

Anotācija pētījumam par Latvijas iedzīvotāju mediju satura lietošanas paradumiem

Pētījuma mērķi un galvenie rezultāti latviešu valodā

Pētījuma mērķi ir noskaidrot:

- 1) Kādus medijus un informācijas resursus lieto Latvijas iedzīvotāji un kāpēc?
- 2) Kā ir izmainījušies to iedzīvotāju mediju un informācijas resursu lietošanas paradumi, kas lietoja saturu, kas pašlaik Latvijas teritorijā ir ierobežots? Vai un kā Latvijas teritorijā ierobežotais saturs tiek meklēts?
- 3) Kādas tehnoloģiskās platformas un rīkus Latvijas iedzīvotāji izmanto, lietojot medijus un informācijas/satura resursus?
- 4) Par kādiem Latvijas un starptautiskajiem mediju pakalpojumiem iedzīvotāji maksā vai būtu gatavi maksāt?
- 5) Kāda ir Latvijas iedzīvotāju uzticēšanās Latvijas mediju saturam? Cik lielā mērā Latvijas iedzīvotāji uzticas vietējam ziņu un informatīvi analītiskajam saturam?

Sabiedrībā nozīmīgākie informācijas ieguves resursi ir ziņapmaiņas platformas, sociālie mediji, interneta ziņu portāli, kā arī televīzija, tos vismaz reizi nedēļā izmanto vairāk nekā divas trešdaļas aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.

Populārākie mediji Latvijas sabiedrībā:

- Sociālie mediji, kā Facebook, YouTube, kurus vismaz reizi nedēļā izmanto vairākums Latvijas iedzīvotāju;
- Komercediji, kā Delfi un TV3, kurus vismaz reizi nedēļā lieto vairāk nekā 35% pētījuma dalībnieku.
- Latvijas sabiedriskais medijs. LTV vismaz reizi nedēļā lieto 49%, Latvijas Radio – 36%, savukārt portālu lsm.lv – 23% Latvijas iedzīvotāju.

Sabiedrība kopumā uzticas Latvijas medijiem, visi mediji tika vērtēti galvenokārt kā uzticami. Līdzīgi kā iepriekšējos pētījumos, arī šogad sabiedrības uzticēšanās reitinga līderi ir Latvijas sabiedriskā medija radio (LR) un televīzijas (LTV) programmas, kā arī TV3. Tie ir vienīgie mediji, kuriem uzticas vairāk par pusi Latvijas iedzīvotāju.

Ziņas, aktualitātes par notikumiem Latvijā un ārvalstīs, ir nozīmīgākā tēma medijos, tās interesē vairāk nekā trīs ceturtdaļas valsts iedzīvotāju.

Latvijā veidotajām ziņām latviešu valodā uzticas divas trešdaļas (63%), informatīvi analītiskajam saturam latviešu valodā uzticas 58% pētījuma dalībnieku.

Līdzīgi kā iepriekšējos pētījumos kopš 2021.gada, arī šogad vairākums (62%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju noraidīja apgalvojumu, ka mediji un to saturs ietekmēot viņu personīgo viedokli par dažādiem jautājumiem, vērtībām, notikumiem.

Aizvien liels sabiedrībā ir iedzīvotāju skaits (41%), kuri atzīst, ka viņiem ir grūti atšķirt uzticamu informāciju medijos no nepatiesas (safabricētas, maldinošas).

To, ka sociālajos medijos, kā, piemēram, YouTube, Facebook, tiktu izplatīts Latvijā bloķēto Krievijas mediju saturs, ir pamanījuši 31% aptaujas dalībnieku un tas ir augstākais rādītājs kopš Ukrainas kara sākuma.

Pētījuma mērķi un galvenie rezultāti angļu valodā

The objectives of this study are to find out:

- 1) What media and information resources do residents of Latvia use and why?
- 2) How have the usage habits of media and information resources changed for the residents of Latvia who previously used content currently restricted within the territory of Latvia? Whether and how content restricted in Latvia is searched?
- 3) What technological platforms and tools do residents of Latvia use when consuming media and information/content resources?
- 4) What Latvian and international media services do residents pay or would be willing to pay for?
- 5) What is the level of trust of Latvian residents in Latvian media content? To what extent do residents of Latvia trust local news and informative analytical content?

The most significant sources of information in society are messaging platforms, social media, Internet news portals, and television – more than two-thirds of the surveyed Latvian residents use these at least once a week. The most popular media in Latvian society are:

- Social media, such as Facebook, YouTube, which are used at least once a week by the majority of Latvian residents;
- Commercial media, such as Delfi and TV3, which are used at least once a week by more than 35% of the study participants;
- Latvian public media. 49% of Latvian residents use LTV at least once a week, 36% use Latvian Radio and 23% - lsm.lv portal.

Overall, society trusts Latvian media, with all media outlets being primarily rated as trustworthy. Similarly to previous studies, this year the leaders in public trust are Latvian public media radio (LR) and television (LTV) programmes, as well as TV3. These are the only media outlets trusted by more than half of the Latvian population.

Latest news and updates about events in Latvia and abroad are the most important topics in media – these topics interest more than three-quarters of the country's population.

Two-thirds (63%) of the population trust news created in Latvia in the Latvian language, while 58% of the respondents trust informational and analytical content in Latvian.

Similar to previous studies since 2021, the majority (63%) of the surveyed Latvian residents this year also rejected the statement that the media and media content influence their personal opinion on various issues, values and events.

A significant portion of the population (41%) still acknowledges that they find it difficult to distinguish between trustworthy information and false (fabricated, misleading) information in the media.

The fact that content from Russian media, which is blocked in Latvia, is being spread on social media platforms, such as YouTube, Facebook, has been noticed by 31% of the survey participants, which is the highest rate since the start of the war in Ukraine.

Veidus, kā turpināt izmantot bloķētos Krievijas masu medijus, ir meklējuši 7% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Bloķēto Krievijas masu mediju saturs galvenokārt tiek lietots izmantojot YouTube.	7% of the surveyed Latvian residents have sought out ways to continue using the blocked Russian media content. The blocked Russian media content is primarily accessed via YouTube.
---	---

Galvenās pētījumā aplūkotās tēmas	Latvijas 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	2025
Pētījuma finansēšanas summa un finansēšanas avots	20'040 euro 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 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	1352 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	Viktorija Ogļina, tālr.: 67221848, e-pasts: viktorija.oglina@neplp.lv ; Dace Balode, tālr.: 67221848, e-pasts: dace.balode@neplp.lv ; Aurēlija, Ieva Druviete, tālr.: 67221848, e-pasts: aurelija.ieva.druviete@neplp.lv
Pētījuma autori	Oksana Kurcalte, Evija Mansone, Jeļena Karadžana, Ivars Krastiņš, Helēna Zaķe, Oskars Zalāns