FIFTY5 BLUE

LaIPA
LATVIJAS IZPILDĪTĀJU UN PRODUCENTU APVIENĪBA

Aptauja par Latvijas iedzīvotāju mūzikas patēriņa paradumiem



Galveno rezultātu atskaite

2026. gada 30. oktobris

Saturs

1	Rezultātu kopsavilkums	3
2	Pētījuma apraksts	14
3	Pētījuma rezultāti	17
4	Rezultātu precizitāte	30

1
Rezultātu kopsavilkums

Rezultātu kopsavilkums (1/10)

Vieta, kur visbiežāk klausās mūzikas ierakstus

- Absolūtais vairākums (93%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem klausās mūziku internetā. Mūziku internetā salīdzinoši biežāk klausās sievietes, iedzīvotāji vecuma grupās 16-22, 23-29, kā arī 30-39 gadi, Rīgas reģionā dzīvojošie, Rīgā dzīvojošie. Savukārt salīdzinoši retāk – iedzīvotāji vecuma grupā 50-60 gadi, Vidzemē, lauku teritorijā dzīvojošie, kā arī strādnieki.
    - Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus kopumā klausās Rīgas reģionā dzīvojošie, savukārt retāk – iedzīvotāji, kuri ir paši sev darba devēji, kā arī iedzīvotāji ar salīdzinoši zemiem ienākumiem uz vienu ģimenes locekli (līdz 300 eiro uz rokas).
    - Trīs no pieciem (44%) iedzīvotājiem mūzikas ierakstus visbiežāk klausās, **pārvietojoties ar transportlīdzekli**.
    - Vairāk nekā ceturtā daļa (29%) iedzīvotāju mūziku klausās mājās; desmitā daļa (11%) – darba vietā, kā arī 7% – pārvietojoties ar kājām, 2% – publiskā vietā.
    - **Darba vietā** mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk klausās Zemgales reģionā dzīvojošie.
    - **Pārvietojoties ar kājām,** mūzikas ierakstus biežāk klausās iedzīvotāji vecuma grupās 16-22 gadi, 23-29 gadi, skolēni, studenti, Rīgā dzīvojošie, savukārt retāk – 50-60 g.v. iedzīvotāji.
    - **Mājās** mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk klausās bezdarbnieki, Latgalē dzīvojošie, iedzīvotāji ar salīdzinoši zemākiem personīgajiem ienākumiem (līdz EUR 500), kā arī ar ģimenes ienākumiem uz vienu cilvēku EUR 301-500.
- Savukārt mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk neklausās vispār iedzīvotāji, kuri ir paši sev darba devēji, kā arī iedzīvotāji ar zemiem ienākumiem uz vienu ģimenes locekli – līdz 300 EUR.

Rezultātu kopsavilkums (2/10)

Visbiežāk izmantotais mūzikas ierakstu iegādes avots

- Ceturtās daļas (26%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem, visbiežāk izmantotais mūzikas iegādes avots ir straumēšanas servisi (piemēram, Spotify, Deezer u.c.). Tikmēr 2% iedzīvotāju mūzikas ierakstus iegādājas veikalā vai internetā CD vai DVD formātā, 1% – par maksu, lejupielādējot tos internetā, 1% – veikalā vai internetā vinila plašu formātā. Rādītājos nav vērojamas būtiskas izmaiņas, salīdzinot ar 2025. gada rudens aptauju.
- Aptuveni divas trešdaļas (63%) iedzīvotāju mūzikas ierakstus neiegādājas – 37% iedzīvotāju mūziku klausās bezmaksas interneta vietnēs (piemēram, Youtube un interneta radio), savukārt ceturtā daļa (26%) klausās tikai radio.
- Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus iegādājas 16-22, kā arī 23-29 gadus veci iedzīvotāji, Rīgas reģionā dzīvojošie, Rīgā dzīvojošie, latvieši, skolēni, studenti, kā arī iedzīvotāji ar salīdzinoši augstākiem ienākumiem uz vienu cilvēku ģimenē (EUR 1501 EUR mēnesī un vairāk «uz rokas»), kā arī ar salīdzinoši augstākiem personīgajiem ienākumiem (EUR 1501 un vairāk).
- Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus neiegādājas iedzīvotāji vecuma grupā 40-49, 50-60 gadi, Latgales reģionā dzīvojošie, cittautieši, iedzīvotāji ar citu (ne latviešu) sarunvalodu ģimenē, citās pilsētās (ne Rīgā) dzīvojošie, strādnieki, iedzīvotāji ar vidējiem ienākumiem uz vienu cilvēku ģimenē (EUR 501-700 mēnesī).

Rezultātu kopsavilkums (3/10)

Mūzikas klausīšanās internetā

- Absolūtais vairākums (89%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem klausās mūziku internetā. Mūziku internetā salīdzinoši biežāk klausās sievietes, iedzīvotāji vecuma grupās 16-22, 23-29, kā arī 30-39 gadi, Rīgas reģionā dzīvojošie, Rīgā dzīvojošie. Savukārt salīdzinoši retāk – iedzīvotāji vecuma grupā 50-60 gadi, Vidzemē, lauku teritorijā dzīvojošie, kā arī strādnieki.
- Salīdzinoši visbiežāk iedzīvotāji ierakstus klausās **bezmaksas YouTube servisā** (45%).
- Otrs iedzīvotāju biežāk norādītais serviss ir mūzikas ierakstu klausīšanās bezmaksas interneta radio kanālos 27%).
- Salīdzinoši retāk iedzīvotāji mūzikas ierakstus klausās bezmaksas Spotify, Deezer straumēšanas servisā (16%), kam seko mūzikas ierakstu klausīšanās šajā pašā straumēšanas servisā (Spotify, Deezer), bet tikai par maksu (16%).
- 8% iedzīvotāju ir norādījuši, ka mūzikas ierakstus internetā klausās dažādos bezmaksas mūzikas straumēšanas servisos, kamēr 7% iedzīvotāju mūziku klausās maksas YouTube servisā.
- Salīdzinoši visretāk iedzīvotāji ir norādījuši, ka mūziku internetā klausās dažādos maksas mūzikas straumēšanas servisos (1%).
- Desmitā daļa iedzīvotāju (11%) ir norādījuši, ka mūziku internetā neklausās.
- Salīdzinot ar 2025. gada rudens periodu nav vērojamas būtiskas izmaiņas mūzikas internetā klausīšanās paradumos.

Rezultātu kopsavilkums (4/10)

Mūzikas ierakstu iegādei patērētā nauda

- Divas trešdaļas (65%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem pēdējā gada laikā nav tērējuši naudu mūzikas ierakstu iegādei.
- Tikmēr aptuveni trešā daļa (31%) iedzīvotāju pēdējā gada laikā ir tērējusi naudu mūzikas ierakstu iegādei (rādītājs ir būtiski pieaudzis, salīdzinot ar 2025. gada rudens periodu: +6 PP, no 25% uz 31%). Mūzikas ierakstu iegādei salīdzinoši biežāk naudu ir tērējuši 16-22 g.v., 23-29 g.v., kā arī 30-39 g.v. iedzīvotāji, latvieši, vadītāji, augstākā līmeņa speciālisti. skolēni, studenti, kā arī iedzīvotāji ar salīdzinoši augstākiem gan personīgajiem ienākumiem (EUR 1501 un vairāk «uz rokas»), gan ienākumiem uz vienu cilvēku ģimenē (EUR 1001-1500, kā arī 1500 EUR un vairāk). Savukārt salīdzinoši retāk naudu mūzikas ierakstu iegādei ir tērējuši 40-49 g.v., kā arī 50-60 g.v. iedzīvotāji, Latgales reģionā dzīvojošie, cittautieši, iedzīvotāji ir citu sarunvalodu (ne latviešu) ģimenē, kā arī strādnieki.
- 9% iedzīvotāju mūzikas ierakstu iegādei gada laikā tērē līdz 10 eiro, 6% – 11-30 eiro, 8% – 31-100 eiro, 8% – virs 100 eiro (rādītājs ir būtiski pieaudzis, salīdzinot ar 2025. gada rudens aptauju: +2PP, no 6% uz 8%).

Rezultātu kopsavilkums (5/10)

Mūzikas ierakstu ierakstīšanai (kopēšanai) izmantotās iekārtas

- Vairāk nekā trešā daļa (36%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem mēdz ierakstīt (kopēt) mūzikas ierakstus. Salīdzinoši biežāk to dara iedzīvotāji ar citu sarunvalodu ģimenē (ne latviešu), nepilsoņi, iedzīvotāji ar pamatizglītību, kā arī iedzīvotāji ar personīgajiem ienākumiem EUR 701-1000.
- Piektā daļa no tiem mūzikas ierakstīšanai, kopēšanai izmanto viedtālruni (21%), desmitā daļa (11%) – datoru, aptuveni desmitā daļa (8%) – USB zibatmiņu. Salīdzinot ar 2025. gada rudens aptauju nav būtisku izmaiņu izvēlēto iekārtu mūzikas ierakstu ierakstīšanai (kopēšanai) izmantošanā.
- Pārējās iekārtas (atmiņas karte, planšetdators, MP3/MP4 atskaņotājs ar ierakstīšanas ierīcēm/ iPod, CD, DVD un citas) mūzikas kopēšanai tiek izmantotas ievērojami retāk.
- Mūzikas ierakstus nekopē lielākā daļa (62%) iedzīvotāju. Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus nekopē Kurzemes reģionā dzīvojošie, kā arī iedzīvotāji ar augstiem personīgajiem ienākumiem (EUR 1501 un vairāk «uz rokas»).

Kopējamā materiāla ieguves avoti

- 45% no tiem Latvijas iedzīvotājiem vecumā no 16 līdz 60 gadiem, kuri ieraksta (kopē) mūzikas ierakstus, kopējamo materiālu ir ieguvuši no Youtube, pārveidojot uz MP3.
- Piektā daļa (20%) aptaujāto kopējamo materiālu ir ieguvuši no legālās mūzikas iegādes interneta vietnēm (piemēram, iTunes u.c.), desmitā daļa (10%) – no vienādranga PEER TO PEER tīkliem (piemēram Bit Torrenet, E – Donkey utml.), savukārt 6% - no iegādātajiem mūzikas ierakstiem CD vai DVD. 2% aptaujāto ir snieguši citu atbildi.
- 29% aptaujāto nav snieguši konkrētu atbildi.
- Salīdzinot ar 2025. gada rudens aptauju, aptaujāto atbildēs statistiski nozīmīgas atšķirības neiezīmējas.

Rezultātu kopsavilkums (6/10)

Mūzikas žanrs, kuram dod priekšroku

- 38% Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem dod priekšroku **popmūzikas** žanram, 14% – rokmūzikai, aptuveni desmitā daļa (8%) – elektroniskajai deju mūzikai, kam seko hip-hop (5%), šlāgermūzika/ kantri (5%), alternatīvā mūzika (5%), instrumentālā mūzika (3%), metālmūzika (3%), džezs/ fanks (3%), starpžanru mūzika (3%), indī mūzika (2%), tautas mūzika/ folk (2%).
- **Popmūzikas** žanram salīdzinoši biežāk priekšroku dod sievietes, kā arī 23-29 g.v. ledzīvotāji.
- **Indī** mūzikai salīdzinoši biežāk priekšroku dod skolēni, studenti; **metālmūzikai** – iedzīvotāji ar salīdzinoši augstākiem ģimenes ienākumiem: 1001 – 1500 EUR uz vienu cilvēku.
- Priekšroku **rokmūzikai** salīdzinoši biežāk priekšroku dod vīrieši, kā arī iedzīvotāji ar salīdzinoši augstiem personīgajiem ienākumiem (1501 EUR un vairāk «uz rokas»).
- **Elektroniskajai deju** mūzikai salīdzinoši biežāk priekšroku dod vīrieši, kā arī 40-49 g.v. iedzīvotāji, bet **instrumentālajai** mūzikai – 50-60 g.v. iedzīvotāji.
- Savukārt **hip-hop** mūziku salīdzinoši biežāk izvēlas 30-39 g.v. iedzīvotāji, savukārt **šlāgermūzikai/ kantri** – 50-60 g.v. iedzīvotāji, Vidzemes reģionā dzīvojošie, kā arī strādnieki.

Rezultātu kopsavilkums (7/10)

Izvēlētās mūzikas klausīšanās

- Visbiežāk (62%) Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem izvēlēto mūziku klausās straumēšanas servisos (piemēram, Youtube, Deezer, Spotify), kam biežuma ziņā seko izvēlētās mūzikas klausīšanās radio raidījumos un to mūzikas topos (31%).
- Ievērojami retāk iedzīvotāji izvēlēto mūziku visbiežāk klausās sociālajos tīklos (Facebook, Instagram, Tik Tok utt.) (9%), izmantojot datu nesējus (piemēram USB zibatmiņā, MP3/MP4 atskaņotājos, CD vai DVD formātā) (6%), televīzijas raidījumos un televīzijas mūzikas kanālos (5%).
- Straumēšanas servisos (piemēram, Youtube, Deezer, Spotify), mūziku salīdzinoši biežāk klausās 16-22 g.v., 23-29 g.v., kā arī 30-39 g.v. iedzīvotāji, Rīgas reģionā, Rīgā dzīvojošie, skolēni, studenti, iedzīvotāji ar salīdzinoši augstiem ienākumiem uz vienu ģimenes locekli (EUR 1001 – 1500).
- Radio raidījumos un to mūzikas topos mūziku salīdzinoši biežāk klausās 40-49 g.v. un 50-60 g.v. iedzīvotāji, Zemgales reģionā dzīvojošie un lauku teritorijās dzīvojošie, kā arī strādnieki un iedzīvotāji.

Rezultātu kopsavilkums (8/10)

Jaunas mūzikas, ko klausīties, meklēšana

- Vairākums (82%) Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem meklē jaunu mūziku, ko klausīties.
- Kopumā jaunu mūziku, ko klausīties salīdzinoši biežāk meklē 16-22 g.v. un 23-29 g.v. iedzīvotāji, skolēni, studenti.
- Iedzīvotāji visbiežāk jaunu mūziku meklē **no mūzikas videoklipiem** (rādītājs ir būtiski krities, -7 PP, no 33% uz 26%).
- Salīdzinoši bieži iedzīvotāji jaunu mūziku visbiežāk meklē **radio raidījumos un to mūzikas topos** (20%), kā arī **sociālajos tīklos** (Facebook, Instagram, TikTok utt.) (19%) (rādītājs ir būtiski pieaudzis, +3 PP, no 16% uz 19%).
- Salīdzinoši retāk iedzīvotāju jaunu mūziku meklē straumēšanas servisu piedāvātajos atskaņošanas sarakstos (16%) un to ieteikumos, pamatojoties uz klausīšanās vēsturi (15%), kā arī pēc dzirdētā koncertos, festivālos vai tiešraidēs (11%), kam seko draugu, ģimenes vai kolēģu ieteikumi (10%).
- Salīdzinoši reti mūzika tiek meklēta no izpildītāju oficiālajiem kontiem un lapām sociālajos tīklos (6%), televīzijas raidījumos un televīzijas mūzikas kanālos (4%), savukārt visretāk – mūzikas apskatos un recenzijās (interneta portālos, žurnālos u.c.) (3%).
- Aptuveni piektā daļa (18%) iedzīvotāju jaunu mūziku nemeklē, bet klausās tikai pazīstamas dziesmas.

Rezultātu kopsavilkums (9/10)

Fona mūzikas ietekme

- Jautāti par fona mūzikas ietekmi dažādās sabiedriskās vietās, Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem salīdzinoši vairāk piekrīt tam, ka skaistumkopšanas iestādēs atskaņotā fona mūzikas rada relaksējošu un komfortablu atmosfēru (vidējais vērtējums 5,2 punkti 7 punktu skalā), ka izklaides sektorā atskaņotā fona mūzika ir galvenais elements, kas nosaka atmosfēru, noskaņu un kopējo pieredzi (5,2 punkti), un ka tirdzniecības centros atskaņotā fona mūzika veido kopējo atmosfēru un raksturo iepirkšanās vidi (5,0 punkti).
- Salīdzinoši visretāk iedzīvotāji piekrīt tam, ka darba vietā atskaņotā fona mūzika paaugstina darbinieku produktivitāti un rada radošāku darba vidi (4,3 punkti) (nozīmīgi pieaudzis vidējais rādītājs kopš 2025. gada rudens aptaujas, +0.2 punkti, no 4.1 uz 4.3)). Būtiski pieaudzis arī vidējais vērtējums apgalvojumam par to, ka ārstniecības iestādēs atskaņotās fona mūzika veicina pacienta emocionālo un psiholoģisko labsajūtu (+0.2 punkti, no 4.4 uz 4.6)

Vai ir svarīgi zināt, vai mūzika, ko klausās, ir cilvēka radīta vai tapusi pilnībā/daļēji ar mākslīgā intelekta palīdzību

- Pusei (50%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem ir svarīgi zināt, vai mūzika, ko viņi klausās ir cilvēka radīta vai tapusi pilnībā/ daļēji ar mākslīgā intelekta palīdzību (25% - ļoti svarīgi; 26% - drīzāk svarīgi).
- Salīdzinoši **biežāk svarīgi to ir zināt** 16-22 g.v. un 23-29 g.v. iedzīvotājiem, latviešu tautības iedzīvotājiem, skolēniem un studentiem.
- Savukārt **40% iedzīvotāju** ir norādījuši, ka viņiem **nav svarīgi** zināt vai mūzika, ko viņi klausās ir cilvēka radīta vai tapusi pilnībā/ daļēji ar mākslīgā intelekta palīdzību (22% - drīzāk nav svarīgi; 18% - nemaz nav svarīgi).
- Salīdzinoši biežāk **svarīgi tas nav** 40-49 g.v. Iedzīvotājiem, Latgales reģionā dzīvojošajiem, cittautiešiem, kā arī iedzīvotājiem ar augstiem personīgajiem ienākumiem (1501 EUR un vairāk).

Rezultātu kopsavilkums (10/10)

Intelektuālais īpašums, tā aizsardzība

- Salīdzinoši visbiežāk Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem piekrīt tam, ka intelektuālā īpašuma aizsardzība ir svarīga gan radošajās nozarēs, gan arī uzņēmējdarbībā un inovāciju attīstībā (vidējais vērtējums 5,5 punkti 7 punktu skalā), un ka viņi apzinās, ka viltotas preces var radīt riskus patērētājiem (5,1 punkti).
- Salīdzinoši visretāk iedzīvotāji piekrīt tam, ka viņi zina kā pārbaudīt, vai konkrēts rūpnieciskā īpašuma objekts jau ir reģistrēts vai citādi tiesiski aizsargāts (3,1 punkts) un kā rīkoties, ja vēlas aizsargāt savu radīto – preču zīmi, dizainu vai izgudrojumu (3,1 punkts).

2
Pētījuma apraksts

Pētījuma apraksts

Pētījuma mērķis

Noskaidrot Latvijas iedzīvotāju viedokli par dažādiem ar mūzikas patēriņu saistītiem jautājumiem

Mērķa grupa

Latvijas iedzīvotāji vecumā 16 – 60 gadi

Izlase

Plānotā izlase – 1000 respondentu
Sasniegtā izlase – 1000 respondentu

Metodoloģija

Aptaujas metode: datorizēta aptauja internetā (CAWI – *Computer Assisted Web Interview*)

Izlases metode: reprezentatīva izlase, kas atbilst Latvijas iedzīvotāju statistikas rādītājiem sadalījumā pēc viņu vecuma, dzimuma, tautības, reģiona un apdzīvotas vietas tipa

Aptaujas norises laiks

2026. gada
13. – 19. oktobris

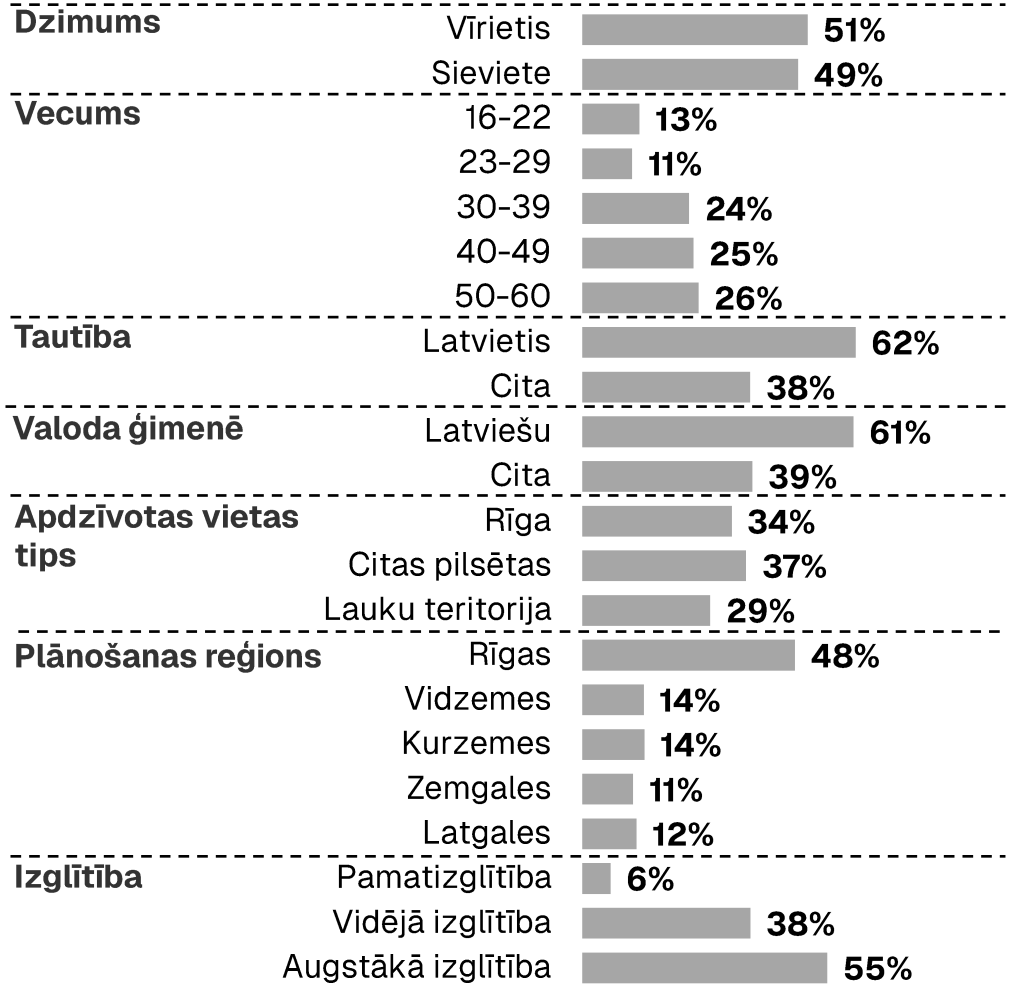
Vidējais intervijas garums

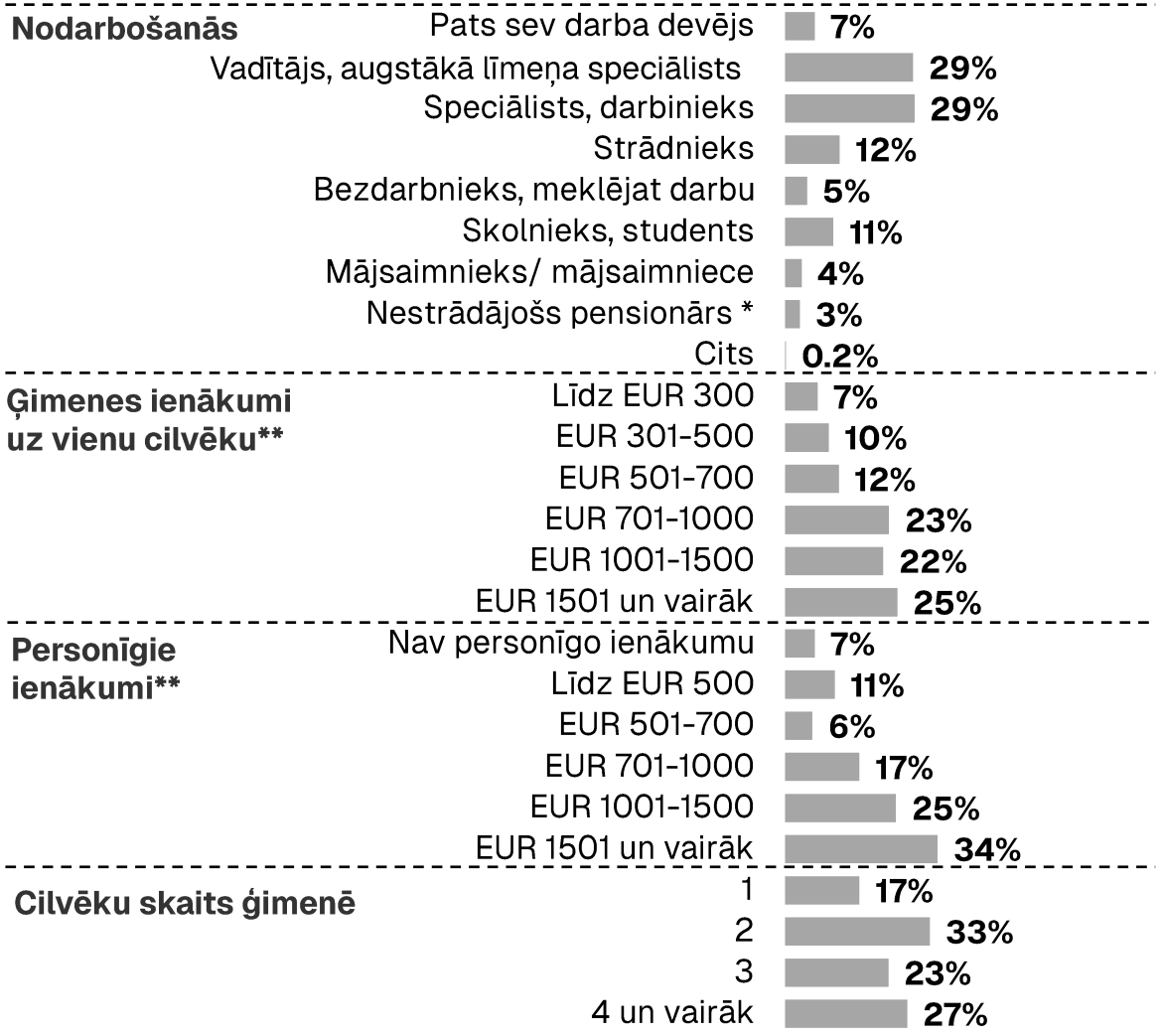
~5,2 minūtes

Aptaujas valoda

Latviešu vai krievu pēc respondentu izvēles

Izlases struktūra





Bāze: Visi respondenti, n=1000
* Nestrādājošs pensionārs, persona ar invaliditāti, ilgstoši darbnespējīga persona
** Respondenti, kuri sniedza konkrētu atbildi

3
Pētījuma rezultāti

44% iedzīvotāju mūzikas ierakstus visbiežāk klausās, pārvietojoties ar transportlīdzekli

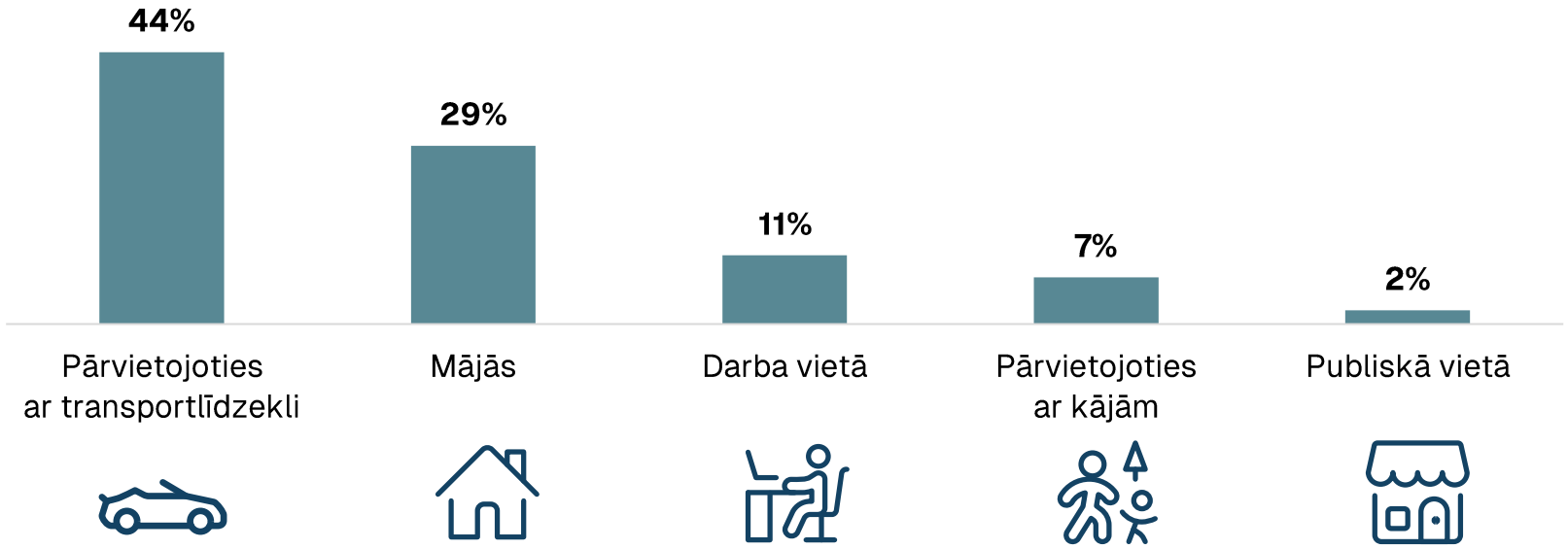
- Absolūtais vairākums (93%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem ir norādījuši, ka klausās mūzikas ierakstus. Salīdzinot ar 2025. gada rudeni, rādītājs ir būtiski pieaudzis (+4PP, no 89% uz 93%).
- Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus kopumā klausās Rīgas reģionā dzīvojošie, savukārt retāk – iedzīvotāji, kuri ir paši sev darba devēji, kā arī iedzīvotāji ar salīdzinoši zemiem ienākumiem uz vienu ģimenes locekli (līdz 300 eiro uz rokas).
- Trīs no pieciem (44%) iedzīvotājiem mūzikas ierakstus visbiežāk klausās, **pārvietojoties ar transportlīdzekli**.
- Vairāk nekā ceturtā daļa (29%) iedzīvotāju mūziku klausās mājās; desmitā daļa (11%) – darba vietā, kā arī 7% - pārvietojoties ar kājām un 2% – publiskā vietā.
- **Darba vietā** mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk klausās Zemgales reģionā dzīvojošie.
- **Pārvietojoties ar kājām** mūzikas ierakstus biežāk klausās iedzīvotāji vecuma grupās 16-22 gadi, 23-29 gadi, skolēni, studenti, Rīgā dzīvojošie, savukārt retāk – 50-60 g.v. iedzīvotāji.
- **Mājās** mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk klausās bezdarbnieki, Latgalē dzīvojošie, iedzīvotāji ar salīdzinoši zemākiem personīgajiem ienākumiem (līdz EUR 500), kā arī ar ģimenes ienākumiem uz vienu cilvēku EUR 301-500.
- Savukārt mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk neklausās vispār iedzīvotāji, kuri ir paši sev darba devēji, kā arī iedzīvotāji ar zemiem ienākumiem uz vienu ģimenes locekli – līdz 300 EUR.

Q1. Kur Jūs <u>visbiežāk</u> klausāties mūzikas ierakstus?

93%↑ klausās mūzikas ierakstus



Kur visbiežāk?



Bāze: Visi respondenti, n=1000

Piezīme: Respondentu skaits, kas atbildēja "Citur" ir mazāks nekā 1%, tāpēc atbilde grafikā nav attēlota

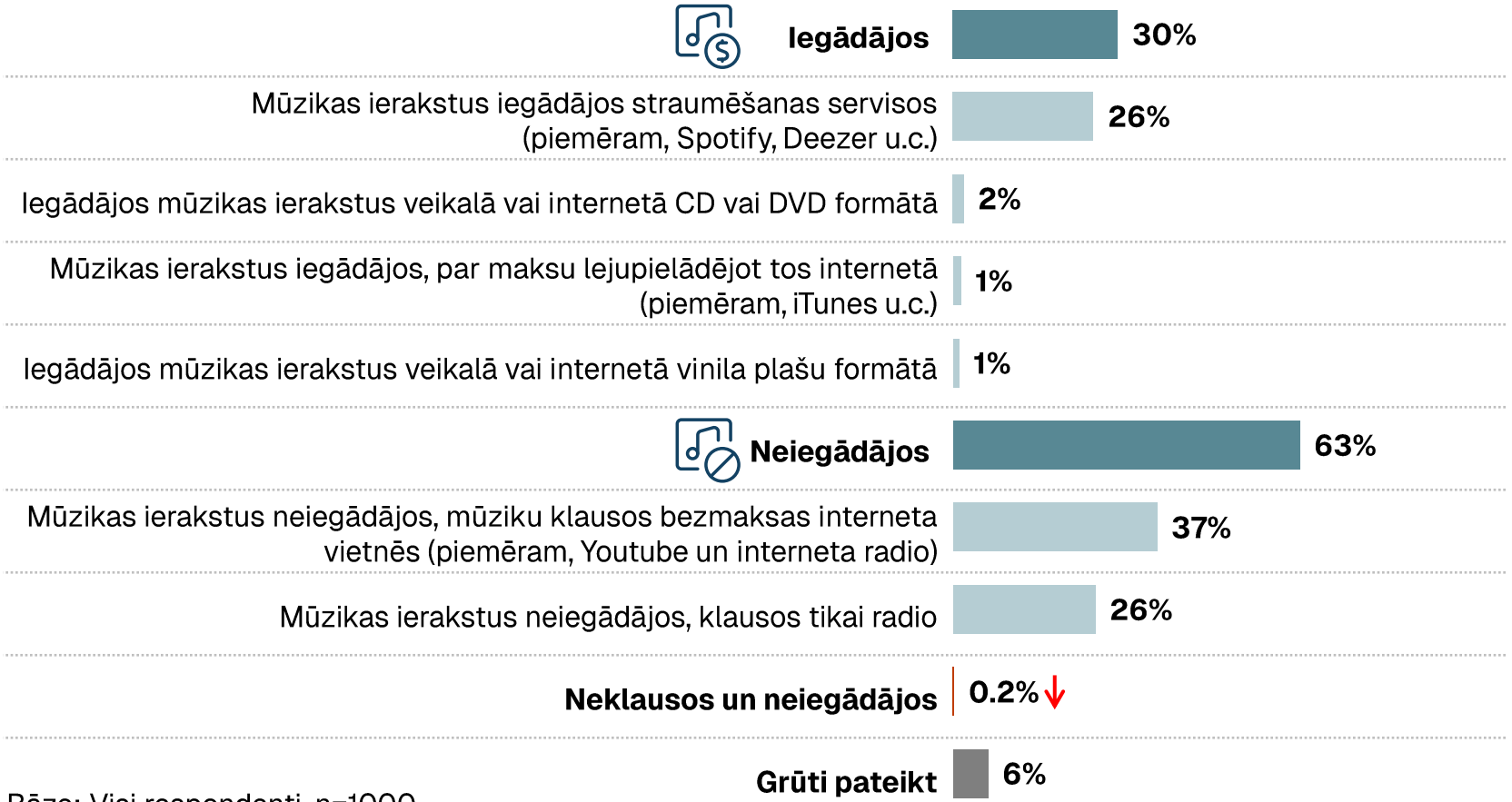
Rādītājs ir statistiski nozīmīgi

↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2025. gadā

Ceturtā daļa (26%) iedzīvotāju mūzikas ierakstus iegādājas straumēšanas servisos

- Ceturtās daļas (26%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem, visbiežāk izmantotais mūzikas iegādes avots ir straumēšanas servisi (piemēram, Spotify, Deezer u.c.). Tikmēr 2% iedzīvotāju mūzikas ierakstus iegādājas veikalā vai internetā CD vai DVD formātā, 1% – par maksu, lejupielādējot tos internetā, 1% – veikalā vai internetā vinila plašu formātā. Rādītājos nav vērojamas būtiskas izmaiņas, salīdzinot ar 2025. gada rudens aptauju.
- Aptuveni divas trešdaļas (63%) iedzīvotāju mūzikas ierakstus neiegādājas – 37% iedzīvotāju mūziku klausās bezmaksas interneta vietnēs (piemēram, Youtube un interneta radio), savukārt ceturtā daļa (26%) klausās tikai radio.
- Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus iegādājas 16-22, 23-29 gadus veci iedzīvotāji, Rīgas reģionā dzīvojošie, Rīgā dzīvojošie, latvieši, skolēni, studenti, kā arī iedzīvotāji ar salīdzinoši augstākiem ienākumiem uz vienu cilvēku ģimenē (EUR 1501 EUR mēnesī un vairāk «uz rokas»), kā arī ar salīdzinoši augstākiem personīgajiem ienākumiem (EUR 1501 un vairāk).
- Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus neiegādājas iedzīvotāji vecuma grupā 40-49, 50-60 gadi, Latgales reģionā dzīvojošie, cittautieši, iedzīvotāju ar citu (ne latviešu) sarunvalodu ģimenē, citās pilsētās (ne Rīgā) dzīvojošie, strādnieki, iedzīvotāji ar vidējiem ienākumiem uz vienu cilvēku ģimenē (EUR 501-700 mēnesī).
- Ir būtiski krities to iedzīvotāju īpatsvars, kuri ir norādījuši, ka mūzikas ierakstus neklausās un neiegādājas (-0,8 PP no 1% uz 0,2%).

Q2. Lūdzu, norādiet visbiežāk izmantoto mūzikas ierakstu iegādes avotu:



Bāze: Visi respondenti, n=1000

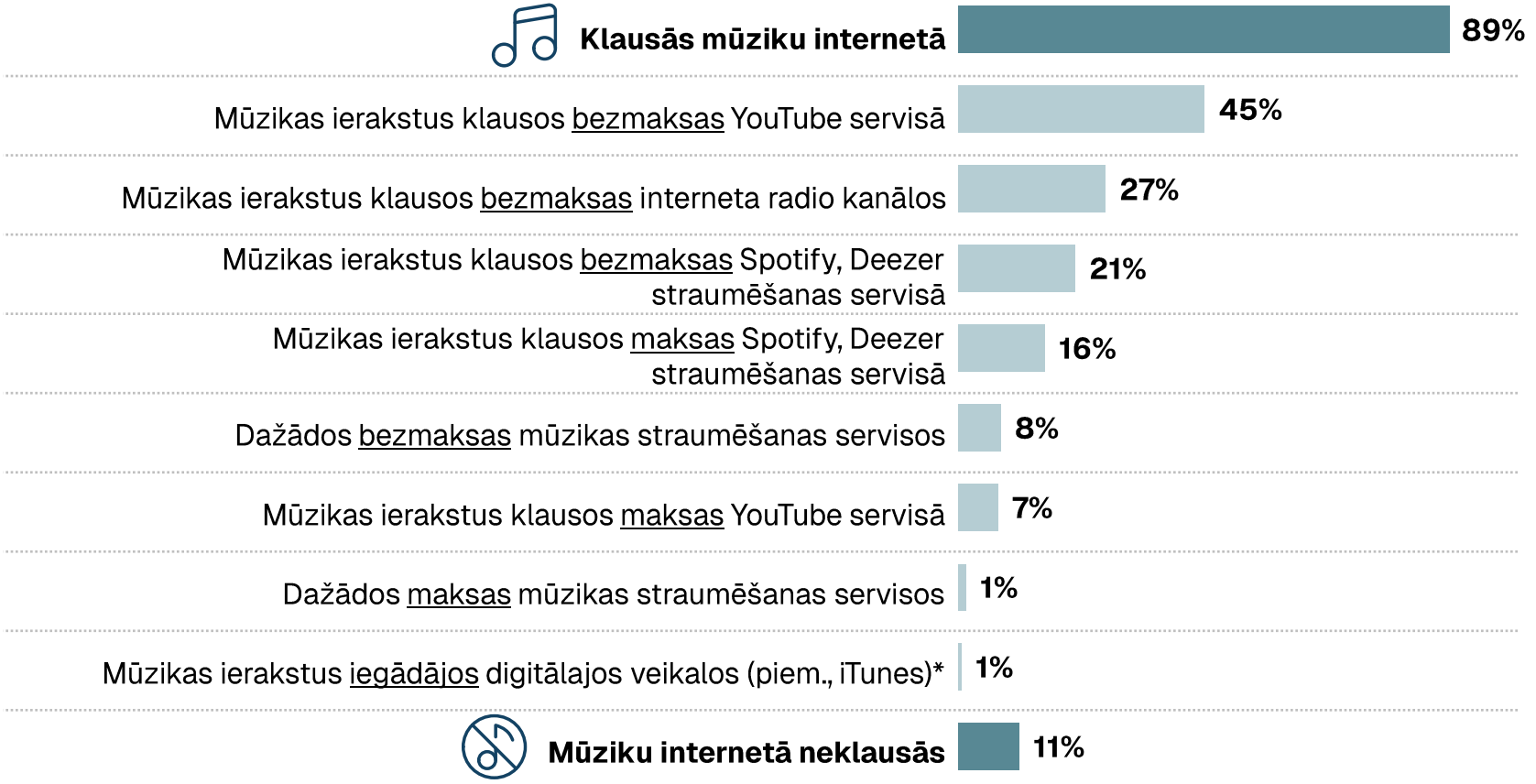
Rādītājs ir statistiski nozīmīgi

↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2025. gadā

Absolūtais vairākums (89%) iedzīvotāju klausās mūziku internetā

- Absolūtais vairākums (89%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem klausās mūziku internetā. Mūziku internetā salīdzinoši biežāk klausās sievietes, iedzīvotāji vecuma grupās 16-22, 23-29, kā arī 30-39 gadi, Rīgas reģionā dzīvojošie, Rīgā dzīvojošie. Savukārt salīdzinoši retāk – iedzīvotāji vecuma grupā 50-60 gadi, Vidzemē, lauku teritorijā dzīvojošie, kā arī strādnieki.
- Salīdzinoši visbiežāk (45%) iedzīvotāji ierakstus klausās **bezmaksas YouTube servisā.**
- Otrs iedzīvotāju biežāk norādītais serviss ir mūzikas ierakstu klausīšanās bezmaksas interneta radio kanālos (27%).
- Salīdzinoši retāk iedzīvotāji mūzikas ierakstus klausās bezmaksas Spotify, Deezer straumēšanas servisā (16%), kam seko mūzikas ierakstu klausīšanās šajā pašā straumēšanas servisā (Spotify, Deezer), bet tikai par maksu (16%).
- 8% iedzīvotāju ir norādījuši, ka mūzikas ierakstus internetā klausās dažādos bezmaksas mūzikas straumēšanas servisos, kamēr 7% iedzīvotāju mūziku klausās maksas YouTube servisā.
- Salīdzinoši visretāk iedzīvotāji ir norādījuši, ka mūziku internetā klausās dažādos maksas mūzikas straumēšanas servisos (1%).
- Desmitā daļa iedzīvotāju (11%) ir norādījuši, ka mūziku internetā neklausās.
- Salīdzinot ar 2025. gada rudens periodu nav vērojamas būtiskas izmaiņas mūzikas internetā klausīšanās paradumos.

Q3. Ja klausāties mūziku internetā, lūdzu, norādiet, kādu servisu izmantojat?



Bāze: Visi respondenti, n=1000

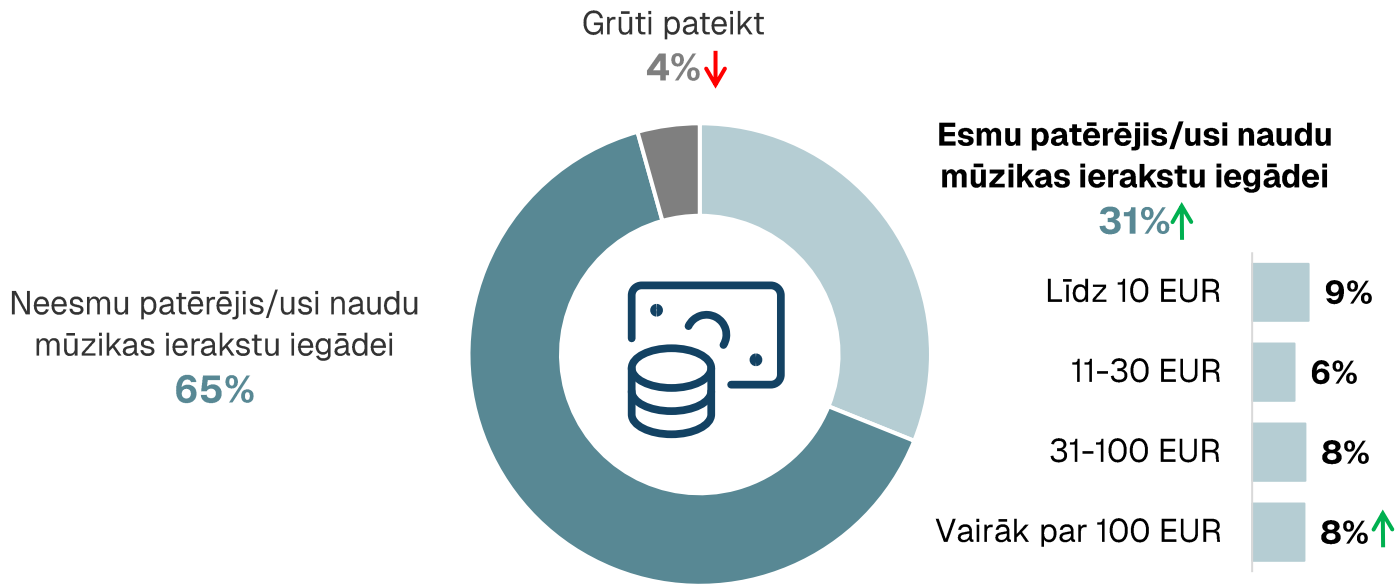
Salīdzinājumā ar 2025. gadu, statistiski nozīmīgas atšķirības neiezīmējas

*Jauns atbilžu variants.
2025. gadā nebija piedāvāto atbilžu variantu sarakstā

Aptuveni trešā daļa (31%) iedzīvotāju pēdējā gada laikā ir tērējusi naudu mūzikas ierakstu iegādei

- Divas trešdaļas (65%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem pēdējā gada laikā nav tērējuši naudu mūzikas ierakstu iegādei.
- Tikmēr aptuveni trešā daļa (31%) iedzīvotāju pēdējā gada laikā ir tērējusi naudu mūzikas ierakstu iegādei (rādītājs ir būtiski pieaudzis, salīdzinot ar 2025. gada rudens periodu: +6 PP, no 25% uz 31%). Mūzikas ierakstu iegādei salīdzinoši biežāk naudu ir tērējuši 16-22 g.v., 23-29 g.v., kā arī 30-39 g.v. iedzīvotāji, latvieši, vadītāji, augstākā līmeņa speciālisti. skolēni, studenti, kā arī iedzīvotāji ar salīdzinoši augstākiem gan personīgajiem ienākumiem (EUR 1501 un vairāk «uz rokas»), gan ienākumiem uz vienu cilvēku ģimenē (EUR 1001-1500, kā arī 1500 EUR un vairāk). Savukārt salīdzinoši retāk naudu mūzikas ierakstu iegādei ir tērējuši 40-49 g.v., kā arī 50-60 g.v. iedzīvotāji, Latgales reģionā dzīvojošie, cittautieši, iedzīvotāji ir citu sarunvalodu (ne latviešu) ģimenē, kā arī strādnieki.
- 9% iedzīvotāju mūzikas ierakstu iegādei gada laikā tērē līdz 10 eiro, 6% – 11-30 eiro, 8% – 31-100 eiro, 8% – virs 100 eiro (rādītājs ir būtiski pieaudzis, salīdzinot ar 2025. gada rudens aptauju: +2PP, no 6% uz 8%).

Q4. Lūdzu, norādiet aptuveni, cik daudz naudas pēdējā gada laikā esat patērējis/-usi mūzikas ierakstu iegādei (piemēram, CD/DVD iegādei, mūzikas lejupielādei un/vai straumēšanas servisu abonēšanas maksai):



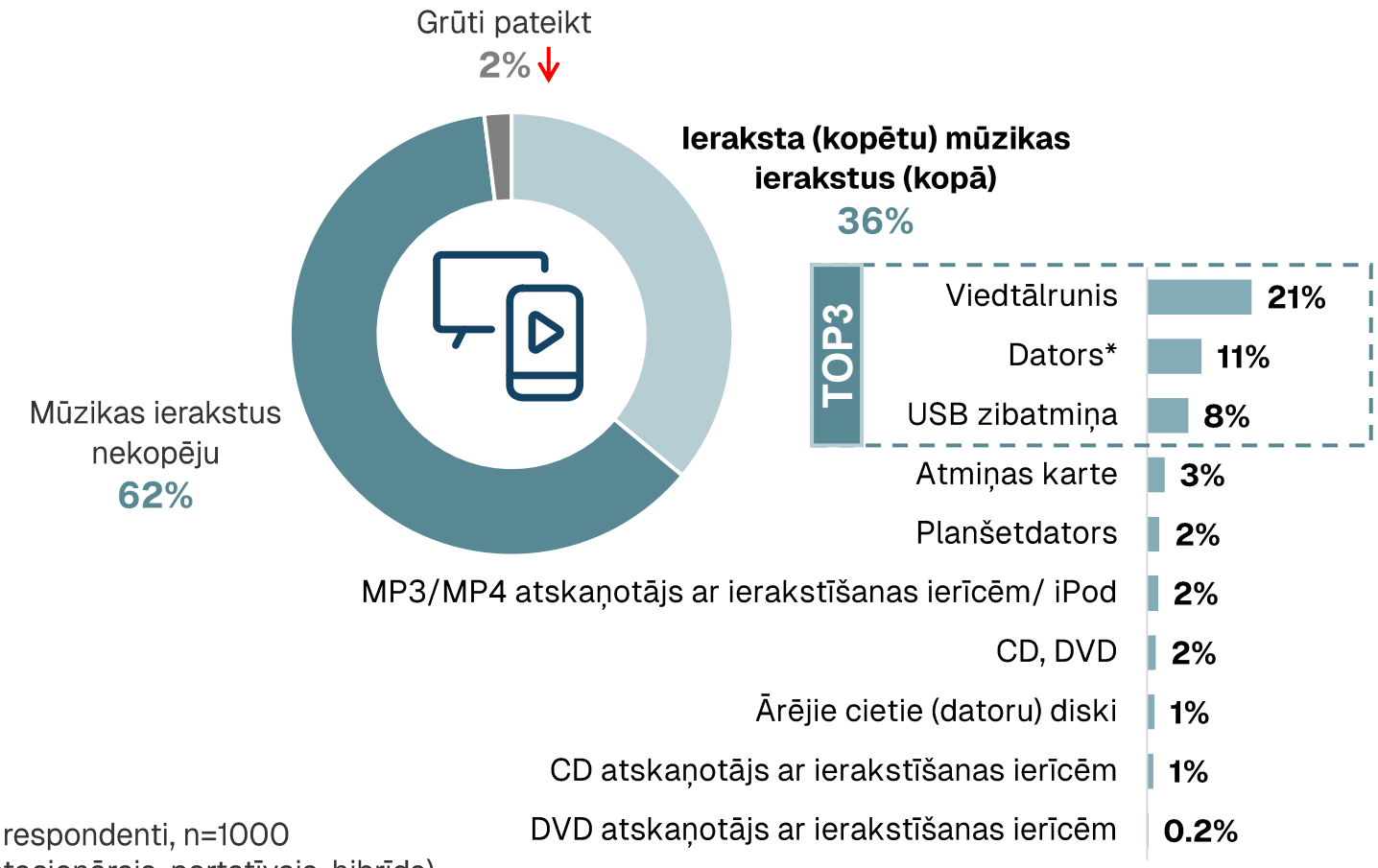
Bāze: Visi respondenti, n=1000

Rādītājs ir statistiski nozīmīgi
↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2025. gadā

Lai ierakstītu (kopētu) mūzikas ierakstus iedzīvotāji visbiežāk izmanto viedtālruni, datoru, kā arī USB zibatmiņu

- Vairāk nekā trešā daļa (36%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem mēdz ierakstīt (kopēt) mūzikas ierakstus. Salīdzinoši biežāk to dara iedzīvotāji ar citu sarunvalodu ģimenē (ne latviešu), nepilsoņi, iedzīvotāji ar pamatizglītību, kā arī iedzīvotāji ar personīgajiem ienākumiem EUR 701-1000.
- Piektā daļa no tiem mūzikas ierakstīšanai, kopēšanai izmanto viedtālruni (21%), desmitā daļa (11%) – datoru, aptuveni desmitā daļa (8%)– USB zibatmiņu. Salīdzinot ar 2025. gada rudens aptauju nav būtisku izmaiņu izvēlēto iekārtu mūzikas ierakstu ierakstīšanai (kopēšanai) izmantošanā.
- Pārējās iekārtas (atmiņas karte, planšetdators, MP3/MP4 atskaņotājs ar ierakstīšanas ierīcēm/ iPod, CD, DVD un citas) mūzikas kopēšanai tiek izmantotas ievērojami retāk.
- Mūzikas ierakstus nekopē lielākā daļa (62%) iedzīvotāju. Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus nekopē Kurzemes reģionā dzīvojošie, kā arī iedzīvotāji ar augstiem personīgajiem ienākumiem (EUR 1501 un vairāk «uz rokas»).

Q5. Kādas iekārtas Jūs izmantojat, lai ierakstītu (kopētu) mūzikas ierakstus:



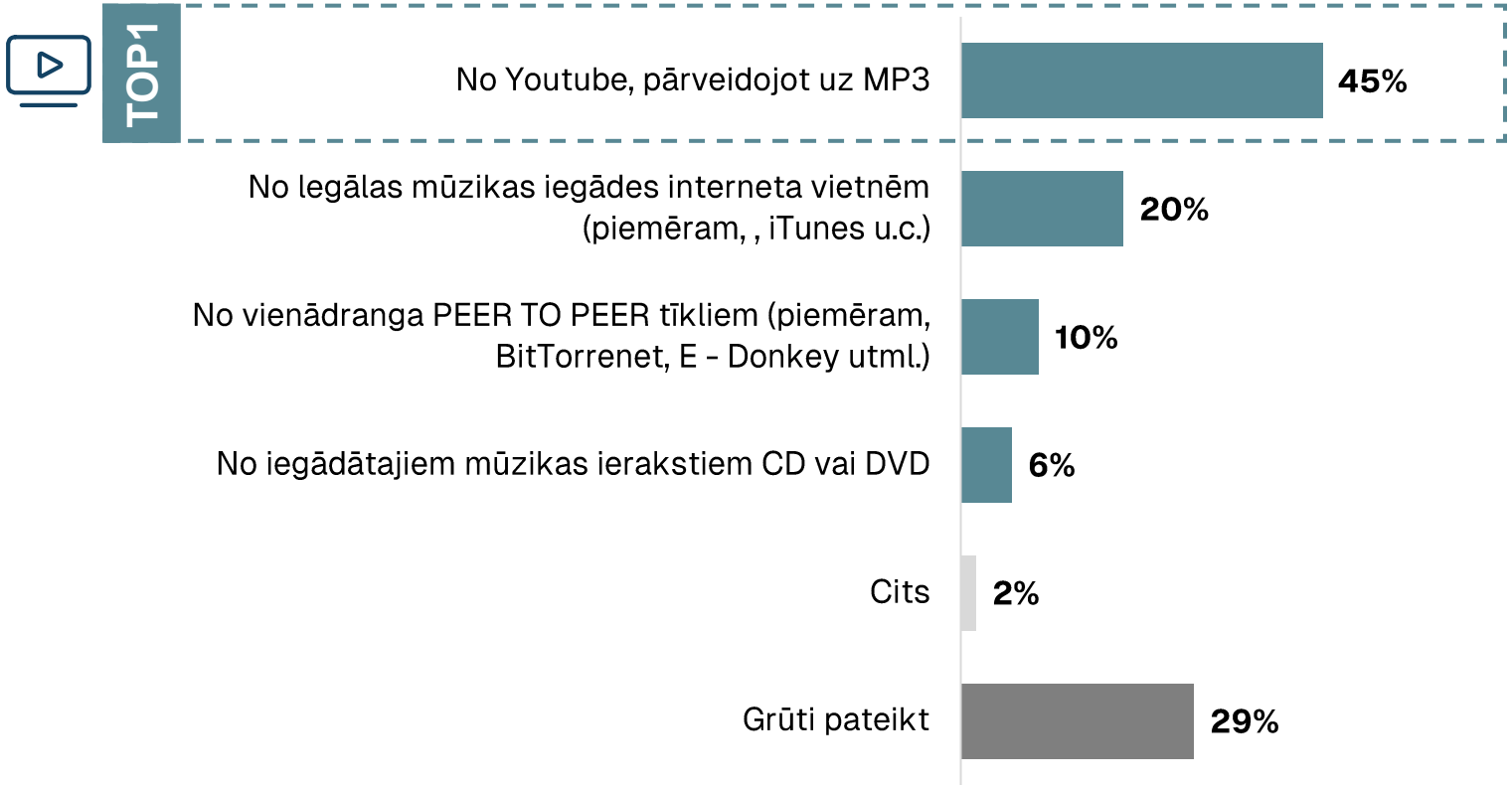
Bāze: Visi respondenti, n=1000
* Dators (stacionārais, portatīvais, hibrīds)

Rādītājs ir statistiski nozīmīgi
↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2025. gadā

45% aptaujāto kopējamo materiālu iegūst no Youtube, pārveidojot uz MP3

- 45% no tiem Latvijas iedzīvotājiem vecumā no 16 līdz 60 gadiem, kuri ieraksta (kopē) mūzikas ierakstus, kopējamo materiālu ir ieguvuši no Youtube, pārveidojot uz MP3.
- Piektā daļa (20%) aptaujāto kopējamo materiālu ir ieguvuši no legālās mūzikas iegādes interneta vietnēm (piemēram, iTunes u.c.), desmitā daļa (10%) – no vienādranga PEER TO PEER tīkliem (piemēram Bit Torrenet, E – Donkey utml.), savukārt 6% - no iegādātajiem mūzikas ierakstiem CD vai DVD. 2% aptaujāto ir snieguši citu atbildi.
- 29% aptaujāto nav snieguši konkrētu atbildi.
- Salīdzinot ar 2025. gada rudens aptauju, aptaujāto atbildēs statistiski nozīmīgas atšķirības neiezīmējas.

Q6. No kādiem avotiem Jūs ieguvāt kopējamo materiālu?



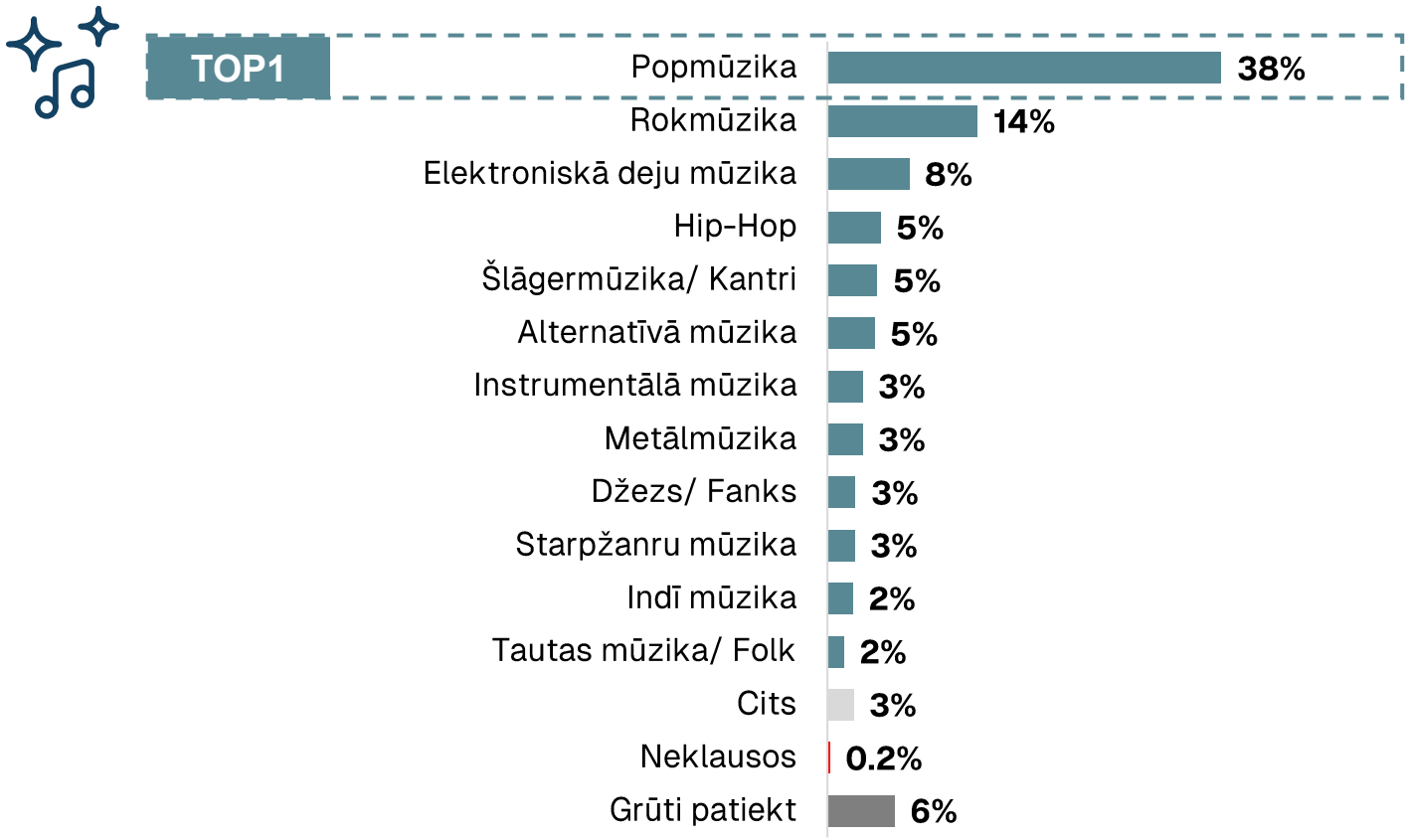
Bāze: Respondenti, kuri ieraksta (kopē) mūzikas ierakstus, n=374

Salīdzinājumā ar 2025. gadu, statistiski nozīmīgas atšķirības neiezīmējas

38% iedzīvotāju dod priekšroku popmūzikas žanram

- 38% Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem dod priekšroku **popmūzikas** žanram, 14%– rokmūzikai, aptuveni desmitā daļa (8%) – elektroniskajai deju mūzikai, kam seko hip-hop (5%), šlāgermūzika/ kantri (5%), alternatīvā mūzika (5%), instrumentālā mūzika (3%), metālmūzika (3%), džezs/ fanks (3%), starpžanru mūzika (3%), indī mūzika (2%), tautas mūzika/ folk (2%).
- Tikmēr 3% iedzīvotāju ir snieguši citu atbildi, savukārt 6% iedzīvotāju nav snieguši konkrētu atbildi šajā jautājumā.
- **Popmūzikas** žanram salīdzinoši biežāk priekšroku dod sievietes, kā arī 23-29 g.v. iedzīvotāji.
- **Indī** mūzikai salīdzinoši biežāk priekšroku dod skolēni, studenti; **metālmūzikai** – iedzīvotāji ar salīdzinoši augstākiem ģimenes ienākumiem: 1001 – 1500 EUR uz vienu cilvēku.
- Priekšroku **rokmūzikai** salīdzinoši biežāk priekšroku dod vīrieši, kā arī iedzīvotāji ar salīdzinoši augstiem personīgajiem ienākumiem (1501 EUR un vairāk «uz rokas»).
- **Elektroniskajai deju** mūzikai salīdzinoši biežāk priekšroku dod vīrieši, kā arī 40-49 g.v. iedzīvotāji, bet **instrumentālajai** mūzikai – 50-60 g.v. iedzīvotāji.
- Savukārt **hip-hop** mūziku salīdzinoši biežāk izvēlas 30-39 g.v. iedzīvotāji, kamēr **šlāgermūzikai/ kantri** – 50-60 g.v. iedzīvotāji, Vidzemes reģionā dzīvojošie, kā arī strādnieki.

Q7. Kuram mūzikas žanram Jūs dodat priekšroku?



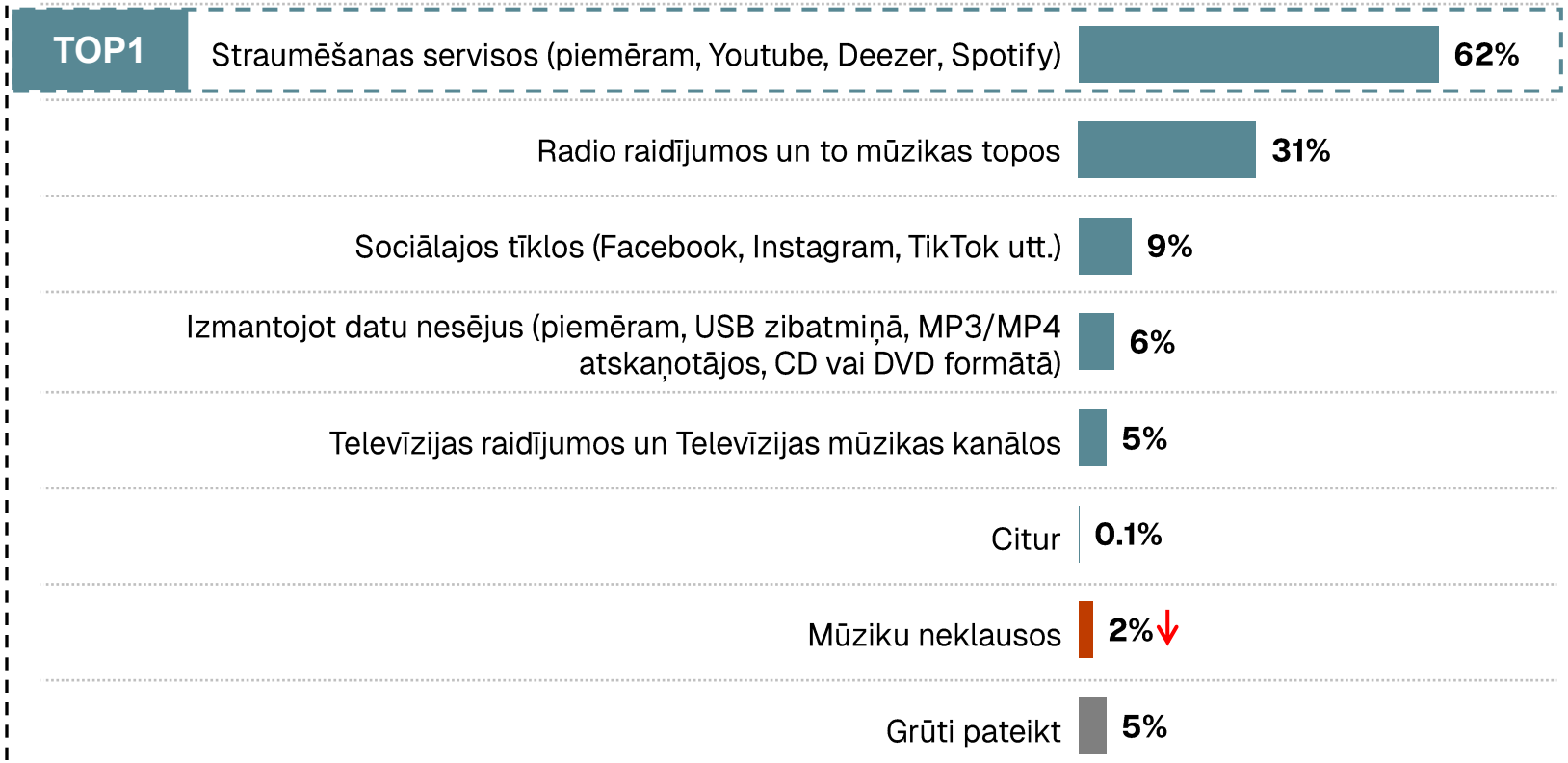
Bāze: Visi respondenti, n=1000

Salīdzinājumā ar 2025. gadu, statistiski nozīmīgas atšķirības neiezīmējas

Visbiežāk (62%) iedzīvotāji izvēlēto mūziku klausās straumēšanas servisos

- Visbiežāk (62%) Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem izvēlēto mūziku klausās straumēšanas servisos (piemēram, Youtube, Deezer, Spotify), kam biežuma ziņā seko izvēlētās mūzikas klausīšanās radio raidījumos un to mūzikas topos (31%).
- Ievērojami retāk iedzīvotāji izvēlēto mūziku visbiežāk klausās sociālajos tīklos (Facebook, Instagram, Tik Tok utt.) (9%), izmantojot datu nesējus (piemēram USB zibatmiņā, MP3/MP4 atskaņotājos, CD vai DVD formātā) (6%), televīzijas raidījumos un televīzijas mūzikas kanālos (5%).
- Kopš 2025. gada ir krities to iedzīvotāju īpatsvars, kuri norādījuši, ka mūziku neklausās (-3 PP, no 5% uz 2%).
- **Straumēšanas servisos** (piemēram, Youtube, Deezer, Spotify), mūziku salīdzinoši biežāk klausās 16-22 g.v., 23-29 g.v., kā arī 30-39 g.v. iedzīvotāji, Rīgas reģionā, Rīgā dzīvojošie, skolēni, studenti, iedzīvotāji ar salīdzinoši augstiem ienākumiem uz vienu ģimenes locekli (EUR 1001 – 1500).
- **Radio raidījumos un to mūzikas topos** mūziku salīdzinoši biežāk klausās 40-49 g.v., un 50-60 g.v. iedzīvotāji, Zemgales reģionā dzīvojošie un lauku teritorijās dzīvojošie, kā arī strādnieki un iedzīvotāji.

Q8. Kur Jūs visbiežāk klausāties izvēlēto mūziku?



Bāze: Visi respondenti, n=1000

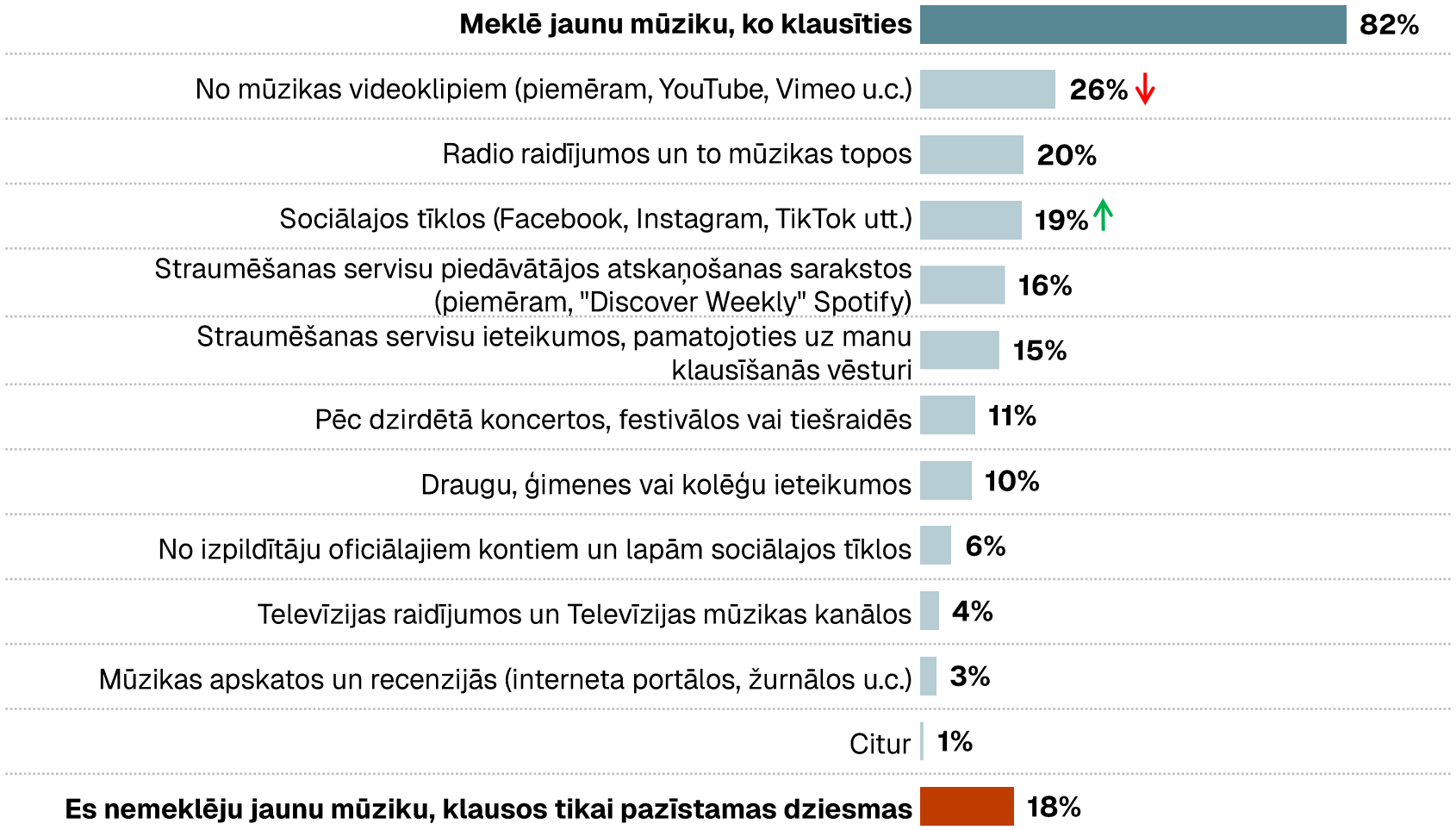
Rādītājs ir statistiski nozīmīgi

↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2025. gadā

Vairākums (82%) iedzīvotāju meklē jaunu mūziku, ko klausīties

- Vairākums (82%) Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem meklē jaunu mūziku, ko klausīties.
- Kopumā jaunu mūziku, ko klausīties salīdzinoši biežāk meklē 16-22 g.v. un 23-29 g.v. iedzīvotāji, skolēni, studenti.
- Iedzīvotāji visbiežāk jaunu mūziku meklē **no mūzikas videoklipiem** (rādītājs ir būtiski krities, -7 PP, no 33% uz 26%).
- Salīdzinoši bieži iedzīvotāji jaunu mūziku visbiežāk meklē **radio raidījumos un to mūzikas topos** (20%), kā arī **sociālajos tīklos** (Facebook, Instagram, TikTok utt.) (19%) (rādītājs ir būtiski pieaudzis, +3 PP, no 16% uz 19%).
- Salīdzinoši retāk iedzīvotāju jaunu mūziku meklē straumēšanas servisu piedāvātajos atskaņošanas sarakstos (16%) un to ieteikumos, pamatojoties uz klausīšanās vēsturi (15%), kā arī pēc dzirdētā koncertos, festivālos vai tiešraidēs (11%), kam seko draugu, ģimenes vai kolēģu ieteikumi (10%).
- Salīdzinoši reti mūzika tiek meklēta no izpildītāju oficiālajiem kontiem un lapām sociālajos tīklos (6%), televīzijas raidījumos un televīzijas mūzikas kanālos (4%), savukārt visretāk – mūzikas apskatos un recenzijās (interneta portālos, žurnālos u.c.) (3%).
- Aptuveni piektā daļa (18%) iedzīvotāju jaunu mūziku nemeklē, bet klausās tikai pazīstamas dziesmas.

Q9. Kur Jūs visbiežāk meklējat jaunu mūziku, ko klausīties?



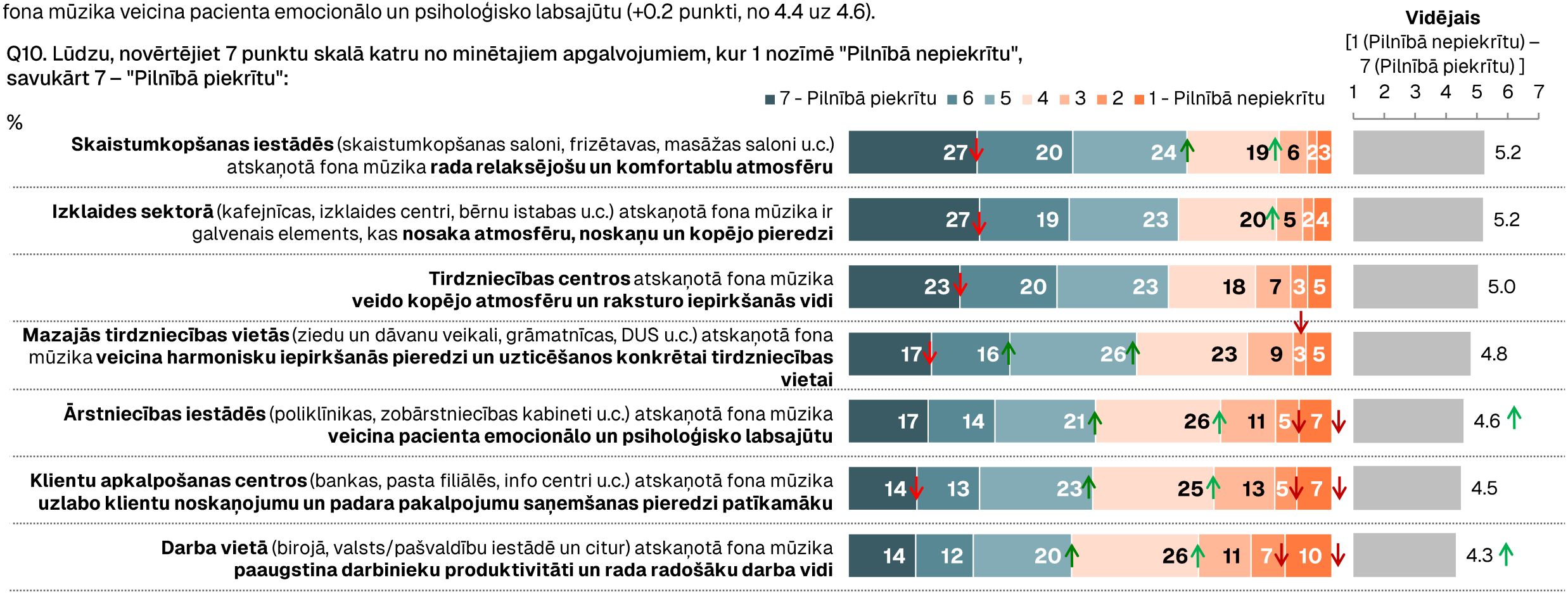
Bāze: Visi respondenti, n=1000

Rādītājs ir statistiski nozīmīgi
↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2025. gadā

Visbiežāk iedzīvotāji piekrīt tam, ka skaistumkopšanas iestādēs fona mūzika rada relaksējošu un komfortablu atmosfēru kā arī izklaides sektorā tā nosaka atmosfēru, noskaņu un kopējo pieredzi

Salīdzinoši visbiežāk Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem piekrīt tam, ka skaistumkopšanas iestādēs atskaņotā fona mūzikas rada relaksējošu un komfortablu atmosfēru (vidējais vērtējums 5,2 punkti 7 punktu skalā), ka izklaides sektorā atskaņotā fona mūzika ir galvenais elements, kas nosaka atmosfēru, noskaņu un kopējo pieredzi (5,2 punkti), un ka tirdzniecības centros atskaņotā fona mūzika veido kopējo atmosfēru un raksturo iepirkšanās vidi (5,0 punkti). Salīdzinoši visretāk iedzīvotāji piekrīt tam, ka darba vietā atskaņotā fona mūzika paaugstina darbinieku produktivitāti un rada radošāku darba vidi (4,3 punkti) (nozīmīgi pieaudzis vidējais rādītājs kopš 2025. gada rudens aptaujas, +0.2 punkti, no 4.1 uz 4.3)). Būtiski pieaudzis arī vidējais vērtējums apgalvojumam par to, ka ārstniecības iestādēs atskaņotās fona mūzika veicina pacienta emocionālo un psiholoģisko labsajūtu (+0.2 punkti, no 4.4 uz 4.6).

Q10. Lūdzu, novērtējiet 7 punktu skalā katru no minētajiem apgalvojumiem, kur 1 nozīmē "Pilnībā nepiekrītu", savukārt 7 – "Pilnībā piekrītu":



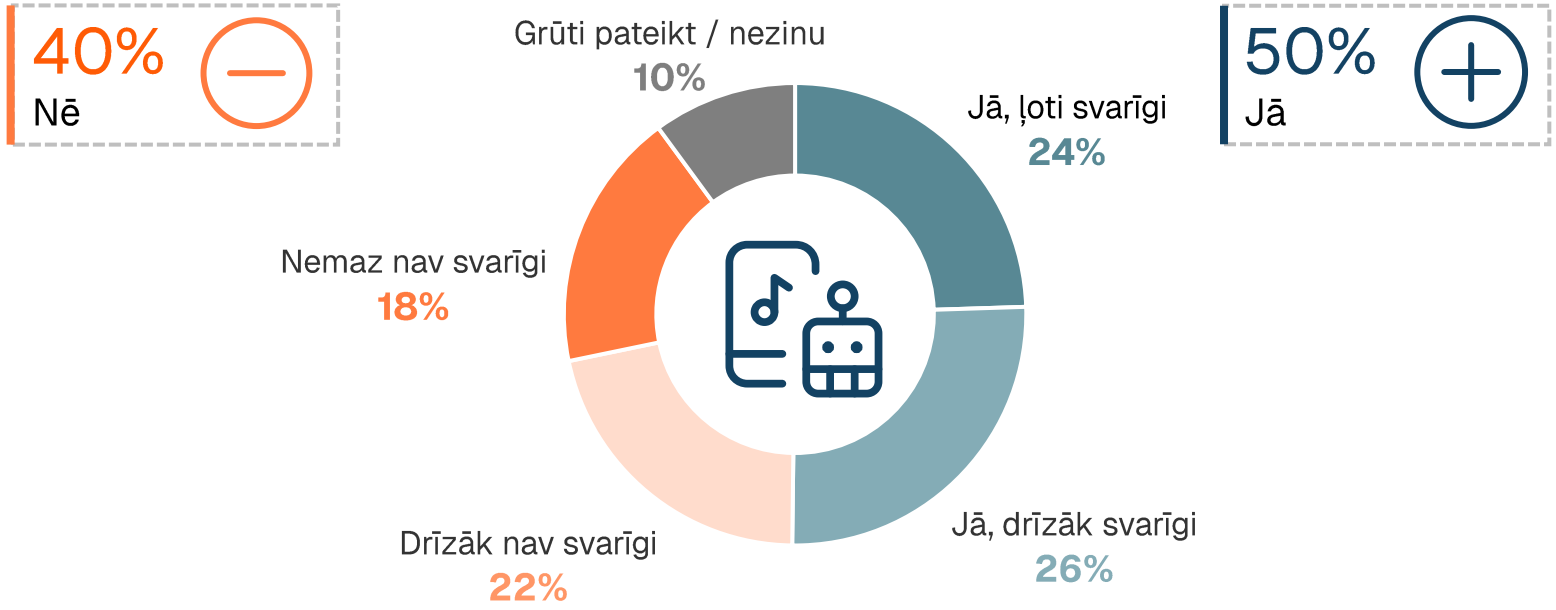
Bāze: Visi respondenti, n=1000

Rādītājs ir statistiski nozīmīgi
↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2025. gadā

Pusei (50%) iedzīvotāju ir svarīgi zināt, vai mūzika, ko viņi klausās, ir cilvēka radīta vai tapusi ar mākslīgā intelekta palīdzību

- **Pusei** (50%) **Latvijas iedzīvotāju** vecumā no 16 līdz 60 gadiem **ir svarīgi zināt, vai mūzika**, ko viņi klausās **ir cilvēka radīta vai tapusi** pilnībā/ daļēji **ar mākslīgā intelekta palīdzību** (25% - ļoti svarīgi; 26% - drīzāk svarīgi).
- Salīdzinoši **biežāk svarīgi to ir zināt** 16-22 g.v. un 23-29 g.v. iedzīvotājiem, latviešu tautības iedzīvotājiem, skolēniem un studentiem.
- Savukārt **40% iedzīvotāju** ir norādījuši, ka viņiem **nav svarīgi** zināt vai mūzika, ko viņi klausās ir cilvēka radīta vai tapusi pilnībā/ daļēji ar mākslīgā intelekta palīdzību (22% - drīzāk nav svarīgi; 18% - nemaz nav svarīgi).
- Salīdzinoši biežāk **svarīgi tas nav** 40-49 g.v. iedzīvotājiem, Latgales reģionā dzīvojošajiem, cittautiešiem, kā arī iedzīvotājiem ar augstiem personīgajiem ienākumiem (1501 EUR un vairāk).

Q11*. Vai Jums ir svarīgi zināt, vai mūzika, ko klausāties, ir cilvēka radīta vai tapusi pilnībā/daļēji ar mākslīgā intelekta palīdzību?



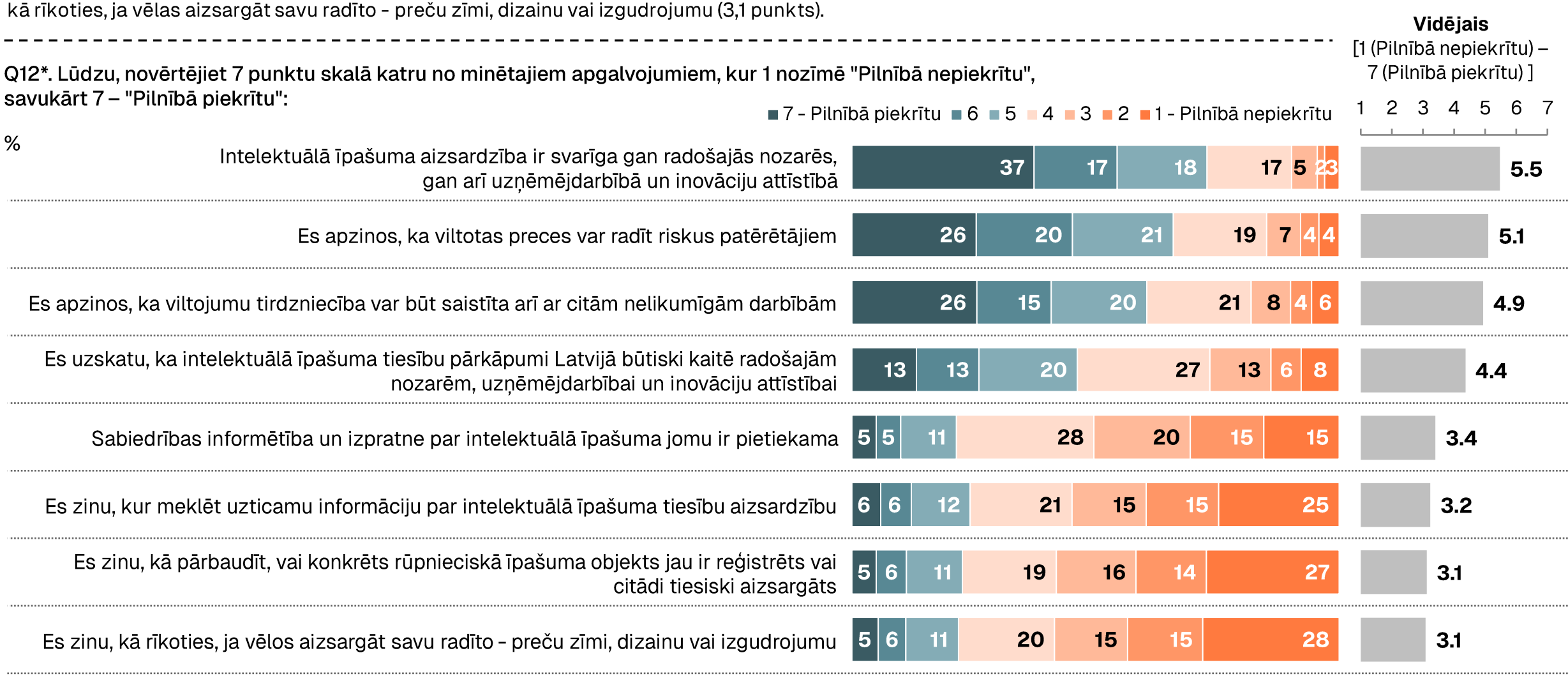
Bāze: Visi respondenti, n=1000

* Jauns jautājums, 2025. gadā nav jautāts

Visbiežāk iedzīvotāji piekrīt tam, ka intelektuālā īpašuma aizsardzība ir svarīga gan radošajās nozarēs, gan arī uzņēmējdarbībā un inovāciju attīstībā

Salīdzinoši visbiežāk Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem piekrīt tam, ka intelektuālā īpašuma aizsardzība ir svarīga gan radošajās nozarēs, gan arī uzņēmējdarbībā un inovāciju attīstībā (vidējais vērtējums 5,5 punkti 7 punktu skalā), un ka viņi apzinās, ka viltotas preces var radīt riskus patērētājiem (5,1 punkti). Salīdzinoši visretāk iedzīvotāji piekrīt tam, ka viņi zina kā pārbaudīt, vai konkrēts rūpnieciskā īpašuma objekts jau ir reģistrēts vai citādi tiesiski aizsargāts (3,1 punkts) un kā rīkoties, ja vēlas aizsargāt savu radīto - preču zīmi, dizainu vai izgudrojumu (3,1 punkts).

Q12*. Lūdzu, novērtējiet 7 punktu skalā katru no minētajiem apgalvojumiem, kur 1 nozīmē "Pilnībā nepiekrītu", savukārt 7 – "Pilnībā piekrītu":



FIFTY5 BLUE

Bāze: Visi respondenti, n=1000

* Jauns jautājums

3
Rezultātu precizitāte

Rezultātu precizitāte kvantitatīvajā pētījumā

Lai noteiktu statistisko mērījuma kļūdu, nepieciešams zināt respondentu skaitu atbilstošajā apakšgrupā (tabulās apzīmēts ar "N") un rezultātu procentos.

Izmantojot šos lielumus, tabulas attiecīgajā iedaļā var atrast statistiskās mērījuma kļūdas robežas +/- procentos ar 95%-tu varbūtību.

Piemēram, ja pētījuma rezultātā no visiem aptaujātajiem respondentiem (n=1000), 93% klausās mūzikas ierakstus, tad ar 95% varbūtību mēs varam teikt, ka statistiskā mērījuma kļūda šajā gadījumā ir +/-1,6% robežās. No tā izriet, ka respondentu daudzums, kas klausās mūzikas ierakstus, ir robežās no 91,4% līdz 94,6%.

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

Atbilžu sadalījums %	Respondentu skaits (bāze) n =										
	50	100	150	200	300	400	500	600	700	800	1000
2 vai 98	3,9	2,7	2,2	1,9	1,6	1,4	1,2	1,1	1,0	1,0	0,9
4 vai 96	5,4	3,8	3,1	2,7	2,2	1,9	1,7	1,6	1,5	1,4	1,2
6 vai 94	6,6	4,7	3,8	3,3	2,7	2,3	2,1	1,9	1,8	1,6	1,5
7 vai 93	7,1	5,0	4,1	3,5	2,9	2,5	2,2	2,0	1,9	1,8	1,6
8 vai 92	7,5	5,3	4,3	3,8	3,1	2,7	2,4	2,2	2,0	1,9	1,7
10 vai 90	8,3	5,9	4,8	4,2	3,4	2,9	2,6	2,4	2,2	2,1	1,9
13 vai 87	9,3	6,6	5,4	4,7	3,8	3,3	2,9	2,7	2,5	2,3	2,1
15 vai 85	9,9	7,0	5,7	4,9	4,0	3,5	3,1	2,9	2,6	2,5	2,2
20 vai 80	11,1	7,8	6,4	5,5	4,5	3,9	3,5	3,2	3,0	2,8	2,5
25 vai 75	12,0	8,5	6,9	6,0	4,9	4,2	3,8	3,5	3,2	3,0	2,7
30 vai 70	12,7	9,0	7,3	6,4	5,2	4,5	4,0	3,7	3,4	3,2	2,8
35 vai 65	13,2	9,3	7,6	6,6	5,4	4,7	4,2	3,8	3,5	3,3	3,0
40 vai 60	13,6	9,6	7,8	6,8	5,5	4,8	4,3	3,9	3,6	3,4	3,0
45 vai 55	13,8	9,8	8,0	6,9	5,6	4,9	4,4	4,0	3,7	3,4	3,1
50 vai 50	13,9	9,8	8,0	6,9	5,7	4,9	4,4	4,0	3,7	3,5	3,1

FIFTY5 BLUE



Ingrīda Libora
Klientu vadītāja
ingrida.libora@fifty5blue.com

Adrese:
Kronvalda bulv. 3-2,
Rīga, LV-1010, Latvija

Telefons:
+371 67 096 300

Mājas lapa:
www.fifty5blue.lv

Sociālie tīkli: