Anotācija pētījumam "Pētījumam par Latvijas iedzīvotāju medijpratību, mediju satura lietošanas paradumiem un informatīvās telpas drošību"

Pētījuma mērķi un galvenie rezultāti latviešu valodā	**Pētījuma mērķi un galvenie rezultāti angļu valodā**
Pētījuma mērķi ir noskaidrot: 1. Kādus medijus un kādā veidā ikdienā patērē Latvijas iedzīvotāji? 2. Kāda ir Latvijas iedzīvotāju medijpratība? 3. Kādi ir Latvijas informatīvās telpas drošības izaicinājumi?	The goals of the study are to find out: 1. What media and in what way do Latvian inhabitants use on a daily basis? 2. What is the media literacy of population in Latvia? 3. What are the security challenges of the information space in Latvia?
Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, sabiedrībā pakāpeniski mainās mediju veidu (kā televīzija, radio, prese, internets) izvēle. Ja 2018. – 2020.g. populārākais informācijas resurss bija televīzija, tad 2021.g. rezultātos to apsteidza internets – interneta ziņu portāli un sociālie mediji (kā piem., Youtube, Facebook, Twitter u.tml.). Mediju patēriņa ieradumu maiņu par labu interneta medijiem, iespējams, sekmēja Covid 19 pandēmija/ krīze.	According to the results of the study, the choice of media types (such as television, radio, press, Internet) is gradually changing in the society. If in the year 2018 - 2020 the most popular information source was television, then in 2021 this position was overtaken by the Internet - Internet news portals and social media (such as Youtube, Facebook, Twitter, etc.). The changes in media consumption habits in favour of online media may have been facilitated by the Covid 19 pandemic / crisis.
❑ Latvijas sabiedrisko mediju lietotāju loks sabiedrībā sasniedz 80% un pēdējo 3 gadu laikā tas nav mainījies. Tomēr katra konkrētā sabiedriskā medija lietotāju skaits ir pieaudzis, sasniedzot augstākos rādītājus pēdējo 3 gadu laikā: - Latvijas sabiedrisko televīziju skatās vairāk nekā divas trešdaļas (71%). - Latvijas radio klausās 63% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. - Būtiski pieaudzis Latvijas sabiedrisko mediju vienotā portāla lsm.lv lietotāju skaits, šogad sasniedzot 45% no visiem respondentiem.	❑ The audience of Latvian public media users in the society reaches 80% and it has not changed during the last 3 years. However, the number of users of each particular public media has increased, reaching the highest figures in the last 3 years: - Latvian public television is watched by more than two thirds (71%). - Latvian public radio listens 63% of surveyed inhabitants in Latvia. - The number of users of the Latvian public media portal lsm.lv has significantly increased, reaching 45% of all respondents this year.
❑ Interneta ziņu portāli, līdztekus sociālajiem medijiem, šogad kopumā kļuvuši par biežāk izmantoto mediju veidu: - Pārliecinošs ziņu portālu segmenta līderis ir delfi.lv – to izmanto divas trešdaļas (67%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Katrs trešais (32%) pētījuma dalībnieks to ierindoja biežāk izmantoto mediju trijniekā. - Rus.delfi.lv ir pārliecinošs mediju līderis mazākumtautību grupā. Tur rus.delfi.lv izmanto 65% respondentu. - Interneta portālu tvnet.lv izmanto 57% respondentu. - Interneta portālu apollo.lv izmanto 48% respondentu.	❑ Internet news portals, along with social media, have become the most frequently used type of media this year: - Delfi.lv is a convincing leader in the news portal segment - it is used by two thirds (67%) of the surveyed Latvian inhabitants. Every third (32%) participant of the study ranked it in the top three media. - Rus.delfi.lv is a convincing media leader in the national minority group. Rus.delfi.lv is used by 65% there. - The Internet portal tvnet.lv is used by 57% of respondents. - The Internet portal apollo.lv is used by 48% of respondents.

Pieaug sociālo mediju popularitāte un nozīme mediju tirgū. Populārākie sociālie mediji ir Facebook un YouTube: ✓ Facebook izmanto 72%. ✓ YouTube izmanto 76%. ✓ Trešais populārākais sociālais medijs ir Instagram, kuru vispār izmanto 39%, aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. ✓ Latvijas sabiedrisko mediju kontus sociālajos medijos izmanto 29% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. ✓ Jo īpaši populāri un nozīmīgi avoti aktuālās informācijas ieguvē sociālie mediji ir jauniešiem.	The popularity and importance of social media in the media market is growing. The most popular social media is Facebook and YouTube: ✓ 72% uses Facebook. ✓ 76% uses YouTube. ✓ The third most popular social media is Instagram, which is overall used by 39% of the surveyed Latvian inhabitants. ✓ 29% of Latvian respondents use Latvian public media accounts on social media. ✓ Social media is a particularly popular and important source of current information for young people.
Krievijā veidotās televīzijas programmas kā, piemēram, NTV Mir, RTR Rossiya, Ren TV mēdz skatīties gandrīz puse (44%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Lielāka Krievijas TV kanālu skatītāju auditorija ir cittautiešu vidū, kur tas sasniedz gandrīz divas trešdaļas (59%). Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, izvēle par labu Krievijas televīzijām parasti tiek dota izklaides nolūkos.	Almost half (44%) of the surveyed Latvians tend to watch television programs made in Russia, such as NTV Mir, RTR Rossiya, Ren TV. The largest audience of Russian TV channels is among non-Latvians, where it reaches almost two thirds (59%) of respondents. According to the study, the choice in favour of Russian televisions is usually given for entertainment purposes.
Interesi uzzināt vairāk par medijpratību pauda 44% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Gandrīz visi (85%) aptaujas dalībnieki ir saskārušies ar viltus ziņām, tendenciozu vai safabricētu informāciju. Katrs trešais (32%) pētījuma dalībnieks atzina, ka viņiem ir grūti atšķirt uzticamu informāciju medijos no manipulatīvas, norādot, ka viņiem trūkst kompetences šajā jautājumā.	44% of the surveyed Latvian inhabitants expressed interest in learning more about media literacy. Almost all (85%) respondents have been exposed to fake news, biased or fabricated information. Every third (32%) respondent admitted that it was difficult for them to distinguish reliable information in the media from manipulative information, indicating that they lacked competence in this area.
Sabiedrības vairākuma skatījumā (56% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju) nepatiesas informācijas izplatīšanu mazinātu stingrāka kontrole un bargāki sod.	In the opinion of the majority of the society (56% of the surveyed Latvian inhabitants), the dissemination of false information could be reduced by stricter controls and harsher penalties.
60% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju vairāk uzticas sabiedrisko mediju (LTV, LR, LSM.LV) sniegtajai informācijai nekā komerciālajiem medijiem.	60% of the surveyed Latvian inhabitants trust the information provided by public media (LTV, LR, LSM.LV) more than commercial media.

Galvenās pētījumā aplūkotās tēmas	Mediju patēriņš – lietošana, uzticēšanās, popularitāte, satura vērtējums; medijpratība; Krievijā veidoto TV izmantošana; uzticēšanās medijiem; viedokļu līderi un autoritātes žurnālistikā
Pētījuma pasūtītājs	Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, Reģ.Nr. 90000081852
Pētījuma īstenotājs	Tirgus un sociālo pētījumu aģentūra "Latvijas Fakti"
Pētījuma īstenošanas gads	2021
Pētījuma finansēšanas summa un finansēšanas avots	20'592 euro bez PVN;
Pētījuma klasifikācija	Sabiedriskās domas pētījums
Politikas joma, nozare	Masu informācij-as (plašsaziņas) līdzekļu politika
Pētījuma ģeogrāfiskais aptvērums (visa Latvija vai noteikts reģions/novads)	Visa Latvija
Pētījuma mērķa grupa/-as	Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 16 gadiem
Pētījumā izmantotās metodes pēc informācijas ieguves veida:	Kvantitatīvās aptaujas veikšana un datu analīze
Aptaujas izlase	Nacionāli reprezentatīva. Izlase aprēķināta, balstoties uz jaunākajiem statistikas datiem par Latvijas Republikas iedzīvotāju dzimumu, vecumu un reģionālo sadalījumu pēc dzīves vietas.
Kvantitatīvās pētījuma metodes:	
1) informācijas ieguves metode	Sabiedrības aptauja tika veikta, izmantojot kombinētu datu ieguves metodi: 75% interviju iegūtas, izmantojot tiešās (personīgās) intervēšanas metodi respondentu dzīves vietās un 25%, izmantojot datorizētas telefonintervijas.
2) aptaujāto/anketēto respondentu/vienību skaits	1513 Latvijas Republikas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 16 gadiem un 6 mediju vides eksperti
Izmantotās analīzes grupas (griezumi)	Respondentu dzimums, vecums, tautība, izglītības līmenis, ienākumu līmenis uz vienu ģimenes locekli mēnesī, nodarbinātība, dzīvesvietas reģions, apdzīvotās vietas tips.
Pētījuma pasūtītāja kontaktinformācija	NEPLP juriste Dace Melbārzde, +371 67221848, e-pasts: dace.melbarzde@neplpadome.lv. NEPLP juriste: Agnese Simsone; +371 67221848 e-pasts: agnese.simsone@neplpadome.lv; Padomes priekšsēdētāja vietniece Aurēlija Ieva Druviete, +371 67221848, e-pasts: aurelija.ieva.druviete@neplpadome.lv
Pētījuma autori	Oksana Kurcalte, Linda Lauva, Madara Straume, Jeļena Petrova, Evija Mansone, Ivars Krastiņš, Askolds Altenburgs, Oskars Zalāns