



DATI, ZIŅAS UN PATIESĪBA MŪSDIENU HAOTISKAJĀ PASAULĒ

UZTICĒŠANĀS UN UZTICAMĪBA

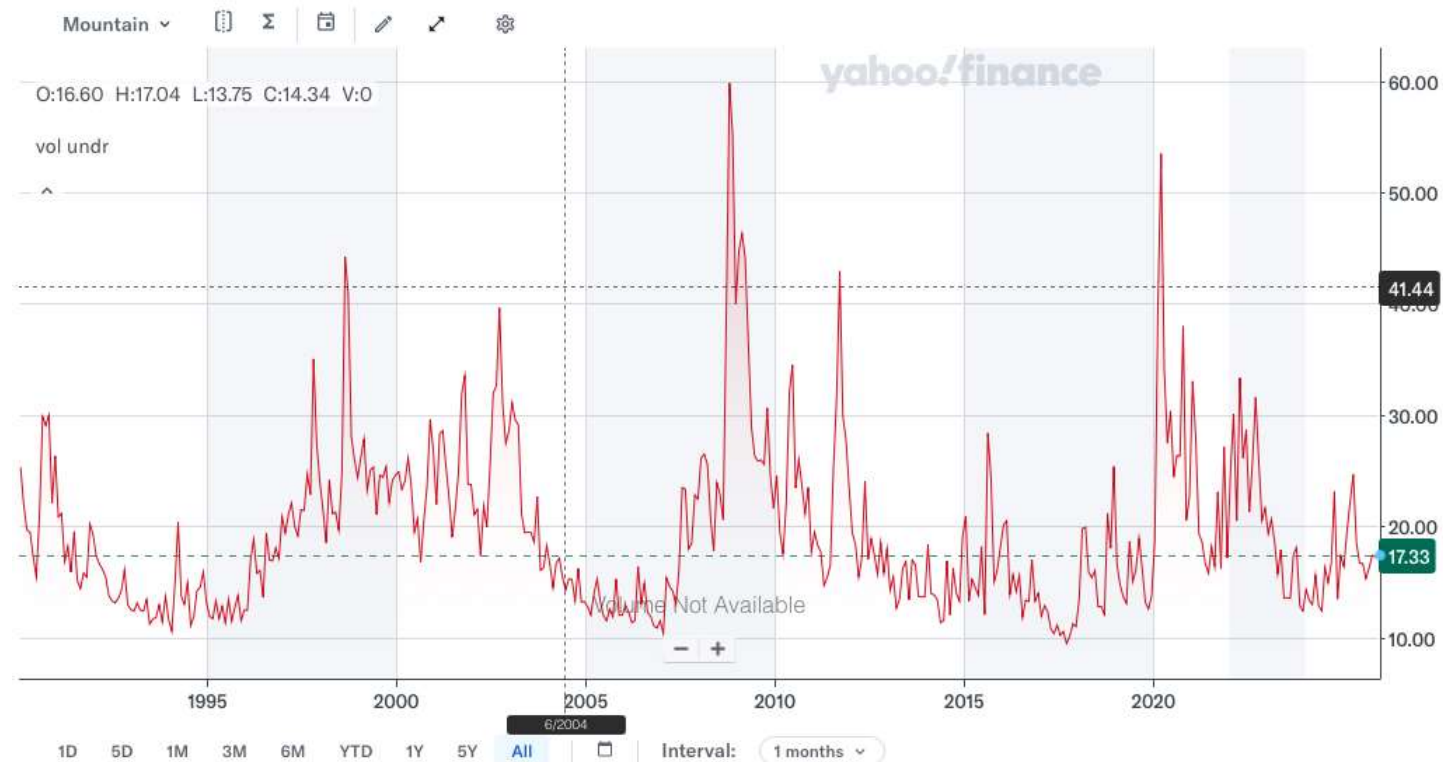
Haoss un tā mērīšana

CBOE Volatility Index (^VIX)

☆ Follow

17.33 +0.14 (+0.81%)

As of 10:04:01 AM CST. Market Open.



HAOSS
PĒDĒJO
PIECU
GADU LAIKĀ

CBOE Volatility Index (^VIX)

☆ Follow

17.32 +0.13 (+0.76%)

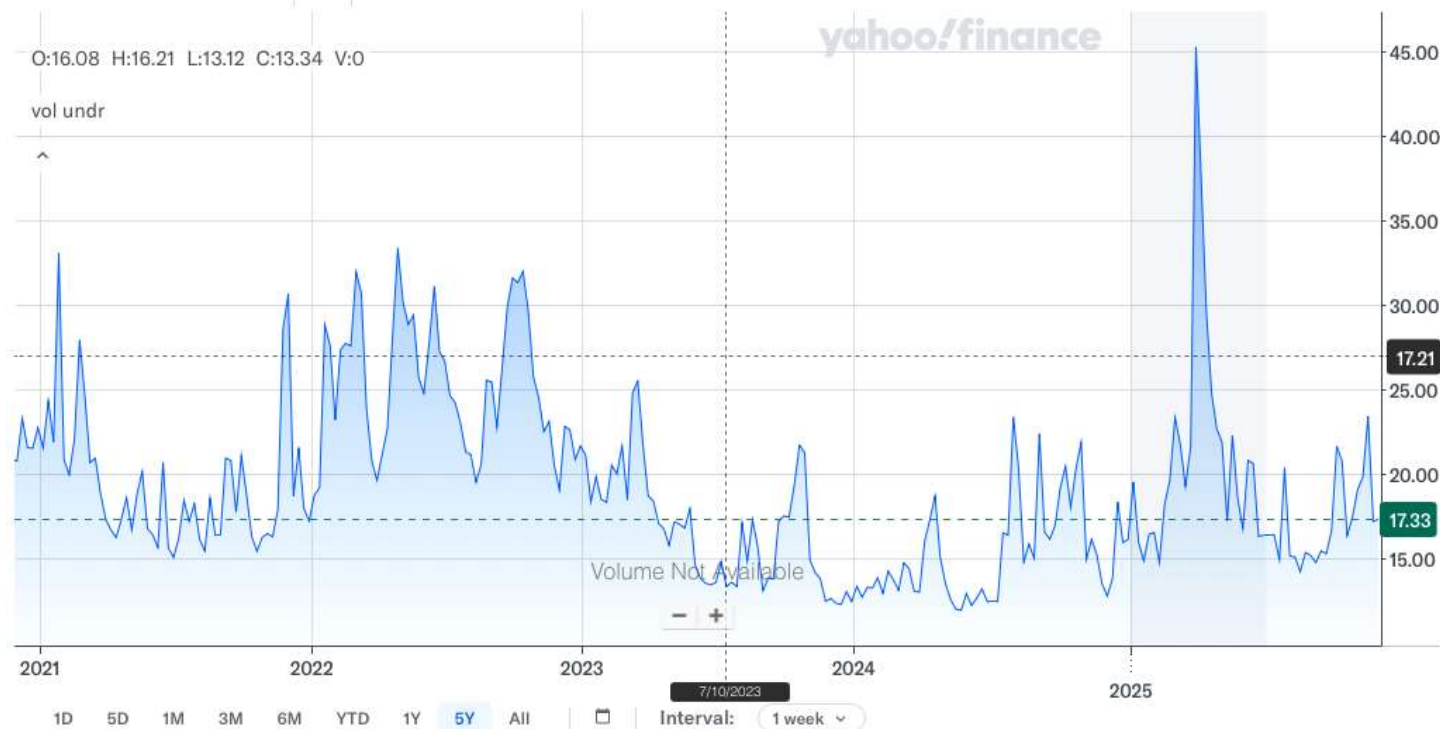
As of 10:06:16 AM CST: Market Open.

Mountain ▾



O:16.08 H:16.21 L:13.12 C:13.34 V:0

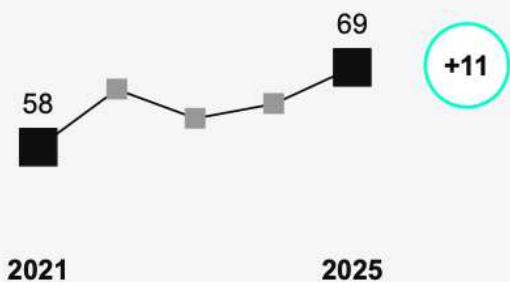
vol undr



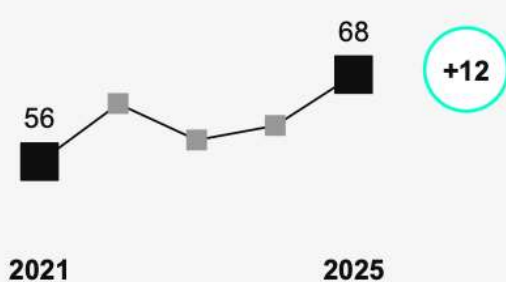
HAOSA APSTĀKĻOS MĒS NETICAM NEVIENAM

GLOBAL 26  Change, 2021 to 2025  Significant change

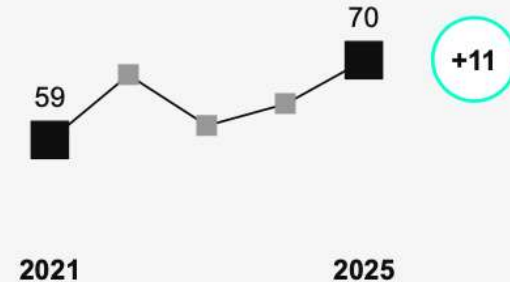
Government leaders



Business leaders



Journalists and reporters



***purposely* mislead people**
by saying things they know are false or gross exaggerations

2025 Edelman Trust Barometer. POP_EMO. Some people say they worry about many things while others say they have few concerns. We are interested in what you worry about. Specifically, how much do you worry about each of the following? 9-point scale; top 4 box, worry. Attributes asked of half the sample. General population, 26-mkt avg. Year-over-year changes were tested for significance using a t-test set at the 99%+ confidence level. The all-time highs and lows analysis comprised countries with at least five waves of data collection.



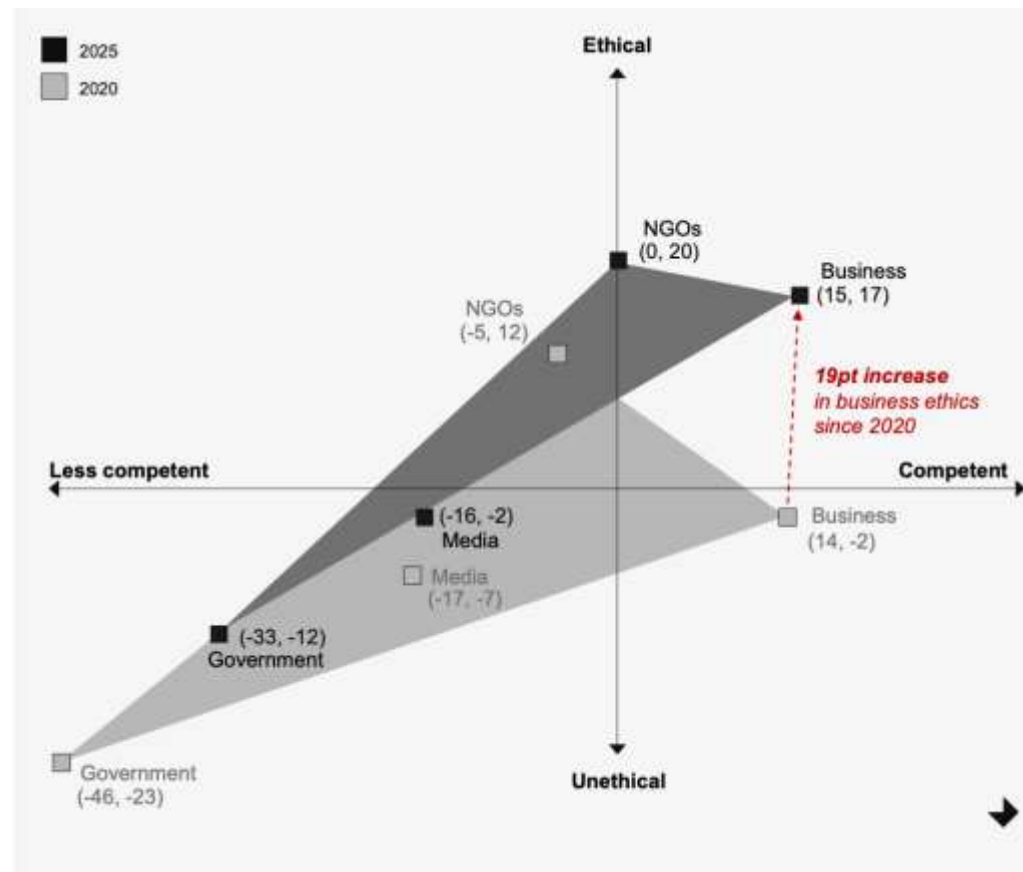
... UN APŠAUBĀM ARĪ KOMPETENCI

Only Business Seen as Both Competent and Ethical

(Competence score, net ethical score)

GLOBAL 20 excl. China, France,
Saudi Arabia, S. Korea, Thailand, UAE

2025 Edelman Trust Barometer. The ethical scores are averages of nets based on [HSE_PFR_DIM]1-4. Media and NGOs were only asked of half the sample. The competence score is a net based on TRU_30_[HSE]1. Media and NGOs were only asked of half the sample. General population, 25-mid avg. Data not collected in China and Thailand. Due to a translation inconsistency in France, Saudi Arabia, S. Korea and UAE, they have been excluded from this analysis. For full details regarding how this data was calculated and plotted, please see the Technical Appendix. Respondents in Canada who took the survey in French were recontacted between December 12 and 17, 2024 to address a translation issue affecting this question. For more details, please see the Technical Appendix.



KAS IR UZTICAMĪBA?



Tas, ko tu saki
Tas, ko tu dari
Tas, kas sanāk

KONSEKVENCE



Uzticamība =
ticība, ka tā būs arī nākotnē



PROGNOZE IR UZTICAMĪBAS LABĀKAIS DRAUGS

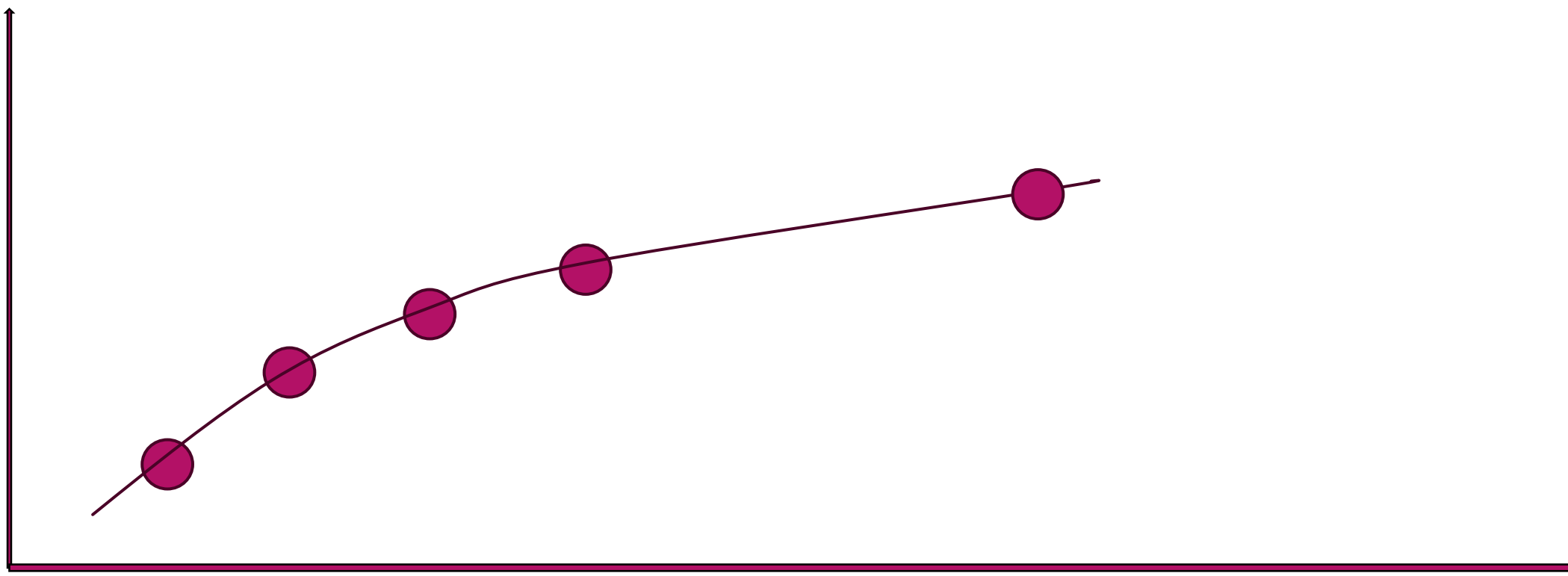
KAS IR PROGNOZE?

Using information that you do have to generate
information that you don't have

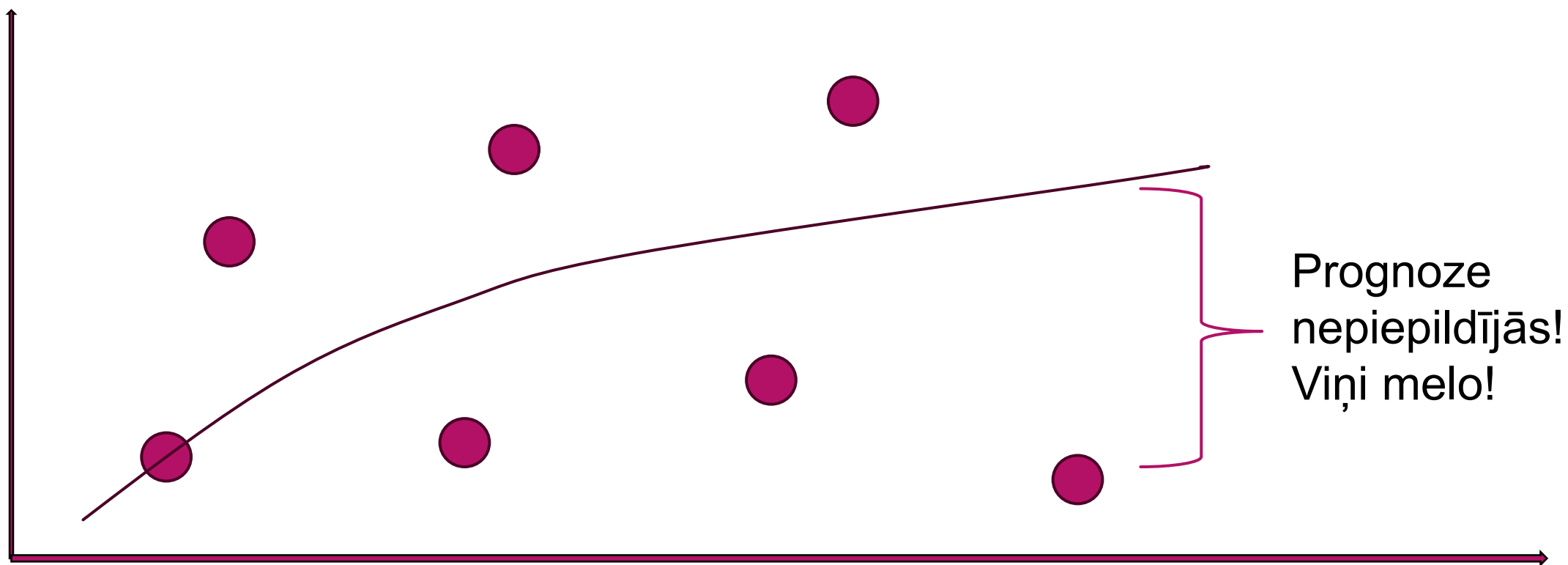
Latviešu valodā:

**prognozēšana ir jaunas informācijas ģenerēšana,
izmantojot to informāciju, kas ir mūsu rīcībā**

PROGNOZE NORMĀLOS APSTĀKĻOS



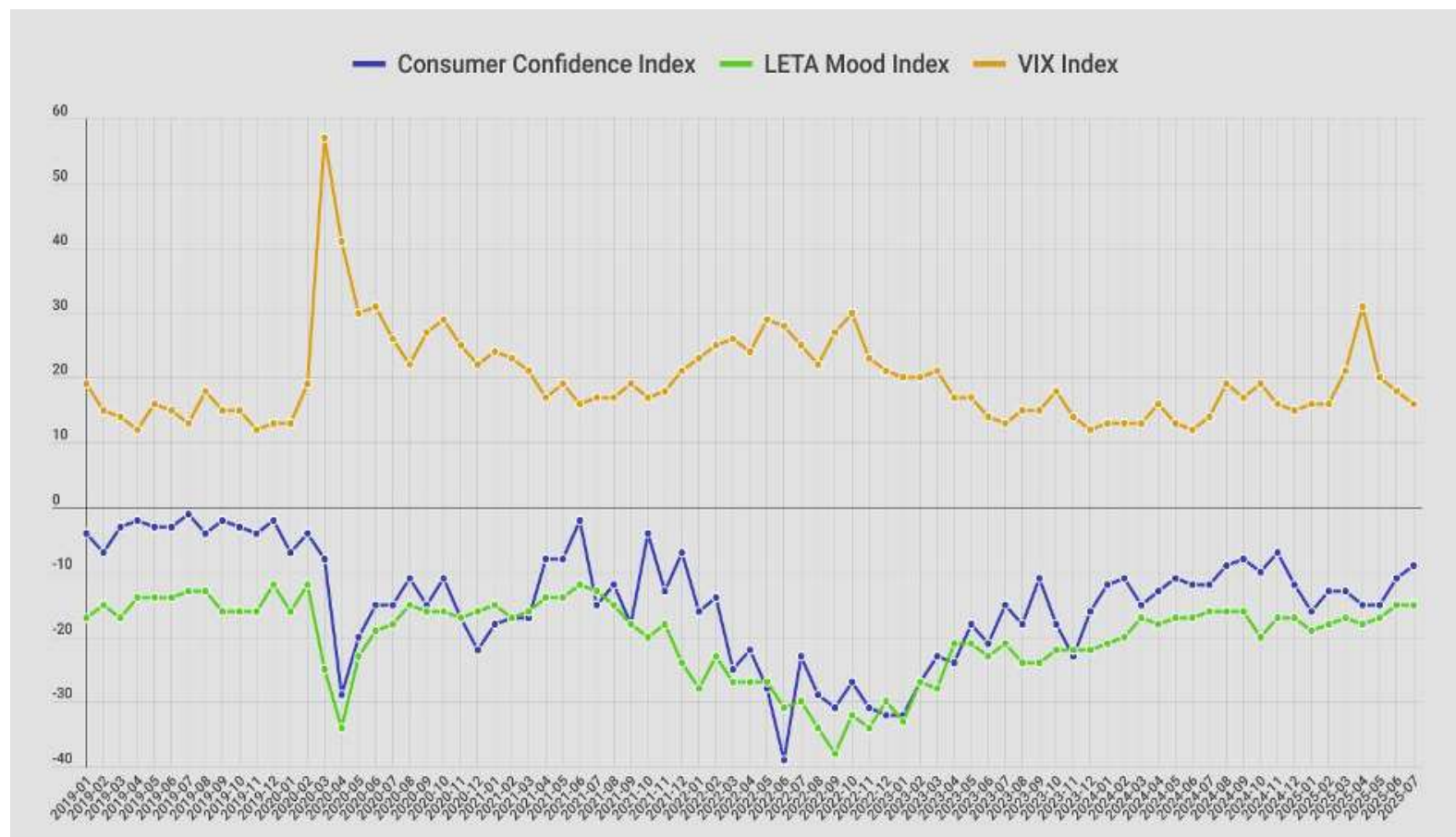
PROGNOZE HAOSA APSTĀKĻOS



KAS NOTIEK LATVIJĀ?

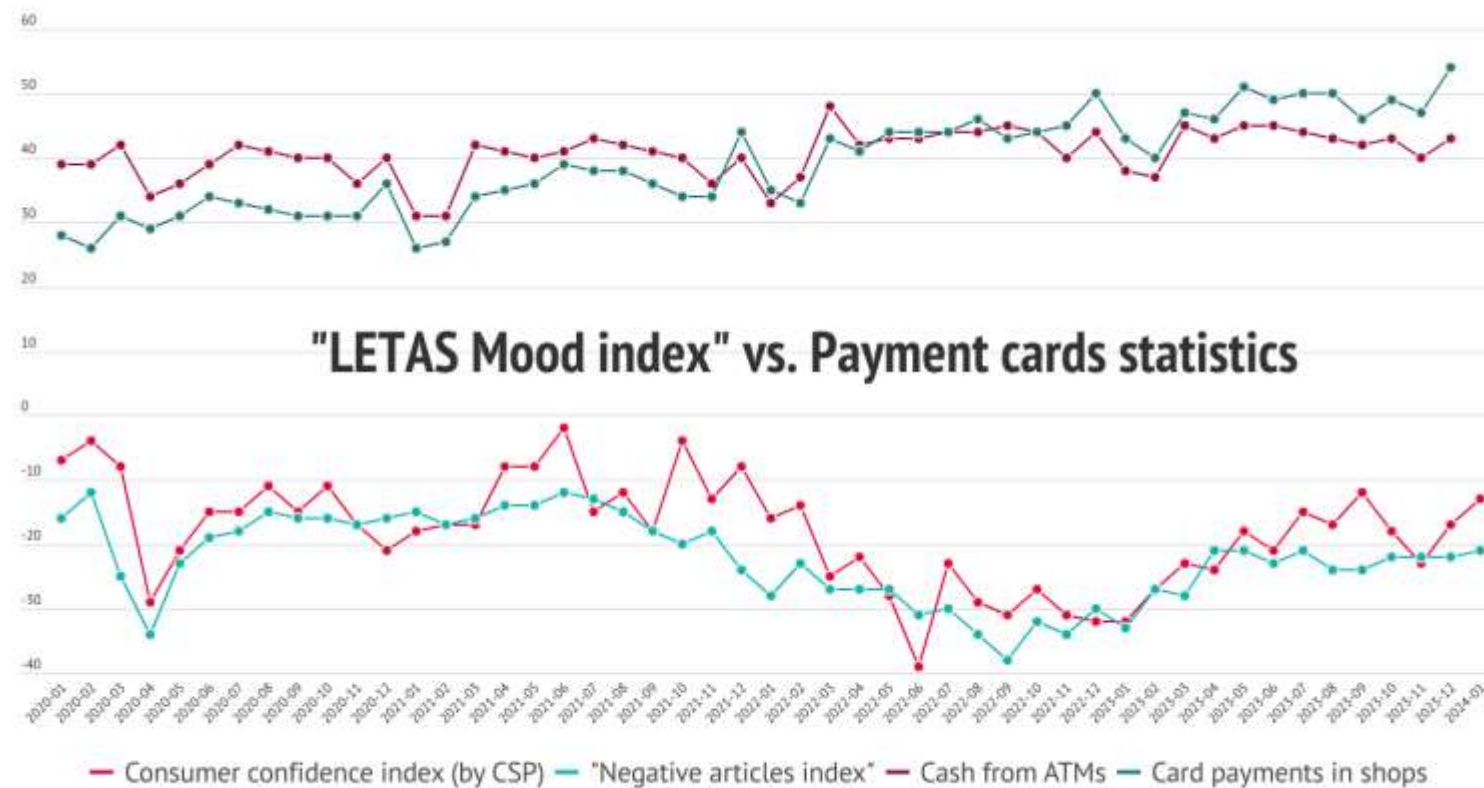
Nenoteiktība nozīmē:

- vairāk negatīvu ziņu
- sliktāku sabiedrības noskaņojumu
- zemāku patērētāju pārlicību



LETA MOOD INDEX UN MAKSĀJUMU KARŠU STATISTIKA

Nenoteiktība
ārpusē tieši
ietekmē cilvēku
gatavību tērēt



KAS NOTIEK LATVIJĀ?

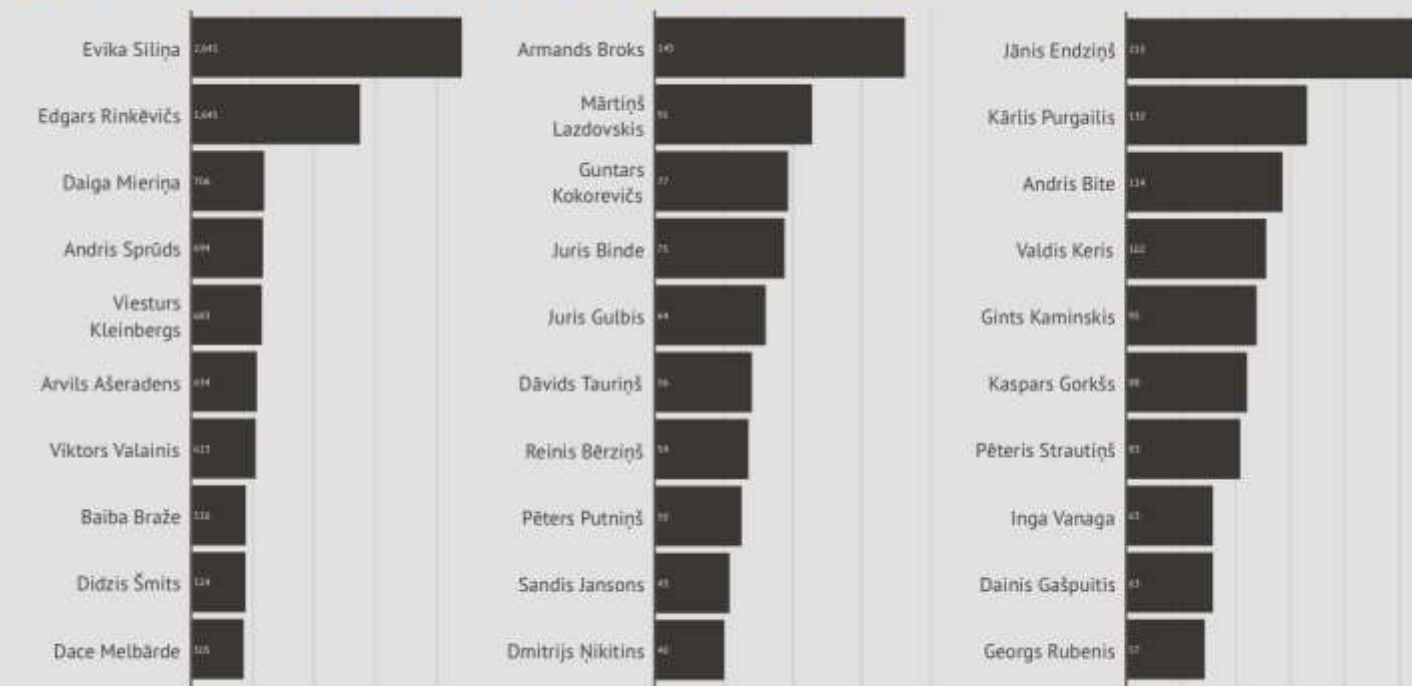
LETA RADARS



VISVAIRK PIEMINĒTĀS PERSONAS

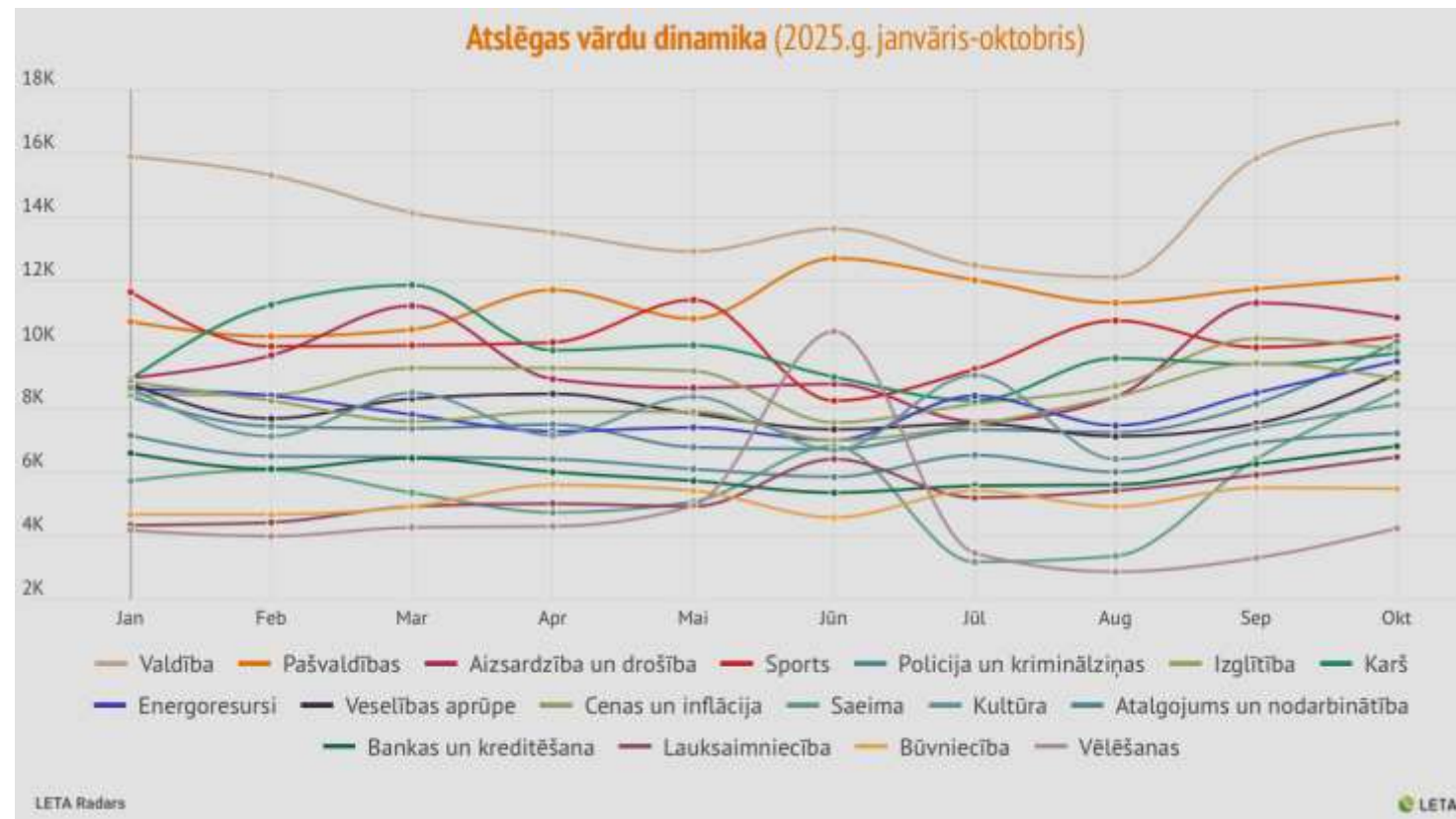
LETA
RADARS

TOP10 personas (2025.g. oktobris): Valsts / Bizness / Eksperti, NVO, runaspersonas



VISVAIRĀK PIEMINĒTĀS TĒMAS

LETA
RADARS



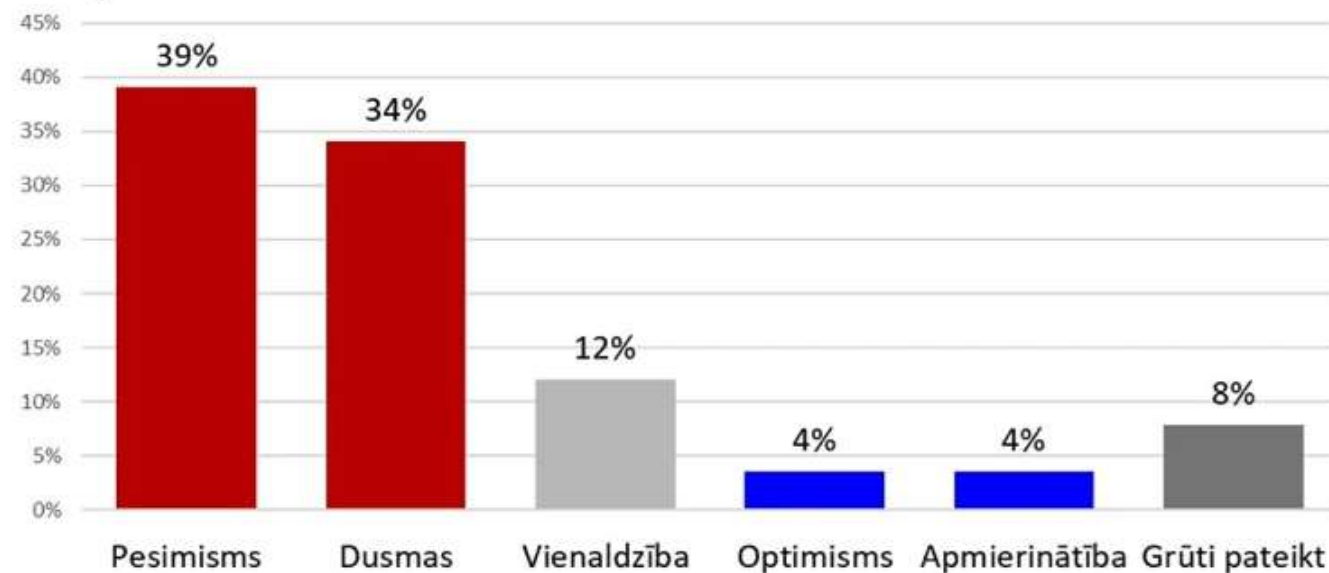
“SLAVENS”
NENOZĪMĒ
“MĪLĒTS”

Kādas sajūtas iedzīvotājiem izsauc valdība un tās darbs

Q: "Kad Jūs publiskajā telpā dzirdat par Latvijas valdību un tās darbu, kādas sajūtas Jums tas parasti izsauc?"

Vienas atbildes jautājums

2025.gada oktobris



Bāze: visi respondenti, n=1005

SKDS dati

66% NEUZTICAS VALDĪBAI

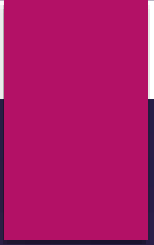
Rīga, 6.janv., LETA. Latvijā starp Baltijas valstīm ir zemākā uzticība valdībai, liecina novembrī veiktas Eirobarometra aptaujas dati.

66% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju norādījuši, ka neuzticas valdībai, kas ir par vienu procentpunktu vairāk, nekā pavasarī, bet 27% atbildējuši, ka tai uzticas. Tikmēr Lietuvā valdībai neuzticas 61%, bet uzticas 33% iedzīvotāju, tikmēr Igaunijā neuzticas 34%, bet uzticas 57% iedzīvotāju. Vidēji Eiropas Savienībā (ES) nacionālo valstu valdībām uzticas 36% aptaujāto. Visvairāk savai valdībai neuzticas Grieķijas iedzīvotāji - 88%, bet visvairāk tic Luksemburgas iedzīvotāji - 68%.

AR PAŠVALDĪBĀM IR NEDAUDZ LABĀK

LV PORTĀLS

Ņemot vērā, ka pašvaldības atrodas tuvāk saviem iedzīvotājiem un ir vieglāk sasniedzamas, tās galvenokārt bauda lielāku sabiedrības uzticību nekā parlaments un nacionālā līmeņa valdība, taču pētījuma rezultāti liecina, ka pēdējos gados OECD dalībvalstīs par teju diviem procentpunktiem sarukusi arī uzticība vietvarām. Neliels kritums fiksēts arī Latvijā, kur 2023. gadā pašvaldībām uzticējās 41,1% iedzīvotāju. Vienlaikus attiecīgais rādītājs tikai nedaudz atpaliek no attīstīto valstu vidējā, proti, par nepilniem četriem procentpunktiem. Vairāk cilvēku vietvarām uzticas Čehijā (63%), bet vismazāk – Kostarikā un Kolumbijā –, kur tām uzticas nedaudz vairāk par 33%.



KO DARĪT?

THE TRUST EQUATION

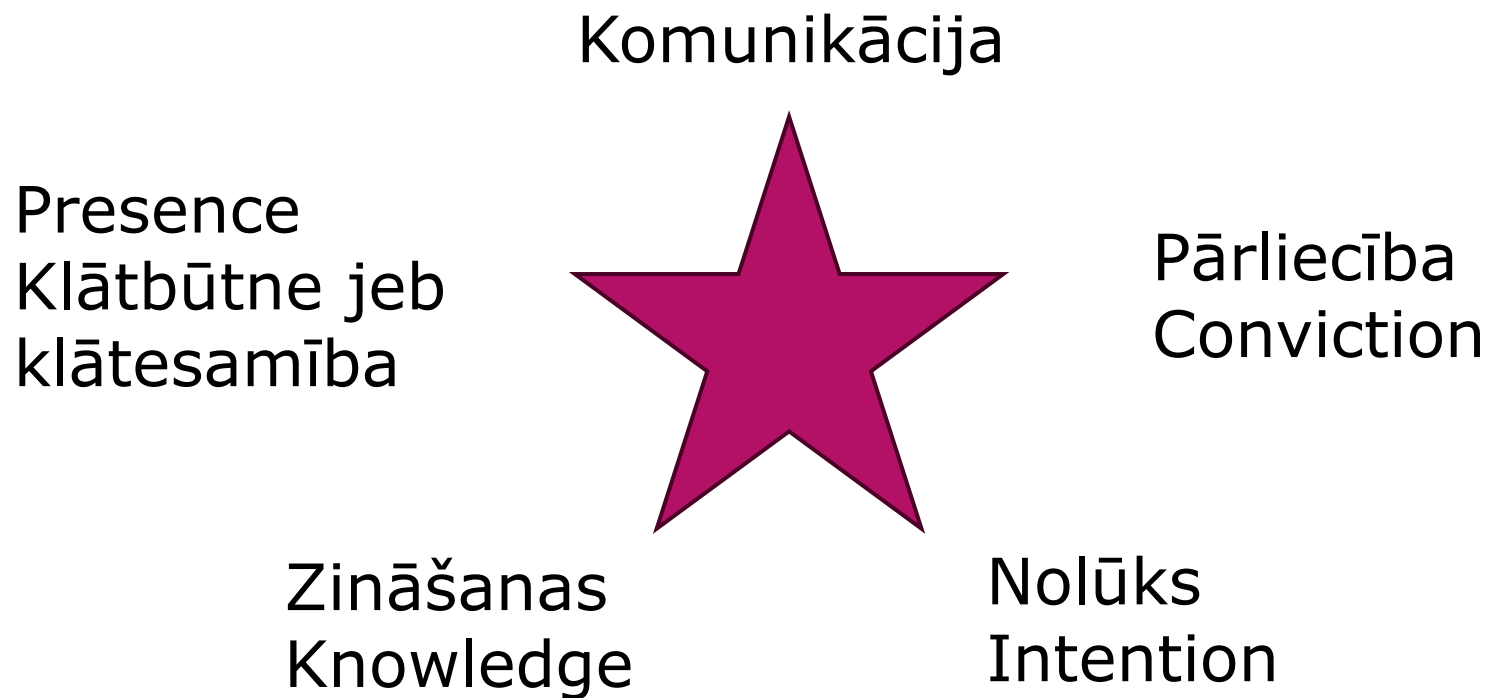
$$\text{Trust} = \frac{\text{Credibility} + \text{Reliability} + \text{Intimacy}}{\text{Self-Orientation}}$$

Charles H.Green,
Trusted Advisor Associates

SELF-ORIENTATION?

- ▶ ...”nebūt vainīgam” par katru cenu
- ▶ ...publiski teikt kaut ko, kas jāsaka, labi zinot, ka tā nenotiks
- ▶ ...”nezaudēt seju” par katru cenu
- ▶ ...paslēpties aiz likuma paragrāfiem jeb “es jau neko, tā rakstīts noteikumos”
- ▶ ...novelt atbildību uz kādu citu, citiem vai, piemēram, ES
- ▶ ...paslaucīt problēmas zem kājslauķa

VADĪTĀJA PIECI SPĒKI



Berkeley Executive
Coaching institute

KOMUNIKĀCIJA UN IETEKME

- ▶ Komunikācija tiek realizēta tikai un vienīgi tādēļ, lai radītu noteiktu ietekmi uz komunikācijas partneri/auditoriju;
- ▶ Ietekmei ir tikai un vienīgi divas izpausmes:
 - ▶ likt komunikācijas partnerim kaut ko darīt
 - ▶ likt komunikācijas partnerim kaut kā justies

KOMUNIKĀCIJA UN IETEKME

- ▶ Cilvēki neatceras datus un faktus. Cilvēki atceras sajūtas un emocijas.
- ▶ Cilvēki rīkojas, tieši sajūtu vadīti.
- ▶ Ja komunikācijā nav uzticamības, nekas nenotiks.

CILVĒKI RĪKOJAS, SAJŪTU VADĪTI

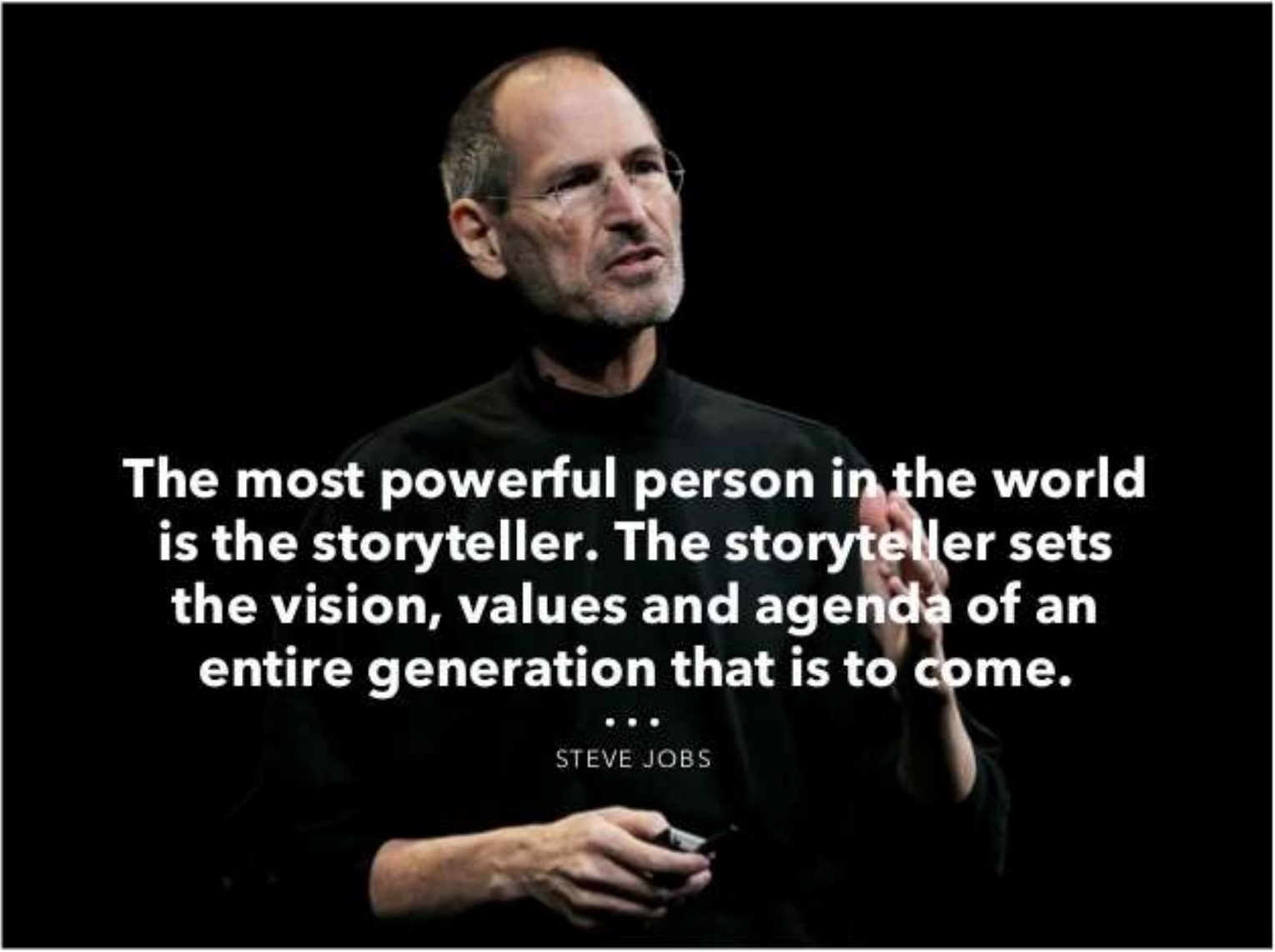


CILVĒKI RĪKOJAS, SAJŪTU VADĪTI



KOMUNIKĀCIJA AR AUDITORIJU

- ▶ Ja mēs gribam noteiktā veidā ietekmēt plašāku auditoriju, mēs "iekāpjam" t.s. *storytelling* teritorijā.
- ▶ *Storytelling* ir māksla strukturēti un emocionāli pasniegt informāciju stāsta veidā, lai radītu saikni ar auditoriju un ietekmētu tās domas vai rīcību
- ▶ *Storytelling* mērķi ir pateikt:
 - ▶ Ko mēs darām
 - ▶ Kāpēc tas ir svarīgi
 - ▶ Kā tas ietekmēs tavu dzīvi

A photograph of Steve Jobs, co-founder of Apple, speaking at a podium. He is wearing his signature black turtleneck and glasses. The background is dark, and the lighting is focused on him. The quote is overlaid on the image in white text.

**The most powerful person in the world
is the storyteller. The storyteller sets
the vision, values and agenda of an
entire generation that is to come.**

...
STEVE JOBS

ZIŅU STĀSTI. ATLASĒS KRITĒRIJI

- ▶ Svarīgums. Kā tas maina tavu (lasītāja) dzīvi?
- ▶ Savlaicīgums. Vai tas ir svarīgi tieši šobrīd?
- ▶ Attālums. Tuvi notikumi ir svarīgāki par tāliem.
- ▶ Slava un atpazīstamība. Slavenie ziņās iekļūst biežāk.
- ▶ Konflikts, emocijas. Nav konflikta - nav stāsta.
- ▶ Progress. Visu stāstniecības modeļu obligāta sastāvdaļa.

NOSLĒGUMAM

- ▶ Pieņemiet lēmumus, balstoties uz datiem.
- ▶ Skaidrojiet šos lēmumus, radot sajūtas. Sajūtas liks cilvēkiem rīkoties!
- ▶ Stāsta radītās sajūtas ir svarīgākas par pašu stāstītāju.
Pieņemiet to, un tad jums uzticēsies!
- ▶ Uzticamība ir atslēga visam - jo īpaši haotiskā pasaulē.
- ▶ Ne visa informācija ir ziņu vērtā. Bet ziņas ir svarīgas. Bez ziņām jūs nevarēsiet ietekmēt pasauli.
- ▶ Ziņās cilvēki meklēs sajūtas un emocijas. Dodiet tās!



PALDIES!

juris.mendzins@leta.lv