

Anotācija pētījumam par Latvijas iedzīvotāju prasmēm un ieradumiem lietot tehnoloģijas mediju pakalpojumu saņemšanai

Pētījuma mērķi un galvenie rezultāti latviešu valodā	Pētījuma mērķi un galvenie rezultāti angļu valodā
Pētījuma mērķi ir noskaidrot: 1) noskaidrot Latvijas iedzīvotāju prasmes un ieradumus lietot tehnoloģijas mediju pakalpojumu saņemšanai; 2) noskaidrot iedzīvotāju informētību par mākslīgā intelekta pielietošanu medijos, iedzīvotāju prasmes patērēt un pielietot mākslīgā intelekta rīkus. ✓ Aptaujas gaitā iegūtie rezultāti liecina, ka Latvijas sabiedrība aktīvi izmanto dažādas interneta tehnoloģijas informācijas gūšanas nolūkos, aktīvi komunicē sociālajos tīklos/medijos, taču zināšanas un tehnoloģiju lietošanas prasmes vēl nesasniedz vēlamo. Kopumā lielākā daļa aptaujāto Latvijas iedzīvotāju pozitīvi vērtēja savas interneta tehnoloģiju lietošanas prasmes (58%), spējas apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus (55%), prasmes uzstādīt vai konfigurēt jaunu ierīci (51%). ✓ Sabiedrībā nav vērojama liela interese par Latvijā ierobežotu saturu internetā. Esošos ierobežojumus ir mēģinājuši apiet 7% iedzīvotāju, gandrīz visiem no viņiem (6%) tas ir izdevies. ✓ Runājot par mākslīgā intelekta izmantošanu, sabiedrībā valda piesardzība un rezervēta attieksme. Bažas raisa informācijas uzticamība, iespējamie viltojumi, dezinformācija, manipulācijas, drošības riski. Sabiedrībā nav vienota viedokļa, kādu ietekmi uz mediju vidi radīs mākslīgā intelekta izmantošana ilgtermiņā. ✓ Valdošā daļa Latvijas iedzīvotāju pašlaik kritiski vērtē savas zināšanas par mākslīgo intelektu un tā izmantošanas prasmes. Savas zināšanas par mākslīgo intelektu kā kopumā sliktas raksturoja 68% aptaujas dalībnieku, savas prasmes izmantot mākslīgā intelekta rīkus kā sliktas vērtēja 73% respondentu. ✓ Pārliecinoši populārākais mākslīgā intelekta rīks ir ChatGPT, kuru pašlaik jau izmanto 16% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. ✓ Pētījuma rezultātus caurvij šādas tendences - jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, kā arī jo urbanizētāka ir apdzīvotā vieta, jo lielāks ir to aptaujas dalībnieku skaits, kuri spēj apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas, tai skaitā mākslīgā intelekta rīkus. Visos jautājumos lielāko pārliecību par savām zināšanām un prasmēm puda jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, kā arī Rīgas iedzīvotāji. Senioru (65 gadi un vecāki) mērķa grupā vērojami zemākie interneta tehnoloģiju lietošanas rādītāji, kā arī salīdzinoši vājākās zināšanas un prasmes tās izmantot.	The objectives of the study are: 1) to determine the skills and habits of Latvia residents to use technologies to receive media services; 2) to determine the awareness of residents about the use of artificial intelligence (AI) in the media, the skills of residents to consume and use artificial intelligence tools. ✓ The results obtained during the survey show that society of Latvia actively uses various Internet technologies for the purpose of obtaining information, actively communicates in social networks/ media, but the knowledge and skills of using technologies do not yet reach the desired level. In general, the majority of surveyed Latvia residents positively assessed their skills of using Internet technologies (58%), their ability to acquire and consume new media and communication platforms, technologies and tools (55%), and their skills in installing or configuring a new device (51%). ✓ There is not much interest in the public about content restricted on the Internet in Latvia. 7% of residents have tried to circumvent the existing restrictions, almost all of them (6%) have succeeded. ✓ When it comes to the use of artificial intelligence, the public is cautious and reserved. Concerns are raised about the reliability of information, possible falsifications, disinformation, manipulation, security risks. There is no common opinion in society about the impact that the use of artificial intelligence will have on the media environment in the long term. ✓ The majority of Latvia residents currently critically assess their knowledge of artificial intelligence and their skills in using it. 68% described their knowledge of artificial intelligence as generally poor, and 73% of respondents rated their skills in using artificial intelligence tools as poor. ✓ By far the most popular artificial intelligence tool is ChatGPT, which is currently already used by 16% of surveyed residents in Latvia. ✓ The results of the study are characterised by the following trends - the younger, with a higher level of education, more financially secure the respondents are, as well as the more urbanized is the settlement, the greater number of survey participants who are able to acquire and consume new media and communication platforms, technologies, including artificial intelligence tools. In all questions, the greatest confidence in their knowledge and skills was expressed by young people under the age of 25, the most financially secure respondents, those with higher education, as well as residents of Riga. The target group of seniors (65 years and older) has the lowest rates of use of Internet technologies, as well as the relatively weakest knowledge and skills to use them.

Galvenās pētījumā aplūkotās tēmas	Tehnoloģijas mediju pakalpojumu saņemšanai – zināšanas, prasmes, lietošana
Pētījuma pasūtītājs	Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, Reģ.Nr.90000081852
Pētījuma īstenotājs	Tirgus un sociālo pētījumu aģentūra “Latvijas Fakti”
Pētījuma īstenošanas gads	2024
Pētījuma finansēšanas summa un finansēšanas avots	17'688.00 <i>euro</i> bez PVN
Pētījuma klasifikācija	Sabiedriskās domas pētījums
Politikas joma, nozare	Masu informācijas (plašsaziņas) līdzekļu politika
Pētījuma ģeogrāfiskais aptvērums (visa Latvija vai noteikts reģions/novads)	Visa Latvija
Pētījuma mērķa grupa/-as	Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 15 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	1548 Latvijas Republikas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 15 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	Viktorija Ogļina, tālr.: 67221848; e-pasts: viktorija.oglina@neplp.lv ; Dace Balode, tālr.: 67221848, e-pasts: dace.balode@neplp.lv ; Andis Plakans, tālr. 67221848; e-pasts: andis.plakans@neplp.lv
Pētījuma autori	Oksana Kurcalte, Marta Skrube, Jeļena Karadžana, Evija Mansone, Karīna Bunere, Helēna Zaķe, Ivars Krastiņš, Oskars Zalāns, Aigars Freimanis