

Anotācija 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
<p>Pētījuma mērķi ir noskaidrot:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kādus medijus un informācijas resursus lieto Latvijas iedzīvotāji? 2) Kā ir izmainījušies to iedzīvotāju mediju un informācijas resursu lietošanas paradumi, kas lietoja saturu, kas pašlaik Latvijas teritorijā ir ierobežots? 3) Kāda ir Latvijas iedzīvotāju uzticēšanās mediju saturam. 	<p>The goals of the study are to find out:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) What media and information resources are used by residents of Latvia on a daily basis? 2) How have changed the media and information resource usage habits of the residents, who used content, that is currently restricted in Latvia? 3) What is the level of trust in media content for residents of Latvia?
<p>Sabiedrībā mazinās tradicionālo mediju loma, kā televīzija, radio, prese, loma, populārāko informācijas resursu galvgalī nostiprinās internets - interneta ziņu portāli un sociālie mediji</p>	<p>The role of traditional media, such as television, radio, press, is decreasing in society; the Internet - internet news portals and social media - is gaining ground at the head of the most popular information resources.</p>
<p>Sabiedrības populārāko informācijas avotu grozu veido:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Latvijas sabiedriskie mediji – LTV, LR un portāls lsm.lv. Latvijas televīziju un Latvijas radio vismaz reizi nedēļā patērē katrs otrais iedzīvotājs; • Sociālie tīkli, kā Facebook, YouTube, kurus vismaz reizi nedēļā izmanto divas trešdaļas Latvijas iedzīvotāju; • Interneta portāli delfi.lv (arī rus.delfi.lv), tvnet.lv, apollo.lv. Portālu Delfi vismaz reizi nedēļā apmeklē katrs otrais pētījuma dalībnieks; • Komercediji, kā TV3, Rīga TV 24 un Radio SWH, kurus vismaz reizi nedēļā lieto 25% - 40% Latvijas iedzīvotāju. 	<p>The society's basket of the most popular information sources consists of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Latvian public media – LTV, LR and portal lsm.lv. Every second respondent use Latvian television and Latvian radio at least once a week; • Social networks, such as Facebook, YouTube, which are used at least once a week by two-thirds of the population of Latvia; • Internet portals delfi.lv (also rus.delfi.lv), tvnet.lv, apollo.lv. The Delfi portal is visited at least once a week by every second participant of the study; • Commercial media, such as TV3, Rīga TV 24 and Radio SWH, which are used at least once a week by 25% - 40% of the population of Latvia.
<p>Interesi par vietējiem medijiem krievu valodā pauda gandrīz puse (42%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju, mazākumtautību grupā interesi pauda trīs ceturtdaļas aptaujāto.</p>	<p>Almost half (42%) of surveyed residents of Latvia expressed interest in local Russian-language media, in the national minority group three-quarters of respondents expressed the interest in such media.</p>
<p>Krievijas Federācijas masu mediju bloķēšanu Latvijas teritorijā atbalsta vairākums (55%) sabiedrības.</p>	<p>The majority (55%) of the public supports the blocking of mass media of the Russian Federation on the territory of Latvia.</p>
<p>Daļa sabiedrības izjūt nostalgiju pēc bloķētā mediju satura. Katrs ceturtais Latvijas iedzīvotājs atzina, ka viņiem pietrūkst Latvijā nobloķēto Krievijas valsts atbalstīto masu mediju (gan TV, gan interneta vietnes), mazākumtautību grupā šo respondentu skaits sasniedza pusi (48%).</p>	<p>A part of society feels nostalgia for blocked media content. Every fourth resident of Latvia admitted that they miss the Russian state-supported mass media blocked in Latvia (both TV and Internet sites), in the national minority group the number of these respondents reached half (48%).</p>
<p>Šogad visiem masu medijiem vērojams uzticēšanās reitinga kritums salīdzinājumā ar 2021.g. rezultātiem. Acīmredzot, krīzes situācijās (karš Ukrainā, Covid pandēmija) sabiedrībā mazinās uzticēšanās masu medijiem kā tādiem, iespējams, pastāv bažas, ka masu mediji var tikt izmantoti sabiedriskās domas ietekmēšanai kādā noteiktā virzienā, manipulācijām. Jo īpaši straujš uzticēšanās kritums vērojams mazākumtautību pārstāvju vidū.</p>	<p>This year, there is a drop in the trust rating for all mass media if compared to the results of year 2021. Obviously, due to crisis situations (war in Ukraine, Covid pandemic), trust in the mass media as such decreases in the society; there is probably a fear that the mass media can be used to influence public opinion in a certain direction, for manipulation. In particular, a sharp drop in trust rating can be observed among representatives of national minorities.</p>
<p>Vairākums (57%) Latvijas iedzīvotāju apgalvoja, ka viņi parasti spēj atpazīt, kura informācija medijos ir uzticama un kura maldinoša, tendencioza vai safabricēta.</p>	<p>The majority (57%) of inhabitants of Latvia claimed that they are usually able to distinguish, which information in the media is reliable and which is misleading, biased or fabricated/ fake.</p>

Galvenās pētījumā aplūkotās tēmas	Latvijas sabiedriskie mediji – lietošana, uzticēšanās, priekšstati, satura vērtējums
Pētījuma pasūtītājs	Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, Reģ.Nr. 90000081852
Pētījuma īstenotājs	Tirgus un sociālo pētījumu aģentūra “Latvijas Fakti”
Pētījuma īstenošanas gads	2022
Pētījuma finansēšanas summa un finansēšanas avots	20’587.00 euro neieskaitot 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
Kvantitatīvās pētījuma metodes:	
1) aptaujas izlases metode	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	1’549 Latvijas Republikas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 16 gadiem. Izlase aprēķināta, balstoties uz jaunākajiem statistikas datiem par Latvijas Republikas iedzīvotājiem
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	Dace Melbārzde, T: +371 67221848, e-pasts: dace.melbarzde@neplpadome.lv ; Viktorija Ogļina, T: +371 67221848; e-pasts: viktorija.oglina@neplpadome.lv), Aurēlija Ieva Druviete, T: +371 67221848; e-pasts: aurelija.ieva.druviete@neplpadome.lv
Pētījuma autori	Oksana Kurcalte, Madara Straume, Jeļena Petrova, Evija Mansone, Ivars Krastiņš, Oskars Zalāns, Aigars Freimanis