

Latvijas iedzīvotāju prasmes un ieradumi lietot tehnoloģijas mediju pakalpojumu saņemšanai

Sabiedrības aptauja
2024. gada oktobris–novembris



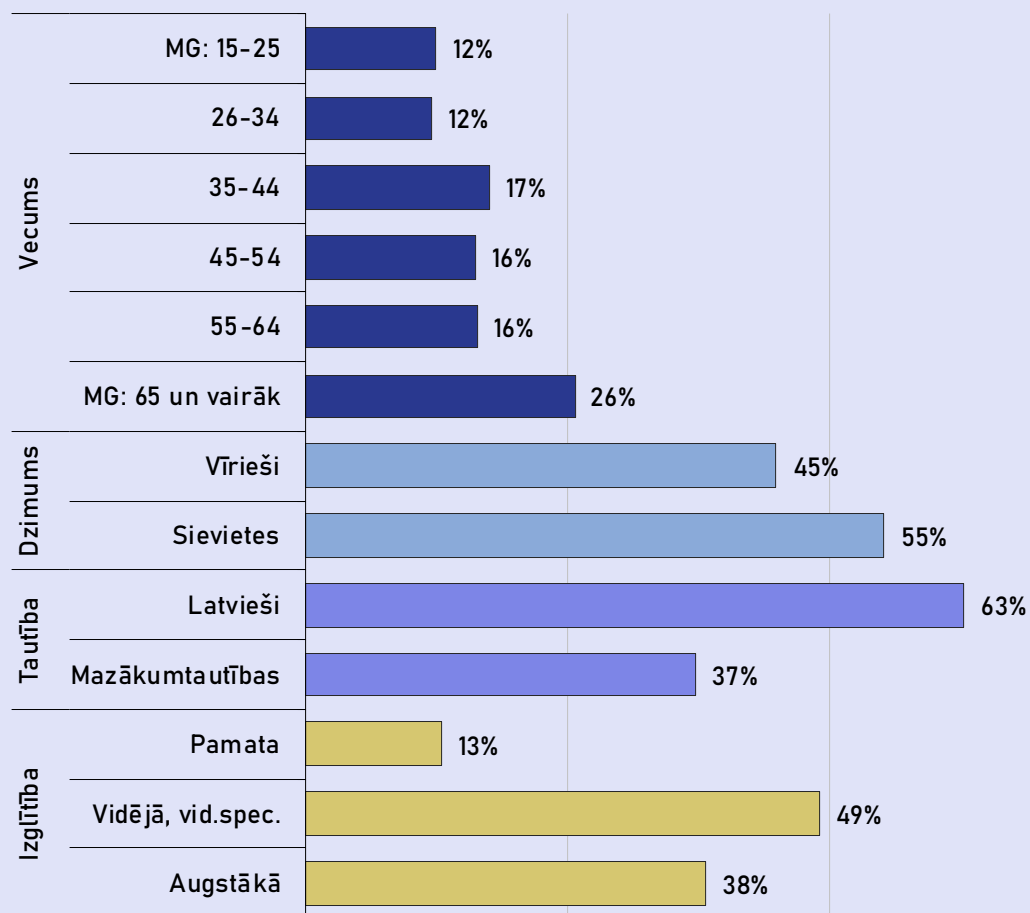
Metodoloģiskā informācija



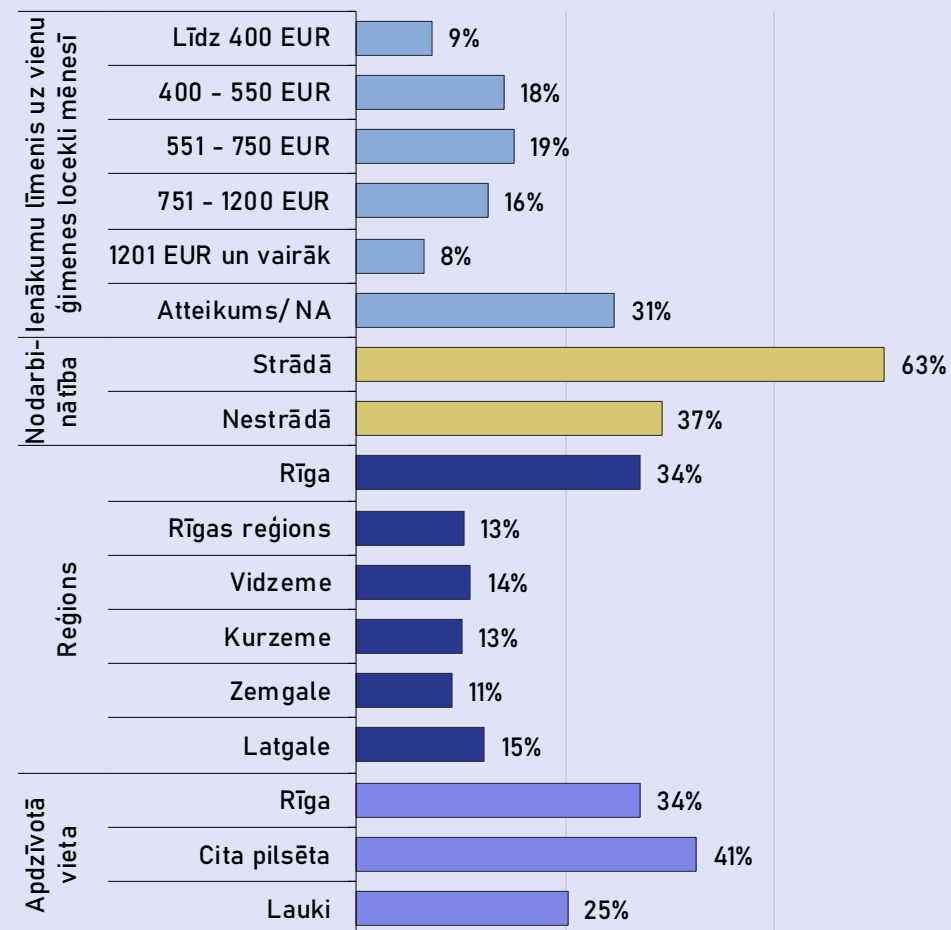
Aptaujas tehniskā informācija

PĒTĪJUMA PASŪTĪTĀJS:	Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (Doma laukums 8A, Rīga, LV-1939).
PĒTĪJUMA VEICĒJS:	Tirgus un sociālo pētījumu centrs “Latvijas Fakti” (Bruņinieku iela 8a-5, Rīga, LV-1010, Tālr.: +371 67314002; http://www.latvianfacts.lv).
MĒRĶA GRUPA:	Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecuma grupā no 15 gadiem un vecāki, tajā skaitā: 1) jaunieši vecumā no 15 līdz 25 gadiem; 2) seniori vecumā no 65 gadiem un vecāki.
IZLASE:	Reprezentatīva sabiedrības izlase, kas veidota pēc daudzpakāpju nejaušās stratificētās atlases principa kombinēti ar kvotu elementiem. Aptaujā pēc stratificētās nejaušības principa tika iekļauti 1548 Latvijas Republikas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 15 gadiem un vecāki. Stratifikācijas pazīmes: a) ģeogrāfiskā; b) nacionālā. Ģeogrāfiskais pārklājums: visi Latvijas reģioni (132 izlases punkti). Izlase aprēķināta, balstoties uz jaunākajiem statistikas datiem par Latvijas Republikas iedzīvotājiem.
APTAUJAS 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.
INTERVĒTĀJI:	Intervēšanu veica 63 “Latvijas Faktu” intervētāji. Intervētāju instruktāžu un darba kvalitātes pārbaudi veica 5 “Latvijas Faktu” intervētāju tīkla reģionālie pārraugi. Intervēšana notika latviešu un krievu valodās.
INTERVĒŠANAS LAIKS:	21.09.2024. – 03.11.2024.

Respondentu sociāli demogrāfiskais profils



(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N = 1548)



Kopsavilkums

- 2024. gada rudenī, oktobrī – novembrī, tika veikta reprezentatīva sabiedrības aptauja par Latvijas iedzīvotāju prasmēm un ieradumiem lietot tehnoloģijas mediju pakalpojumu saņemšanai. Pētījuma mērķi:
 - noskaidrot Latvijas iedzīvotāju prasmes un ieradumus lietot tehnoloģijas mediju pakalpojumu saņemšanai;
 - noskaidrot iedzīvotāju informētību par mākslīgā intelekta pielietošanu medijos, iedzīvotāju prasmes lietot mākslīgā intelekta rīkus mediju patērēšanā un satura veidošanā.
- 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 nerasniedz 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%).

Kopsavilkums

- 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 interneta 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 interneta izmantošana ilgtermiņā.
- Valdošā daļa Latvijas iedzīvotāju pašlaik kritiski vērtē savas zināšanas par mākslīgo intelektu un tā izmantošanas prasmes. Kā kopumā sliktas savas zināšanas mākslīgo intelektu raksturoja 68%, prasmes izmantot mākslīgā intelekta rīkus kā sliktas vērtēja 73% respondentu.

Kopsavilkums

- Pārlicecinoši populārākais mākslīgā interneta 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 interneta rīkus.
- Visos jautājumos lielāko pārlicību 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

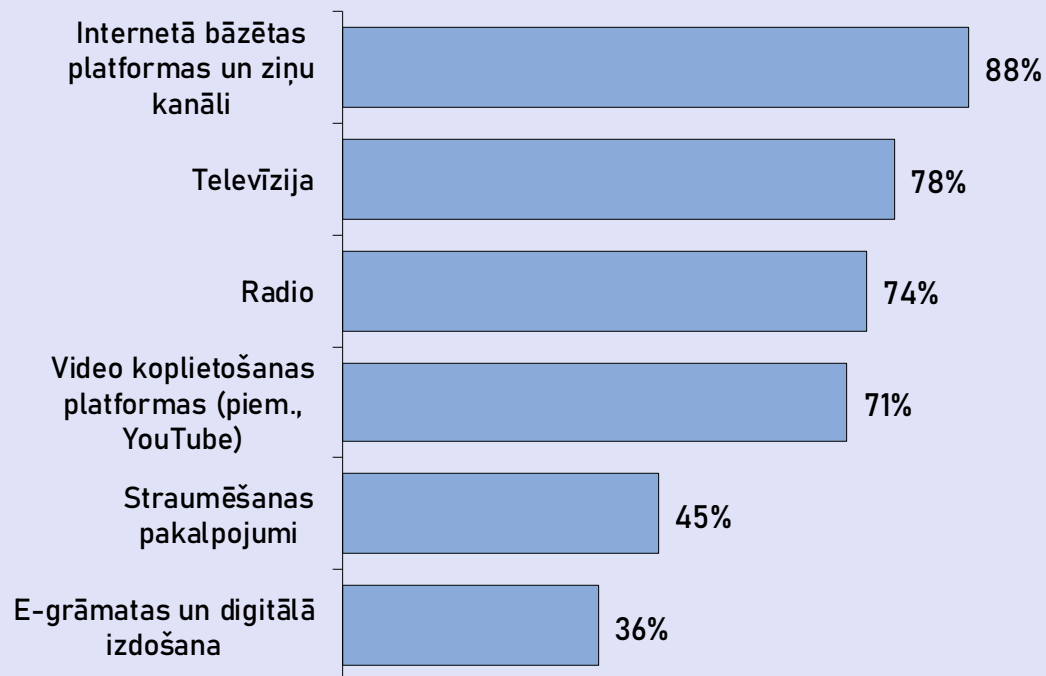
Mediju un interneta lietošana



Lietotie informācijas resursi un mediji

Dažādu informācijas resursu / mediju veidu lietošana

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N = 1548)

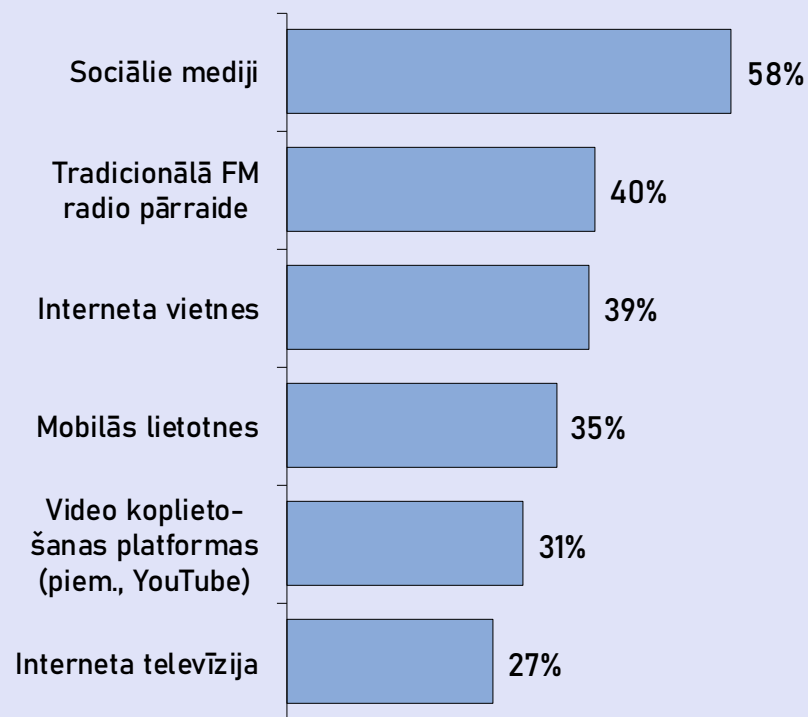


Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, populārāko informācijas resursu galvgalī ir **internets, internetā bāzētās platformas, sociālie mediji un ziņu kanāli**.

1. Vismazāk interneta resursus lieto respondenti vecumā no 65 gadiem – 73% aptaujāto.
2. Televīziju salīdzinoši biežāk skatās gados vecākie iedzīvotāji, ar zemāku izglītības un ienākumu līmeni, nestrādājošie, ārpus Rīgas dzīvojošie, kā arī latvieši.
3. Salīdzinoši biežāk radio klausās iedzīvotāji ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni, latvieši, vīrieši, respondenti, kuri pārvietojas ar auto.
4. Video koplietošanas platformas biežāk izmanto gados jaunākie respondenti, ar augstāku virs vidējā ikmēneša ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli, ar augstāko izglītību, strādājošie, kā arī Rīgas iedzīvotāji.
5. Straumēšanas pakalpojumus un e-grāmatas visbiežāk izmanto jaunieši līdz 25 gadu vecumam un turīgākie iedzīvotāji.

Lietotie informācijas resursi un mediji

Visregulārāk izmantotie informācijas resursu/ mediju veidi
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N = 1548)

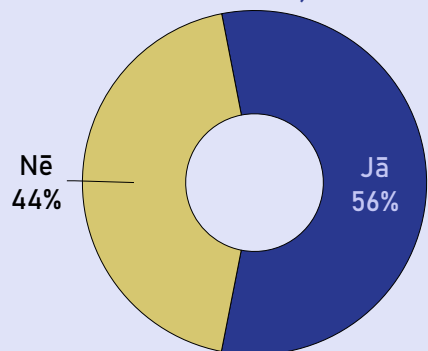


Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, visregulārāk jeb katru vai gandrīz katru dienu aptaujas respondenti izmanto **sociālos medijus**.

1. Jo gados jaunāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri lieto sociālos medijus. Lielāks sociālo mediju lietotāju skaits vērojams arī iedzīvotāju vidū ar augstāko izglītību, augstākiem ienākumiem.
2. Tradicionālo FM radio apraidi biežāk izmanto iedzīvotāji vecumā virs 25 gadiem, vīrieši, latvieši, ārpus Rīgas dzīvojošie respondenti.
3. Jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni un finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujas dalībnieku skaits, kuri izmanto interneta vietnes mediju pakalpojumu saņemšanai.
4. Mobilās lietotnes visbiežāk lieto respondenti vecumā no 26 līdz 54 gadiem, ar augstāku ienākumu un izglītības līmeni, Rīgas un Rīgas reģiona iedzīvotāji
5. Interneta televīziju biežāk izmanto iedzīvotāji vecumā līdz 54 gadiem, finansiāli nodrošinātākie, ar augstāko izglītību, strādājošie, kā arī latvieši.

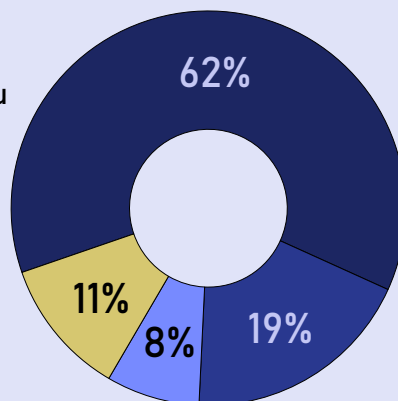
Radio klausīšanās pārvietojoties ar auto

Vai Jūs ikdienā pārvietojaties ar auto?
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki;
n=1548)



Cik bieži Jūs klausāties radio pārvietojoties ar auto?
(Bāze = respondenti, kuri ikdienā pārvietojas ar auto;
n=860)

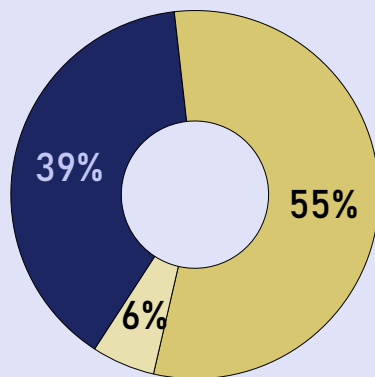
■ Katru\ gandrīz katru dienu
■ 1-4 reizes nedēļā
■ Retāk
■ Neklausās radio pārvietojoties ar auto



Vai pārvietojoties ar auto, jūs izmantojat iespēju savienot savu mobilo telefonu ar automašīnu, izmantojot AndroidAuto vai Apple CarPlay?

(Bāze = respondenti, kuri ikdienā pārvietojas ar auto;
n=860)

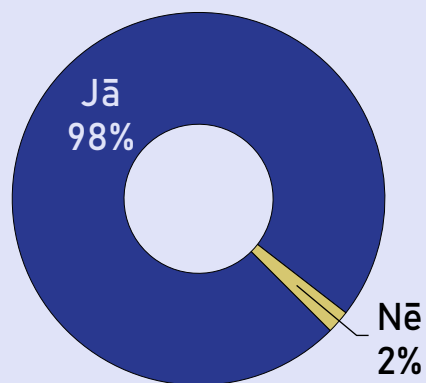
■ Jā
■ Nē
■ Nezinu, kas tas ir



1. Ar auto ikdienā pārvietojas vairākums (56%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Visbiežāk tie ir respondenti vecumā no 26 līdz 54 gadiem, iedzīvotāji ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni, vīrieši.
2. Radio automašīnā klausās dominējošā daļa (89%) autobraucēju jeb 50% respondentu visā izlasē. Galvenokārt, tie ir respondenti vecumā no 26 līdz 54 gadiem, iedzīvotāji ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni, vīrieši, strādājošie.
3. Iespēju savienot savu mobilo telefonu un automašīnu ar AndroidAuto vai Apple CarPlay izmanto 39% respondentu, kuri ikdienā pārvietojas ar auto, jeb 22% Latvijas iedzīvotāju. Lielākais AndroidAuto un Apple CarPlay lietotāju skaits (vairāk par trešdaļu) vērojams šādās sociāli demogrāfiskajās grupās – finansiāli nodrošinātākie respondenti (lieto 48%), ar augstāko izglītību, vecumā no 26 līdz 44 gadiem.

Interneta lietošana

Vai Jūs vispār lietojat internetu?
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Iemesli, kāpēc iedzīvotāji izmanto internetu
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



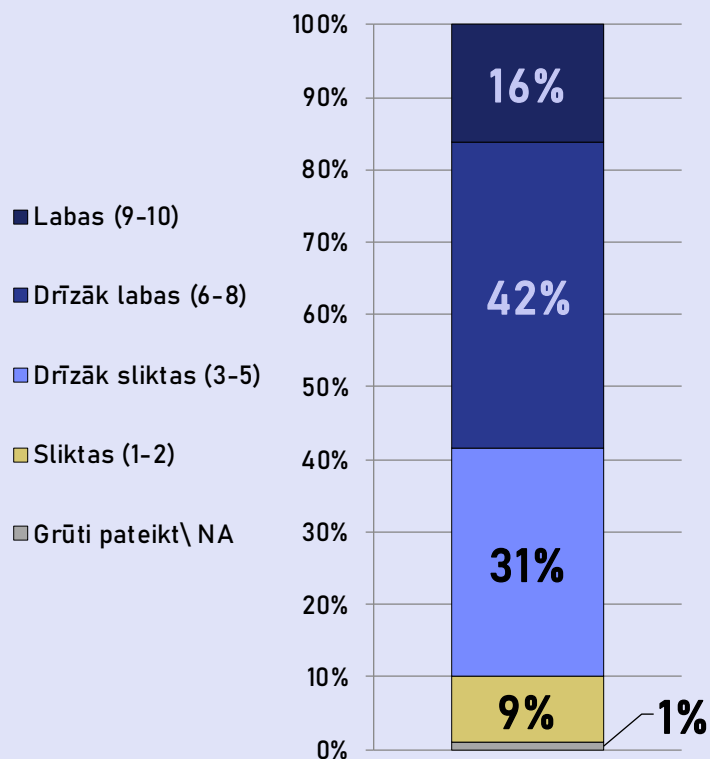
Internetu lieto gandrīz visi aptaujātie Latvijas iedzīvotāji. Interneta nelietotāji lielākoties ir seniori vecumā virs 65 gadiem.

1. Katru vai gandrīz katru dienu internetu izklaides nolūkiem visbiežāk lieto jaunieši vecumā līdz 25 gadiem.
2. Visbiežāk internetu ziņu un aktualitāšu gūšanai izmanto cilvēki vecumā no 35 līdz 64 gadiem, ar vidēju vai augstāku ienākumu līmeni, ar augstāko izglītību, kā arī Rīgas un Rīgas reģiona iedzīvotāji.
3. Jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri katru vai gandrīz katru dienu lieto internetu sociālajai saziņai.
4. Vienīgās sociāli demogrāfiskās grupas, kur vismaz reizi nedēļā izglītības nolūkiem tiek izmantots internets, ir jaunieši vecumā līdz 25 gadiem un iedzīvotāji no finansiāli nodrošinātākajām ģimenēm.
5. Darba vajadzībām internetu visbiežāk izmanto strādājošie, vecumā no 26 līdz 54 gadiem, ar augstāko izglītību un augstu ikmēneša ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli – iedzīvotāji, kuri, visticamāk, veic garīgu, nevis fizisku darbu.

Interneta lietošanas prasmes

Cik prasmīgs Jūs jūtaties izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)

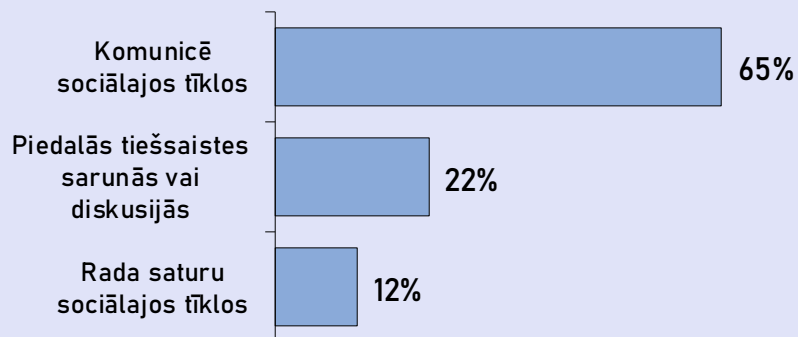


Aptaujātie Latvijas iedzīvotāji savas prasmes izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, **vērtēja kopumā piesardzīgi.**

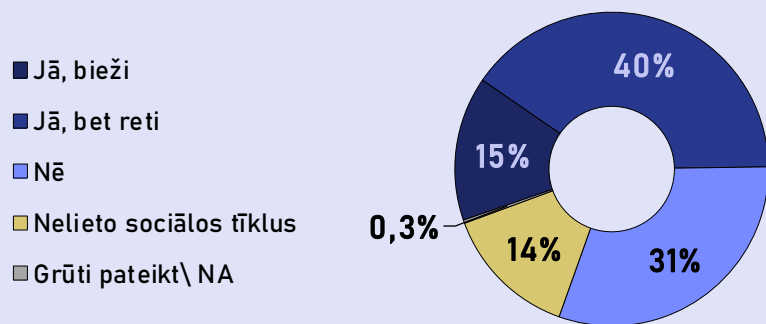
1. Prasmes izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, vidēji 10 punktu skalā tika vērtētas ar **6,1 punktu.**
2. Jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri savas interneta tehnoloģiju lietošanas prasmes raksturoja kā labas.
3. Jauniešu mērķa grupā vidējais vērtējums sasniedza **7,9 punktus** (augstākais starp visām sociāldemogrāfiskajām grupām), taču seniori (65 un vairāk gadi) savas interneta lietošanas prasmes vērtēja kritiski, vidējam vērtējumam sasniedzot vien **4,3 punktus** (zemākais vērtējums starp visām sociāldemogrāfiskajām grupām).

Komunikācija tiešsaistē

Īpatsvars iedzīvotāju, kuri vismaz reizi nedēļā:
(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



Vai sociālajos tīklos/medijos Jūs mēdzat dalīties ar
citu cilvēku radīto saturu?
(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



Gandrīz puse aptaujāto Latvijas iedzīvotāju sociālajos tīklos komunicē **katru vai gandrīz katru dienu**.

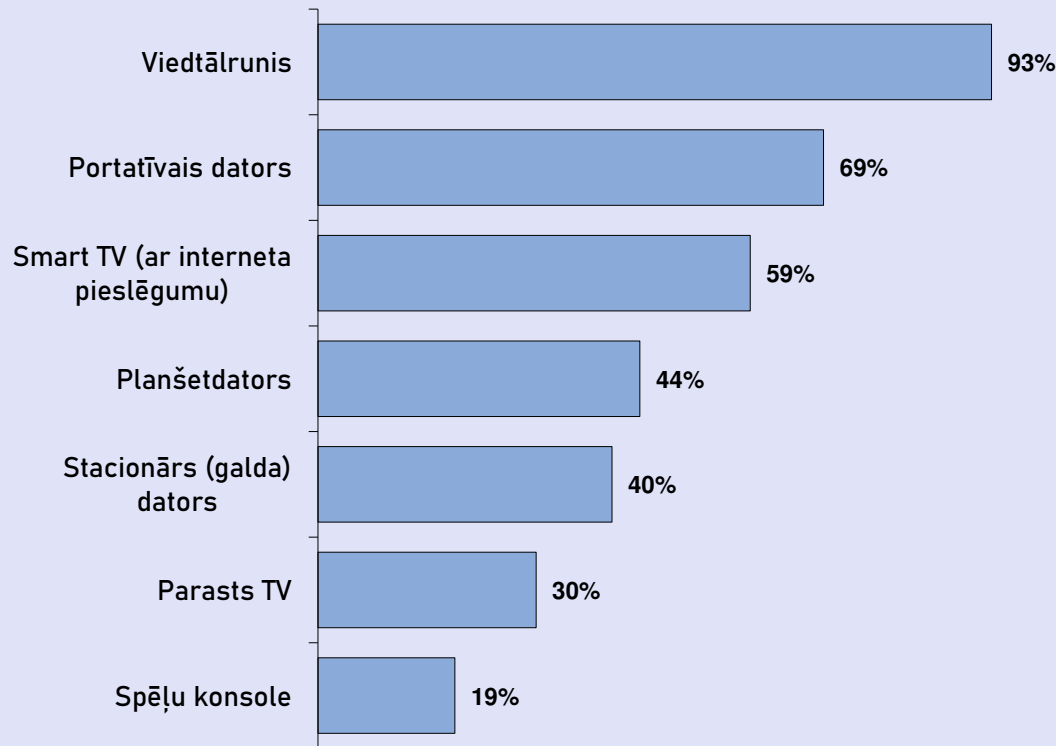
1. Jo gados jaunāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri ikdienā komunicē tiešsaistē. Tiešsaistē biežāk komunicē arī iedzīvotāji ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni, strādājošie, sievietes, latvieši, rīdzinieki.
2. Pārlicinoši visbiežāk video sarunās vai diskusijās tiešsaistē piedalās finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji – visticamāk, darot garīgu darbu – un jaunieši vecumā līdz 25 gadiem.
3. Vērojamas pētījumam raksturīgās tendences – jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri rada savu saturu sociālajos tīklos.
4. Pārlicinoši visbiežāk ar citu cilvēku radīto saturu sociālajos tīklos dalās gados jaunākā sabiedrības daļa.

Mijiedarbība ar tehnoloģijām



Pieejamās tehnoloģijas

Vai Jūsu mājsaimniecībā ir ...?
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N = 1548)



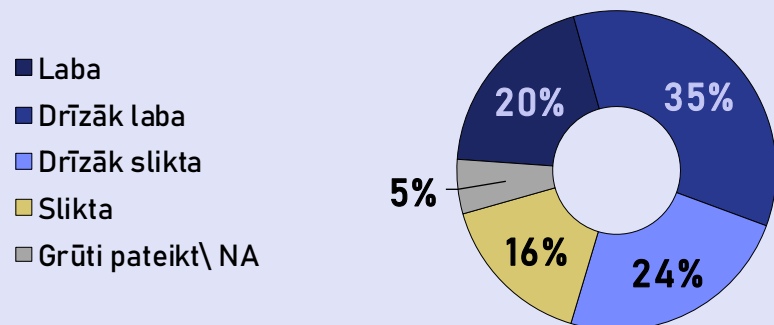
Kopumā Latvijas mājsaimniecības ir **labi aprīkotas ar dažādām ierīcēm**, kas ir paredzēta mediju un informācijas resursu lietošanai.

Raksturīgi, ka dažādās ierīces (izņemot parasto televizoru) kopumā biežāk ir pieejamas **aktīvāko interneta tehnoloģiju lietotāju mājsaimniecībās** – gados jaunāko respondentu vidū, ar augstāku iegūtās izglītības un ienākumu līmeni, strādājošo un Rīgas iedzīvotāju vidū.

Jaunu tehnoloģiju apgūšana

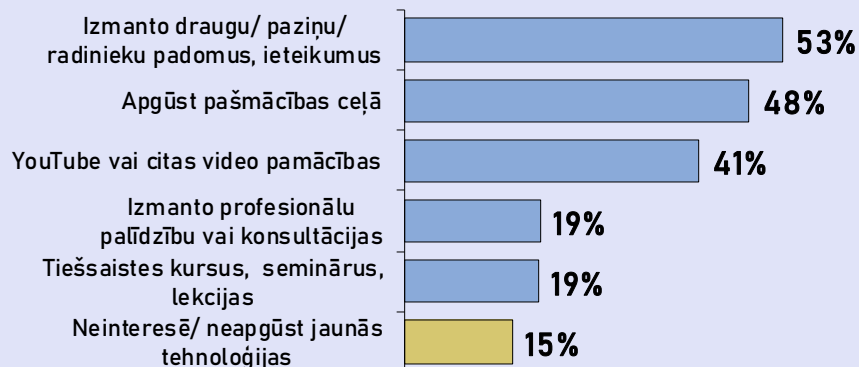
Kā Jūs raksturotu savu spēju apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



Kādus resursus Jūs visbiežāk izmantojat, lai mācītos par jaunām tehnoloģijām, rīkiem?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



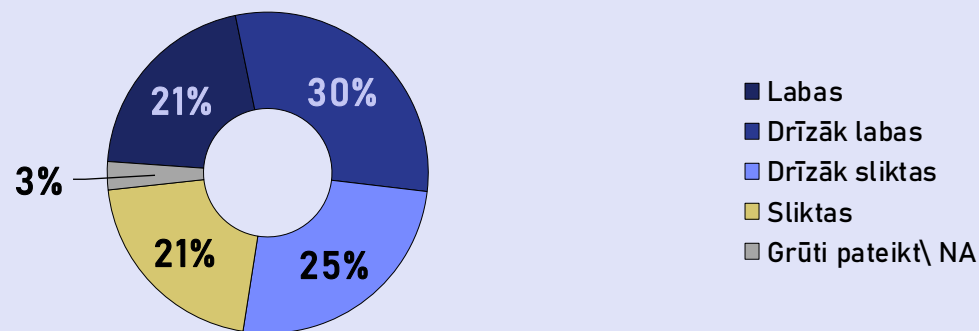
Vairāk nekā puse (55%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju **savas spējas** apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus **vērtēja pozitīvi**.

1. Jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, kā arī jo urbanizētāka ir apdzīvotā vieta, jo lielāks ir to aptaujas dalībnieku īpatsvars, kuri savas spējas apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus vērtēja kā labas.
2. Minētās respondentu grupas arī salīdzinoši biežāk izvēlas jaunās tehnoloģijas apgūt pašmācības ceļā.
3. Video pamācības, piemēram, *Youtube*, biežāk izmanto gados jaunākie, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, rīdzinieki.
4. Profesionālu palīdzību visbiežāk izmanto finansiāli nodrošinātākie respondenti un iedzīvotāji ar augstāko izglītību.
5. Tiešsaistes apmācības, lai apgūtu jaunas tehnoloģijas, pārliecinoši visbiežāk izmanto finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, jaunieši un Rīgas iedzīvotāji.

Ierīču uzstādīšana un uzturēšana

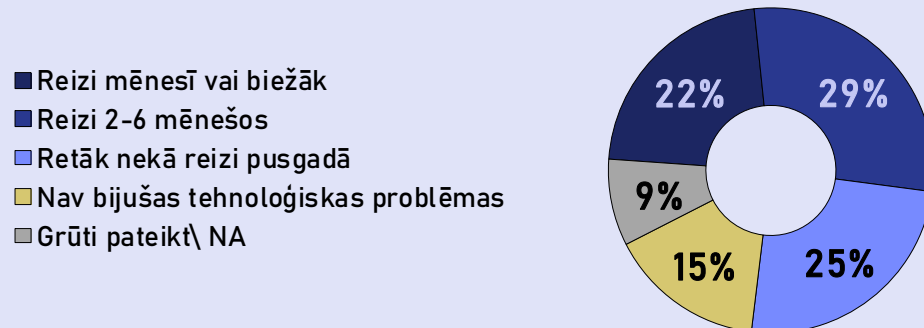
Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes uzstādīt jaunu ierīci vai mainīt tās iestatījumus?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



Cik bieži, izmantojot tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, Jūs saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



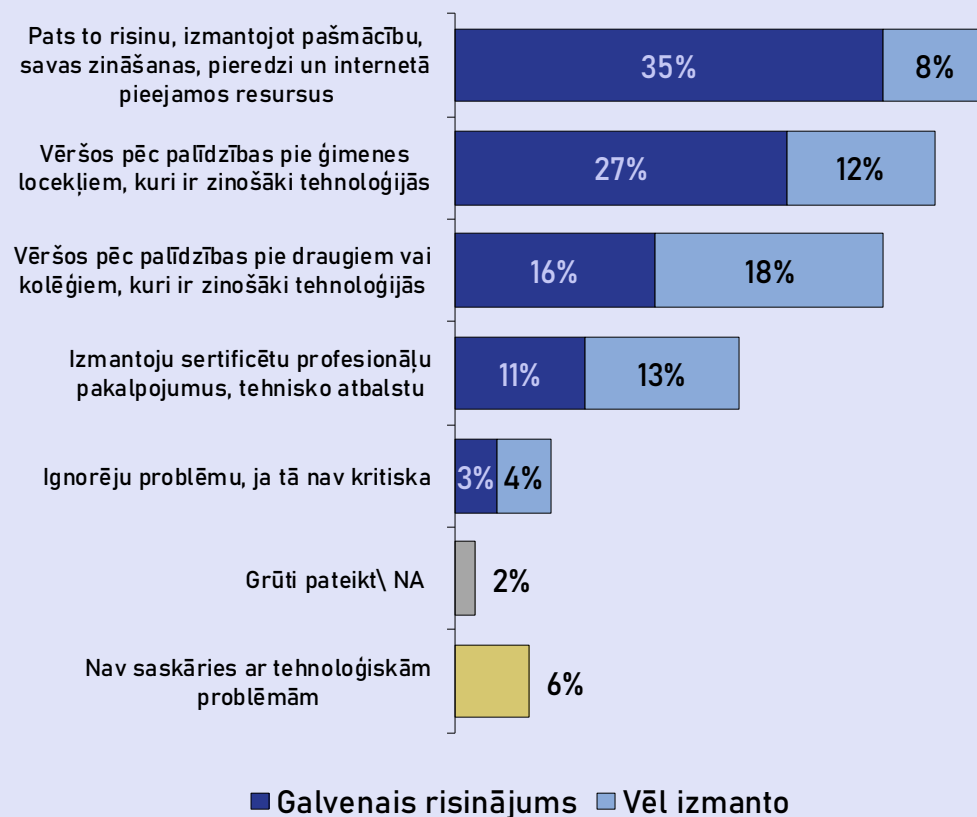
Aptaujāto Latvijas iedzīvotāju **saskarsmes pieredze** ar dažādām tehnoloģiskām problēmām vai ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumiem **ir ļoti dažāda**.

1. Prasmes uzstādīt jaunu ierīci pozitīvi vērtēja vairāk nekā trīs ceturdaļas respondentu vecumā līdz 34 gadiem un iedzīvotāju ar augstu ienākumu līmeni – augstākie rādītāji no sociāldemogrāfiskajām grupām.
2. Senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā kritiski savas spējas uzstādīt jaunu ierīci vērtēja vairāk nekā trīs ceturdaļas (80%) aptaujāto.
3. Vismaz reizi mēnesī tehnoloģiskas problēmas risina gandrīz katrs ceturtais valsts iedzīvotājs, visbiežāk tie ir **aktīvākie interneta tehnoloģiju lietotāji** – jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, finansiāli nodrošinātākie aptaujas dalībnieki, kā arī Rīgas iedzīvotāji.

Problēmu risināšana

Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām vai problēmām ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumos?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



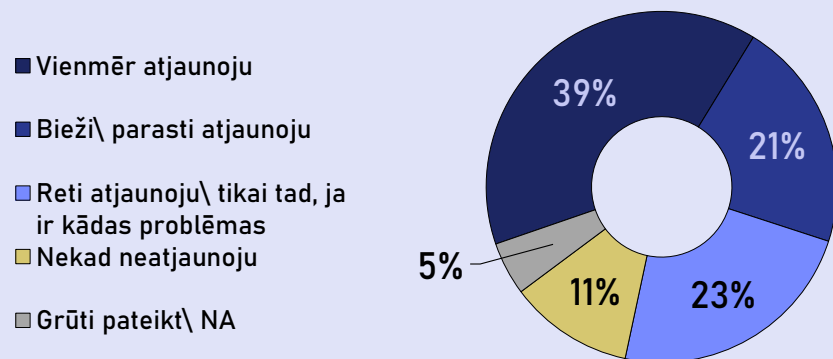
Aptaujāto Latvijas iedzīvotāju **izmantotie risinājumi**, saskaroties ar dažādām tehnoloģiskām problēmām vai ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumiem **ir dažādi**.

1. Vērojamas ierastās tendences – jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri paši risina tehnoloģiskās problēmas. Ievērojami biežāk nekā sievietes (33%) uz saviem spēkiem paļaujas aptaujātie vīrieši (55%).
2. Pie ģimenes locekļiem ierasti vēršas gados vecākā paaudze vecumā virs 55 gadiem, nestrādājošie, sievietes.
3. Visbiežāk padomu tehnoloģisku problēmu risināšanā lūdz draugiem vai kolēģiem jaunieši vecumā līdz 25 gadiem.
4. Visbiežāk sertificētu profesionāļu pakalpojumus izmanto iedzīvotāji vecumā no 35 līdz 64 gadiem.

Ierīču atjaunināšana un piekļuves ierobežošana

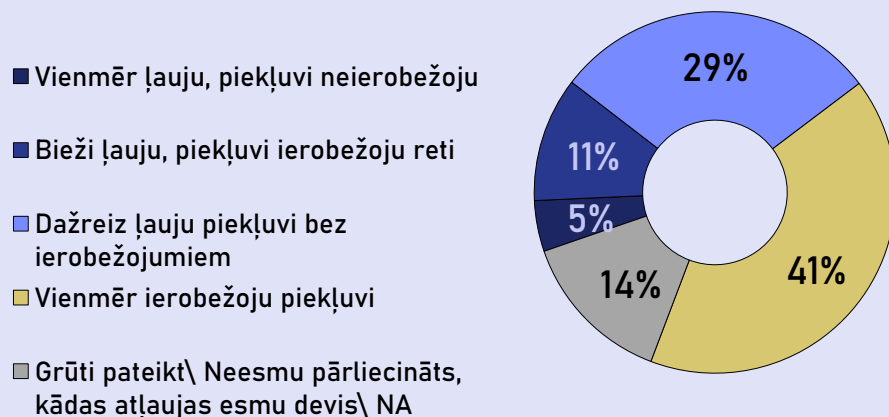
Cik bieži Jūs atjaunojat savu digitālo ierīču programmatūru?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



Vai Jūs ļaujat mobilo ierīču aplikācijām piekļūt Jūsu personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



Pētījuma rezultāti liecina, ka **vairākums (60%) iedzīvotāju Latvijas sabiedrībā rūpējas par savu digitālo ierīču programmatūras stāvokli**, vienmēr vai bieži tās atjaunojot. Digitālo ierīšu atjaunināšana nozīmē būtisku kiberdrošības uzlabošanu. Trešdaļa (34%) iedzīvotāju šim jautājumam nepievērš pienācīgu uzmanību, laicīgi neatjaunojot programmatūru, tādējādi pakļaujot ierīces drošības riskiem.

✓ Visbiežāk (vairāk nekā trīs ceturtdaļas aptaujāto) par savu digitālo ierīču programmatūras stāvokli rūpējas respondenti vecumā līdz 44 gadiem un finansiāli labāk nodrošinātie iedzīvotāji.

Saskaņā ar aptaujas rezultātiem, **41% aptaujāto iedzīvotāju vienmēr ierobežo piekļuvi personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai mobilo ierīču aplikācijām.**

Mobilo ierīču aplikācijām piekļūt personīgajai informācijai vienmēr vai parasti ļauj 16% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju, tādējādi palielinot drošības riskus, ka tai var kāds piekļūt un izmantot nevēlamiem mērķiem. Biežāk tie ir gados jaunākie respondenti vecumā līdz 44 gadiem. Piekļuvi bez ierobežojumiem dažreiz ļauj 29% aptaujāto.

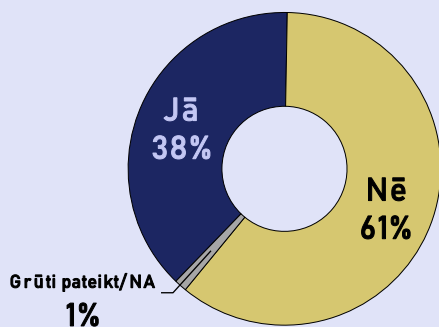
Latvijā ierobežots saturs



Saskare ar Latvijā ierobežotu saturu

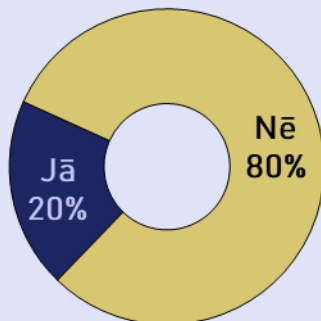
Vai Jūs kādreiz esat saskāries ar situāciju, kad nevarējāt piekļūt noteiktam saturam internetā, jo tas bija ierobežots Latvijā?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



Vai Jūs esat mēģinājis apiet šos ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam?

(Bāze = respondenti, kuri internetā ir saskārušies ar Latvijā ierobežotu saturu; n = 555)



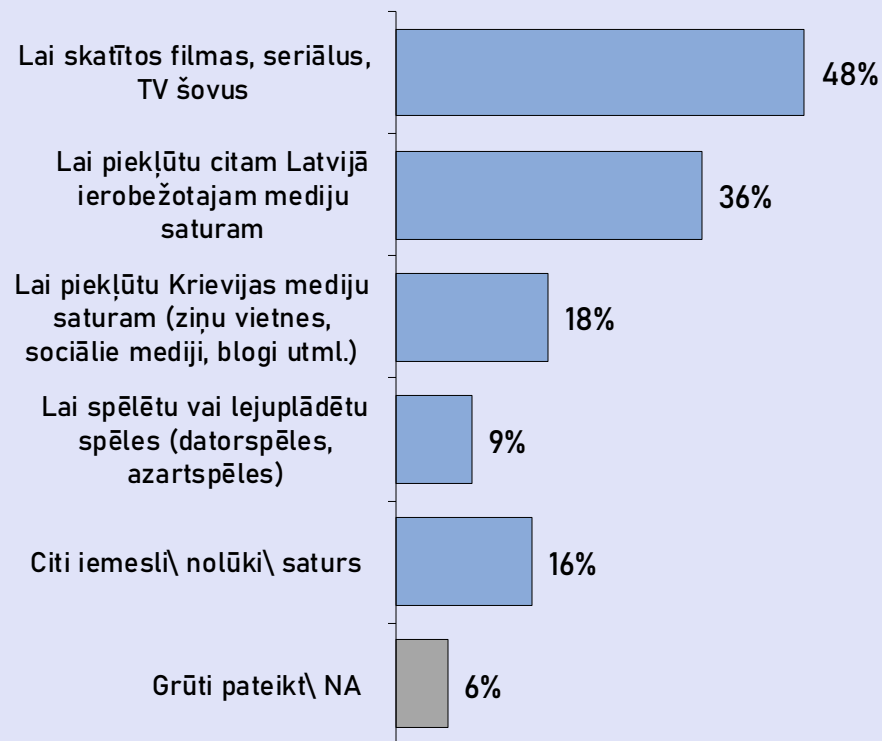
Ar situāciju, kad nevarēja piekļūt noteiktam saturam internetā jo tas bija ierobežots Latvijā, ir **saskārušies vairāk nekā trešdaļa** aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Mēģinājuši apiet šos ierobežojumus ir piektdaļa respondentu jeb 7% Latvijas iedzīvotāju.

1. Visbiežāk ar ierobežojumiem saskārušies respondenti vecumā no 26 līdz 34 gadiem, mazākumtautību pārstāvji, finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji.
2. Mēģinājumus apiet ierobežojumus biežāk veikuši respondenti vecumā līdz 44 gadiem, finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji, vīrieši.

Piekļuve Latvijā ierobežotam saturam

Kādu iemeslu/satura dēļ Jūs apmeklējāt Latvijā ierobežotos interneta resursus?

(Bāze = respondenti, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam; n = 91)



1. Pārliciecināši populārākā metode, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam, ir **VPN (virtuālais privātais tīkls)** – to izmanto vairāk nekā puse Latvijā ierobežotā satura interesentu. Aptuveni divas trešdaļas respondentu, kuri skatās Latvijā ierobežotu saturu, to dara retāk nekā reizi mēnesī.
2. 6% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju ir **izdevies apiet ierobežojumus**. Visbiežāk to paveikuši respondenti vecumā līdz 44 gadiem, finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji, vīrieši.
3. Divas trešdaļas respondentu, kuri lieto Latvijā ierobežotu saturu, savas **tehniskās zināšanas un prasmes**, lai piekļūtu un skatītos sev interesējošu saturu internetā, kas Latvijā ir ierobežots, **raksturoja kā labas vai drīzāk labas**.

Mākslīgais intelekts

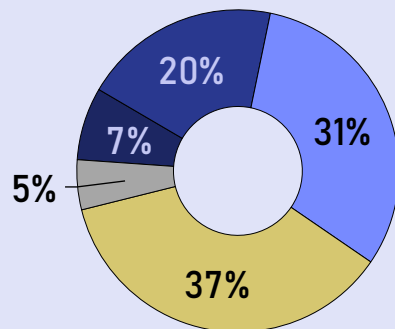


Zināšanas par mākslīgo intelektu

Kā Jūs raksturotu savas zināšanas par mākslīgo intelektu un tā pielietojumu?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)

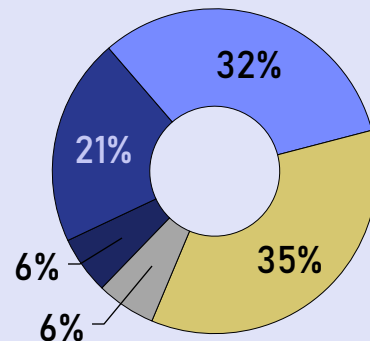
- Labas
- Drīzāk labas
- Drīzāk sliktas
- Sliktas
- Grūti pateikt\ NA



Vai Jūs spējat atšķirt, kad saturs ir radīts vai modificēts ar mākslīgā intelekta palīdzību?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)

- Vienmēr\ gandrīz vienmēr spēju atpazīt
- Bieži spēju atpazīt
- Dažreiz\ reti spēju atpazīt
- Nespēju atpazīt
- Grūti pateikt\ NA



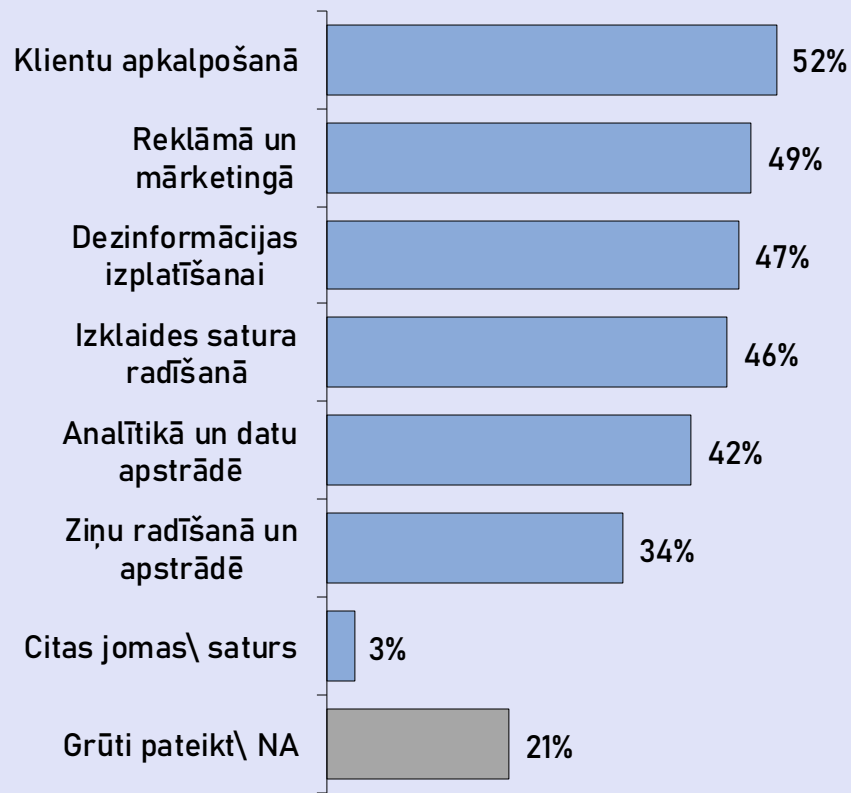
Latvijas sabiedrība pagaidām vēl **kritiski vērtē** savas zināšanas par mākslīgo intelektu (MI) un tā pielietojumu.

1. Vairāk nekā puse jauniešu vecumā līdz 25 gadiem un gandrīz trīs piektdaļas finansiāli nodrošināto iedzīvotāju savas zināšanas par MI vērtē pozitīvi.
2. Divas trešdaļas aptaujāto Latvijas iedzīvotāju visumā skeptiski vērtē savas spējas atšķirt, kad saturs ir radīts vai modificēts ar mākslīgā intelekta palīdzību.
3. Vērojamas raksturīgās 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 īpatsvars, kuri savas spējas atšķirt, kad saturs ir radīts vai modificēts ar mākslīgā intelekta palīdzību, vērtēja kā labas.

Šos rezultātus ir būtiski uztvert tieši pieaugošā MI radītā satura lietošanā daudzās dzīves sfērās, ne tikai medijos, bet arī tirgzinībā, akadēmiskajā vidē un mākslā – **nespēja atpazīt MI saturu ir potenciāli kaitnieciska sabiedrības uzticēšanās raisīšanai.**

Mākslīgā intelekta pielietojums

Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem,
Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?
(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



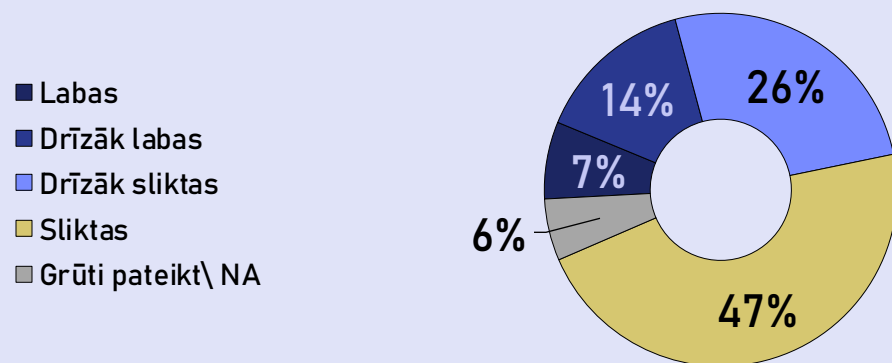
Latvijas iedzīvotāju skatījumā mākslīgais intelekts tiek pielietots ļoti dažādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem.

1. Vairāk nekā 40% aptaujāto uzskata, ka mākslīgais internets tiek pielietots klientu apkalpošanā (piemēram, tērzētājrobotos jeb *čatbotos*), reklāmā un mārketingā, dezinformācijas izplatīšanai, izklaides satura radīšanā, kā arī analītikā un datu apstrādē.
2. Visus augstāk minētos mākslīgā intelekta pielietojuma mērķus biežāk minēja gados jaunākie, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, strādājošie, vīrieši, Rīgas iedzīvotāji.
3. Vecākās respondentu grupās, it īpaši mērķa grupā virs 65 gadiem, ir mazāk pārliecības un zināšanu par to, kādiem mērķiem MI var tikt izmantots.

Mākslīgā intelekta lietošana

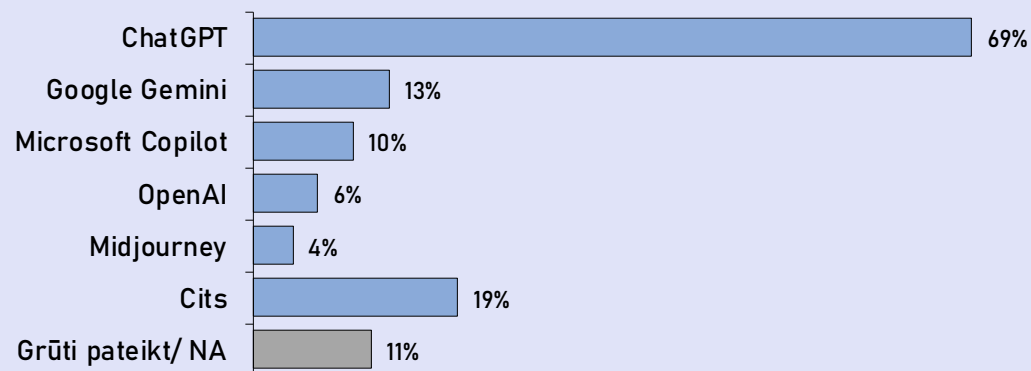
Kā Jūs vērtētu savas prasmes un zināšanas runājot par mākslīgā intelekta rīku izmantošanu?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



Kādus mākslīgā intelekta rīkus Jūs izmantojat savā darbībā?

(Bāze = respondenti, kuri izmanto mākslīgā interneta rīkus; n = 382)

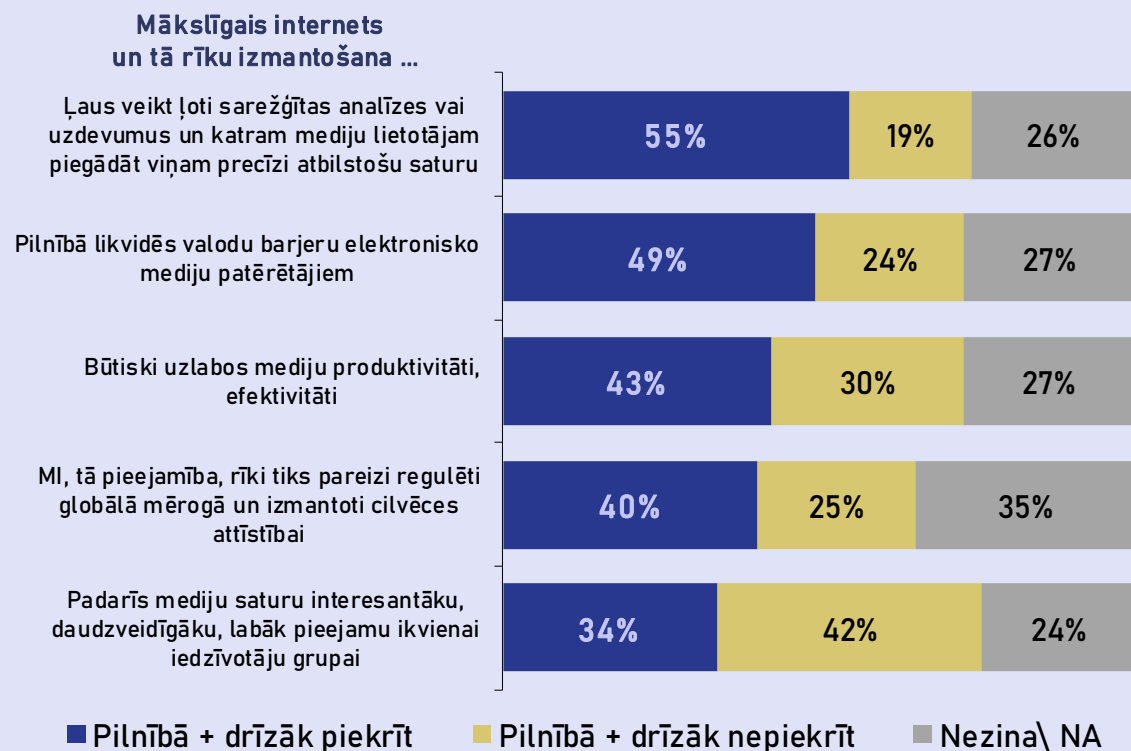


Pašlaik mākslīgā interneta rīkus izmanto katrs ceturtais (24%) Latvijas iedzīvotājs. Tomēr nedaudz **vairāk kā puse** (52%) aptaujāto atbildēja, ka **mākslīgā interneta rīkus neizmanto** un nav intereses arī tos izmantot.

1. Vairāk nekā puse jauniešu līdz 25 gadu vecumam un respondenti ar augstiem ienākumiem izmanto mākslīgo intelektu – biežāk nekā citas sociāldemogrāfiskās grupas.
2. Kā labas savas prasmes izmantot MI vērtēja gados jaunākie, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, rīdzinieki. Jaunieši vecumā līdz 25 gadiem ir vienīgā sociāli demogrāfiskā grupa, kur mākslīgā intelekta rīku izmantošanas prasmes pozitīvi vērtēja gandrīz 60% aptaujāto.
3. Pašlaik **ChatGPT jau lieto 16% aptaujāto** Latvijas iedzīvotāju. Lielākais ChatGPT lietotāju skaits vērojams jauniešu (15 – 25 gadi) mērķa grupā un finansiāli nodrošinātāko respondentu vidū.

Uzskati par mākslīgo intelektu

Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādiem izteikumiem par mākslīgo intelektu, tā rīku izmantošanu un ietekmi uz mediju vidi?
(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



Mākslīgā interneta un tā rīku izmantošanai ir arī savas priekšrocības, tas var optimizēt mediju darbu, novērst valodu barjeras, veikt sarežģītas analīzes un efektīvāk uzrunāt lietotāju auditoriju.

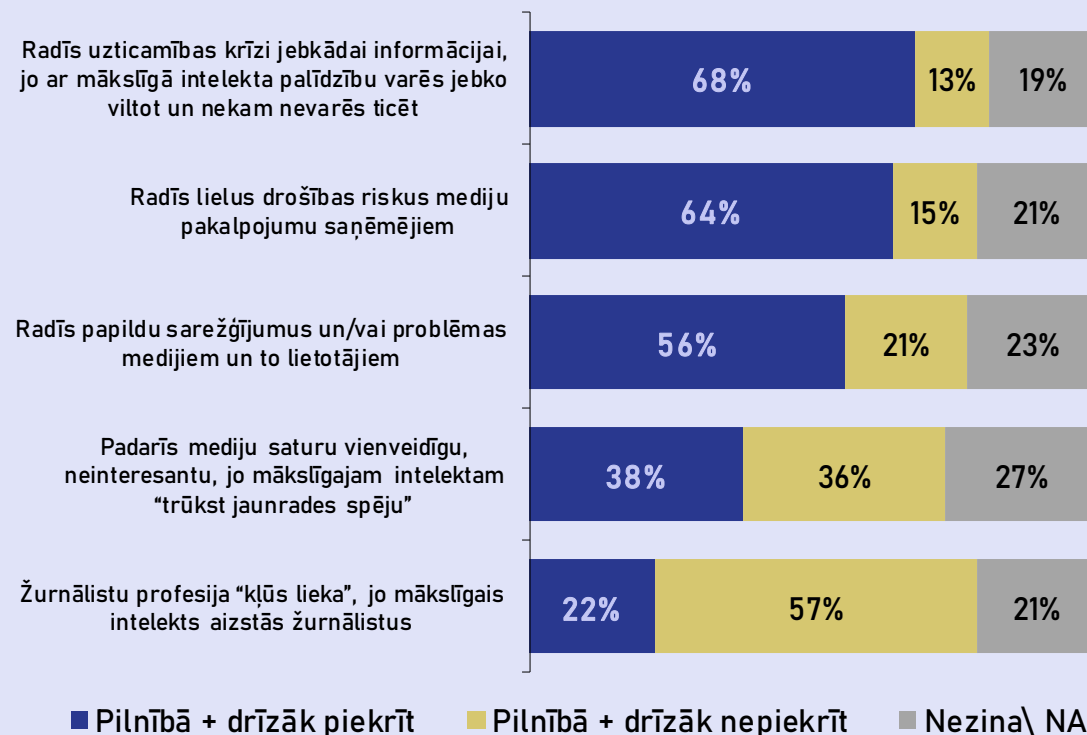
Uzskatos par MI pozitīvo ietekmi novērojama pētījumam raksturīgā tendence - jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri lielākā mērā piekrīt MI pozitīvajai ietekmei uz dažādam dzīves sfēram, biežāk sniedzot pozitīvu vai negatīvu vērtējumu kopumā.

Uzskati par mākslīgo intelektu

Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādiem izteikumiem par mākslīgo intelektu, tā rīku izmantošanu un ietekmi uz mediju vidi?

(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)

Mākslīgais internets
un tā rīku izmantošana ...

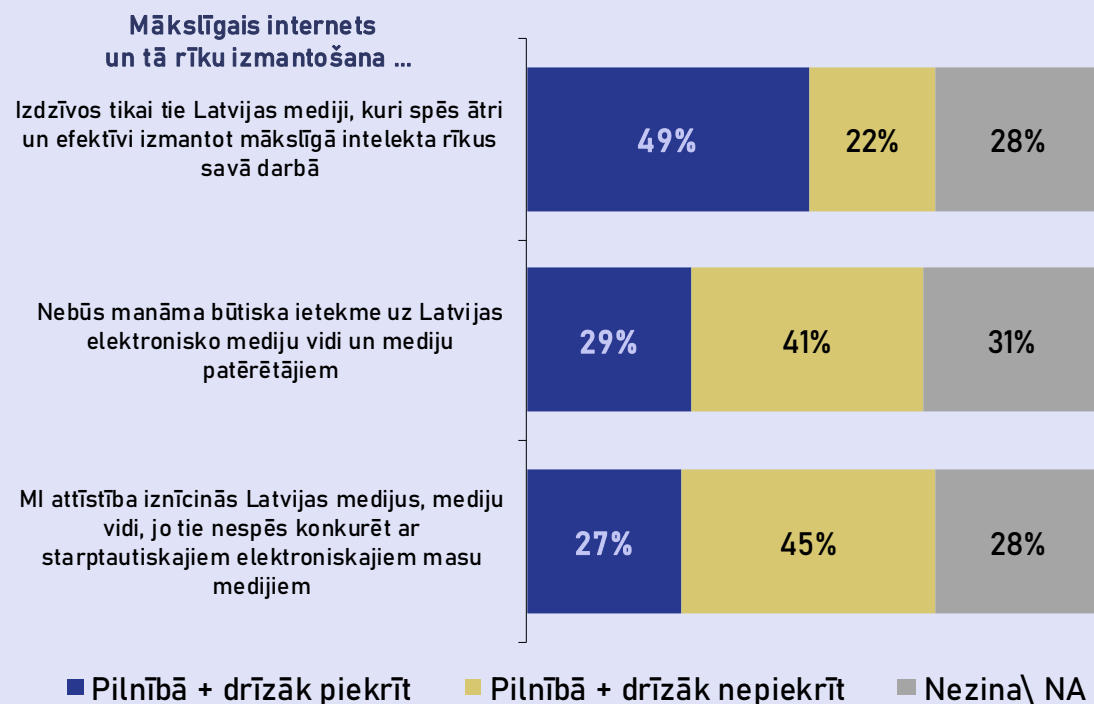


Mākslīgā interneta rīku pielietojums kopumā raisa vairāk rezervētu, kritisku attieksmi. Latvijas iedzīvotāju skatījumā mākslīgā intelekta rīku izmantošana radīs bažas par satura ticamību un drošības riskus. Mākslīgā interneta rīki paplašina iespējas manipulēt ar medija satura lietotāju.

Tāpat kā par MI pozitīvo ietekmi, arī par iespējamo negatīvo iespaidu uz mediju vidi kopumā gados jaunāki cilvēki, respondenti ar augstāku izglītību un ienākumu līmeni ir lielākā mērā informēti par MI tēmām un tādējādi atzīmēja pozitīvu vai negatīvu atbildi.

Uzskati par mākslīgo intelektu

Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādiem izteikumiem par mākslīgo intelektu, tā rīku izmantošanu un ietekmi uz mediju vidi?
(Bāze = interneta lietotāji; N = 1521)



Respondentu vērtējumam tika piedāvāti dažādi izteikumi par mākslīgo intelektu, tā rīku izmantošanu un ietekmi uz Latvijas mediju vidi. Respondentu domas šajos jautājumos dalījās, **sabiedrībai nav vienota viedokļa, kādi būs mākslīgā interneta izmantošanas rezultāti ilgtermiņā Latvijas mediju vidē.**

Kopumā, tāpat kā pārējos apgalvojumos, iedzīvotājiem nav skaidra Latvijas mediju nākotne, domājot par MI ietekmi, taču gandrīz puse respondentu atzīst, ka tā izmantošana būs nepieciešama.

Latvijas iedzīvotāju prasmes un ieradumi lietot tehnoloģijas mediju pakalpojumu saņemšanai



Kontaktinformācija:

Tirgus un sociālo pētījumu centrs «Latvijas Fakti»

Adrese: Bruņinieku iela 8a-5, Rīga, LV-1010

Vietne: www.latvianfacts.lv

Oksana Kurcalte

Vecākā projektu vadītāja

Tālrunis: +371 67314002

E-pasts: sana@latfacts.lv

Sabiedrības aptauja

2024. gada oktobris-novembris

Latvijas iedzīvotāju prasmes un ieradumi lietot tehnoloģijas mediju pakalpojumu saņemšanai

Sabiedrības aptauja
2024. gada oktobris–novembris

