZZS. Tas ļauj domāt, ka šīm reklāmām vai nu nebija ietekmes uz vēlēšanu rezultātiem vai arī tā bija tieši pretēja iecerētajai, proti, samazināja, nevis palielināja ZZS popularitāti.

2 https://www.diena.lv/raksts/latvija/zinas/knab-aizliedz-sia-_zur-nals-nauda-ir_-veikt-prieksvēlēšanu-agitāciju-par-maksu-14205337

3 <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/knab-nesaskata-slepto-agitāciju-finansu-ministrijas-slavinosa-reklama.a289049/>

2.3. Vēlētājus mobilizējošie vēstījumi: kuri rezonēja?

Lai noskaidrotu iemeslus, kas ir pamudinājuši tik daudzus Latvijas vēlētājus mainīt savas vēlēšanu izvēles, pēcvēlēšanu anketā tika iekļauti vairāki apgalvojumi ar īpaši augstu vēlētāju mobilizēšanas vai populisma potenciālu – šo apgalvojumu analogi tika bieži piesaukti 2018.gada kampaņas ietvaros.

Jebkādas pārmaiņas Latvijas politikā ir labāk, nekā nekādas pārmaiņas

68% Latvijas pilsoņu ir gatavi piekrist apgalvojumam, ka labāk kaut kādas pārmaiņas, nekā nekādas pārmaiņas. Iespējams, ka tieši šis rādītājs vislabāk izskaidro krasās politiskās vides pārmaiņas 6.oktobra vēlēšanās.

Pārmaiņas aptuveni līdzvērtīgi vēlējas pilsoņi visās vecuma grupās, salīdzinoši biežāk – latvieši, cilvēki ar pamatizglītību, zemiem vai vidējiem ienākumiem.

Starp dažādu partiju vēlētājiem visvairāk pārmaiņas vēlējas KPV.LV (79% no partijas vēlētājiem) un partijas PROGRESĪVIE (75%) vēlētāji. Salīdzinoši visretāk: Latvijas Krievu savienības vēlētāji (51%), Attīstībai/Par! vēlētāji (63%), pilsoņi, kuri nepiedalījās vēlēšanās (64%), kā arī Nacionālās apvienības vēlētāji (64%).

Labāk jauni blēži nekā veci blēži

Latvijas sabiedrība kopumā nav gatava piekrist apgalvojumam, ka jauni blēži ir labāk par veciem blēžiem. Šim apgalvojumam piekrist 23% pilsoņu, nepiekrist – 53%.

Populārāka tēze par jaunajiem blēžiem ir jauniešiem, cilvēkiem ar pamatizglītību, latviešiem, pilsoņiem ar zemiem vai vidēji zemiem ienākumiem, kā arī lauku iedzīvotājiem.

Starp partiju vēlētājiem šo tēzi biežāk atbalsta partiju PROGRESĪVIE un KPV.LV vēlētāji, visretāk – NA, ZZS un Attīstībai/Par! vēlētāji.

Latvijas valsts ir mani aizvainojusi

31% no Latvijas pilsoņiem uzskata, ka Latvijas valsts ir viņus aizvainojusi, 62% šim apgalvojumam nepiekrist. Aizvainojums uz Latviju ir biežāk raksturīgs nelatviešiem, cilvēkiem ar zemiem ienākumiem vai pamatizglītību, kā arī Latgales iedzīvotājiem.

Aizvainojumu pret Latviju visbiežāk izjūt Latvijas Krievu savienības vēlētāji (72%), Saskaņas (43%) vēlētāji, kā arī pilsoņi, kuri nepiedalījās vēlēšanās (41%). Visretāk aizvainojuma sajūta ir Attīstībai/Par! (6%), Latvijas Reģionu Apvienības (11%), Jaunās Vienotības (21%) un JKP (23%) vēlētājiem.

Lielākā daļa Latvijas varas pārstāvju ir korumpēti

Apgalvojumam par to, ka Latvijas vara ir korumpēta, piekrist 69% Latvijas pilsoņu. Salīdzinoši biežāk: cilvēki vecumā līdz 54 gadiem, ar pamatizglītību, ar zemiem ienākumiem, Latgalē dzīvojošie un nelatvieši.

Partiju griezumā visbiežāk sajūta par varas pārstāvju korumpētību ir Latvijas Krievu savienības (87%), Saskaņas (82%) un KPV.LV (72%) vēlētājiem, kā arī pilsoņiem, kuri vēlēšanās nepiedalījās (78%). Visretāk šim apgalvojumam piekrist Nacionālās apvienības (51%), Attīstībai/Par! (55%), Jaunās Vienotības (56%) un ZZS (57%) vēlētāji.

Latvijas nākotne – apdraudēta

2018.gada vēlētāju prātus ir maz ietekmējusi apdraudētības sajūta. **Kopumā 37% Latvijas pilsoņu uzskata, ka Latvijas nākotne ir apdraudēta, kamēr 54% jūtas droši par Latvijas nākotni.** Apdraudējuma sajūta biežāk raksturīga pilsoņiem ar zemiem ienākumiem, kā arī Latgales iedzīvotājiem.

Vissatrauktākie ir Latvijas Krievu savienības vēlētāji – 65% aptaujā norādīja, ka Latvijas nākotne ir apdraudēta. Salīdzinoši augsta apdraudētības sajūta ir arī nebalstotājiem (44%), JKP vēlētājiem (43%), KPV.LV (41%) un Nacionālās apvienības (40%) vēlētājiem.

Visdrošāk jūtas Jaunās Vienotības, Progresīvo, Latvijas Reģionu Apvienības, Attīstībai/Par! un Saskaņas vēlētāji (caurmērā tikai 27-29% saredz apdraudējumu Latvijai).

2.4 Mediju darba apšaubīšana

2018.gada Saeimas vēlēšanu kampaņa paliks vēsturē ar partijas KPV.LV politiķu naidīgu retoriku pret dažādu mediju žurnālistiem. **Pēcvēlēšanu aptauja** (skat. vairāk nākamajā nodaļā) **liecina, ka KPV.LV pārmetumi nav sabojājuši attiecīgo mediju reputāciju.**

Uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem ir augsta, turklāt KPV.LV vēlētāji uzticas sabiedriskajiem medijiem vairāk nekā vidējais pilsonis (uzticēšanās LTV1: 46% starp KPV.LV vēlētājiem, kamēr valstī vidēji LTV1 uzticas 41% no pilsoņiem; uzticēšanās Latvijas Radio 1 starp KPV.LV vēlētājiem – 20%, valstī vidēji – 19%). Vismazāk LTV1 un LR1 uzticas Latvijas Krievu savienības un partijas Saskaņa vēlētāji.

Uzdodot jautājumu vēlētājiem par to, cik lielā mērā vēlētājs var piekrist tam, ka sabiedriskie mediji ar necieņu izturējās pret dažu partiju vēlētājiem, 20% no pilsoņiem uz šo jautājumu atbild apstiprinoši, 43% nepiekrist un pārējiem nav vērtējuma. Interesanti, ka biežāk tā uzskata nelatvieši, mediju nelietotāji, kā arī Latvijas Krievu savienības vēlētāji. Tie vēlētāji, kuri priekšvēlēšanu laikā paši skatījās LTV1, šim apgalvojumam biežāk nepiekrist (55% nepiekrist, 16% piekrist, pārējiem nav viedokļa).

Aptuveni 18% Latvijas pilsoņu uzskata, ka priekšvēlēšanu kampaņas laikā bijis daudz viltus informācijas par kandidātiem, kurai nevar ticēt. Visbiežāk šādas viltus ziņas ir pamanījuši Latvijas Reģionu Apvienības, Jaunās Vienotības, JKP un Nacionālās apvienības vēlētajī.

3 Tradicionālo mediju un sociālo tīklu nozīmīgums

3.1 Mediju nozīmīgums un uzticēšanās medijiem

Pēcvēlēšanu aptauja liecina, ka 2018.gada 6.oktobra vēlēšanās televīzija joprojām ir bijusi vēlētajiem visnozīmīgākais mediju veids – 76% no vēlētajiem pirms vēlēšanām bija guvuši politisko informāciju kādā no televīzijas kanāliem. Vienlaikus televīzijas ietekme samazinās – gados jaunie pilsoņi televīziju skatās reti.

Latvijā aizvien populārāki kļūst interneta ziņu portāli – tajos politisko informāciju vēlēšanu kampaņas laikā smēlušies 66% no vēlētajiem. Taču interneta portālus salīdzinoši reti lieto pilsoņi vecuma grupā virs 64 gadiem (30%), kā arī, interesanti atzīmēt, ZZS vēlētajī (34%).

Politisko informāciju radio pirms vēlēšanām klausījušies

aptuveni 52% no pilsoņiem. Politiskās informācijas iegūšanai radio salīdzinoši biežāk klausās laukos. Tipiskākais radio klausītājs ir Latvijas pilsonis vecuma grupā virs 55 gadiem.

Laikraksti un žurnāli ir tas tradicionālo mediju veids, no kura politisko informāciju iegūst mazāk nekā trešā daļa Latvijas pilsoņi. Svarīgi atzīmēt, ka pavisam maz drukātās preses lasītāju ir vecuma grupā 18-24: mazāk nekā 10% no pilsoņiem šajā vecuma grupā atzīst, ka pirms vēlēšanām būtu lasījuši politisko informāciju drukātajā presē. Salīdzinot ar citu partiju vēlētajiem, biežāk avīzes lasa ZZS, Attīstībai/Par! un Latvijas Reģionu Apvienības vēlētajī.

Vēlētajū sasniedzamības ziņā visnozīmīgāko mediju desmitniekā atrodamas 6 televīzijas (LTV1, LNT, TV3, LTV7, TV24, PBK), divi interneta portāli (delfi.lv un tvnet.lv), kā arī divi radio (LR1 un LR2). Interesanti, ka daudzu mediju auditorija nav tik etniski segmentēta, kā Latvijā dažkārt ierasts domāt (skat. tabulas zemāk). Vairākiem latviešu valodā radošiem vai rakstošiem medijiem ir nozīmīga nelatviešu auditorija.

Latvijas pilsoņi lielākoties vai nu uzticas medijiem vai arī nezina, kā tos vērtēt, – lūdzot sarakstā atzīmēt konkrētus medijus, kuriem vēlētajī neuzticas, neviens no medijiem netika nosaukts vairāk kā 12 procentos no visām atbildēm.

Televīzija

Televīzijas kanāls un vēlētajū īpatsvars, kuri 2018.gada septembrī un oktobrī ieguva politisko informāciju šajā kanālā	
LTV1 – 50%	<ul style="list-style-type: none"> LTV skatījušies 63% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 17% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. Īpaši nozīmīgs šis kanāls ir bijis Nacionālās apvienības un partijas PROGRESĪVIE vēlētajiem (skatījušies aptuveni 81% no šo partiju vēlētajiem). Salīdzinoši maznozīmīgs: Latvijas Krievu savienības (14%) un Saskaņas (20%) vēlētajiem. LTV skatītāji vēlēšanās visbiežāk balsoja par JKP, Nacionālo apvienību un Attīstībai/Par! LTV uzticas 41% no pilsoņiem, neuzticas – 8%.
LNT – 40%	<ul style="list-style-type: none"> LNT skatījušies 47% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 22% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. LNT skatītāji vēlēšanās visbiežāk balsoja par JKP, KP.V.LV, Saskaņu un Attīstībai/Par! LNT uzticas 32% no pilsoņiem, neuzticas – 6%.
TV3 – 32%	<ul style="list-style-type: none"> TV3 skatījušies 39% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 16% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. TV3 skatītāji vēlēšanās visbiežāk balsoja par JKP, KP.V.LV un Attīstībai/Par!. TV3 uzticas 26% no pilsoņiem, neuzticas – 5%.
LTV7 – 27%	<ul style="list-style-type: none"> LTV7 skatījušies 27% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 25% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. Salīdzinoši biežāk šo kanālu skatījušies Latvijas Krievu savienības un partijas PROGRESĪVIE vēlētajī. LTV7 skatītāji visbiežāk vēlēšanās balsojuši par Saskaņu. LTV7 uzticas 21% no pilsoņiem, neuzticas – 6%.

TV24 – 19%	<ul style="list-style-type: none"> • TV24 skatījušies 23% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 10% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • Šis kanāls salīdzinoši svarīgs bijis Nacionālās apvienības vēlētājiem (49%). • TV24 skatītāji vēlēšanās visvairāk balsojuši par Nacionālo apvienību un JKP. • TV24 uzticas 14% no pilsoņiem, neuzticas – 7%.
Pirmais Baltijas Kanāls – 17%	<ul style="list-style-type: none"> • PBK skatījušies 7% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 41% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • Šis kanāls īpaši svarīgs šķitis Saskaņas vēlētājiem (46%), mazsvarīgs – KPV.LV (3%) un Nacionālās apvienības (4%) vēlētājiem. • PBK skatītāji vēlēšanās visvairāk balsojuši par Saskaņu. • PBK uzticas 12% no pilsoņiem, neuzticas arī 12%.

Internetportāli

Interneta portāls un vēlētāju īpatsvars, kuri 2018.gada septembrī un oktobrī ieguva politisko informāciju šajā portālā	
Delfi.lv – 45%	<ul style="list-style-type: none"> • Starp delfi.lv lietotājiem priekšvēlēšanu laikā bijuši 51% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 29% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • Delfi lietotāji vēlēšanās visbiežāk atbalstīja JKP, Attīstībai/Par!, KPV.LV un partiju Saskaņa. • Delfiem uzticas 33% Latvijas pilsoņi, neuzticas 5%.
Tvnet.lv – 30%	<ul style="list-style-type: none"> • Starp Tvnet lietotājiem priekšvēlēšanu laikā bijuši 37% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 14% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • Tvnet lietotāji vēlēšanās visbiežāk atbalstīja JKP, KPV.LV un Attīstībai/Par! • Tvnet uzticas 22% pilsoņi, neuzticas – 4%.
Rus.delfi.lv – 14%	<ul style="list-style-type: none"> • Starp Rus.delfi.lv lietotājiem priekšvēlēšanu laikā bijuši 2% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 42% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • Rus.delfi lietotāji vēlēšanās visbiežāk atbalstīja Saskaņu un Latvijas Krievu savienību. • Rus.delfi uzticas 11% pilsoņu, neuzticas 4%.
Lsm.lv – 10%	<ul style="list-style-type: none"> • Starp lsm.lv lietotājiem priekšvēlēšanu laikā bijuši 12% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 5% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • Lsm.lv lietotāji vēlēšanās visbiežāk atbalstīja JKP, Attīstībai/Par! un Nacionālo apvienību. • Lsm.lv uzticas 9% pilsoņu, neuzticas 2%.
Jauns.lv – 8%	<ul style="list-style-type: none"> • Starp jauns.lv lietotājiem priekšvēlēšanu laikā bijuši 11% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 1% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • Jauns.lv lietotāji vēlēšanās visbiežāk atbalstīja KPV.LV, Attīstībai/Par! un JKP. • Jauns.lv uzticas 6% pilsoņi, neuzticas – 4%.
Rus.tvnet.lv – 7%	<ul style="list-style-type: none"> • Starp Rus.tvnet.lv lietotājiem priekšvēlēšanu laikā bijuši 2% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 21% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • Rus.tvnet.lv lietotāji vēlēšanās visbiežāk atbalstīja partiju Saskaņa. • Rus.tvnet.lv uzticas 5% pilsoņi, neuzticas – 4%.

Radio

Radio un vēlētāju īpatsvars, kuri 2018.gada septembrī un oktobrī ieguva politisko informāciju šajā radio	
Latvijas Radio 1 – 21%	<ul style="list-style-type: none"> • Starp LR1 klausītājiem priekšvēlēšanu laikā bijuši 27% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 6% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • LR1 klausītāji vēlēšanās visbiežāk atbalstīja Nacionālo apvienību, JKP, Attīstībai/Par!, KPV.LV un ZZS. • LR1 uzticas 19% no Latvijas pilsoņiem, neuzticas – 3%.

Latvijas Radio 2 – 17%	<ul style="list-style-type: none"> • Starp LR2 klausītājiem priekšvēlēšanu laikā bijuši 22% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 4% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • LR2 klausītāji vēlēšanās visbiežāk atbalstīja Nacionālo apvienību, JKP un KPV.LV. • LR2 uzticas 16% no pilsoņiem, neuzticas – 3%.
Radio SWH – 10%	<ul style="list-style-type: none"> • Starp SWH klausītājiem priekšvēlēšanu laikā bijuši 10% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 10% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • SWH klausītāji vēlēšanās visbiežāk atbalstīja partiju Saskaņa un KPV.LV. • SWH uzticas 9% no pilsoņiem, neuzticas – 3%.
Latvijas Radio 4 – 6%	<ul style="list-style-type: none"> • Starp LR4 klausītājiem priekšvēlēšanu laikā bijuši 3% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas latviešu valodā, un 13% no pilsoņiem, kuri ģimenē sarunājas krieviski. • LR4 klausītāji vēlēšanās visbiežāk balsoja par partiju Saskaņa. • LR4 uzticas 6% no pilsoņiem, neuzticas – 2%.

Laikraksti/žurnāli

Laikraksts/žurnāls un vēlētāju īpatsvars, kuri 2018.gada septembrī un oktobrī ieguva politisko informāciju no šī laikraksta/žurnāla	
Latvijas Avīze – 7%	<ul style="list-style-type: none"> • Latvijas Avīzes lasītāju loks: latvieši, lielākoties virs 45 gadu vecuma, lauku iedzīvotāji. • Latvijas Avīzes lasītāji biežāk balsoja par KPV.LV, Nacionālo apvienību un Latvijas Reģionu apvienību. • Latvijas Avīzei uzticas 7% pilsoņu, neuzticas 1%.
Diena – 6%	<ul style="list-style-type: none"> • Dienas lasītāju loks: latvieši, 35-75 gadi, vidēji augsti ienākumi. • Dienas lasītāji biežāk balsoja par Attīstībai/Par!, Nacionālo apvienību un JKP. • Dienai uzticas 5% pilsoņi, neuzticas – 2%.
Žurnāls IR – 5%	<ul style="list-style-type: none"> • Žurnāla IR lasītāju loks: latvieši, 35-44 gadi, augsti ienākumi, Rīga. • Žurnāla IR lasītāji biežāk balsoja par Attīstībai/Par!, Nacionālo apvienību un JKP. • Žurnālam IR uzticas 4% pilsoņu, neuzticas – 1%.
Vesti – 4%	<ul style="list-style-type: none"> • Vesti lasītāju loks: nelatvieši, 45-54 gadi, vidēji ienākumi un vidējā izglītība. • Lasītāji vēlēšanās atbalstīja Saskaņu un Latvijas Krievu savienību. • Vesti uzticas 3% pilsoņu, neuzticas – 4%.
Dienas Bizness – 2%	<ul style="list-style-type: none"> • Lasītāju loks: 25-54 gadi, augstākā izglītība un augsti ienākumi. • Vēlēšanās balsoja par JKP, Attīstībai/Par! un Nacionālo apvienību. • Dienas Biznesam uzticas 2% pilsoņu, neuzticas – 2%.
NRA – 2%	<ul style="list-style-type: none"> • Lasītāju loks: vidēji ienākumi, Rīga. • Vēlēšanās balsoja par JKP, Nacionālo apvienību, Attīstībai/Par! un Saskaņu. • NRA uzticas 2% pilsoņu, neuzticas – 3%.

3.2. Sociālo tīklu nozīme

Pēcvēlēšanu aptaujas respondenti tika lūgti atzīmēt visus sociālos tīklus, kurus viņi aktīvi lietoja (katru vai gandrīz katru dienu) 2018.gada septembrī un oktobra sākumā. **Latvijas pilsoņu īpatsvars, kuri vispār šobrīd neizmanto interneta sociālos tīklus: 30%. Pārējie 70% pilsoņi ir aktīvi vismaz viena interneta sociālā tīkla lietotāji.**

Aptuveni 55% no Latvijas pilsoņiem vismaz kādā no šiem sociālajiem tīkliem bija pamanījuši politiskās reklāmas. Visbiežāk Facebook (50%), YouTube (13%), Draugiem.lv (8%), Twitter (6%), Instagram (5%), Odnoklassniki (2%) un VKontakte (1%).

Sociālais tīkls un tā aktīvo lietotāju īpatsvars starp Latvijas pilsoņiem

Facebook – 62%	<ul style="list-style-type: none">• Līdz 44 gadu vecumam šo sociālo tīklu aktīvi izmanto aptuveni 80% Latvijas pilsoņu.• Starp aktīviem Facebook lietotājiem ir 64% pilsoņu, kuriem dzimtā valoda ir latviešu valoda, un 55% - krievu.• Starp Facebook lietotājiem ir 84% no tiem pilsoņiem, kuri 6.oktobrī nobalsoja par partiju PROGRESĪVIE, bet tikai 30% no pilsoņiem, kuri nobalsoja par Latvijas Krievu savienību.• Facebook lietotāji balsoja par partijām caurmērā līdzīgās proporcijās kā Latvijas vēlētāji kopumā
YouTube – 26%	<ul style="list-style-type: none">• Vairāk nekā puse pilsoņu vecuma grupā starp 18-24 gadiem ir aktīvi YouTube lietotāji.• Starp YouTube lietotājiem ir 75% no tiem pilsoņiem, kuri 6.oktobrī nobalsoja par partiju PROGRESĪVIE, bet tikai 19% no pilsoņiem, kuri nobalsoja par Nacionālo apvienību.
Draugiem.lv – 21%	<ul style="list-style-type: none">• Starp aktīviem Draugiem.lv lietotājiem ir 27% pilsoņu, kuriem dzimtā valoda ir latviešu valoda, un 8% - krievu.• Draugiem.lv lietotājiem populārākā partija bija KPV.LV
Instagram – 15%	<ul style="list-style-type: none">• Starp Instagram lietotājiem ir maz Nacionālās apvienības un ZZS vēlētāju, daudz – Attīstībai/Par! vēlētāju.
Twitter – 13%	<ul style="list-style-type: none">• Starp aktīviem Twitter lietotājiem ir 14% pilsoņu, kuriem dzimtā valoda ir latviešu valoda, un 11% - krievu.• Twitter lietotāji vēlēšanās visbiežāk balsoja par KPV.LV, Saskaņu, Attīstībai/Par un JKP
Odnoklassniki – 8% (ok.ru)	<ul style="list-style-type: none">• Starp aktīviem Odnoklassniki lietotājiem ir 2% pilsoņu, kuriem dzimtā valoda ir latviešu valoda, un 22% - krievu.• Odnoklassniki lietotāji galvenokārt nobalsoja par partiju Saskaņa.
VKontakte – 4% (vk.com)	<ul style="list-style-type: none">• Starp aktīviem VKontakte lietotājiem ir 1% pilsoņu, kuriem dzimtā valoda ir latviešu valoda, un 13% - krievu.• VKontakte lietotāji galvenokārt nobalsoja par partiju Saskaņa.

3.3. Kas ir pilsoņi, kuri vispār nelieto medijus (izņemot sociālos tīklus)?

Aptuveni 8% no Latvijas pilsoņiem vispār nelieto medijus – televīziju, radio, interneta ziņu portālus un drukātos medijus. Šie ir lielākoties gados jauni cilvēki – pēc citiem demogrāfiskajiem rādītājiem viņi maz atšķiras no Latvijas vidējā pilsoņa. Šis vēlētāju grupas atšķirīgās iezīmes, salīdzinot ar citiem vēlētājiem:

- Divreiz retāk piedalās vēlēšanās;
- Divreiz retāk pamanīja kandidātu centienus vēlētajus uzrunāt sociālajos tīklos;
- Ievērojami biežāk uzskata, ka Latvijas nākotne ir apdraudēta;
- Ievērojami biežāk izjūt aizvainojumu pret Latvijas valsti;
- Ievērojami biežāk uzskata, ka jauni blēži ir labāk nekā veci blēži.

4 5% barjeras problemātika

4.1. Kurām partijām bija reāla iespēja iekļūt parlamentā?

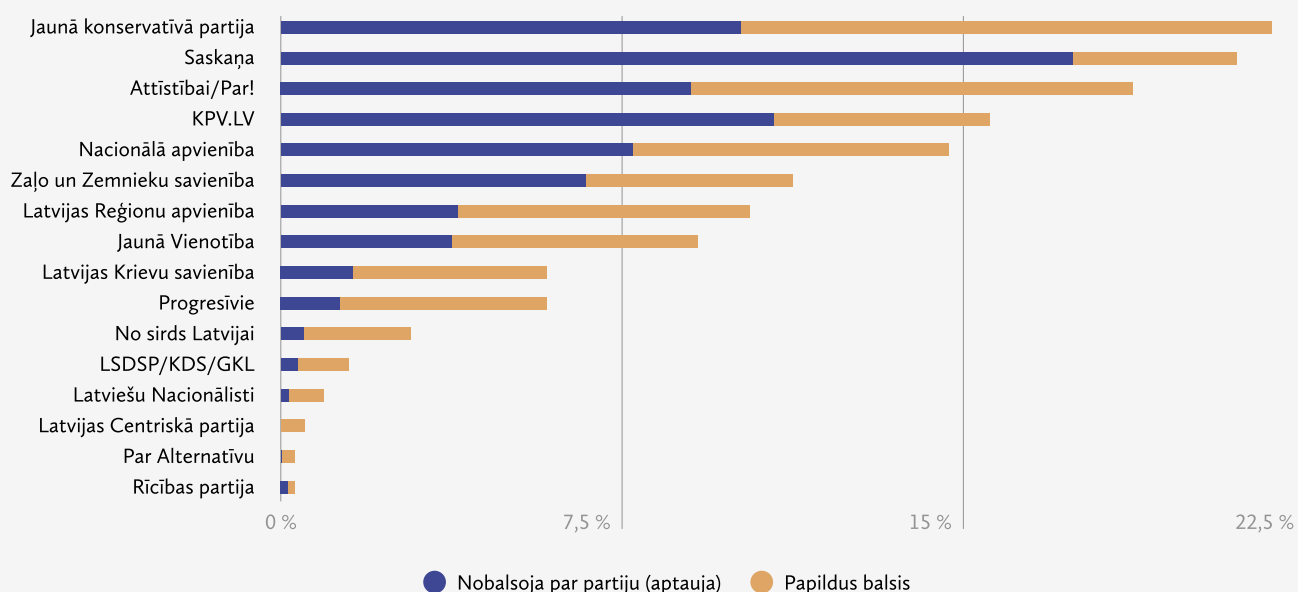
Grafiks Nr.3 (16. lpp.) liecina, ka reālas iespējas iekļūt 13.Saeimā, pārvarot 5% barjeru, bija 10 partijām – no tām Saeimā iekļuva 7. Vēl sešas politiskās partijas nebūtu iekļuvušas parlamentā pat tad, ja vēlētājiem būtu otrā balss un ja vēlētājiem nebūtu bijusi svarīga 5% barjera.

Pēcvēlēšanu aptaujas respondentiem tika jautāts: par kuru partiju vēl viņi būtu nobalsojuši, ja viņiem būtu otrā balss un ja nebūtu 5% barjera? Šī jautājuma mērķis – noskaidrot, kuras partijas vēlētāji labprāt būtu vēlējušies redzēt Saeimā.

Šis jautājums arī ļāva noteikt, kuras partijas savstarpēji visvairāk cīnījās par vienu un to pašu vēlētāju atbalstu. Interesanti, ka no 10 populārākajām partijām partijai ar vislielāko vēlētāju atbalstu – partijai Saskaņa – bija vismazākais potenciāls pārliecināt par sevi nobalsot tos 6.oktobra vēlētājus, kuri izvēlējās balsot par kādu citu partiju. Tikai 3,6% no citu partiju vēlētājiem būtu labprāt nobalsojuši arī par Saskaņu. Tikmēr 12% no citu partiju vēlētājiem Saeimā būtu labprāt balsojuši arī par JKP un 10% – par Attīstībai/Par!

Partija	Uz kādām balsīm vēl varēja pretendēt (no kurām citām partijām varēja pārvilināt visvairāk vēlētāju)?
JKP	KPV.LV, Attīstībai/Par!, Nacionālā apvienība, ZZS un Saskaņa
Saskaņa	KPV.LV un Latvijas Krievu savienība
Attīstībai/Par!	JKP, KPV.LV, Nacionālā apvienība
KPV.LV	Attīstībai/Par! un JKP
Nacionālā apvienība	JKP un Attīstībai/Par!
ZZS	Saskaņa, JKP un Nacionālā apvienība
Latvijas Reģionu Apvienība	JKP, KPV.LV un Attīstībai/Par!
Jaunā Vienotība	Nacionālā apvienība un Attīstībai/Par!
Latvijas Krievu savienība	Saskaņa
Progresīvie	Līdzīgās proporcijās JKP, Attīstībai/Par! un Jaunā Vienotība

**Grafiks 3. Par kurām partijām vēlētāji būtu gatavi atdot savu otro balsi?
(procenti no balsīm)**



81% no pilsoņiem, kuri bija piedalījušies 13.Saeimas vēlēšanās, pēcvēlēšanu aptaujā norādīja, ka, izvēloties partiju, par kuru balsot, viņiem bijis svarīgi, lai šai partijai ir labas izredzes pārvarēt 5% barjeru un iekļūt Saeimā. Tikai 13% pilsoņu šis apsvērumš nebija svarīgs. Salīdzinot ar citām partijām, šis apsvērumš mazāk svarīgs bija partijai PROGRESĪVIE vēlētājiem (38% no partijas PROGRESĪVIE vēlētājiem izredzes pārvarēt 5% barjeru nešķita svarīgas).

Vienlaikus var izvirzīt hipotēzi, ka tiem vēlētājiem, kuriem bija jāizvēlas starp tādām partijām, kuras droši pārvarēs 5% barjeru, un tādām partijām, kuras, visticamāk, nepārvarēs 5% barjeru, tieši vēlēšanu barjera bija izšķirošais kritērijs tam, lai par “nedrošāko partiju” nenobalsotu. Par to liecina tas, ka potenciālie “otrās izvēles” vēlētāji tām trijām partijām, kuras neiekļuva parlamentā (Latvijas Reģionu Apvienība, Jaunā

Krievu savienība un PROGRESĪVIE), pēcvēlēšanu aptaujā īpaši bieži norādīja, ka partijas izredzes viņiem šķita svarīgas pieņemot lēmumu, par kuru partiju balsot. Ja partijas izredzes pārvarēt 5% barjeru šķita svarīgas vidēji 81% no 6.oktobra vēlēšanu dalībniekiem, tad šo trīs partiju potenciālajiem (otrās izvēles) vēlētājiem tā šķita 85-93% gadījumos.

Liels īpatsvars no vēlētājiem savu gala lēmumu par atbalstāmo partiju izdarīja pēdējās nedēļas laikā – piemēram, tādi bija 39% no Latvijas Krievu savienības potenciālajiem papildus (otrās izvēles) vēlētājiem, 46% no Latvijas Reģionu Apvienības potenciālajiem (otrās izvēles) vēlētājiem, kā arī 69% no partijas PROGRESĪVIE otrās izvēles vēlētājiem. Tas nozīmē, ka šo partiju vēlēšanu izredzēm īpaši svarīga bija pēdējā vēlēšanu nedēļa.

Šajā kontekstā jāatzīmē Administratīvās rajona tiesas lēmums uzlikt par pienākumu LTV1 pēdējās premjera amata kandidātu debatēs iekļaut Latvijas Reģionu Apvienības pārstāvi⁴. Pēcvēlēšanu aptaujas dati liecināja, ka Latvijas Reģionu Apvienības vēlētājiem, pieņemot lēmumu, par kuru partiju balsot, īpaši svarīgs šķitis partiju kandidātu sniegums priekšvēlēšanu debatēs. Tas ļauj pieņemt, ka Latvijas Reģionu Apvienībai vēlēšanās būtu bijis sliktāks rezultāts tad, ja dalība premjeru diskusijā viņiem būtu liegta. Tikpat ticama ir hipotēze, ka partijas PROGRESĪVIE vēlēšanu rezultāts būtu bijis labāks tad, ja premjera kandidātu debatēs būtu piedalījies viņu premjera amata kandidāts Roberts Putnis – salīdzinājumā ar citiem premjerministra amata kandidātiem, partijas PROGRESĪVIE kandidātu pamanīja maz vēlētāju.

4.2. Mediju darba kvalitāte, atspoguļojot partiju popularitātes reitingus

Pirmsvēlēšanu periodā mēnesi pirms 13.Saeimas vēlēšanām (no 6.septembra līdz 6.oktobrim), domnīca PROVIDUS veica Latvijas sabiedrisko mediju monitoringu ar mērķi noskaidrot, kā sabiedriskajos medijos tiek atspoguļoti un analizēti politisko partiju reitingi. Monitoringa ietvaros tika analizēti gan rakstveida, gan audio, gan video formāta materiāli – kopējais iegūtu failu skaits par šo laika periodu bija 495. Iegūtie dati tika analizēti kvalitatīvi, izvērtējot to saturu pēc teksta un jēgas un analizējot 100 nejauši izvēlētas publikācijas (no 495) attiecīgajā laika periodā. Mediju monitoringam tika izmantotas publikācijas gan latviešu, gan krievu valodā.

Izvērtējot visus iegūtos materiālus (495), tika novērotas dažas

tendences, kas atkārtojas neatkarīgi no publikāciju valodas, veida vai datuma.

Pirmkārt, **mediji publisko partiju popularitātes reitingus, savu auditoriju nebrīdinot par to, ka tās nav vēlēšanu rezultātu prognozes.** Daudzos gadījumos žurnālisti prognozē vēlēšanu rezultātus, atsaucoties tikai uz jaunākajiem reitingiem, bet neņemot vērā citus ietekmējošos faktorus (statistisko kļūdu, iespējamās kļūdas reitingu metodoloģijā, vēlētāju viedokļu maiņu).

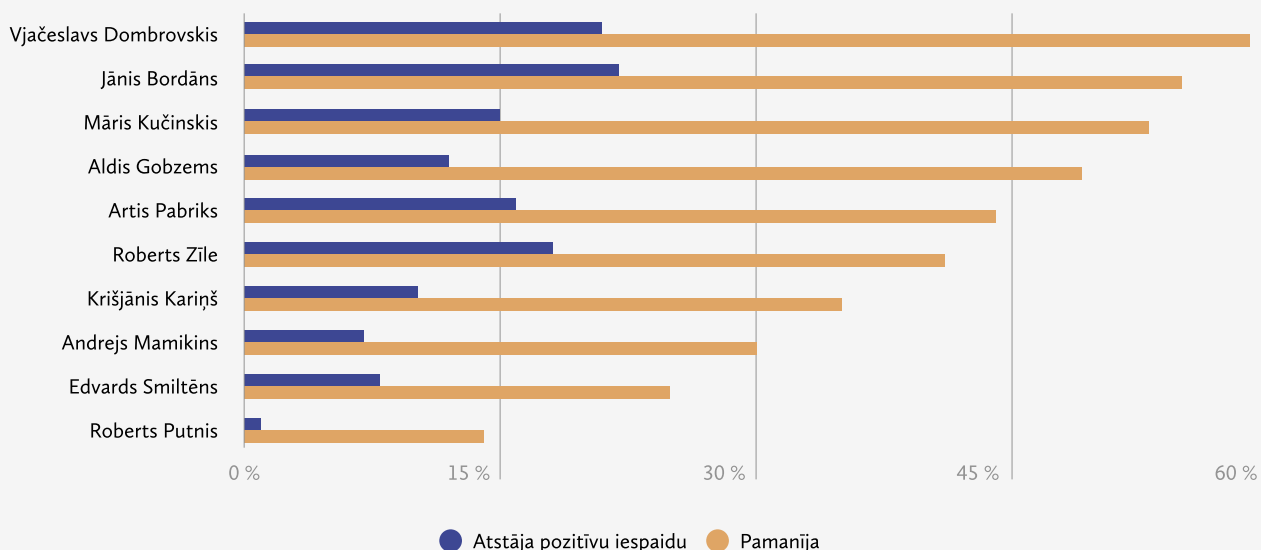
Otrkārt, **publikācijās vai sīžetos bieži vispār netiek pieminēts, kas ir tās partiju popularitātes aptaujas veicējs, uz kuras pamata tiek veidota vēlēšanu prognoze.** Publikācijās – rakstos, raidījumos, intervijās – nereti tiek veiktas prognozes un pieņēmumi par to, kura partija iekļūs vai neiekļūs Saeimā un cik mandātus tā iegūs, bet netiek norādīts ar kādiem partiju reitingiem (piemēram, SKDS, Kantar TNS, Factum u.c.) šie pieņēmumi tiek pamatoti. Kā var redzēt zemāk ievietotajā tabulā – partiju reitingi pirms 2018.gada 6.oktobra vēlēšanām atšķīrās.

Trešā tendence – **partijām tiek atteikta dalība diskusijās vai citos pasākumos, kā arī tās netiek iekļautas vēlēšanu analītiskajos materiālos tādēļ, ka partija nav sasniegusi kādu mākslīgi noteiktu robežliniju kādā no sabiedriskās domas aptaujām,** piemēram, 2,5% no vēlētāju atbalsta. Nereti mediji atsauca uz aktualitāti zaudējušiem partiju popularitātes rādītājiem – piemēram, aptaujām, kuras tika veiktas vairāk nekā mēnesi pirms vēlēšanu dienas. **Kā liecina pēc 2018.gada 6.oktobra vēlēšanām veiktā pēcvēlēšanu aptauja – tikai viena trešā daļa no vēlētājiem savu gala lēmumu pieņēma vairāk nekā mēnesi pirms vēlēšanām.**

Tāpat mediji reti ņem vērā to, ka partiju popularitātes reitings nav skaitlis, bet gan ir diapazons. Tas nozīmē, ka tad, ja medijs kā robežšķirtni aicināšanai uz diskusijām ir uzstādījis

⁴ <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/tiesa-liek-ltv-debates-ieklauc-latvijas-regonu-apvienibas-premjera-amata-kandidatu.a294882/>

Grafiks 4. Premjera amata kandidāti: kurus pamanīja un kuri atstāja labu iespaidu? (procentos no pilsoņiem)



2% popularitāti kādā no sabiedriskās domas aptaujām, tad uz diskusijām būtu jāaicina arī tās partijas, kuru popularitātes reitingi varētu sasniegt 2%, ņemot vērā statistiskās kļūdas diapazonu (piemēram, arī partijas, kuru reitings ir 1.8%).

Padziļināti analizējot 100 nejausi izvēlētas publikācijas par politisko partiju reitingiem (rakstveida, video, audio), tika izvērtēts, vai, atspoguļojot politisko partiju reitingus, tiek norādīti sekojoši faktori, kas ir svarīgi tam, lai lasītājs vai skatītājs pats varētu izdarīt secinājumus par reitingu ticamību: a) aptaujas veicējs; b) aptaujas veikšanas laiks; c) izlases lielums; d) aptaujāto izlasi raksturojoši faktori; e) aptaujas veikšanas veids (telefonintervijas, klātienē intervijas, tiešsaistes intervijas); f) aptaujātajiem uzdotā jautājuma formulējums; g) ģeogrāfiskais pārklājums.

Visbiežāk – 35% gadījumu – analizētajās publikācijās nebija pieminēts neviens no septiņiem faktoriem, kas raksturo sabiedriskās domas aptauju, un kas ļautu vēlētajiem pašiem

spriest, vai attiecīgajai aptaujai var uzticēties. Piemēram, publikācijā tiek norādīts, ka partija X iekļūs Saeimā, kamēr Y nepārvarēs 5% barjeru (kas nepieciešama iekļūšanai Saeimā), taču nav norādīts, kādi politiskie reitingi ir par pamatu apgalvojumam. Mazliet retāk – 32% gadījumu – publikācijā tiek norādīts viens faktors, visbiežāk - politiskās aptaujas veicējs. Ievērojami retāk – 14% gadījumu – publikācijā iekļauta norāde gan par aptaujas veicēju, gan par laika periodu, kādā aptauja veikta. Vēl retāk – 8% gadījumu – abus iepriekš minētos faktorus papildina arī norāde par to, kā veikta aptauja (telefonintervijas, klātienē intervijas, tiešsaistes intervijas). Tikai 5% publikāciju norādīti un iekļauti visi augstāk minētie kritēriji.

Zemāk redzamajā tabulā apkopoti piecu pētījumu firmu pirms vēlēšanām publiskotie partiju popularitātes reitingi. Kā redzams – reitingi bijuši atšķirīgi.

	Vēlēšanu faktiskie rezultāti %	SKDS reitingi (30.09.) %	Latvijas Faktu reitingi (28.09.) %	Kantar TNS reitingi (04.10.) %	Norstat reitingi (01.10.) %	Factum reitingi (30.09.) %
SASKAŅA	19,8	17,2	17,9	14,5	12,7	21
KPV LV	14,3	6,2	9,2	7,6	8,4	12
JKP	13,6	5,2	5,5	5,7	7,7	15
A/PAR	12	5	6,1	5,3	2,6	13
NA	11	6,9	5,4	6,6	6	12
ZZS	9,9	9,4	11,1	8,1	10,70	11
JV	6,7	3,8	5,1	4,1	6,1	9
LRA	4,1	2,2	2,6	x	1,4	x
LKS	3,2	1,7	1,1	x	0,8	x
PRO	2,6	1,2	1,1	2,4	2,1	x
NSL	0,8	1,5	x	x	1,3	x
LN	0,5	0,3	x	x	x	x
PAR/ALT	0,3	0,4	x	x	x	x
LSDSP	0,2	0,4	x	x	x	x
RP	0,1	0,3	x	x	0,2	x
LCA	0,1	0,2	x	x	x	x

Ņemot vērā to, ka dažu partiju vēlētajū vairākums gala lēmumu par savu vēlēšanu izvēli pieņēma tikai pēdējā nedēļā pirms vēlēšanām, kā arī to, ka 81% Latvijas pilsoņu pēcvēlēšanu aptaujā norādīja, ka viņiem, izvēloties partiju, par kuru balsot, bija svarīgas tās izredzes pārvarēt 5% barjeru, **mediju darbam ar partiju popularitātes reitingiem priekšvēlēšanu laikā būtu jābūt atbildīgākam:**

1) Atlasot partijas dalībai diskusijās vai padziļinātai analīzei, būtu jāņem vērā tikai paši jaunākie partiju popularitātes

rādītāji, turklāt kopā skaitot gan vēlētajū “pirmās izvēles”, gan “otrās izvēles” partijas. Pretējā gadījumā 5% barjera kļūst par pašpiepildošos pareģojumu: vēlētajū nebalso par partiju tādēļ, ka baidās, ka partija nepārvarēs 5% barjeru, lai gan partija būtu pārvarējusi 5% barjeru tad, ja vēlētajū nebūtu nobijušies no tās nepārvarēšanas.

2) Atsaucoties uz partiju popularitātes rādītājiem, medijiem būtu auditorijai jāsniedz pietiekama konteksta (metodoloģiskā) informācija, lai vēlētajū varētu paši izveidot pārdomātu interpretāciju par to, kā vērtēt šos rādītājus.