



Centrālā statistikas pārvalde



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

2025

Informatīvais apskats

IEDZĪVOTĀJU INFORMĀCIJAS UN KOMUNIKĀCIJAS TEHNOLOĢIJU LIETOŠANAS PARADUMI 2025. GADĀ

Informatīvajā apskatā apkopoti privātpersonu (mājsaimniecību) apsekojuma "Informācijas un komunikācijas tehnoloģiju" (turpmāk – IKT apsekojums) rezultāti 2025. gadā. Apsekojums notiek katru gadu, un tā mērķis ir iegūt informāciju par interneta pieejamību, interneta lietošanas biežumu un mērķiem, kā arī iedzīvotāju komunikāciju ar valsts un pašvaldību iestādēm, drošību internetā, mākslīgā interneta izmantošanu u.c. paradumiem.

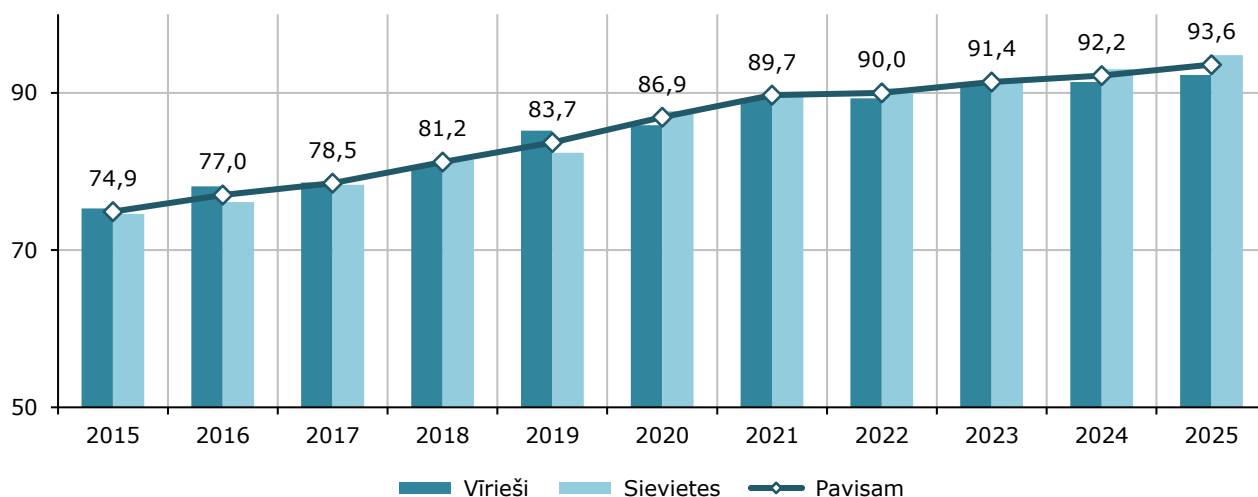
2025. gada pirmajā pusgadā IKT apsekojumā tika aptaujāti 5 237 iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 74 gadiem.

IKT apsekojums sagatavots atbilstoši Eiropas Savienības Statistikas biroja (*Eurostat*) izstrādātajai metodoloģijai, un iegūtā informācija ir salīdzināma ar citām Eiropas Savienības valstīm. Detalizētāka informācija par apsekojuma "Interneta lietošana 2025. gadā" rezultātiem un apsekojuma metodoloģiju pieejama oficiālās statistikas portāla sadaļā "[Informācijas tehnoloģijas: IKT mājsaimniecībās](#)".

1. INTERNETA LIETOŠANA

Internets ir kļuvis par neatņemamu ikdienas palīgu – 2025. gadā internetu regulāri jeb vismaz reizi nedēļā lietoja 93,6 % iedzīvotāju, un pēdējo 10 gadu laikā šis rādītājs ir pieaudzis par 18,7 procentpunktiem. Internetu regulāri ikdienā lieto gan vīrieši, gan sievietes. Ja pirms desmit gadiem internetu nedaudz biežāk lietoja vīrieši, tad 2025. gadā vadībā izvirzījušās sievietes – internetu regulāri izmanto 94,8 % sieviešu, salīdzinot ar 92,3 % vīriešu.

Iedzīvotāju īpatsvars, kuri regulāri (vismaz reizi nedēļā) lieto internetu, pēc dzimuma
(procenti no iedzīvotājiem 16–74 gadu vecumā)

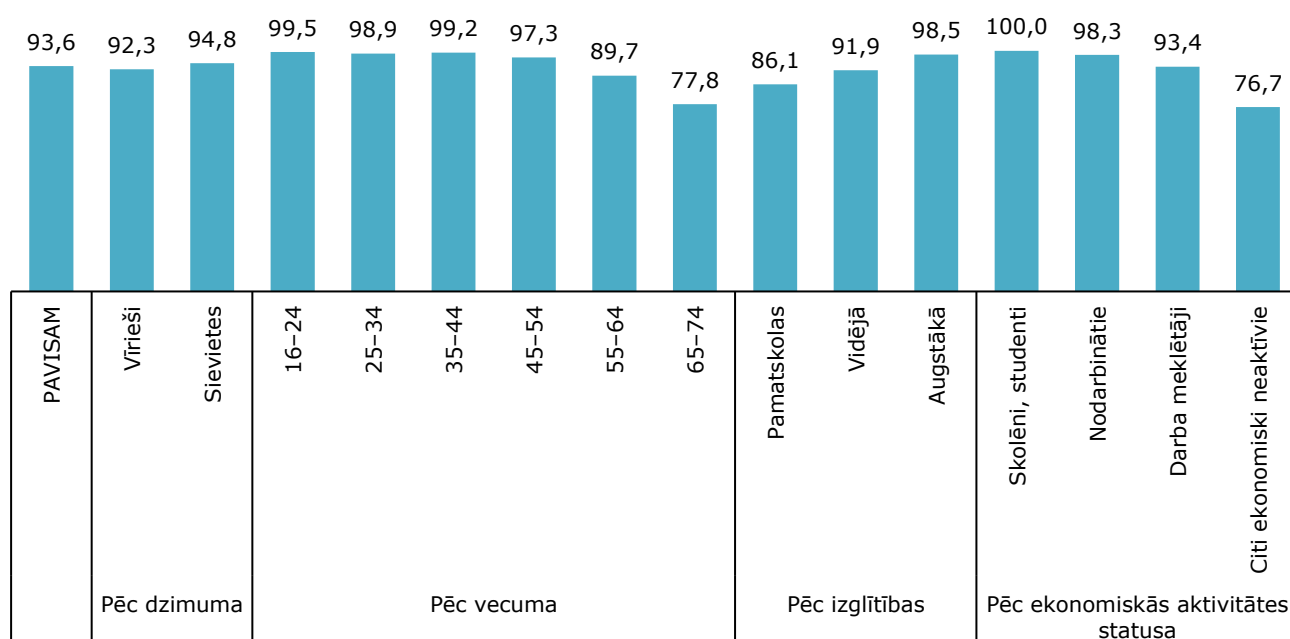


Apsekojuma dati rāda, ka pēdējo desmit gadu laikā katru gadu deviņi no desmit iedzīvotājiem ar augstāko izglītību internetu ir lietojuši regulāri jeb vismaz reizi nedēļā un 2025. gadā jau regulāro interneta lietotāju ar augstāko izglītību īpatsvars ir 98,5 %, ar vidējo izglītību – 91,9 % un pamatskolas – 86,1 %. Pēdējo desmit gadu laikā regulāro interneta lietotāju skaits visvairāk pieaudzis starp iedzīvotājiem ar pamatskolas izglītību – par 33,3 procentpunktiem.

2025. gada apsekojuma dati liecina, ka gandrīz visi skolēni un studenti ir lietojuši internetu regulāri, tāpat augsts ir arī nodarbināto un darba meklētāju interneta lietotāju īpatsvars – attiecīgi 98,3 % un 93,4 %. Mazāk interneta lietotāju ir starp ekonomiski neaktīvajām personām (76,7 %), tomēr šajā grupā ir vērojams visstraujākais pieaugums pēdējo desmit gadu laikā – 36,8 procentpunkti.

No 2014. līdz 2025. gadam interneta lietošana ir pieaugusi visās vecuma grupās, īpaši senioru vidū. Jaunākajās vecuma grupās un starp darbaspējas vecuma iedzīvotājiem internetu regulāri vismaz reizi nedēļā lieto gandrīz visi (vairāk nekā 97 %). Sasniedzot pensijas vecumu, interneta lietotāju skaits sarūk, tomēr vērojams straujākais regulāru interneta lietotāju pieaugums – 55–64 gadu vecuma grupā regulāro interneta lietotāju skaits ir pieaudzis no 58,7 % līdz 89,7 % un vecumgrupā no 65–74 – no 31,5 % līdz 77,8 %.

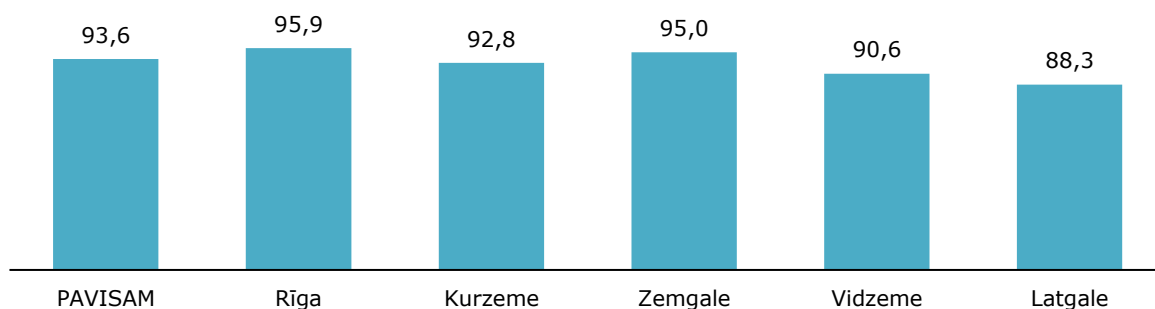
Iedzīvotāju īpatsvars, kuri regulāri (vismaz reizi nedēļā) lieto internetu, 2025. gadā
(procenti no iedzīvotājiem 16–74 gadu vecumā attiecīgajā grupā)



Oficiālās statistikas portāls [DLM010].

Visvairāk regulāro interneta lietotāju ir Rīgas un Zemgales reģionā, kur internetu vismaz reizi nedēļā lieto attiecīgi 95,9 % un 95,0 % iedzīvotāju, pārsniedzot Latvijas vidējo rādītāju (93,6 %), bet vismazāk – Latgales reģionā (88,3 %). Tas gan izskaidrojams arī ar vecuma struktūru, jo Latgalē katrs ceturtais jeb 24,4 % iedzīvotāju ir virs darbaspējas vecuma, kas ir 65 gadi un vairāk, kamēr citur Latvijā vecāka gadagājuma iedzīvotāju ir mazāk, piemēram, Rīgas reģionā 20,9 % ir iedzīvotāji virs darbaspējas vecuma.

Iedzīvotāju īpatsvars, kuri regulāri (vismaz reizi nedēļā) lieto internetu, reģionos 2025. gadā
(procenti no iedzīvotājiem 16–74 gadu vecumā attiecīgajā grupā)



Oficiālās statistikas portāls [DLM010].

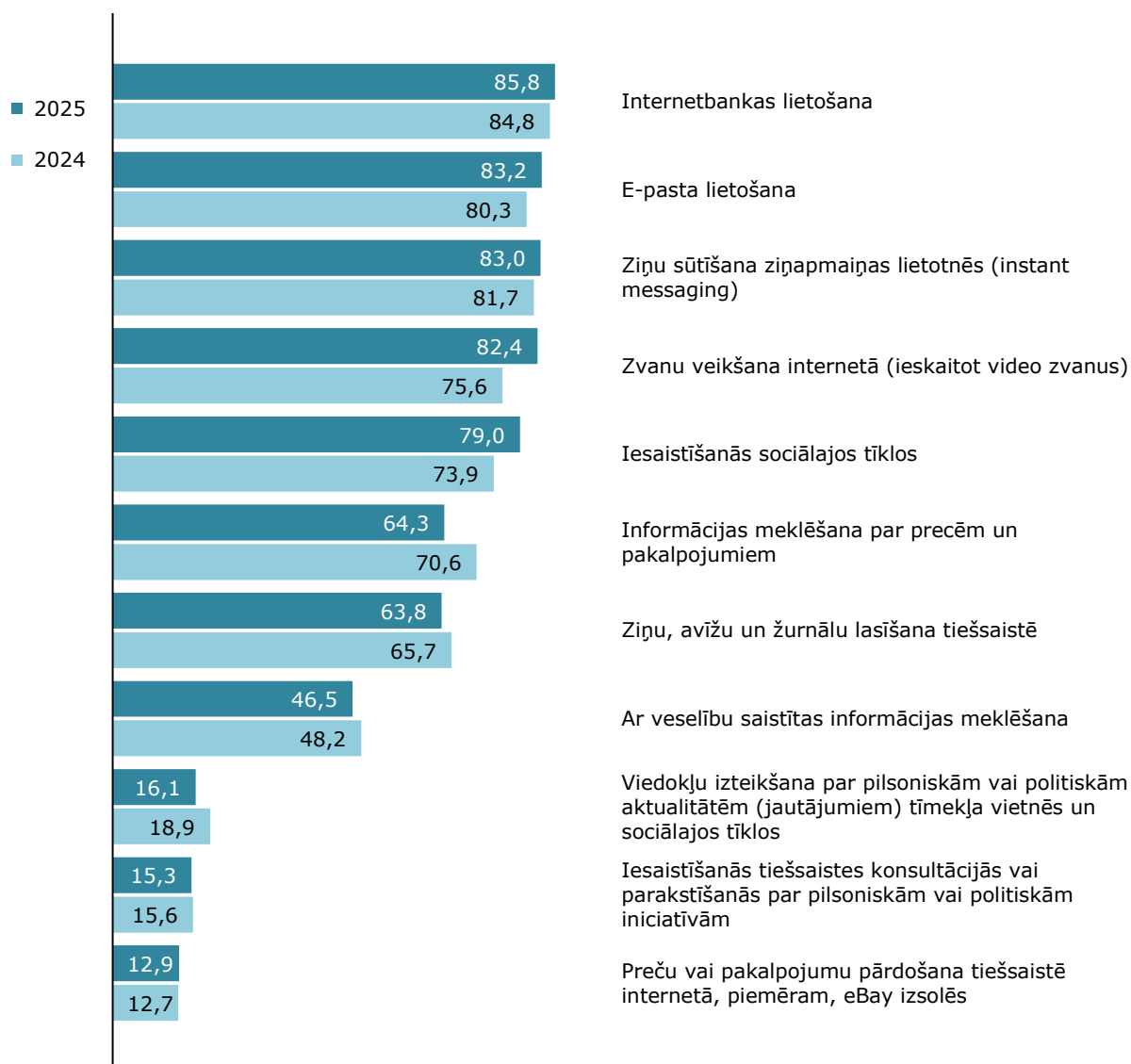
2. INTERNETA IZMANTOŠANAS MĒRĶI

2025. gada apsekojuma dati liecina, ka internets kļuvis par neatņemamu ikdienas sastāvdaļu, kurā vienlīdz nozīmīgi ir gan praktiski pakalpojumi, gan saziņas un sociālās aktivitātes. Kā populārākos interneta izmantošanas mērķus iedzīvotāji minēja internetbankas lietošanu (85,8 %), e-pastu (83,2 %), ziņu sūtīšanu ziņapmaiņas lietotnēs (83,0 %), zvanu un videozvanu veikšanu internetā (82,4 %) un iesaistišanos sociālajos tīklos (79,0 %).

Salīdzinot 2024. un 2025. gadu, redzams, ka e-pasta lietošana ir palielinājusies par 2,9 procentpunktiem, ziņapmaiņas lietotņu lietošana par 1,3 procentpunktiem, internetbankas lietošana par 1 procentpunktu. Tas liecina, ka šie rīki ir nostiprinājušies kā ikdienas nepieciešamība, un to lietošana turpina pieaugt, lai gan daudz lēnāk nekā iepriekšējos gados. Savukārt visstraujākā dinamika fiksēta interneta zvanu un video zvanu izmantošanā (pieaugums par 6,8 procentpunktiem), kas apliecina šo saziņas formu straujo integrāciju gan darba vidē, gan personiskajā komunikācijā. Arī sociālo tīklu izmantošana augusi par 5,1 procentpunktu, tuvojoties 80 % robežai.

Salīdzinot ar iepriekšējo gadu, ir samazinājies iedzīvotāju īpatsvars, kas izmanto internetu informācijas meklēšanai – informācijas meklēšana par precēm un pakalpojumiem ir samazinājusies par 6,3 procentpunktiem, ziņu, avīžu un žurnālu lasīšana tiešsaistē par 1,9 procentpunktiem un ar veselību saistītas informācijas meklēšana par 1,7 procentpunktiem. Tas varētu būt skaidrojams ar to, ka informācijas iegūšana arvien biežāk notiek sociālajos tīklos, ziņapmaiņas platformās vai specializētajās lietotnēs, nevis izmantojot meklētājprogrammas.

Iedzīvotāju interneta izmantošanas mērķi 2024. un 2025. gadā
(procenti no iedzīvotājiem 16–74 gadu vecumā)

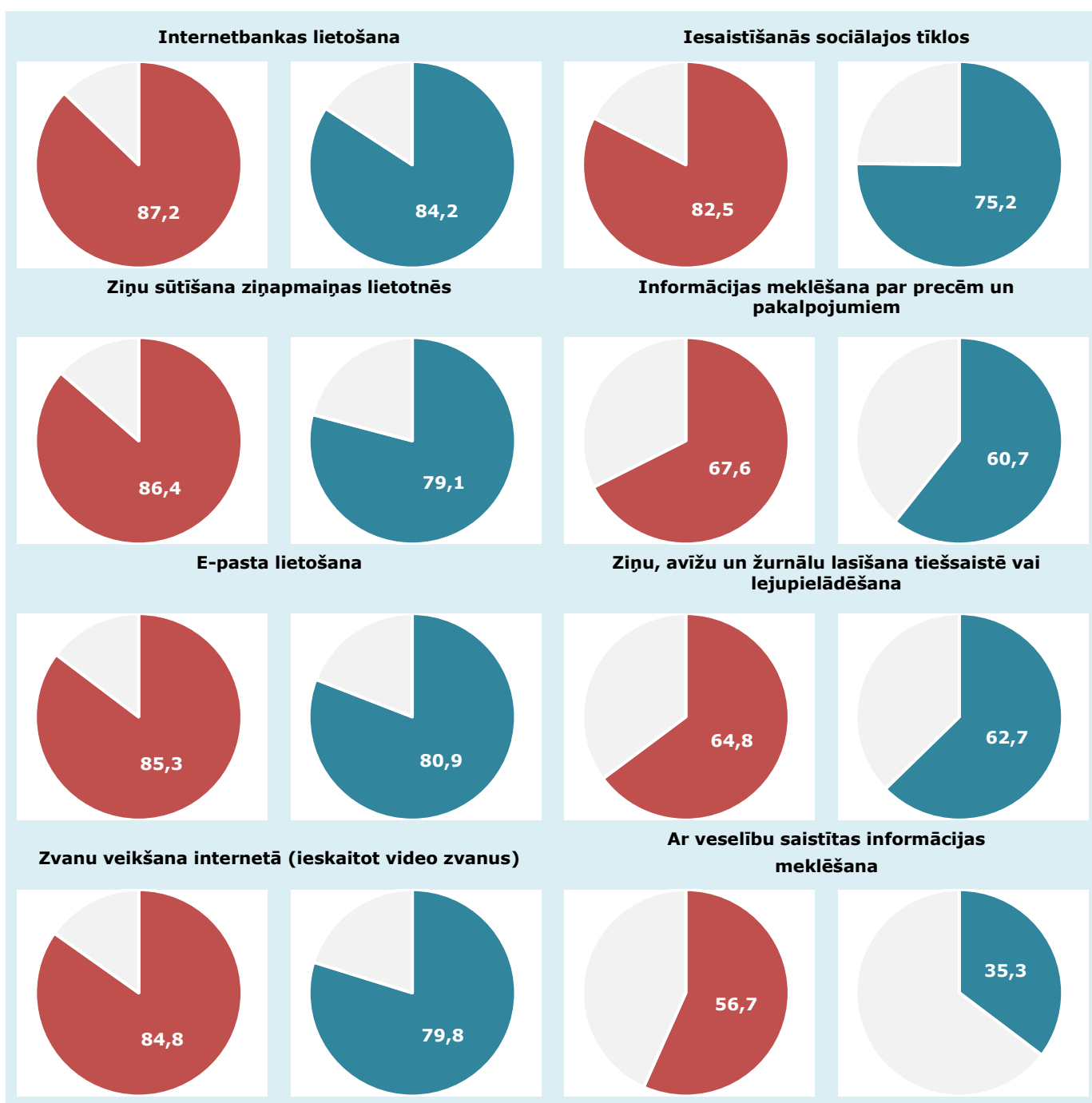


Apsekojuma dati rāda, ka lai arī abi dzimumi izmanto internetu līdzīgiem mērķiem, tomēr 2025. gadā sievietes izmantoja internetu aktīvāk gandrīz visās digitālajās aktivitātēs. Abu dzimumu populārākais interneta izmantošanas mērķis ir internetbankas lietošana (sievietes – 87,2 % un vīrieši – 84,2 %). Sievietēm populārāks saziņas veids ir ziņu sūtīšana ziņapmaiņas lietotnēs (86,4 %), savukārt vīrieši dod priekšroku saziņai, izmantojot e-pastu (80,9 %). Sievietes aktīvāk nekā vīrieši izmantoja internetu jaunas informācijas iegūšanai – par 21,4 procentpunktiem biežāk meklēja informāciju saistībā ar veselību un par 6,9 procentpunktiem – par precēm un pakalpojumiem un biežāk tiešsaistē lasīja ziņas, avīzes un žurnālus – par 2,1 procentpunktu. Kopumā redzams, ka sievietes internetu izmanto vairāk un dažādiem mērķiem. Vīrieši internetu izmanto vairāk nekā sievietes (par 1,6 procentpunktiem) preču vai pakalpojumu pārdošanai tiešsaistē, kā arī darba meklēšanai un darba pieteikumu nosūtīšanai (par 0,9 procentpunktiem).

Galvenie interneta izmantošanas mērķi pēc dzimuma 2025. gadā
(procenti no attiecīgā dzimuma iedzīvotāju kopskaita 16–74 gadu vecumā)

■ Sievietes

■ Vīrieši



Jaunākie iedzīvotāji (16–24 gadi) ir visaktīvākie interneta lietotāji un visaktīvāk internetu izmanto tieši saziņai – deviņi no desmit jauniešiem aktīvi iesaistās sociālajos tīklos (94,1 %), sūta ziņas ziņapmaiņas lietotnēs (92,4 %), veic zvanus un video zvanus (91,7 %) un lieto e-pastu (90,7 %). Jaunieši aktīvi (92,8 %) izmanto arī internetbanku. Iedzīvotāji vecumgrupā 25–44 gadi arī ir aktīvi interneta lietotāji – 95 % lieto internetbanku, 94 % saziņai izmanto e-pastu, kā arī aktīvi izmanto informācijas meklēšanu internetā, īpaši par precēm un pakalpojumiem (25–34 gadu vecumgrupā – 79,7 % un 35–44 gadu vecumgrupā – 76,8 %). Interneta lietošanas aktivitāte un mērķi atšķiras senioriem vecumgrupā 65–74 gadi, kuri visaktīvāk lieto internetbanku (62,7 %) un sazinās, izmantojot zvanus un video zvanus (60,0 %) un ziņapmaiņas lietotnes (58,7 %).

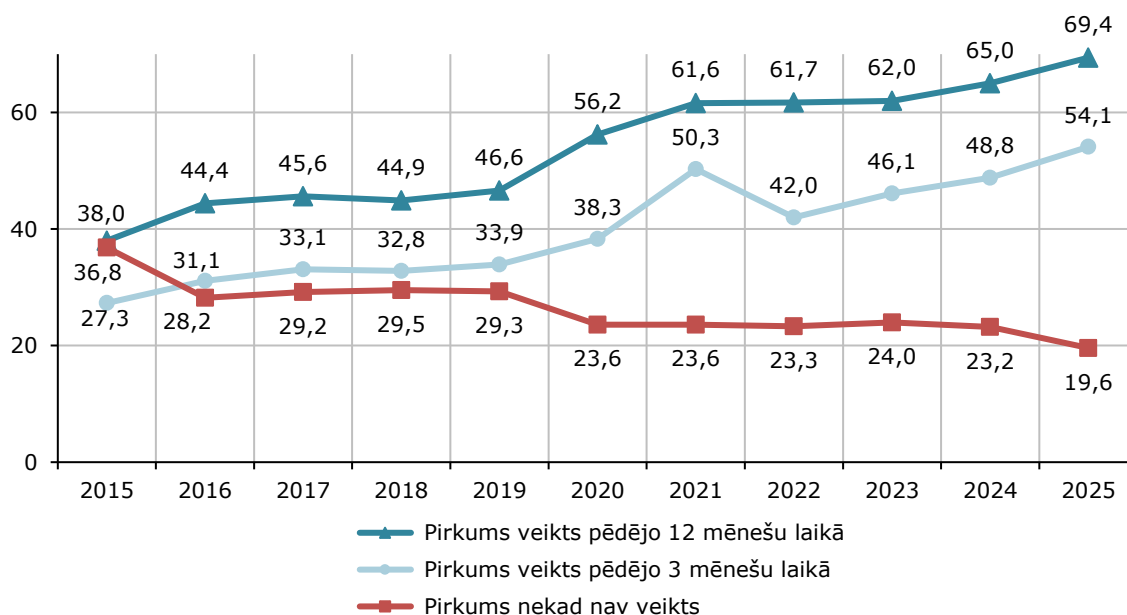
Iedzīvotāji ar augstāko izglītības līmeni biežāk lieto internetu saziņai e-pastā (94,8 %) un izmanto internetbanku (94,1 %), ar vidējo izglītību – lieto internetbanku (82,5 %) un sazinās, veicot zvanus (79,8 %) un sūtot ziņas ziņapmaiņas vietnēs (79,0 %). Iedzīvotāji ar pamatskolas vai zemāku izglītību vairāk iesaistās sociālajos tīklos (76,6 %), sūta ziņas ziņapmaiņas vietnēs (76,3 %) un veic zvanus (76,0 %).

Nodarbinātie un skolēni ir visaktīvākie interneta lietotāji. Lielākais nodarbināto īpatsvars lieto internetbanku (94,0 %) un sūta e-pastus (91,4 %). Skolēni un studenti visbiežāk izmanto internetu saziņai – sūta ziņas ziņapmaiņas lietotnēs (94,1 %), iesaistās sociālajos tīklos (93,6 %) un veic zvanus un videozvanus (92,6 %). Bezdarbnieki internetu izmanto retāk un visaktīvāk lieto tieši saziņai – sūta ziņas ziņapmaiņas lietotnēs (81,7 %), iesaistās sociālajos tīklos (81,1 %) un veic zvanus un videozvanus internetā (80,3 %). No citām neaktīvajām personām mazāk nekā divas trešdaļas veic zvanus un videozvanus (59,8 %) un lieto internetbanku (59,3 %).

3. PREČU VAI PAKALPOJUMU PIRKŠANA INTERNETĀ

Attīstoties tehnoloģijām, paplašinoties piegādes pakalpojumiem un pieaugot sabiedrības digitālajai pratībai, iepirkšanās internetā no alternatīva iepirkšanās veida ir kļuvusi par vienu no galvenajām preču un pakalpojumu iegādes formām. Ja 2015. gadā vismaz vienu reizi internetā bija iepirkušies mazāk par pusi no iedzīvotājiem (44,9 %), tad 2025. gadā pirkumus internetā veica trīs ceturtdaļas iedzīvotāju (75,2 %), turklāt vairāk nekā puse iedzīvotāju (54,1 %) iepērkas internetā regulāri. Salīdzinot ar 2024. gadu, šis rādītājs ir pieaudzis par 5,3 procentpunktiem, bet kopš 2015. gada – par 26,8 procentpunktiem. Pēdējo desmit gadu laikā būtiski ir samazinājies (par 17,2 procentpunktiem) iedzīvotāju īpatsvars, kas nekad nav veikuši pirkumu internetā, un 2025. gadā šis rādītājs bija 19,6 %. Pēdējo gadu laikā būtiskākais kritums notika tieši pandēmijas laikā, kad iedzīvotājiem nācās veikt pirkumus internetā arī tad, ja nekad iepriekš to nebija darījuši: 2021. gadā klātienē iepirkšanās ierobežojumu dēļ par 12 procentpunktiem pieauga iedzīvotāju īpatsvars, kuri bija veikuši pirkumus internetā pēdējo 3 mēnešu laikā, un kopumā interneta pirkumus veica puse (50,3 %) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 74 gadiem, tomēr līdz ar ierobežojumu atcelšanu regulāra iepirkšanās internetā vairs nebija tik aktuāla, taču stabils iepirkšanās pieaugums ir turpinājies.

Iedzīvotāju pirkumi internetā
(procenti no iedzīvotājiem 16–74 gadu vecumā)



Statistikas dati par iepirkšanās biežumu internetā rāda, ka 2015. gadā vairāk nekā divas trešdaļas (69,1 %) no iedzīvotājiem, kas iepirkās internetā, norādīja, ka veica vienu vai divus pirkumus pēdējo trīs mēnešu laikā, un 2,0 % norādīja, ka veica vairāk nekā desmit. Pēdējās desmitgades laikā situācija ir mainījusies un 2025. gadā tikai 35,4 % procenti norādīja, ka veikuši vienu vai divus pirkumus. Lielākoties (37,9 %) iedzīvotāji iepirkās trīs līdz piecas reizes. 13 % iedzīvotāju veica sešus līdz desmit vai vairāk nekā desmit pirkumus (attiecīgi – 13,5 % un 13,2 %).

2025. gadā 76,5 % sieviešu un 73,8 % vīriešu bija kaut reizi veikuši pirkumu internetā. Sievietes aktīvāk un regulārāk iepērkas internetā – pēdējo trīs mēnešu laikā pirkumu internetā bija veikuši 58,0 % sieviešu un tikai 49,7 % vīriešu. Lielākais vīriešu īpatsvars (37,2 %) norādīja, ka internetā veikuši vienu līdz divus pirkumus pēdējo trīs mēnešu laikā, kamēr lielākais sieviešu īpatsvars (38,8 %) veica 3 līdz 5 pirkumus internetā. Lielāks bija arī sieviešu īpatsvars, kas veica vairāk nekā desmit pirkumus pēdējo trīs mēnešu laikā (14,2 % sieviešu un 12,0 % vīriešu).

Visaktīvāk internetā iepērkas iedzīvotāji vecumā no 25 līdz 34 gadiem – 72,2 % interneta lietotāju veica pirkumu internetā pēdējo trīs mēnešu laikā. Statistikas dati par iepirkšanās biežumu liecina, ka šajā vecuma grupā ir arī lielākais īpatsvars, kas veica vairāk nekā desmit pirkumus internetā pēdējo trīs mēnešu laikā – 17,6 % (25–34 gadi) un 18,2 % (35–44 gadi), bet visbiežāk iedzīvotāji šajās vecumgrupās veica trīs līdz piecus pirkumus internetā – 39,8 % (25–34 gadu vecumgrupā) un 36,1 % (35–44 gadu vecumgrupā). Arī 16–24 gadus veci iedzīvotāji aktīvi iepērkas internetā – pēdējo trīs mēnešu laikā iepirkās 63,7 % no jauniešiem šajā vecumā. Palielinoties vecumam, samazinās iedzīvotāju aktivitāte iepirkties internetā, un 46,1 % iedzīvotāju vecumgrupā 65–74 gadi nekad nav veikuši pirkumu internetā, bet vairāk nekā puse (55,9 %) no senioriem, kas iepirkās internetā pēdējo trīs mēnešu laikā, veica vienu vai divus pirkumus, bet gandrīz katrs trešais (29,9 %) – trīs līdz piecus.

Iedzīvotāju izglītības līmenis arī ietekmē iepirkšanās paradumus – 70,1 % iedzīvotāju ar augstāko izglītību ir regulāri iepirkušies internetā pēdējo trīs mēnešu laikā, kamēr tikai 45,1 % iedzīvotāju ar vidējo izglītību un 42,3 % iedzīvotāju ar pamatskolas un zemāku izglītību ir veikuši pirkumu internetā pēdējo trīs mēnešu laikā. Interneta lietotāju ar augstāko un pamatskolas vai zemāku izglītību veica trīs līdz piecus pirkumus internetā – 37,8 % un 42,7 %. Interneta lietotāji ar vidējo izglītību visbiežāk (40,6 %) iepirkās vienu līdz divas reizes internetā. Tomēr tikai neliels mazāks bija to pircēju īpatsvars, kas veica trīs līdz piecus pirkumus – 37,2 %. Vairāk nekā desmit pirkumus internetā veica tikai pircēji ar augstāko (16,2 %) un vidējo (11,0 %) izglītību.

Visaktīvāk tiešsaistes pirkumus veic Rīgas iedzīvotāji, no kuriem 63,3 % pēdējo trīs mēnešu laikā ir iepirkušies internetā. Pārējos Latvijas reģionos iepirkšanās aktivitāte ir vienmērīga un pārsniedz 40 % (Kurzeme – 47,4 %, Zemgale – 47,2 %, Vidzeme – 44,1 % un Latgale – 44,4 %).

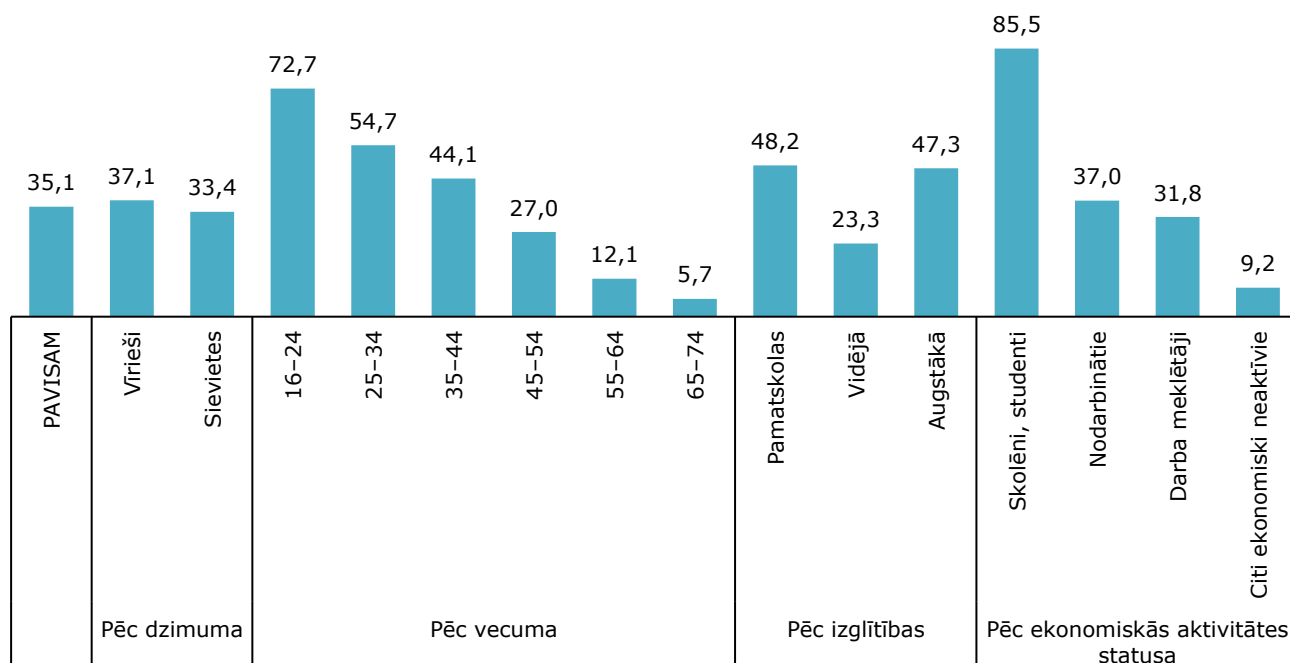
4. MĀKSLĪGĀ INTELEKTA (MI) IZMANTOŠANA

Mākslīgā intelekta jeb tehnoloģijas, kas ļauj datoriem mācīties no datiem un pieņemt lēmumus līdzīgi kā to dara cilvēki, kas spēj atpazīt runu, analizēt informāciju, prognozēt notikumus un radīt jaunu saturu, lietošana pēdējā gada laikā ir piedzīvojusi strauju attīstību un MI arvien biežāk kļūst par uzticamu palīgu cilvēku ikdienas dzīvē un darbā. Statistikas dati rāda, ka 2025. gadā MI ir izmantojis katrs trešais jeb 35,1 % interneta lietotāju Latvijā. Galvenokārt MI tika lietots privātām vajadzībām (28,0 %), 15,5 % iedzīvotāju minēja, ka izmantojuši MI darbam, 8,2 % lietoja MI izglītības procesā.

Starp interneta lietotājiem, kas MI neizmantoja, kā galveno iemeslu MI neizmantošanai norāda, ka neredz pielietojumu šādam rīkam ikdienā (42,3 %). Tā kā MI ir samērā jauna tehnoloģija, tad lietotājiem pietrūkst prasmju un zināšanu, kā to izmantot (11,9 %) vai vispār nebija informācijas par to (7,0 %). Tikai neliela daļa iedzīvotāju (1,8 %) atturas no MI izmantošanas datu drošības un privātuma apsvērumu dēļ.

Vīrieši MI izmantoja par 3,7 procentpunktiem aktīvāk nekā sievietes. 30,8 % vīriešu un 25,5 % sieviešu MI izmantoja privātām vajadzībām, 17,1 % vīriešu un 14,1 % sieviešu – darbam. Ap 42 % norādīja, ka neredz vajadzību pēc MI izmantošanas ikdienā (42,8 % vīriešu un 41,8 % sieviešu), tomēr neliels lielāks ir sieviešu īpatsvars (par 4,1 procentpunktu), kurām nebija pietiekamu prasmju un zināšanu par MI izmantošanu.

Interneta lietotāju īpatsvars, kuri lietoja mākslīgo intelektu, 2025. gadā
(procenti no interneta lietotājiem 16–74 gadu vecumā attiecīgajā grupā)



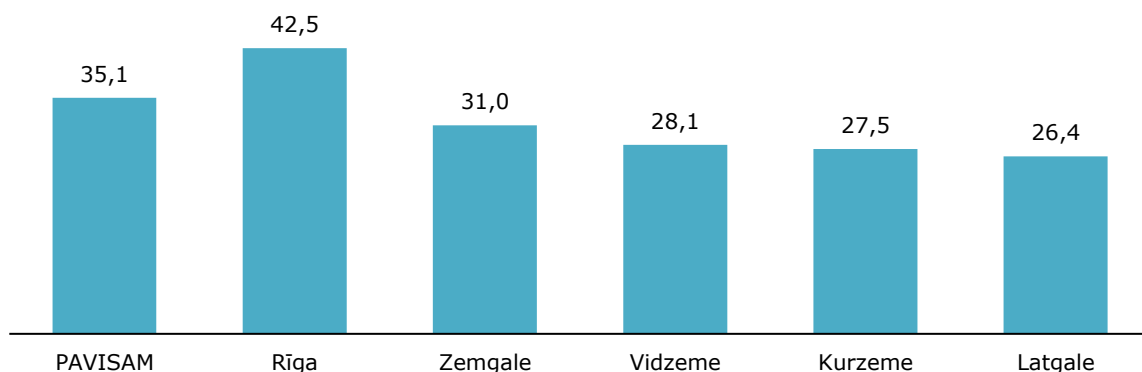
📖 Oficiālās statistikas portāls [EPI040].

Visaktīvākie MI lietotāji ir jaunieši vecumā 16–24 gadi – 72,7 % lieto MI gan privātām vajadzībām (54,6 %), gan mācībām (42,4%). Statistikas dati rāda, ka vecākā gadagājuma interneta lietotāju grupās MI lietošanas biežums samazinās, tomēr MI izmantoja 12,1 % iedzīvotāju vecumā no 55 līdz 64 gadiem un 5,7 % senioru 65–74 gadu vecumā. Kā galveno iemeslu, kāpēc MI netika izmantots, visu vecumu iedzīvotāji norāda, ka neredz vajadzību pēc tā ikdienā.

Vairāk nekā astoņi no desmit skolēniem un studentiem (85,5 %) izmanto MI. Skolēni un studenti MI visaktīvāk izmantoja mācībām (63,0 %) un privātām vajadzībām (58,6 %). Nodarbinātie iedzīvotāji MI izmantoja nedaudz aktīvāk nekā bezdarbnieki (nodarbinātie – 37,0 % un bezdarbnieki – 31,8 %) un MI visaktīvāk lietoja darba un profesionālām vajadzībām – 20,2 %.

Visaktīvākie MI lietotāji ir Rīgas reģiona iedzīvotāji (42,5 %), kas MI izmanto privātām vajadzībām (34,4 %), profesionālajām vai darba vajadzībām (20,5 %) un mācībām (9,8 %). Mazākais MI lietotāju īpatsvars ir Latgalē – 26,4 %.

Interneta lietotāju īpatsvars, kuri lietoja mākslīgo intelektu, reģionos 2025. gadā
(procenti no interneta lietotājiem 16–74 gadu vecumā attiecīgajā grupā)

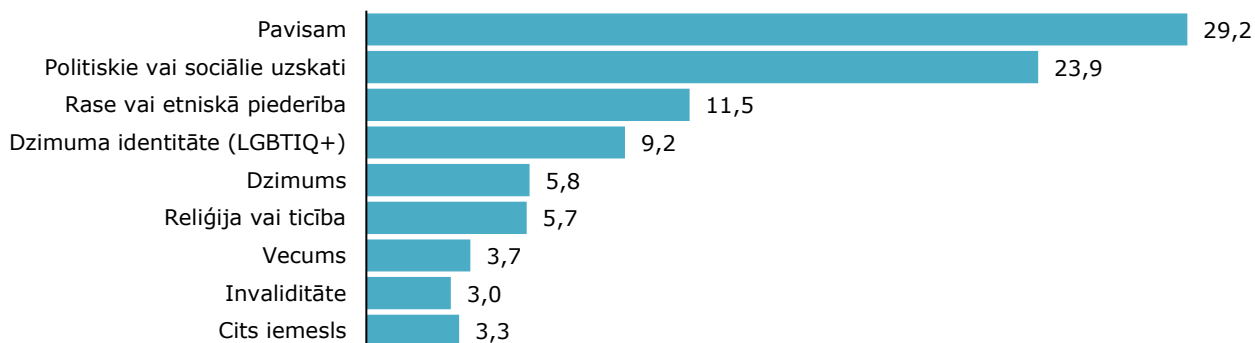


📖 Oficiālās statistikas portāls [EPI040].

5. AIZSKAROŠA SATURA PIEREDZE INTERNETĀ

Digitālajā vidē iedzīvotāji arvien biežāk saskaras ar dažādām negatīvām parādībām, tostarp aizvainojošu, pazemojošu vai uzbrūkošu saturu. Šādi gadījumi var ietvert verbālus apvainojumus, draudus, naidīgus komentārus vai citu emocionāli kaitējošu rīcību tiešsaistē. 2025. gadā gandrīz trešdaļa (29,2 %) no interneta lietotājiem Latvijā ir saskārušies ar aizvainojošu vai uzbrūkošu saturu internetā. Visbiežāk šāds saturs bija saistīts ar politiskajiem vai sociālajiem uzskatiem (23,9 %), kam sekoja rase vai etniskā piederība (11,5 %) un piederība LGBTIQ+ kopienai (9,2 %). Salīdzinoši retāk aizvainojošs saturs ticis vērsts dzimuma (5,8 %), reliģijas vai ticības (5,7 %), vecuma (3,7 %) un invaliditātes (3,0 %) dēļ.

Diskriminējoša saturs internetā 2025. gadā (procenti no interneta lietotājiem 16–74 gadu vecumā)



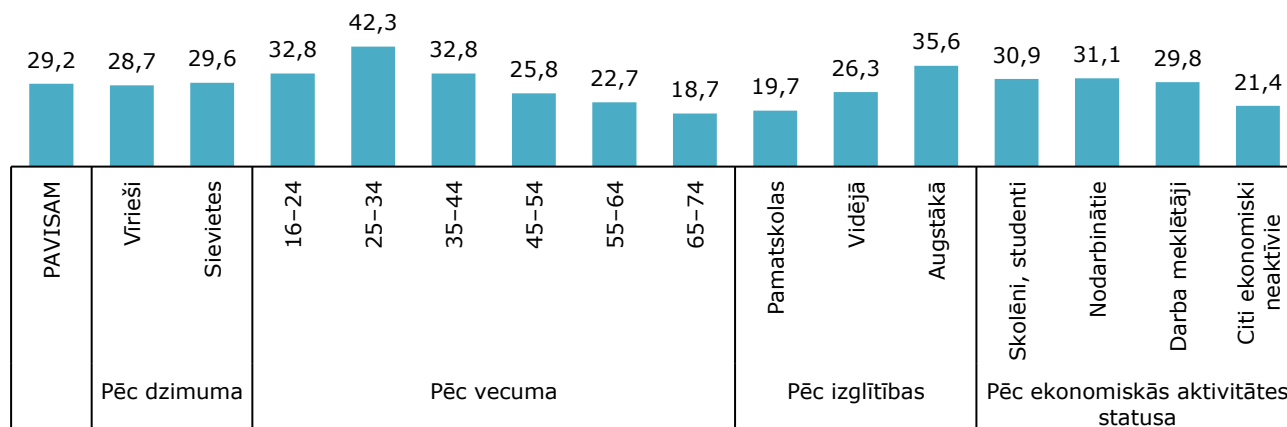
Oficiālās statistikas portāls [EPI070].

Analizējot datus, redzams, ka būtisku atšķirību starp dzimumiem nav – ar aizvainojošu vai uzbrūkošu saturu internetā ir saskārušies 29,6 % sieviešu un 28,7 % vīriešu. Galvenais diskriminācijas iemesls abām grupām ir politiskie un sociālie uzskati – ar šāda rakstura saturu biežāk saskārušies vīrieši (24,4 %) nekā sievietes (23,4 %). Diskriminācija rases vai etniskās piederības dēļ skārusi līdzīgu daļu abu dzimumu – 11,9 % vīriešu un 11,2 % sieviešu. Savukārt dzimuma identitātes vai seksuālās orientācijas dēļ piedzīvotā diskriminācija biežāk minēta sieviešu vidū (9,5 % sieviešu pret 8,8 % vīriešu).

Visbiežāk ar pazemojošu un uzbrūkošu saturu internetā saskārās interneta lietotāji vecumā no 25 līdz 34 gadiem – 42,3 %. Nedaudz retāk ar šādu pieredzi ir saskārušies iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 24 gadiem un 35 līdz 44 gadiem – abās vecumgrupās vienāds īpatsvars (32,8 %). Palielinoties vecumam, samazinās iedzīvotāju īpatsvars, kas saskārās ar šādu informāciju internetā, un vecumgrupā no 65–74 gadiem tie bija 18,7 %. Galvenais diskriminācijas iemesls visās vecuma grupās bija politiskie un sociālie uzskati, un vislielākais īpatsvars (36,1 %) bija 25–34 gadu vecuma grupā. Nākamais diskriminācijas iemesls bija rases un etniskā diskriminācija, ar ko saskārās jaunākās vecuma grupas iedzīvotāji (25–34 gadi – 18,6 %, 16–24 gadi – 16,2 % un 35–44 gadi – 12,2 %). Interesanti, ka vecākās iedzīvotāju vecumgrupās tikai neliels interneta lietotāju īpatsvars saskārās ar diskrimināciju vecuma dēļ – 55–64 gadu vecumgrupā – 2,1 %.

Interneta lietotāju īpatsvars, kuri ir saskārušies ar pazemojošu un uzbrūkošu saturu internetā, 2025. gadā

(procenti no interneta lietotājiem 16–74 gadu vecumā attiecīgajā grupā)



Oficiālās statistikas portāls [EPI070].

Interneta lietotāji ar augstāko izglītību biežāk bija pakļauti diskriminējošam saturam internetā – 35,6 %. Retāk ar šādu saturu saskārās iedzīvotāji ar vidējo izglītību (26,3 %) un būtiski zemāks interneta lietotāju īpatsvars ar pamata un zemāko izglītību – 19,7 %. Tomēr jāņem vērā, ka iedzīvotāji ar augstāku izglītības līmeni ir aktīvāki interneta lietotāji. Dominējošais diskriminācijas iemesls visās grupās bija politiskie un sociālie uzskati (ar augstāko izglītību – 29,6 %, ar vidējo – 21,4 % un ar pamatskolas un zemāku – 15,0 %). Nākamais diskriminācijas iemesls bija rase un etniskā piederība (ar augstāko izglītību – 14,0 %, ar vidējo – 10,2 % un ar pamatskolas un zemāku – 9,0 %).

Pazemojošam un uzbrūkošam saturam visbiežāk bija pakļauti nodarbinātie (31,1 %), nedaudz zemāks bija skolēnu un studentu (30,9 %) un bezdarbnieku īpatsvars (29,8 %). Visas interneta lietotāju grupas minēja līdzīgus iemeslus – politiskie un sociālie uzskati (nodarbinātie – 25,9 %, bezdarbnieki – 22,5 % un skolēni un studenti – 23,2 %). Bezdarbnieki un skolēni bieži saskārās ar diskrimināciju rases un etniskās piederības dēļ (skolēni – 15,0 %, bezdarbnieki – 15,9 %). Interesanti, ka liels skolēnu un studentu īpatsvars norādīja, ka saskārušies ar diskrimināciju dzimuma identitātes un/vai seksuālās orientācijas dēļ – 15 %.

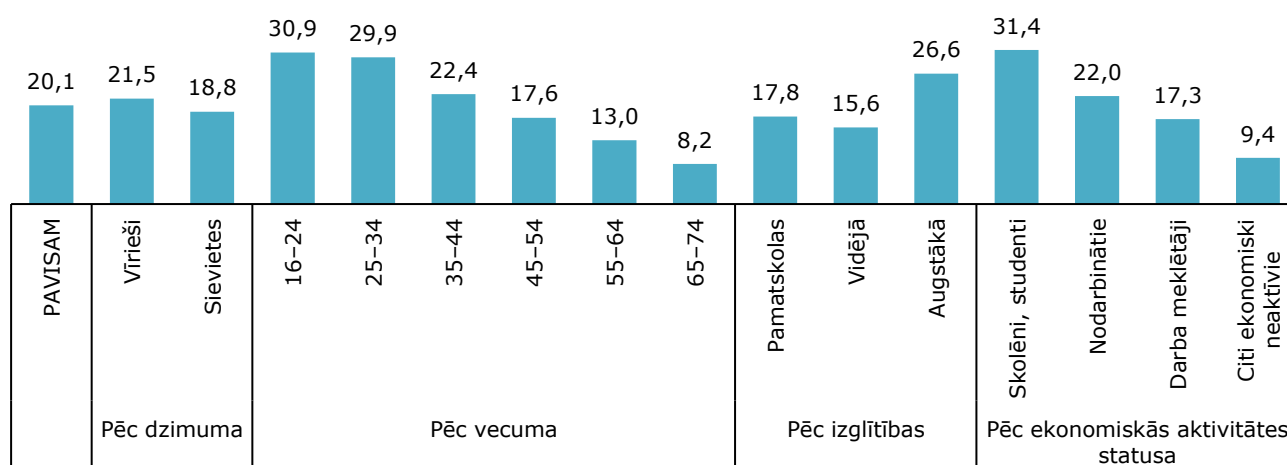
Interneta lietotāji Rīgas reģionā un Latgalē visbiežāk norāda uz pieredzēto diskriminējošo un pazemojošo saturu internetā – 35,0 % un 32,6 %. Kā galvenie diskriminācijas iemesli ir minēti politiskie un sociālie iemesli – Latgalē 28,3 %, Rīgas reģionā 27,6 %. Pārējos Latvijas reģionos ar diskriminējošu vai pazemojošu saturu internetā saskārās katrs piektais jeb vidēji virs 20 % iedzīvotāju (Vidzeme un Kurzeme – 23,6 % un Zemgale – 22,3 %).

6. INTERNETA LIETOTĀJU SPĒJA IZVĒRTĒT TIEŠSAISTĒ REDZĒTĀS INFORMĀCIJAS PATIESUMU

Mūsdienās internets ir galvenais informācijas avots lielākajai daļai sabiedrības, taču līdz ar tā plašo pieejamību pieaug arī nepatiesas, maldinošas vai nepārbaudītas informācijas apjoms. Tāpēc īpaši nozīmīga kļūst lietotāju spēja kritiski izvērtēt tiešsaistē redzēto saturu – atšķirt uzticamus avotus no apšaubāmiem, pārbaudīt faktus un neizplatīt dezinformāciju. 2025. gada apsekojuma rezultāti liecina, ka katrs piektais jeb 20,1 % interneta lietotāju ir pārbaudījuši informācijas patiesumu (21,5 % vīriešu, 18,8 % sieviešu). Visbiežāk tas darīts, izvērtējot informācijas avotu vai meklējot papildu informāciju (18,2 %), kā arī apspriežoties ar citiem cilvēkiem vai izmantojot citus avotus (6,2 %). Neliela daļa (3,7 %) informācijas pārbaudi veikuši, piedaloties vai sekojot diskusijām internetā.

Statistikas dati liecina, ka gados jaunāki iedzīvotāji biežāk pārbauda informācijas patiesumu – 30,9 % 16–24 gadu vecumā un 29,9 % 25–34 gadu vecumā pārliecinājās par to, vai informācija, ko redzēja tiešsaistē, ir patiesa. Savukārt starp vecāka gadagājuma iedzīvotājiem (65–74 gadi) vairs tikai 8,2 % lietotāju pārbauda informācijas patiesumu. Visbiežāk iedzīvotāji pārbaudīja informācijas avotu vai atrada citu informāciju internetā.

Interneta lietotāji, kas pārbaudīja informācijas patiesumu, 2025. gadā
(procenti no interneta lietotājiem 16–74 gadu vecumā attiecīgajā grupā)



Visaktīvāk informāciju pārbauda iedzīvotāji ar augstāko izglītību (26,6 %), no kuriem 24,4 % pārbauda informācijas avota uzticamību vai meklē alternatīvu informāciju. Interesanti, ka iedzīvotāji ar pamatskolas un zemāku izglītību pārbauda informāciju aktīvāk nekā iedzīvotāji ar vidējo (pamatskolas un zemāka izglītība – 17,8 % un vidējā izglītība – 15,6 %). Šis fakts sākumā var šķist pretrunā ar gaidāmo – jo augstāka izglītība, jo lielākas digitālās prasmes. Tomēr šajā grupā ir iekļauti arī jaunieši no 16 gadu vecuma, kas tikai iegūst vidējo izglītību un kuri ir vecumgrupā (16–24 gadi), kas visaktīvāk pārbauda informācijas patiesumu internetā.

Analizējot datus pēc ekonomiskās aktivitātes statusa, redzams, ka visbiežāk informāciju pārbauda skolēni un studenti (31,4 %). Nodarbināto un bezdarbnieku aktivitāte ir līdzīga (nodarbinātie – 22,0 % un bezdarbnieki – 17,3 %) un vismazāk tiešsaistes informācijas patiesumu pārbauda citas neaktīvas personas – 9,4 %. Līdzīgi kā analizējot pēc citām dimensijām – interneta lietotāji visbiežāk pārbauda informācijas avotu vai meklē citu alternatīvu informāciju.

Analizējot datus pa reģioniem, redzams, ka Rīgas reģionā interneta lietotāji pret informāciju internetā attiecas kritiskāk nekā pārējos Latvijas reģionos – 25,6 % no lietotājiem pārbauda informācijas patiesumu un 23,9 % – avotu uzticamību. Savukārt citos Latvijas reģionos ir līdzīgs interneta lietotāju īpatsvars, kas pārbaudīja informācijas patiesumu tiešsaistē, augstāks ir Latgalē (18,2 %), kam seko interneta lietotāji Kurzēmē – 14,7 %, Vidzemē – 13,7 % un Zemgalē – 13,3 %.

7. ELEKTRONISKĀS IDENTIFIKĀCIJAS IZMANTOŠANA

Elektroniskā identifikācija (eID) Latvijā ir nozīmīga digitālās vides sastāvdaļa, kas nodrošina drošu un ērtu personas identitātes apstiprināšanu tiešsaistē. Tā ļauj iedzīvotājiem un uzņēmumiem autentificēties valsts un privātajos e-pakalpojumos, parakstīt dokumentus elektroniski un veikt dažādus darījumus bez klātbūtnes nepieciešamības. Latvijā eID balstās uz tādiem risinājumiem kā eID karte, mobilā identifikācija (eParaksts mobile) un citi droši autentifikācijas rīki, kas veicina digitālo transformāciju un uzlabo valsts pārvaldes efektivitāti.

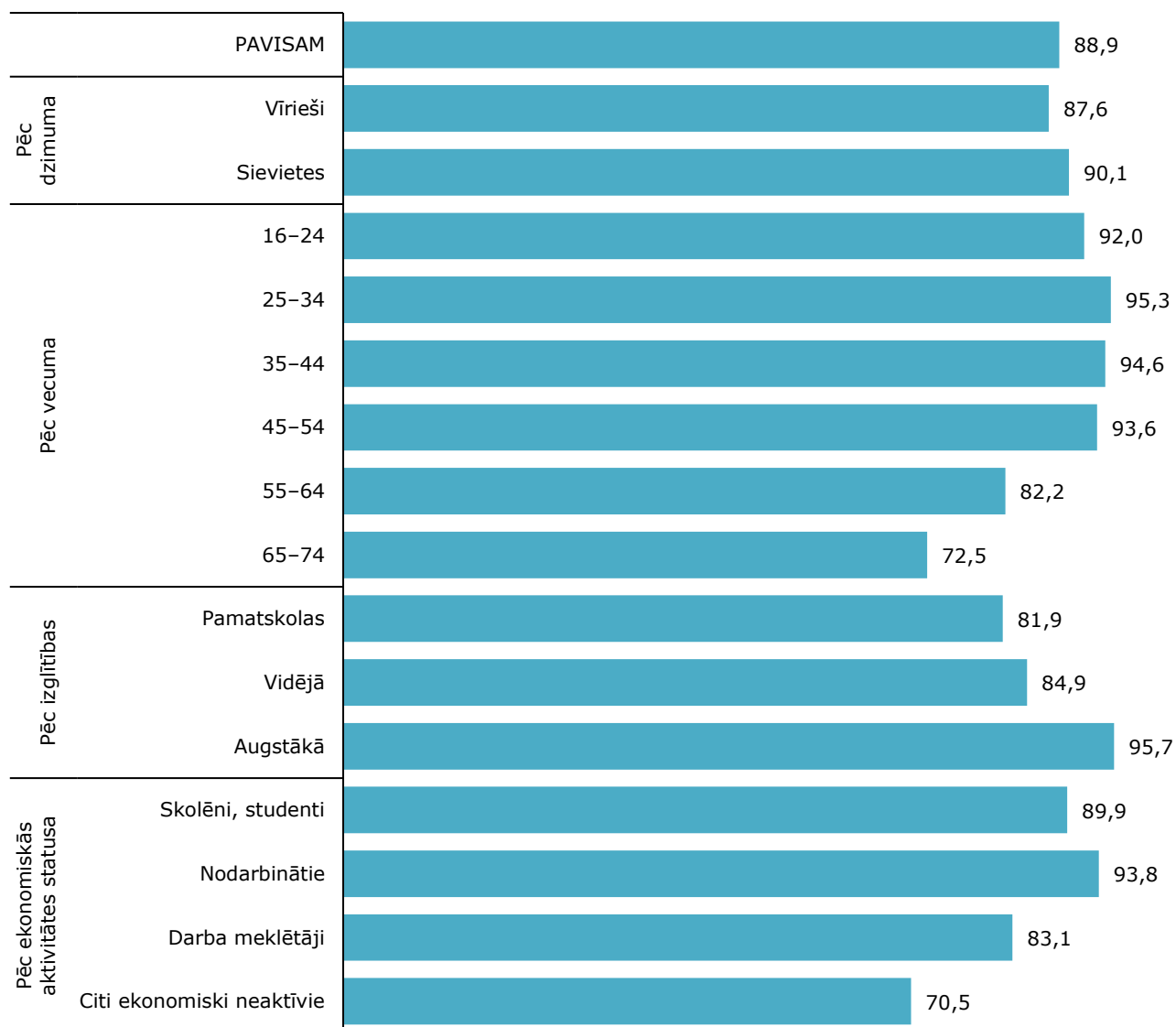
Saskaņā ar 2025. gada apsekojuma datiem eID izmantošana Latvijā ir ļoti izplatīta – pēdējo 12 mēnešu laikā to lietojuši 88,9 % interneta lietotāju. 80,3 % interneta lietotāju eID ir izmantojuši, lai piekļūtu privātā sektora pakalpojumiem, bet 71,5 % – pašvaldību, valsts un sabiedrisko pakalpojumu sniedzēju piedāvātajiem risinājumiem.

Starp dzimumiem nav vērojamas būtiskas eID izmantošanas atšķirības – 90,1 % sieviešu un 87,6 % vīriešu norāda, ka lietoja eID pēdējo 12 mēnešu laikā, 73,7 % sieviešu un 69,1 % vīriešu izmantoja valsts un pašvaldību e-pakalpojumus, 80,5 % sieviešu un 80 % vīriešu – privātā sektora pakalpojumus.

Vislielākais eID lietotāju īpatsvars ir vecumā no 25 līdz 34 gadiem (95,3 %), kam seko 35–44 gadi (94,6 %) un 45–54 gadi (93,6 %). Savukārt vecākajās vecuma grupās izmantošanas nepieciešamība samazinās – 55 līdz 64 gadu vecumā eID lieto 82,2 %, bet 65–74 gadu vecumā – 72,5 %.

Analizējot datus pēc ekonomiskās nodarbinātības statusa, visas iedzīvotāju grupas aktīvi izmanto eID – vislielākais lietotāju īpatsvars ir starp nodarbinātajiem (93,8 %) un skolēniem un studentiem (89,9 %). EID visbiežāk tiek izmantots tieši privātā sektora pakalpojumiem – starp skolēniem un studentiem privātā sektora pakalpojumi tiek izmantoti par 29,7 procentpunktiem vairāk. Nodarbinātie eID izmanto līdzīgi gan privātajiem (85,0 %), gan valsts pakalpojumiem (82,1 %).

Interneta lietotāji, kas lietoja eID, 2025. gadā
(procenti no interneta lietotājiem 16–74 gadu vecumā attiecīgajā grupā)



📖 Oficiālās statistikas portāls [EPI050].

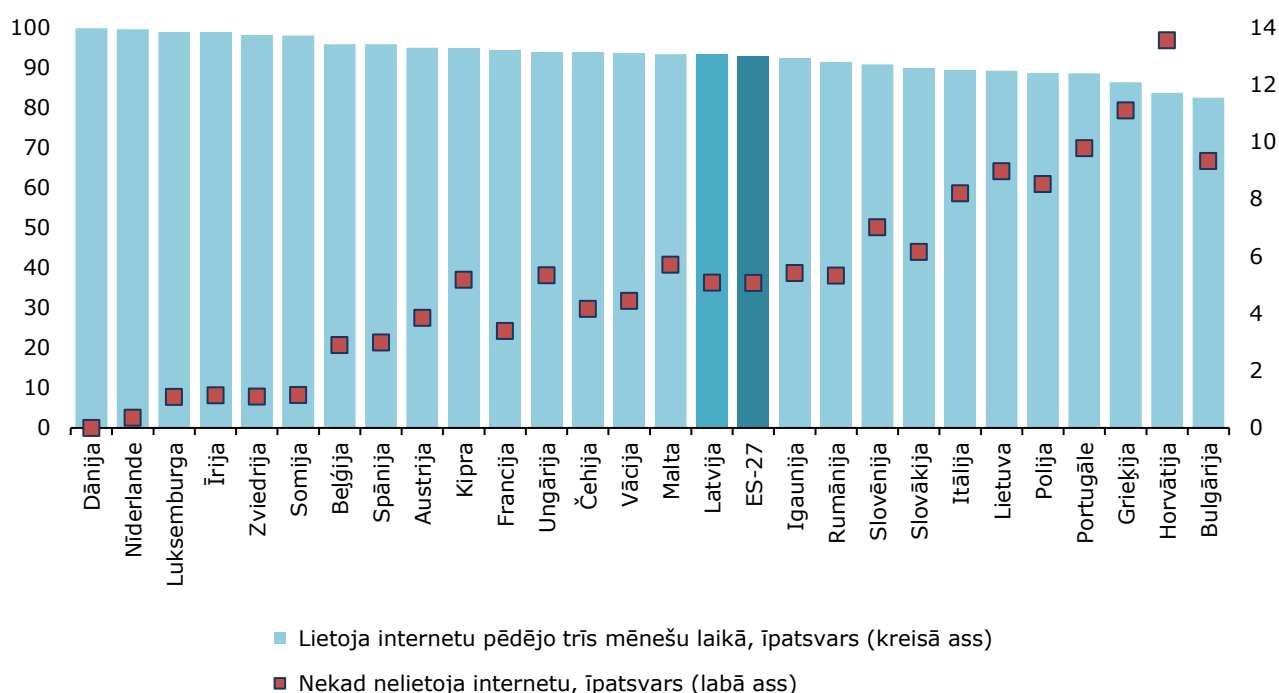
EID kartes Latvijā tiek plaši izmantotas visos reģionos, bet visaktīvāk Rīgas (91,8 %) un Kurzemes (90,8 %) reģionā. Pārējos Latvijas reģionos eID izmantošana pārsniedz 80 % – Zemgalē – 86,8 %, Vidzemē – 83,6 % un Latgalē – 82,8 %. Visos Latvijas reģionos eID karte visaktīvāk tiek izmantota tieši privātajiem pakalpojumiem un visaktīvāk Kurzemē (83,8 %) un Rīgā (82,2 %). EID valsts un pašvaldību pakalpojumiem arī visaktīvāk tiek lietots Rīgā (78,7 %), pārējos Latvijas reģionos eID kartes lietotāju īpatsvars ir pat par 10 procentpunktiem zemāks.

8. STARPTAUTISKIE SALĪDZINĀJUMI

2024. gadā 92,8 % ES-27 dalībvalstu iedzīvotāju bija izmantojuši internetu vismaz vienu reizi trīs mēnešos un tikai 5,1 % nelietoja internetu. Divās dalībvalstīs (Dānija, Nīderlande) gandrīz visi iedzīvotāji (virs 99,0 %) lietoja internetu vismaz reizi trīs mēnešos. Zemākais interneta lietotāju īpatsvars bija Bulgārijā (82,4 %), Horvātijā (83,6 %) un Grieķijā (86,3 %). Iedzīvotāju īpatsvars, kuri nekad nav lietojuši internetu, ir divciparu skaitlis tikai divās dalībvalstīs – Horvātijā (13,5 %) un Grieķijā (11,1 %).

2024. gadā 93,2 % Latvijas iedzīvotāju bija lietojuši internetu pēdējos trīs mēnešos un tikai 5,1 % nekad nebija lietojuši internetu. Laika posmā no 2020. gada līdz 2024. gadam regulāro interneta lietotāju skaits ir pieaudzis par 4,3 procentpunktiem un pēdējo desmit gadu laikā par 14,0 procentpunktiem.

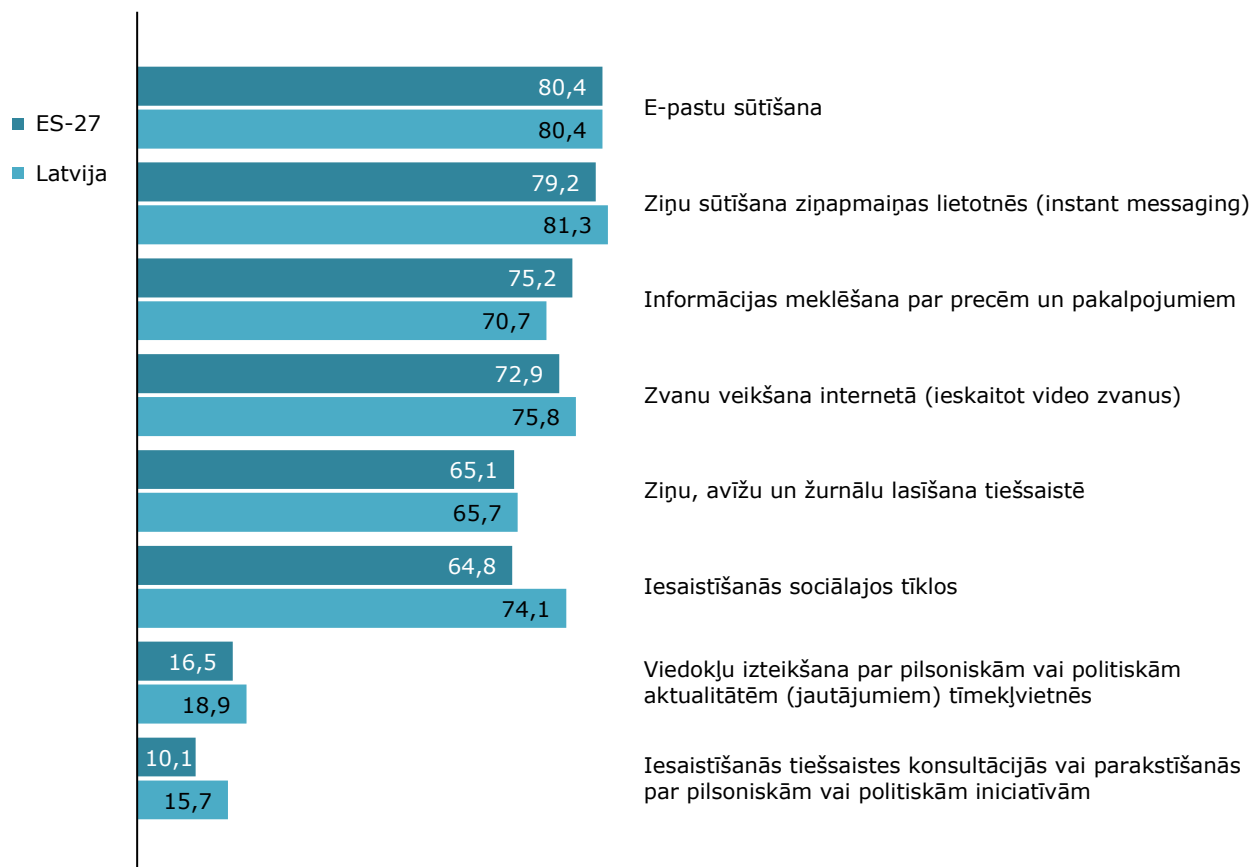
Interneta lietotāju īpatsvars ES dalībvalstīs 2024. gadā
(procenti no iedzīvotājiem 16–74 gadu vecumā)



Eurostat dati [ISOC CI IFP IU], 13.10.2025.

2024. gadā Latvijas iedzīvotāji par 9,3 procentpunktiem biežāk nekā ES vidēji izmantoja internetu sociālajiem tīkliem – 74,1 % Latvijā, 64,8 % ES vidēji. Latvijā biežāk veic zvanus internetā (par 2,9 procentpunktiem) – 75,8 % Latvijā, 72,9 % ES vidēji. Savukārt ES iedzīvotāji par 4,5 procentpunktiem biežāk meklē informāciju par precēm un pakalpojumiem.

Iedzīvotāju interneta izmantošanas mērķi ES-27 un Latvijā 2024. gadā
(procenti no iedzīvotājiem 16–74 gadu vecumā)

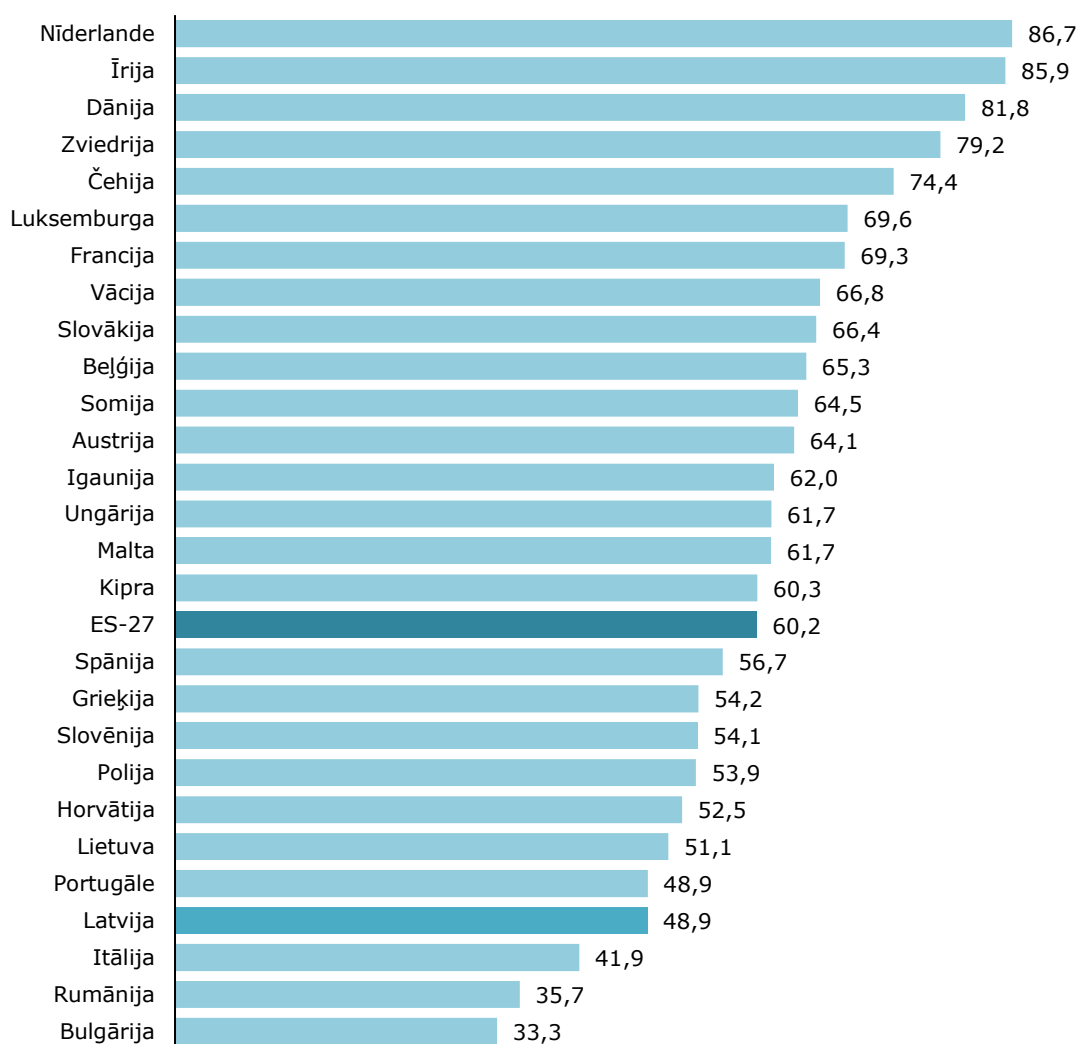


Eurostat dati [ISOC_CI_AC_I], 13.10.2025.

ES-27 dalībvalstīs katru gadu palielinās iedzīvotāju īpatsvars, kas regulāri iepērkas internetā – 2024. gadā 60,2 % no iedzīvotājiem pēdējo trīs mēnešu laikā veikuši pirkumus, un kopš 2020. gada šis rādītājs ir pieaudzis par 6,5 procentpunktiem. Vairāk nekā 80 % no iedzīvotājiem regulāri iepērkas internetā Nīderlandē (86,7 %), Īrijā (85,9 %) un Dānijā (81,8 %). Tikai nedaudz vairāk nekā trešdaļa iedzīvotāju regulāri iepirkās internetā Rumānijā (35,7 %) un Bulgārijā (33,3 %).

2024. gadā 48,9 % Latvijas iedzīvotāju iegādājās preces internetā pēdējo trīs mēnešu laikā, un kopš 2020. gada šis rādītājs ir pieaudzis par 10,6 procentpunktiem, tomēr tas ir par 11,3 procentpunktiem mazāk nekā ES vidējais rādītājs (60,2 %).

Pirkumi internetā pēdējo 3 mēnešu laikā ES dalībvalstīs 2024. gadā
(procenti no iedzīvotājiem 16–74 gadu vecumā)



Eurostat dati [ISOC_EC_IB20], 21.10.2025.

METODOLOĢISKIE PASKAIDROJUMI

Sākot ar 2004. gadu, CSP ar Eiropas Savienības līdzfinansējumu katru gadu veic apsekojumu par IKT lietošanu mājāsaimniecībās un iedzīvotāju vidū. Apsekojuma mērķis ir nodrošināt datu lietotājus ar kvalitatīvu statistisko informāciju par datoru un interneta lietošanu.

Dati ir sadalīti pēc mājāsaimniecību demogrāfiskā tipa un pa statistiskajiem reģioniem. Dati par IKT lietošanu iedzīvotāju vidū doti sadalījumā pēc nodarbinātības, vecuma grupām, dzimuma un izglītības līmeņa.

Procenti publikācijā aprēķināti no svērtajiem datiem. Iedzīvotāju grupa, uz kuru attiecas procentuālais dalījums, ir norādīta tabulas nosaukumā vai paskaidrojumā pēc tabulas nosaukuma. Respondenti, kuri nav atbildējuši uz doto jautājumu, nav ietverti aprēķinā.

Iedzīvotāji – Latvijas patstāvīgie iedzīvotāji ir personas, kuras Latvijā dzīvo, vai kurām ir nodoms dzīvot vismaz 12 mēnešu ilgu posmu.