

# Latvijas iedzīvotāju prasmes un ieradumi lietot tehnoloģijas mediju pakalpojumu saņemšanai

SABIEDRĪBAS APTAUJA



*Pētījums ir Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes īpašums un var tikt izmantots pēc Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes ieskatiem*

# SATURS

## I. METODOLOĢISKĀ INFORMĀCIJA

Aptaujas tehniskā informācija .....	3
Respondentu sociāli demogrāfiskais profils .....	5
Terminu skaidrojums .....	6
Statistiskās kļūdas novērtēšanas tabula .....	7

## II. KOPSAVILKUMS .....

8

## III. APTAUJAS REZULTĀTI

1. Dažādu tehnoloģiju izmantošana elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai .....	22
2. Interneta lietošana, mērķi un lietošanas prasmes, lai saņemtu mediju pakalpojumus .....	49
3. Sociālās prasmes un komunikācijas intensitāte tiešsaistē .....	60
4. Jaunās mediju un komunikācijas tehnoloģijas – spēja tās apgūt un nozīmīgākie informācijas avoti .....	68
5. Prasmes rūpēties par digitālo drošību, risināt problēmas, konfigurēt ierīces .....	76
6. Reģionālo ierobežojumu apiešana internetā .....	89
7. Mākslīgais intelekts – zināšanas, priekšstati, prasmes, izmantošana .....	99
8. Radio klausīšanās pārvietojoties ar auto .....	132
9. Dažādu ierīču pieejamība mājāsaimniecībās .....	138

## IV. APTAUJAS ANKETA .....

145

## I.METODOLOĢISKĀ INFORMĀCIJA

### Aptaujas tehniskā informācija

<b>PĒTĪJUMA PASŪTĪTĀJS:</b>	Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (Doma laukums 8A, Rīga, LV-1939).
<b>PĒTĪJUMA VEICĒJS:</b>	Tirgus un sociālo pētījumu centrs "Latvijas Fakti" (Bruņinieku iela 8a-5, Rīga, LV-1010, Tālr.: +371 67314002; <a href="http://www.latvianfacts.lv">http://www.latvianfacts.lv</a> ).
<b>MĒRĶA GRUPA:</b>	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.
<b>IZLASE:</b>	Reprezentatīva sabiedrības izlase, kas veidota pēc daudzpakāpju nejaušās stratificētās atlasē 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.
<b>APTAUJAS METODE:</b>	Aptauja tika veikta, izmantojot kombinētu datu ieguves metodi: 75% interviju iegūtas, izmantojot tiešās (personīgās) intervēšanas metodi respondentu dzīves vietās un 25%, izmantojot datorizētas telefonintervijas.
<b>INTERVĒTĀJI:</b>	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.
<b>INTERVĒŠANAS LAIKS:</b>	21.09.2024. – 03.11.2024.

## Aptaujā sasniegtās izlases salīdzinājums ar iedzīvotāju statistiku

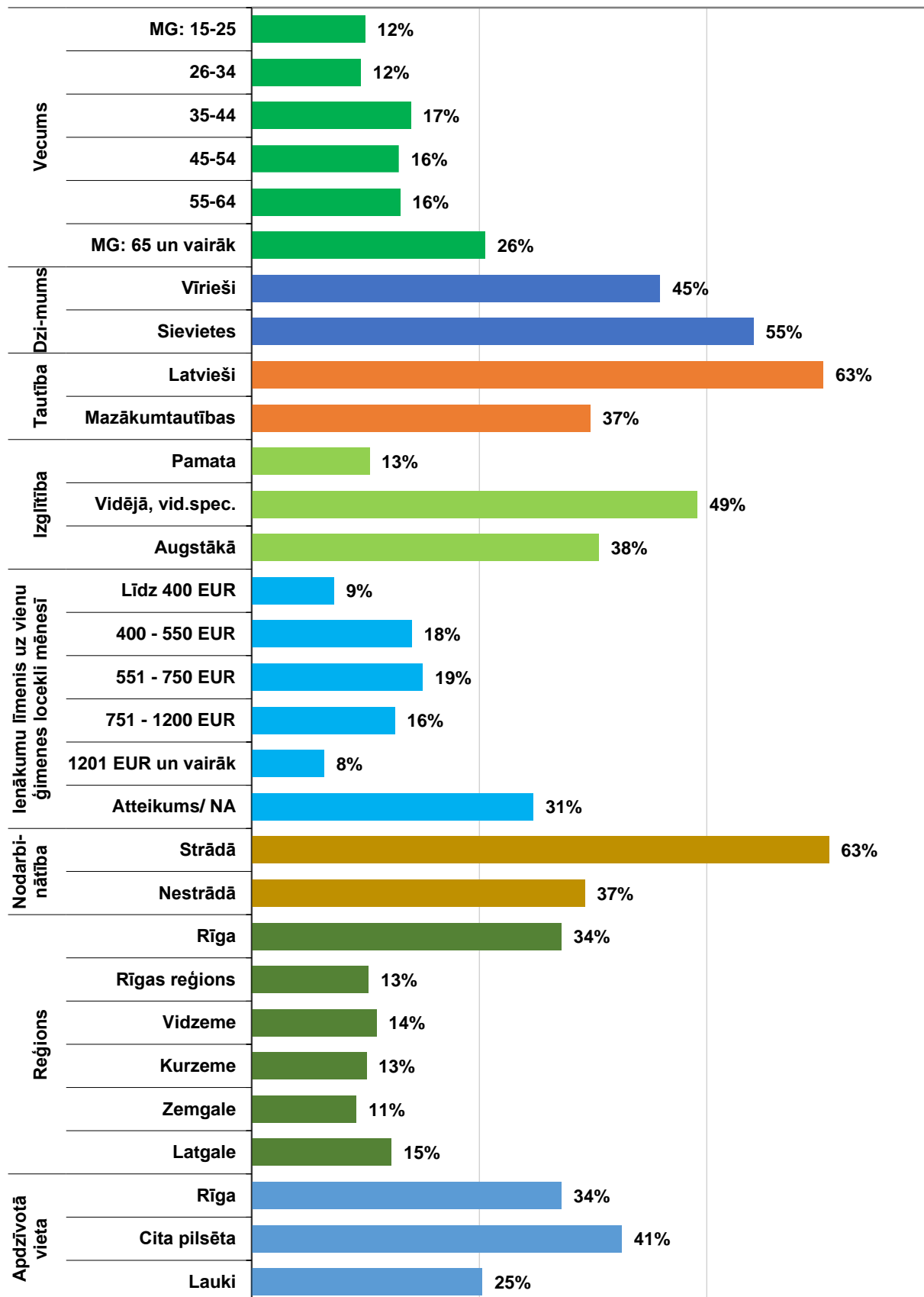
	Respondentu skaits izlasē pirms svēršanas (%)	Respondentu skaits izlasē pēc svēršanas (%)
<b><u>Kopā</u></b>	100,0%	100,0%
<b><u>Dzimums</u></b>		
Vīrieši	41,1%	44,9%
Sievietes	58,9%	55,1%
<b><u>Vecums</u></b>		
15-25	11,8%	12,4%
26-34	12,5%	12,0%
35-44	18,2%	17,5%
45-54	17,8%	16,2%
55-64	16,1%	16,3%
65 gadi un vairāk	11,8%	25,6%
<b><u>Tautība</u></b>		
Latvieši	66,9%	64,2%
Cittautieši	33,1%	35,8%
<b><u>Reģions</u></b>		
Rīga	34,7%	34,0%
Rīgas reģions	12,0%	12,8%
Vidzeme	15,6%	13,7%
Kurzeme	13,8%	12,6%
Zemgale	11,1%	11,5%
Latgale	12,9%	15,3%

*Dati tika svērti pēc pazīmēm: tautība, dzimums, vecums, reģions.*

*Atskaitē izmantoti svērti procenti un nesvērts skaits.*

## Respondentu sociāli demogrāfiskais profils

**Pētījuma izlases sadalījums**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1548)



## Terminu skaidrojums

**Izlase:** Latvijas iedzīvotāju kopuma mikromodelis.

### Izglītība:

- Pamatizglītība – respondents ar nepabeigtu vai pabeigtu pamatskolas, nepabeigtu vidējo izglītību.
- Vidējā, vidējā speciālā – respondents ar vispārējo vidējo, vidējo profesionālo, nepabeigtu augstāko izglītību.
- Augstākā – respondents ar augstāko izglītību vai iegūtu zinātnisko grādu.

### Reģions:

- Rīga – Rīgas pilsēta;
- Rīgas reģions – Ādažu novads; Jūrmala; Ķekavas novads; Mārupes novads; Olaines novads; Ropažu novads; Salaspils novads; Siguldas novads.
- Vidzeme – Alūksnes novads; Cēsu novads; Gulbenes novads; Limbažu novads; Madonas novads; Ogres novads; Saulkrastu novads; Smiltenes novads; Valkas novads; Valmieras novads; Varakļānu novads.
- Kurzeme – Dienvidkurzemes novads; Kuldīgas novads; Liepāja; Saldus novads; Talsu novads; Tukuma novads; Ventspils; Ventspils novads.
- Zemgale – Aizkraukles novads; Bauskas novads; Dobeles novads; Jēkabpils; Jēkabpils novads; Jelgava; Jelgavas novads.
- Latgale – Augšdaugavas novads; Balvu novads; Daugavpils; Krāslavas novads; Līvānu novads; Ludzas novads; Preiļu novads; Rēzekne; Rēzeknes novads;

### Apdzīvotā vieta:

- Rīga - Rīgas pilsēta.
- Cita pilsēta - Daugavpils, Liepāja, Jelgava, Jūrmala, Ventspils, Rēzekne, Valmiera, Jēkabpils un citas pilsētas.
- Ciems, lauki - pagasti, lauku viensētas.

**Ienākumu līmenis:** Ienākumu līmenis uz vienu ģimenes locekli mēnesī, ieskaitot visus ienākumus (algas, stipendijas, pabalstus, pensijas utt.) pēc nodokļu nomaksas (ienākumi sadalīti kvintilēs):

- Zems – līdz 400 eiro
- Vidēji zems – no 401 līdz 550 eiro
- Vidējs – no 551 līdz 750 eiro
- Vidēji augsts – no 751 eiro līdz 1200 eiro
- Augsts – 1201 eiro un vairāk

### Lietotie saīsinājumi:

*N* – izlases lielums

*NA* – nav atbildes

*TV* – televīzija

*MG* – mērķa grupa (1) jaunieši vecumā no 15 līdz 25 gadiem; 2) seniori vecumā no 65 gadiem un vecāki)

## Pētījuma rezultātu statistiskās kļūdas noteikšanas tabula

Pētījumu rezultātos vienmēr pastāv zināma statistiskās kļūdas varbūtība. Analizējot un skaidrojot pētījumā iegūtos rezultātus, tas ir jāņem vērā. Atšķirības, kuras iekļaujas statistiskās kļūdas robežās jeb ir mazākas par to, var uzskatīt par nenozīmīgām. Statistiskā kļūda ar 95% varbūtību tiek aprēķināta pēc šādas formulas:

$$\text{Precizitātes intervāls} = \pm 1,96 \sqrt{\frac{\pi(100 - \pi)}{n}}$$

$\pi$  = atbilžu sadalījums procentos %; n = respondentu skaits

Ātrākais un ērtākais statistisko mērījumu kļūdas noteikšanai, ir lietderīgi izmantot statistiskās kļūdas novērtēšanas tabulu. Lai noteiktu statistisko mērījumu kļūdu, nepieciešams zināt nesvērtu respondentu skaitu atbilstošajā apakšgrupā (tabulā atzīmēts ar N) un rezultātu procentos. Izmantojot šos lielumus, tabulas attiecīgajā iedaļā var atrast statistiskās mērījumu kļūdas robežas +/- procentos ar 95% varbūtību.

Lietojot pētījuma rezultātu statistiskās kļūdas noteikšanas tabulu, šajā pētījumā par kopējās izlases bāzi jāpieņem N = 1500.

### Pētījuma rezultātu statistiskās kļūdas noteikšanas tabula (ar 95% varbūtību)

Atbilžu sadalījums %	Respondentu skaits (bāze) N =														
	50	75	100	150	200	300	350	400	500	600	800	1000	1200	1500	2000
2 vai 98	4.0	3.2	2.8	2.3	2.0	1.6	1.5	1.4	1.3	1.1	1.0	0.9	0.8	<b>0.7</b>	0.6
4 vai 96	5.6	4.5	3.9	3.2	2.8	2.3	2.1	2.0	1.8	1.6	1.4	1.3	1.1	<b>1.0</b>	0.9
6 vai 94	6.8	5.5	4.8	3.9	3.4	2.8	2.5	2.4	2.1	2.0	1.7	1.5	1.4	<b>1.2</b>	1.0
8 vai 92	7.7	6.2	5.4	4.4	3.8	3.1	2.8	2.7	2.4	2.2	1.9	1.7	1.6	<b>1.4</b>	1.2
10 vai 90	8.5	6.9	6.0	4.9	4.3	3.5	3.1	3.0	2.7	2.5	2.1	1.9	1.7	<b>1.5</b>	1.3
12 vai 88	9.2	7.5	6.5	5.3	4.6	3.8	3.4	3.3	2.9	2.7	2.3	2.1	1.9	<b>1.6</b>	1.4
15 vai 85	10.1	8.2	7.1	5.9	5.1	4.1	3.7	3.6	3.2	2.9	2.5	2.3	2.1	<b>1.8</b>	1.6
20 vai 80	11.4	9.2	8.0	6.6	5.7	4.6	4.2	4.0	3.6	3.3	2.8	2.5	2.3	<b>2.0</b>	1.8
25 vai 75	12.3	10.0	8.7	7.1	6.1	5.0	4.5	4.3	3.9	3.6	3.0	2.8	2.5	<b>2.2</b>	1.9
30 vai 70	13.0	10.5	9.2	7.5	6.5	5.3	4.8	4.6	4.1	3.8	3.2	2.9	2.6	<b>2.3</b>	2.0
35 vai 65	13.5	11.0	9.5	7.8	6.8	5.5	5.0	4.8	4.3	3.9	3.3	3.1	2.8	<b>2.4</b>	2.1
40 vai 60	13.9	11.3	9.8	8.0	7.0	5.7	5.1	4.9	4.4	4.0	3.4	3.1	2.8	<b>2.5</b>	2.2
45 vai 55	14.1	11.4	9.9	8.1	7.0	5.8	5.2	5.0	4.5	4.1	3.5	3.2	2.9	<b>2.5</b>	2.2
50 vai 50	14.2	11.5	10.0	8.2	7.1	5.8	5.2	5.0	4.5	4.1	3.5	3.2	2.9	<b>2.5</b>	2.2

*Piemēram, ja pētījuma rezultātā no visiem aptaujātajiem Latvijas iedzīvotājiem 12,0% ir norādījuši, ka viņi pauž apstiprinošu attieksmi pret spriedumu vai izteikumu "X", tad ar 95% varbūtību mēs varam teikt, ka statistiskā mērījuma kļūda šeit ir +/- 1.6% robežās. No tā izriet, ka mērķa grupa, kura identificē sevi ar spriedumu vai izteikumu "X", ir no 10.4% līdz 13.6%.*

## II. 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 patērēt un pielietot 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 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.
- Pārlicinoši 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 pāuda 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.



## 1. Dažādu tehnoloģiju izmantošana elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai

- Saskaņā ar pētījuma rezultātiem, populārāko informācijas resursu galvgalī ir internets, internetā bāzētās platformas, sociālie mediji un ziņu kanāli. Tos informācijas gūšanai izmanto gandrīz visi (88%) aptaujātie Latvijas iedzīvotāji. Interneta resursus mediju pakalpojumu saņemšanai izmanto gandrīz visi (97% - 98%) iedzīvotāji vecumā līdz 44 gadiem. Salīdzinoši vismazāk tie tiek izmantoti senioru (65 un vairāk gadi) auditorijā, tur tos lieto 73% aptaujāto.
- Sociālie mediji (platformas, piemēram, Facebook, X, Instagram, TikTok, Telegram, LinkedIn u.tml.):
  - ✓ Kopumā lieto 81%, vismaz reizi nedēļā – 73%, katru vai gandrīz katru dienu – 58% respondentu;
  - ✓ Aptaujas rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, atklāj tendenci – jo gados jaunāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri lieto sociālos medijus. Lielākais sociālo mediju lietotāju skaits (98%) vērojams jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā, savukārt vismazākais – senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā, kur sociālos medijus lieto 61% aptaujāto. Salīdzinoši lielāks (nekā vidēji sabiedrībā) sociālo mediju lietotāju skaits vērojams arī iedzīvotāju vidū ar augstāko izglītību un augstāku ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli, kā arī strādājošo un latviešu vidū.
- Mobilās lietotnes – aplikācijas, kas piegādā saturu lietotāju viedtālrunos vai planšet datoros, piemēram, mediju lietotnes (Delfi, LSM, TVNET, BBC, CNN u.tml.), banku lietotnes (Swedbank u.tml.), Bolt, Waze, Mobilly u.tml.:
  - ✓ Kopumā lieto 76%, vismaz reizi nedēļā – 58%, katru vai gandrīz katru dienu – 35% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju;
  - ✓ Mobilās lietotnes visbiežāk (>80% gadījumu) lieto respondenti vecumā no 26 līdz 54 gadiem, ar augstāku ienākumu un izglītības līmeni, Rīgas un Rīgas reģiona iedzīvotāji.
- Interneta vietnes (tiešsaistes platformas (mājas lapas), kas sniedz tekstu, attēlus un multimediju saturu par dažādām tēmām):
  - ✓ Vispār lieto 66%, vismaz reizi nedēļā – 54%, katru vai gandrīz katru dienu – 39% respondentu;
  - ✓ Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj tendences – 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. Salīdzinoši biežāk interneta vietnes mediju pakalpojumu saņemšanai izmanto arī strādājošie un Rīgas iedzīvotāji.

- Blogi (personiskas vai profesionālas vietnes, kur individuāli dalās ar informāciju, viedokļiem un pieredzi):
  - ✓ Vispār lieto 40%, vismaz reizi nedēļā – 18%, katru vai gandrīz katru dienu – 7% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju;
  - ✓ Dažādās sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj, ka blogus lieto vairākums (52%-59%) gados jaunāko respondentu vecumā no 15 līdz 34 gadiem, ar augstu ikmēneša ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli un Rīgas iedzīvotāji.
- Podkāsti (personiskas vai profesionālas vietnes, kur individuāli dalās ar informāciju, viedokļiem un pieredzi):
  - ✓ Vispār lieto 38%, vismaz reizi nedēļā – 17%, katru vai gandrīz katru dienu – 6% aptaujas dalībnieku;
  - ✓ Līdzīgi kā citus interneta resursus, arī podkāstus biežāk izmanto gados jaunākie, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji. Podkāstu lietotāju skaits sasniedz gandrīz divas trešdaļas (64%) jauniešu vidū vecumā līdz 25 gadiem un finansiāli nodrošinātāko iedzīvotāju grupā.
- Aptaujas rezultāti liecina, ka televīziju skatās vairāk nekā trīs ceturtdaļas (78%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Pētījuma rezultāti par TV pakalpojumu izmantošanu iezīmē pretējas tendences iepriekš aplūkoto rezultātiem par interneta resursu izmantošanu mediju pakalpojumu saņemšanai. Televīziju salīdzinoši biežāk skatās gados vecākie iedzīvotāji (55 un vairāk gadi), ar zemāku izglītības un ienākumu līmeni, nestrādājošie, ārpus Rīgas dzīvojošie, kā arī latvieši.
- Interneta televīzija (pakalpojums pieejams jebkurā vietā, kur pieejams internets un tas tiek piegādāts izmantojot OTT (Over the top) tehnoloģiju):
  - ✓ Vispār lieto 44%, vismaz reizi nedēļā – 35%, katru vai gandrīz katru dienu – 27% respondentu;
  - ✓ Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj, ka interneta televīziju biežāk izmanto (47%-53%) tās iedzīvotāju grupas, kur mediju pakalpojumu saņemšanai biežāk tiek izmantots internets – iedzīvotāji vecumā līdz 54 gadiem, finansiāli nodrošinātākie, ar augstāko izglītību, strādājošie, kā arī latvieši.
- Kabeļtelevīzija (televīzijas programmas tiek piegādātas pa kabeļtīkliem - analogi vai digitāli, ar dekoderi un vadu/kabeli):
  - ✓ Vispār lieto 25%, vismaz reizi nedēļā – 19%, katru vai gandrīz katru dienu – 15% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju;
  - ✓ Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti liecina, ka kabeļtelevīziju biežāk izmanto gados vecākie iedzīvotāji (55 un vairāk gadi), ar zemāku ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, nestrādājošie, citās pilsētās, izņemot Rīgu, dzīvojošie, kā arī cittautieši.

- Zemes televīzijas apraide (tradicionālās televīzijas programmas, kas uztveramas ar istabas vai āra antenu):
  - ✓ Vispār lieto 20%, vismaz reizi nedēļā – 13%, katru vai gandrīz katru dienu – 11% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju;
  - ✓ Aptaujas rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, atklāj, ka zemes televīzijas apraidi biežāk (vairāk nekā ceturtdaļā gadījumu) lieto seniori vecumā virs 65 gadiem, respondenti ar zemu vai vidēji zemu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, ar pamata izglītību, lauku teritorijās dzīvojošie, nestrādājošie.
- IP televīzija (pieejama tikai TV pakalpojumu sniedzēja pieslēguma tīklā – parasti jāslēdz līgums ar konkrētā reģionā darbojošos TV pakalpojumu sniedzēju):
  - ✓ Vispār lieto 20%, vismaz reizi nedēļā – 12%, katru vai gandrīz katru dienu – 10% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju;
  - ✓ IP televīzijas apraides lietotāju skaits būtiski neatšķiras dažādās sociāli demogrāfiskajās grupās, nevienā grupā tas nepārsniedz 25%.
- Satelīttelevīzija (televīzijas programmas, kas tiek uztvertas ar satelīta antenu jeb šķīvi):
  - ✓ Vispār lieto 11%, vismaz reizi nedēļā – 4%, katru vai gandrīz katru dienu – 4% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju;
  - ✓ Salīdzinoši lielāks satelīttelevīzijas lietotāju skaits (18%) vērojams Vidzemes un Rīgas reģionu iedzīvotāju vidū.
- Radio klausās trīs ceturtdaļas (74%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Radio lietotāju skaits būtiski neatšķiras dažādās respondentu vecuma grupās, vai dalījumā pēc apdzīvotās vietas tipa. Salīdzinoši biežāk radio klausās iedzīvotāji ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni, latvieši, vīrieši, respondenti, kuri pārvietojas ar auto.
  - Tradicionālā FM radio pārraide (audio signālu pārraide caur radio viļņiem):
    - ✓ Vispār lieto 63%, vismaz reizi nedēļā – 52%, katru vai gandrīz katru dienu – 40% respondentu;
    - ✓ Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj, ka tradicionālo FM radio apraidi biežāk izmanto iedzīvotāji vecumā virs 25 gadiem, vīrieši, latvieši, ārpus Rīgas dzīvojošie pētījuma dalībnieki.
  - Radio internetā (interneta radio, respektīvi, radiostaciju mājas lapas, kurās var klausīties radio):
    - ✓ Vispār lieto 36%, vismaz reizi nedēļā – 20%, katru vai gandrīz katru dienu – 11% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju;
    - ✓ Atšķirībā no tradicionālās FM radio apraides, interneta radio salīdzinoši biežāk lieto jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, finansiāli nodrošinātākie respondenti un Rīgas iedzīvotāji.

- Mobilās aplikācijas radio staciju uztveršanai izmantojot internetu (galvenokārt izmantošanai mobilajās ierīcēs):
  - ✓ Vispār lieto 28%, vismaz reizi nedēļā – 14%, katru vai gandrīz katru dienu – 7% aptaujas dalībnieku;
  - ✓ Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj, ka, līdzīgi kā interneta radio, arī mobilās aplikācijas radio staciju uztveršanai pārliecinoši visbiežāk lieto jaunieši vecumā līdz 25 gadiem (45%), finansiāli nodrošinātākie respondenti (37%) un Rīgas iedzīvotāji (39%).
  
- Video koplietošanas platformas, piemēram, YouTube, kur lietotāji var augšupielādēt, dalīties un skatīties video par dažādām tēmām, vispār lieto 71%, vismaz reizi nedēļā – 51%, katru vai gandrīz katru dienu – 31% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Aptaujas rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, atklāj, ka video koplietošanas platformas biežāk izmanto (vairāk nekā trīs ceturtdaļās gadījumu) gados jaunākie respondenti vecumā līdz 44 gadiem, ar augstāku virs vidējā ikmēneša ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli, ar augstāko izglītību, strādājošie, kā arī Rīgas iedzīvotāji.
  
- Straumēšanas pakalpojumus vispār lieto gandrīz puse (45%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju, visbiežāk tie ir jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, kā arī finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji.
  - Video pakalpojumi pēc pieprasījuma (platformas, piemēram, Netflix, Go3, AppleTV, Hulu, Amazon Prime Video un Disney+, TET+ utt., nodrošina piekļuvi pēc pieprasījuma dažādiem raidījumiem, tostarp filmām, TV šoviem un oriģinālsaturam):
    - ✓ Vispār lieto 40%, vismaz reizi nedēļā – 27%, katru vai gandrīz katru dienu – 16% respondentu;
    - ✓ Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj tendences – jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni un finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujas dalībnieku skaits, kuri izmanto video straumēšanas pakalpojumus pēc pieprasījuma. Salīdzinoši biežāk tos izmanto arī latvieši, strādājošie un Rīgas iedzīvotāji.
  
  - Mūzikas straumēšanas pakalpojumi (platformas, piemēram, Spotify, Apple Music un Pandora, kuri piedāvā piekļuvi plašai mūzikas bibliotēkai):
    - ✓ Vispār lieto 36%, vismaz reizi nedēļā – 23%, katru vai gandrīz katru dienu – 16% Latvijas iedzīvotāju;
    - ✓ Arī mūzikas straumēšanas pakalpojumus biežāk lieto gados jaunākie, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, Rīgas iedzīvotāji.

- E-grāmatas un digitālos izdevumus vispār lieto 36% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju, visbiežāk tie ir jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, finansiāli nodrošinātākie respondenti un Rīgas iedzīvotāji.
  - Digitālie žurnāli un laikraksti (izdevumi, kas ir pieejami digitāli):
    - ✓ Vispār lieto 32%, vismaz reizi nedēļā – 10%, katru vai gandrīz katru dienu – 4% respondentu.
    - ✓ Pārliecinoši visbiežāk digitālos izdevumus lasa Rīgas iedzīvotāji (49%) un jaunieši vecumā līdz 25 gadiem (45%).
  - E-grāmatas (grāmatu digitālās versijas, ko var lasīt uz e-lasītājiem, planšetdatoriem vai datoriem):
    - ✓ Vispār lieto 29%, vismaz reizi nedēļā – 11%, katru vai gandrīz katru dienu – 4% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.
    - ✓ Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj tendences – jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujas dalībnieku skaits, kuri lasa e-grāmatas. Jāatzīmē arī, ka Rīgā e-grāmatu lasītāju ir ievērojami lielāks nekā citās Latvijas pilsētās vai lauku teritorijās.
- Videospēles (interaktīvas digitālās spēles, kas tiek spēlētas uz spēļu konsolēm, datoriem vai mobilajām ierīcēm) spēlē gandrīz trešdaļa (30%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Reizi nedēļā videospēles spēlē 13%, katru vai gandrīz katru dienu – 7% respondentu. Ievērojami plašāka videospēļu lietošanas izplatība vērojama jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā, tur tās spēlē vairāk nekā divas trešdaļas (68%) aptaujāto.

## 2. Interneta lietošana, mērķi un lietošanas prasmes, lai saņemtu mediju pakalpojumus

- Internetu vispār lieto gandrīz visi (98%) aptaujātie Latvijas iedzīvotāji. Gandrīz visi interneta nelietotāji ir seniori, vecumā virs 65 gadiem.
- Nozīmīgākie mērķi, kuru dēļ vairākums Latvijas iedzīvotāju katru vai gandrīz katru dienu izmanto internetu, ir:
  - ✓ Izklaides nolūkiem (piemēram, filmas, mūzika, spēles) – vispār izmanto 92%, vismaz reizi nedēļā 84%, katru vai gandrīz katru dienu izmanto 61% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Katru vai gandrīz katru dienu internetu izklaides nolūkiem visbiežāk (vairāk nekā 70% gadījumu) lieto jaunieši vecumā līdz 25 gadiem;
  - ✓ Lai gūtu ziņas un aktualitātes internetu vispār izmanto 91%, vismaz reizi nedēļā 81%, katru vai gandrīz katru dienu izmanto 59% pētījuma dalībnieku. Visbiežāk tie ir vidējās paaudzes cilvēki vecumā no 35 līdz 64 gadiem, ar vidēju vai augstāku ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, ar augstāko izglītību, kā arī Rīgas un Rīgas reģiona iedzīvotāji;
  - ✓ Sociālajai saziņai internetu vispār izmanto 88%, vismaz reizi nedēļā 81%, katru vai gandrīz katru dienu izmanto 66% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Pētījuma rezultāti iezīmē jau iepriekš minētās tendences - 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. Vienīgā sociāli demogrāfiskā grupa, kur internetu ikdienā sociālajai saziņai izmanto mazāk par pusi aptaujāto, ir iedzīvotāji pensijas vecumā.

- Nozīmīgi interneta lietošanas mērķi ir arī izglītības nolūki un darba vajadzības:
  - ✓ Izglītības nolūkiem (piemēram, tiešsaistes kursi) internetu vispār izmanto 65%, vismaz reizi nedēļā 35%, katru vai gandrīz katru dienu izmanto 15% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. 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.
  - ✓ Darba vajadzībām internetu vispār izmanto 61%, vismaz reizi nedēļā 46%, katru vai gandrīz katru dienu izmanto 34% aptaujas dalībnieku, visbiežāk ekonomiski aktīvākā sabiedrības daļa – strādājošie, vecumā no 26 līdz 54 gadiem, ar augstāko izglītību un augstu ikmēneša ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli.
- Aptaujātie Latvijas iedzīvotāji savas prasmes izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, vērtēja kopumā piesardzīgi, 10 punktu skalā parasti izvēloties kādu no vidējām vērtējuma atzīmēm. Kopumā interneta lietošanas prasmes tomēr biežāk tika vērtētas pozitīvi nekā negatīvi.
  - ✓ Kopumā kā labas savas prasmes lietot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, vērtēja vairākums (58%) aptaujas dalībnieku. 16% aptaujāto tās vērtēja kā labas vai ļoti labas (10 punktu skalā vērtējot ar 9-10 punktiem), 42% - kā drīzāk labas (vērtējot ar 6-8 punktiem).
  - ✓ Kopumā kritiski savas interneta tehnoloģiju lietošanas prasmes vērtēja 41% iedzīvotāju. Kā sliktas (1-2 punkti 10 punktu skalā) tās raksturoja 9%, kā drīzāk sliktas (3-5 punkti) - 32% respondentu.
  - ✓ Prasmes izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, vidēji 10 punktu skalā tika vērtēta ar 6,1 punktu.
  - ✓ Pētījuma rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, apstiprina šim pētījumam raksturīgās tendences - 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. Krasākās atšķirības vērojamas dažādās vecuma grupās. Jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā 90% aptaujāto savas interneta tehnoloģiju lietošanas prasmes vērtēja kopumā pozitīvi (6-10 punkti), vidējam vērtējumam sasniedzot 7,9 punktus (augstākais starp visām sociāli demogrāfiskajām grupām), tad senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā vairāk nekā divas trešdaļas (71%) aptaujāto savas interneta lietošanas prasmes vērtēja kritiski (1-5 punkti), vidējam vērtējumam sasniedzot vien 4,3 punktus (zemākais vērtējums starp visām sociāli demogrāfiskajām grupām).

### 3. Sociālās prasmes un komunikācijas intensitāte tiešsaistē

- Gandrīz puse (46%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju sociālajos tīklos komunicē katru vai gandrīz katru dienu. Jo gados jaunāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri ikdienā komunicē tiešsaistē. Lielākais respondentu skaits, kuri katru vai gandrīz katru dienu komunicē sociālajos tīklos, vērojams jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā (75%), savukārt mazākais - senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā (22%). Tiešsaistē biežāk komunicē arī iedzīvotāji ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni, strādājošie, sievietes, latvieši, Rīgas iedzīvotāji. Vēl 19% aptaujas dalībnieku atbildēja, ka sociālajos tīklos komunicē vismaz reizi nedēļā, 15% aptaujāto atzina, ka dara to, bet retāk nekā reizi nedēļā.
- Tiešsaistes video sarunās vai diskusijās vispār piedalās gandrīz puse (47%) aptaujas dalībnieku - vismaz reizi nedēļā to dara 22%, retāk vēl 25% Latvijas iedzīvotāju. Vairākums (52%) respondentu atbildēja noraidoši. Pārliecinoši visbiežāk video sarunās vai diskusijās tiešsaistē piedalās finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji (vismaz reizi nedēļā – 46%) un jaunieši vecumā līdz 25 gadiem (vismaz reizi nedēļā – 42%).
- Savu saturu (piemēram, ierakstus, attēlus, video) sociālajos tīklos/medijos rada vairāk nekā trešdaļa (39%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Vērojamas pētījumam tradicionālās tendences - jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri rada savu saturu sociālajos tīklos/medijos. Jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā tas ir visaugstākais, sasniedzot divas trešdaļas (67% jauniešu publicē savu saturu sociālajos tīklos). Biežāk to dara arī respondenti ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni, sievietes, strādājošie, Rīgas iedzīvotāji. 12% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju apgalvoja, ka rada savu saturu sociālajos tīklos/medijos vismaz reizi nedēļā.
- Ar citu cilvēku radīto saturu sociālajos tīklos/medijos mēdz dalīties lielākā daļa (55%) valsts iedzīvotāju. 15% aptaujāto to dara bieži, 40% - reti. Pārliecinoši visbiežāk to dara gados jaunākā sabiedrības daļa. Jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā bieži ar citu cilvēku radīto saturu dalās trīs ceturtdaļas (74%) aptaujāto, bieži to dara 36% respondentu. Senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā ar citu cilvēku radīto saturu dalās 31%, bieži to dara vien 5% aptaujāto.

### 4. Jaunās mediju un komunikācijas tehnoloģijas – spēja tās apgūt un nozīmīgākie informācijas avoti

- Vairākums (55%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju savas spējas apgūt un patērēt jaunās mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus vērtēja pozitīvi, 20% tās raksturoja kā labas, 35% kā drīzāk labas. Kritiski savu spēju apgūt un patērēt jaunās mediju un komunikācijas tehnoloģijas vērtēja 40% aptaujas dalībnieku, 16% tās raksturoja kā sliktas, 24% - kā drīzāk sliktas.
- Pētījuma rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, apstiprina pētījumam 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 apgūt un patērēt jaunās mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus vērtēja kā labas.

- Nozīmīgākie resursi, lai mācītos par jaunām tehnoloģijām, rīkiem:
  - ✓ Izmanto draugu/ paziņu/ radnieku padomus, ieteikumus – tā dara 53% Latvijas iedzīvotāju.
  - ✓ Apgūst pašmācības ceļā (minēja 48% aptaujāto). Rezultātu analīze atklāj tradicionālās tendences - jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, kā arī jo urbanizētāka ir apdzīvotā vieta, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus apgūst pašmācības ceļā.
  - ✓ YouTube vai citas video pamācības jaunu mediju un komunikācijas tehnoloģiju apguvē izmanto 41% aptaujas dalībnieki. Līdzīgi kā iepriekš, arī šeit vērojama tendence, ka YouTube vai citas video pamācības biežāk izmanto gados jaunākie, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, Rīgas iedzīvotāji.
  - ✓ Profesionālu palīdzību vai konsultācijas izmanto 19% aptaujas dalībnieku, visbiežāk finansiāli nodrošinātākie respondenti un iedzīvotāji ar augstāko izglītību.
  - ✓ Tiešsaistes kursus, seminārus, lekcijas, lai mācītos par jaunām tehnoloģijām, rīkiem, izmanto 19% Latvijas iedzīvotāju, pārliecinoši visbiežāk (30% - 40%) finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, jaunieši un Rīgas iedzīvotāji.

## 5. Prasmes rūpēties par digitālo drošību, risināt problēmas, konfigurēt ierīces

- Aptaujāto Latvijas iedzīvotāju saskarsmes pieredze ar dažādām tehnoloģiskām problēmām, piemēram, programmatūras kļūdām vai ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumiem ir ļoti dažāda. Vismaz reizi mēnesī šādas problēmas risina gandrīz katrs ceturtais (22%) valsts iedzīvotājs, visbiežāk tie ir aktīvākie interneta tehnoloģiju lietotāji – jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, finansiāli nodrošinātākie aptaujas dalībnieki, kā arī Rīgas iedzīvotāji. 29% pētījuma dalībnieku ar dažādām tehnoloģiskām problēmām vidēji saskaras reizi 2-6 mēnešos. Retāk nekā reizi pusgadā tehnoloģiskas problēmas risina 25% aptaujāto. 16% respondentu apgalvoja, ka ar tehnoloģiskām problēmām, kā programmatūras kļūdas vai ierīču uzstādīšana un konfigurācija, nav saskārušies.
- Sabiedrības viedoklis dalās jautājumā par tehniskām zināšanām un prasmēm uzstādīt jaunu ierīci vai mainīt tās iestatījumus. Katrs otrais (51%) iedzīvotājs savas zināšanas un prasmes uzstādīt vai konfigurēt jaunu ierīci vērtēja pozitīvi, 21% aptaujāto tās raksturoja kā labas, 31% - kā drīzāk labas. Pārliecinoši visbiežāk (vairāk nekā trīs ceturtdaļās gadījumā) pozitīvi savas spējas uzstādīt jaunu ierīci vai mainīt tās iestatījumus vērtēja gados jaunākie respondenti vecumā līdz 34 gadiem un iedzīvotāji ar augstu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī.
- Kritiski savas zināšanas un prasmes uzstādīt jaunu ierīci vai mainīt tās iestatījumus vērtēja 46% aptaujāto, 21% tās raksturoja kā sliktas, 25% - kā drīzāk sliktas. Senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā kritiski savas spējas vērtēja vairāk nekā trīs ceturtdaļas (80%) aptaujāto.



- Populārākie risinājumi saskaroties ar tehnoloģiskām problēmām mediju pakalpojumu saņemšanā, programmatūras kļūdām vai problēmām ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumos:
  - ✓ Pats to risina, izmantojot pašmācību, savas zināšanas, pieredzi un internetā pieejamos resursus. Tā rīkojas 43% aptaujas dalībnieku, galvenais risinājums tas ir 35% respondentu. 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%).
  - ✓ Vēršas pēc palīdzības pie ģimenes locekļiem, kuri ir zinošāki tehnoloģijās (minēja 39% aptaujāto, galvenais risinājums tas ir 35% respondentu). Tā biežāk rīkojas gados vecākā paaudze vecumā virs 55 gadiem, nestrādājošie, sievietes.
  - ✓ Vēršas pēc palīdzības pie draugiem vai kolēģiem, kuri ir zinošāki tehnoloģijās (minēja 35% aptaujāto, galvenais risinājums tas ir 16% respondentu). Visbiežāk (44% gadījumu) tā rīkojas jaunieši vecumā līdz 25 gadiem.
  - ✓ Izmanto sertificētu profesionāļu pakalpojumus, tehnisko atbalstu (minēja 23% aptaujāto, galvenais risinājums tas ir 11% respondentu). Visbiežāk tā rīkojas iedzīvotāji vecumā no 35 līdz 64 gadiem.
- Pētījuma rezultāti liecina, ka vairākums (60%) iedzīvotāju Latvijas sabiedrībā rūpējas par savu digitālo ierīču programmatūras stāvokli, vienmēr vai bieži tās atjaunojot. Trešdaļa iedzīvotāju šim jautājumam nepievērš pienācīgu uzmanību – 23% aptaujāto atzina, ka reti atjauno programmatūru vai tikai tad, ja ir kādas problēmas, vēl 12% respondentu apgalvoja, ka nekad neatjauno savu digitālo ierīču programmatūru. Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj, ka visvairāk (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, 16% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju vienmēr vai parasti ļauj mobilo ierīču aplikācijām piekļūt personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai. Biežāk tie ir gados jaunākie respondenti vecumā līdz 44 gadiem. Piekļuvi bez ierobežojumiem dažreiz ļauj 29% aptaujāto, savukārt 41% aptaujāto iedzīvotāju vienmēr ierobežo piekļuvi personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai.

## 6. Reģionālo ierobežojumu apiešana internetā

- Ar situāciju, kad nevarēja piekļūt noteiktam saturam internetā jo tas bija ierobežots Latvijā, ir saskārušies vairāk nekā trešdaļa (38%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Visbiežāk ar to saskārušies respondenti vecumā no 26 līdz 34 gadiem, mazākumtautību pārstāvji, finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji.
- Mēģinājuši apiet šos ierobežojumus ir 20% respondentu, kuri ir saskārušies ar Latvijā ierobežotu saturu, jeb 7% Latvijas iedzīvotāju. Visbiežāk to darījuši respondenti vecumā līdz 44 gadiem, finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji, vīrieši.

- Pārliciecināši populārākā metode, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam, ir VPN (virtuālais privātais tīkls), to izmanto vairākums (58%) Latvijā ierobežotā satura interesentu. 9% respondentu, kuri ir mēģinājuši apiet ierobežojumus, izmantojuši DNS maiņu, vēl 6% izmantoja Proxy serveri.
- 6% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju ir izdevies apiet ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam. Visbiežāk (10% - 15%) to paveikuši respondenti vecumā līdz 44 gadiem, finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji, vīrieši.
- Vairākums (60%) respondentu, kuri skatās Latvijā ierobežotu saturu, to dara reti, retāk nekā reizi mēnesī. Vismaz reizi mēnesī to dara 37%, vismaz reizi nedēļā – 11% ierobežotā satura lietotāju.
- 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. Kritiski savas prasmes vērtēja 30% respondentu.
- Populārākie iemesli apmeklēt Latvijā ierobežotos interneta resursus:
  - ✓ Lai skatītos filmas, seriālus, TV šovus - minēja 48% respondentu, kuri skatās Latvijā ierobežotu saturu;
  - ✓ Lai piekļūtu Krievijas mediju saturam (ziņu vietnes, sociālie mediji, blogi u.tml.) - minēja 18% respondentu;
  - ✓ Lai piekļūtu citam Latvijā ierobežotajam mediju saturam (36%).

## 7. Mākslīgais intelekts – zināšanas, priekšstati, prasmes, izmantošana

- Latvijas sabiedrība pagaidām vēl kritiski vērtē savas zināšanas par mākslīgo intelektu un tā pielietojumu. Divas trešdaļas (68%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju tās raksturoja kā sliktas vai drīzāk sliktas. Kā labas vai drīzāk labas savas zināšanas par mākslīgo internetu vērtēja katrs ceturtais (27%) pētījuma dalībnieks. Divās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās savas zināšanas par mākslīgo intelektu un tā pielietojumu pozitīvi vērtēja lielākā daļa aptaujāto. Tā ir jauniešu (15 – 25 gadi) mērķa grupa (kā labas vai drīzāk labas savas zināšanas par mākslīgo intelektu raksturoja 59% aptaujāto) un finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji (56%).
- Latvijas iedzīvotāju skatījumā mākslīgais intelekts tiek pielietots ļoti dažādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem. Vairāk nekā trešdaļa aptaujāto uzskata, ka mākslīgais intelekts tiek pielietots:
  - ✓ Klientu apkalpošanā (piemēram, tērzētājrobotos jeb čātbotos) - minēja 52% respondentu;
  - ✓ Reklāmā un mārketingā (49%);
  - ✓ Dezinformācijas izplatīšanai (47%);
  - ✓ Izklaides satura radīšanā (46%);
  - ✓ Analītikā un datu apstrādē (42%);
  - ✓ Ziņu radīšanā un apstrādē (34%).
  - ✓ Visus augstāk minētos mākslīgā intelekta pielietojuma mērķus biežāk minēja gados jaunākie, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, strādājošie, vīrieši, Rīgas iedzīvotāji.

- Divas trešdaļas aptaujāto Latvijas iedzīvotāju visumā skeptiski vērtē savas spējas atšķirt, kad saturs ir radīts vai modificēts ar mākslīgā intelekta palīdzību. Katrs trešais respondents atbildēja, ka to spēj reti/dažreiz, vēl lielāks ir to aptaujāto skaits (37%), kuri atzina, ka nespēj atšķirt saturu, kur izmantots mākslīgais intelekts.
- Kopumā pozitīvi savas prasmes vērtēja nedaudz vairāk kā ceturtdaļa (27%) respondenti, atbildot, ka vienmēr vai bieži spēj atpazīt saturu, kas veidots ar mākslīgā intelekta palīdzību. 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. Vienīgā respondentu sociāli demogrāfiskā grupa, kur vairākums (55%) aptaujāto sniedza pozitīvu pašvērtējumu, ir jauniešu (15 – 25 gadi) mērķa grupa.
- Pašlaik mākslīgā intelekta rīkus izmanto katrs ceturtais (24%) Latvijas iedzīvotājs, puse (12%) no viņiem norādīja, ka to dara regulāri. Vēl 21% aptaujas dalībnieku norādīja, ka pašlaik vēl mākslīgā intelekta rīkus nelieto, bet ir ieinteresēti tos izmantot nākotnē. Nedaudz vairāk kā puse (52%) aptaujāto pārstāvēja noraidošu pozīciju, atbildot, ka mākslīgā intelekta rīkus neizmanto un nav intereses arī tos izmantot.
- Dažādās sociāli demogrāfiskajās grupās iegūto rezultātu analīze atklāj pētījumam 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 izmanto mākslīgā intelekta rīkus. Divās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās mākslīgā intelekta rīkus lieto jau lielākā daļa aptaujāto. Tā ir jauniešu (15 – 25 gadi) mērķa grupa (lieto 56%) un iedzīvotāji ar augstu ikmēneša ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli (lieto 57% aptaujāto).
- Pārliciecināmais populārākais mākslīgā intelekta rīks ir ChatGPT, kuru izmanto vairāk nekā divas trešdaļas (69%) respondentu, kuri vispār izmanto mākslīgā intelekta rīkus. Nākamās vietas populārāko mākslīgā intelekta rīku sarakstā ieņem Google Gemini (izmanto 13% mākslīgā intelekta rīku izmantotāju) un Microsoft Copilot (10%).
- Aprēķinot rezultātus uz visu izlasi, atklājas, ka ChatGPT pašlaik jau lieto 16% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Lielākais ChatGPT lietotāju skaits vērojams jauniešu (15 – 25 gadi) mērķa grupā (45%) un finansiāli nodrošinātāko respondentu vidū (35%).
- Runājot par mākslīgā intelekta rīku izmantošanas prasmēm, dominējošā daļa (73%) pētījuma dalībnieku tās vērtēja kritiski, kā sliktas vai drīzāk sliktas. Kā kopumā labas savas spējas pielietot mākslīgā intelekta rīkus vērtēja 21% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Ierasti visbiežāk tā atbildēja gados jaunākie, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, Rīgas iedzīvotāji. Jaunieši vecumā līdz 25 gadiem ir vienīgā sociāli demogrāfiskā grupa, kur mākslīgā intelekta rīku izmantošanas prasmes pozitīvi vērtēja vairākums (59%) aptaujāto.

- Respondentu vērtējumam tika piedāvāti dažādi izteikumi par mākslīgo intelektu, tā rīku izmantošanu un ietekmi uz mediju vidi. Respondentu domas šajos jautājumos dalījās, sabiedrībai nav vienota viedokļa, kādi būs mākslīgā intelekta izmantošanas rezultāti ilgtermiņā mediju vidē.
  - 38% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju piekrita apgalvojumam “Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana padarīs mediju saturu vienveidīgu, neinteresantu, jo mākslīgajam intelektam “trūkst jaunrades spēju”” (nepiekrita 36%);
  - 34% aptaujas dalībnieku piekrita apgalvojumam “Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana padarīs mediju saturu interesantāku, daudzveidīgāku, labāk pieejamu ikvienai iedzīvotāju grupai” (nepiekrita 42%).
- Mākslīgā intelekta rīku pielietojums kopumā raisa vairāk rezervētu, kritisku attieksmi. Latvijas iedzīvotāju skatījumā mākslīgā intelekta rīku izmantošana radīs bažas par satura ticamību un drošības riskus. Mākslīgā intelekta rīki paplašina iespējas manipulēt ar medija satura lietotāju. Vairākums pētījuma dalībnieku piekrita izteikumiem:
  - Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana radīs uzticamības krīzi jebkādi informācijai, jo ar mākslīgā intelekta palīdzību varēs jebko viltot un nekam nevarēs ticēt (piekrita 68% respondentu);
  - Radīs lielus drošības riskus mediju pakalpojumu saņēmējiem (piekrita 64%);
  - Radīs papildu sarežģījumus un/vai problēmas medijiem un to lietotājiem (piekrita 56% aptaujas dalībnieku).
- Mākslīgā intelekta un tā rīku izmantošanai ir arī savas priekšrocības, tas var līdzēt optimizēt mediju darbu, novērst valodu barjeras, veikt kādas sarežģītas analīzes un efektīvāk uzrunāt lietotāju auditoriju. Aptaujātie Latvijas iedzīvotāji biežāk piekrita nekā nepiekrita šādiem izteikumiem:
  - Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana ļaus veikt ļoti sarežģītas analīzes vai uzdevumus un katram mediju lietotājam piegādāt viņam precīzi atbilstošu saturu (piekrita 55% aptaujāto);
  - Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana pilnībā likvidēs valodu barjeru elektronisko mediju patērētājiem (piekrita 49%);
  - Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana būtiski uzlabos mediju produktivitāti, efektivitāti (piekrita 43%, nepiekrita 30% respondentu).
- Pētījuma dalībnieku vairākums (57%) noraidīja viedokli, ka mākslīgais intelekts varētu aizstāt žurnālistus un šī profesija varētu kļūt lieka.

## 8. Radio klausīšanās pārvietojoties ar auto

- 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.
- 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.

- 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 respondentu (lieto 48%), ar augstāko izglītību, vecumā no 26 līdz 44 gadiem.

## 9. Dažādu ierīču pieejamība māsaimniecībās

- Kopumā Latvijas māsaimniecības ir labi aprīkotas ar dažādām ierīcēm, kas ir paredzēta mediju un informācijas resursu lietošanai. Visizplatītākā ir viedtālrunis, kas ir sastopams gandrīz visās (93%) māsaimniecībās. Vairākumā Latvijas māsaimniecību ir pieejams arī portatīvais dators (69%) un Smart TV (televizors ar interneta pieslēgumu) (59%). Retāk māsaimniecībās pieejamas tādas ierīces kā planšetdators (44%), stacionārais (galda) dators (40%), parastais televizors (30%) un spēļu konsoles (ir 19% māsaimniecību).
- Raksturīgi, ka minētās ierīces (izņemot parasto televizoru) kopumā biežāk ir pieejamas aktīvāko interneta tehnoloģiju lietotāju māsaimniecībās – gados jaunāko respondentu vidū, ar augstāku iegūtās izglītības un ienākumu līmeni, strādājošo un Rīgas iedzīvotāju vidū.

### III. APTAUJAS REZULTĀTI

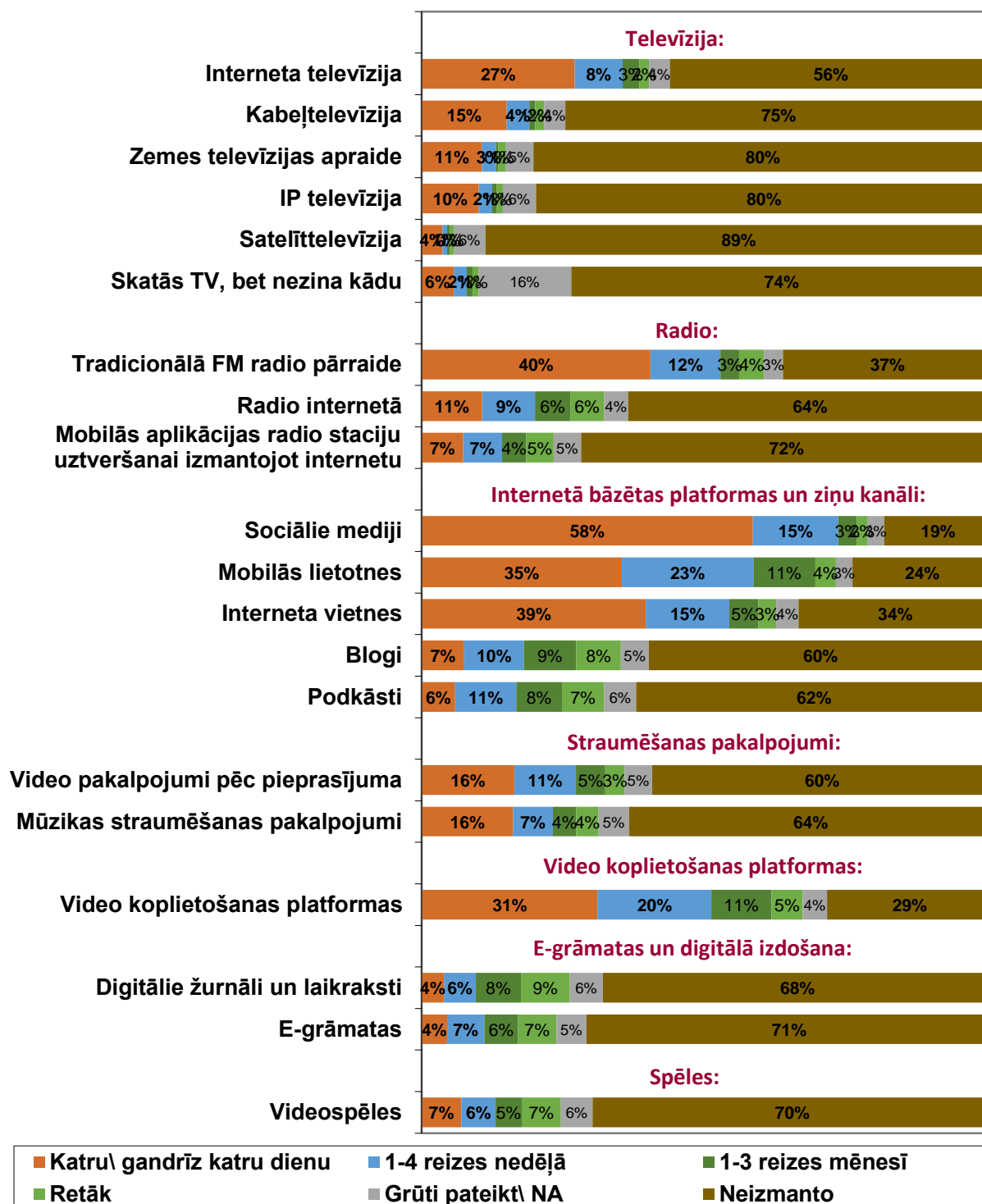
#### 1. Dažādu tehnoloģiju izmantošana elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai

Aptaujas jautājums:

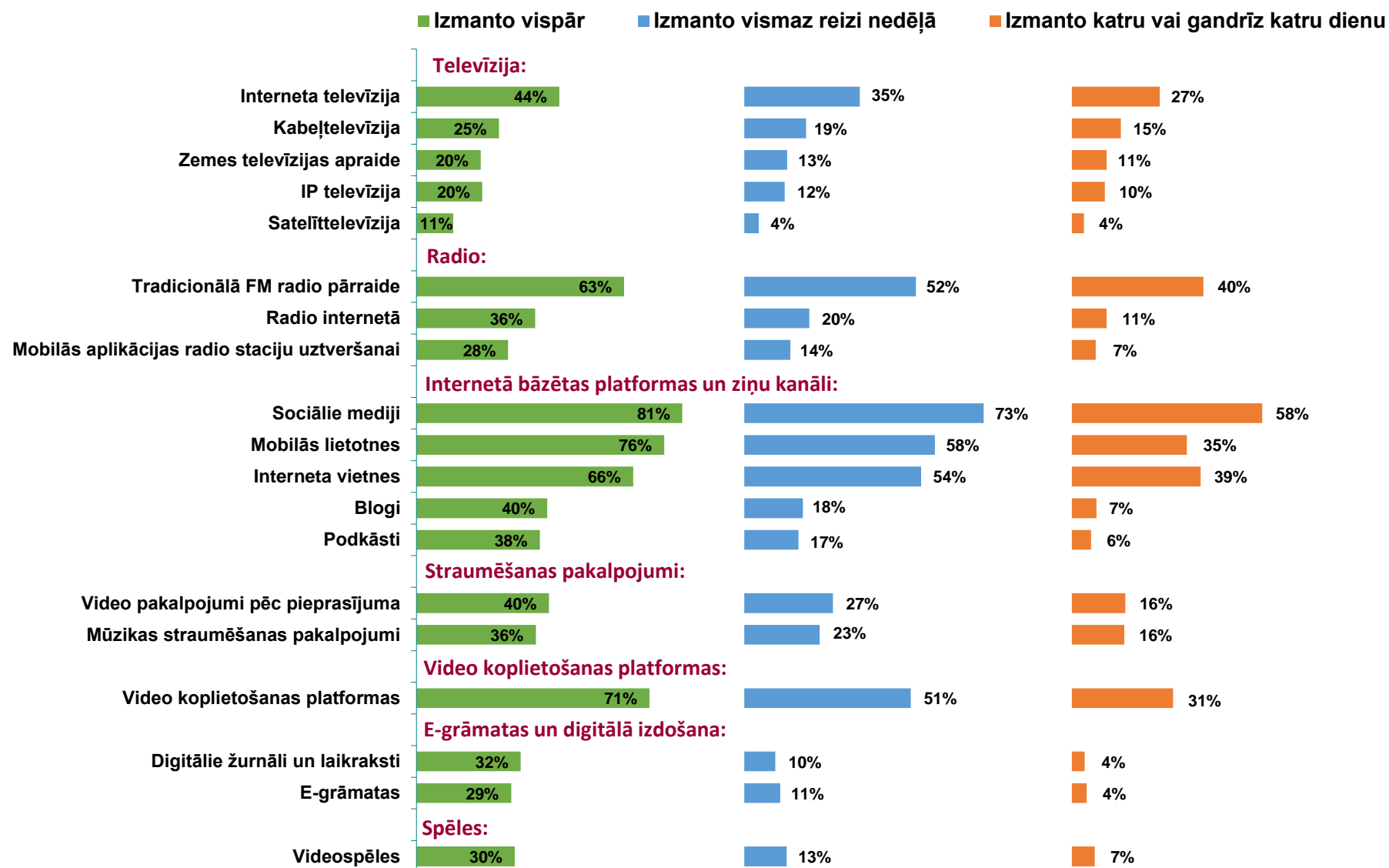
- “Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat šīs tehnoloģijas šo elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai?”

Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat šīs tehnoloģijas šo elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai?

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)

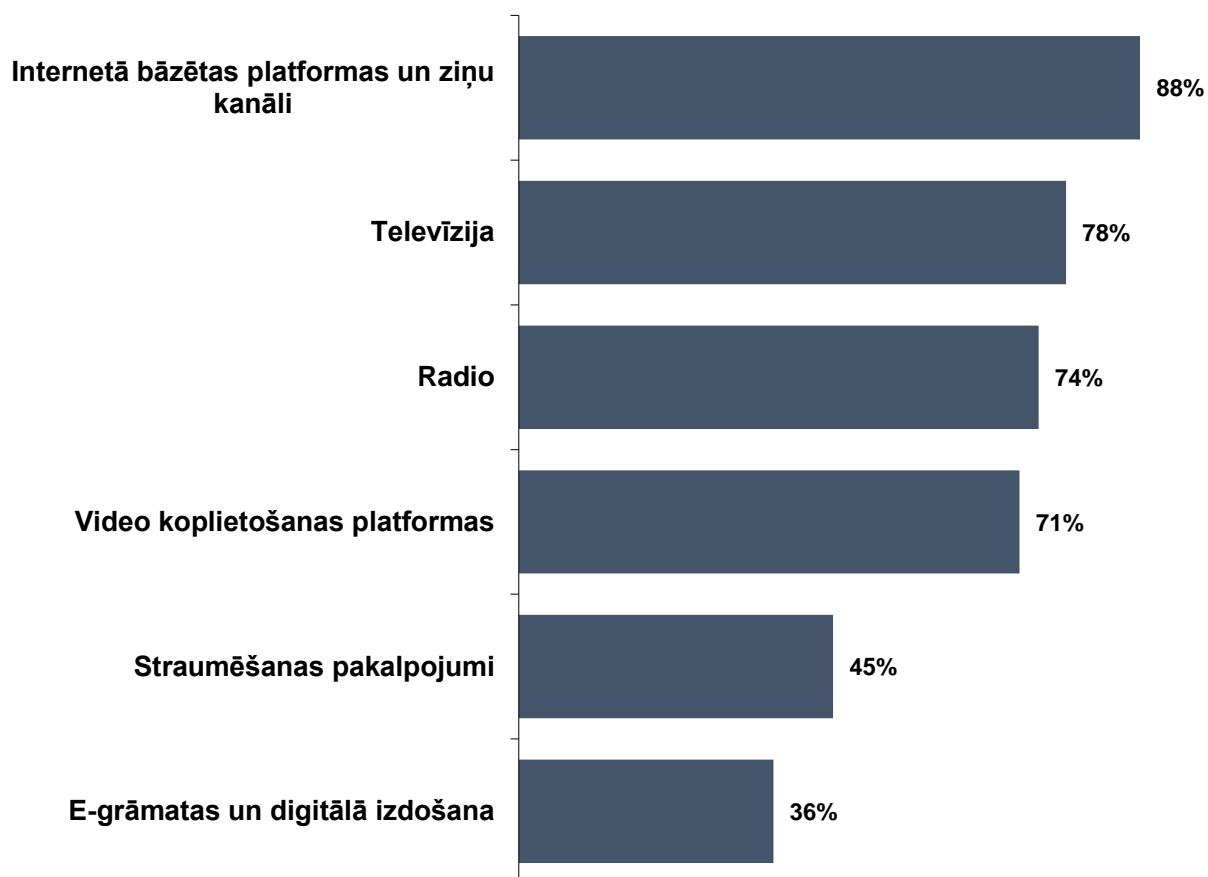


## Dažādu tehnoloģiju izmantošana elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1548)



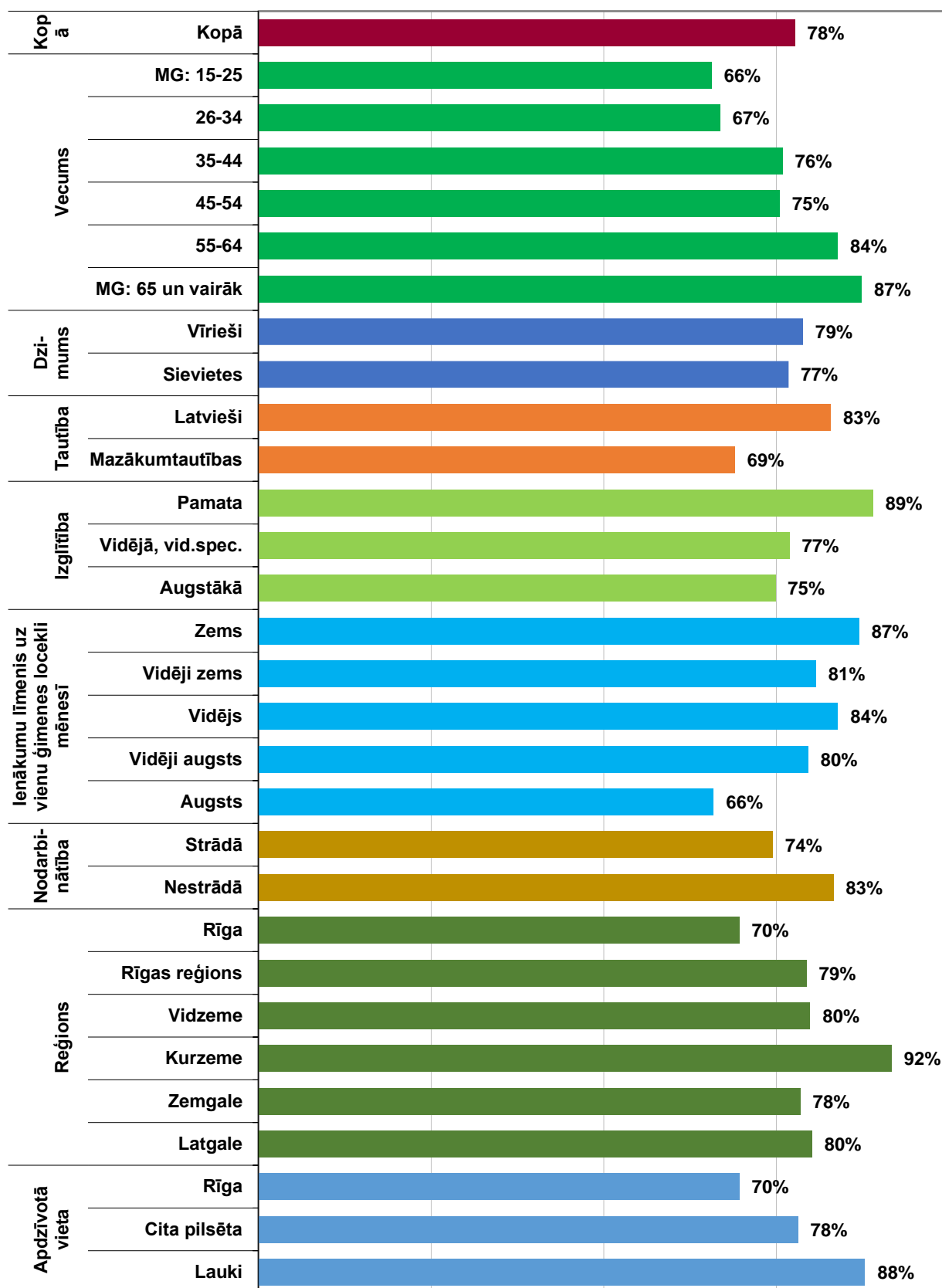
Rezultātu apkopojums par dažādu informācijas resursu/ mediju veidu lietošanu:

**Dažādu informācijas resursu/ mediju veidu lietošana**  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1548)

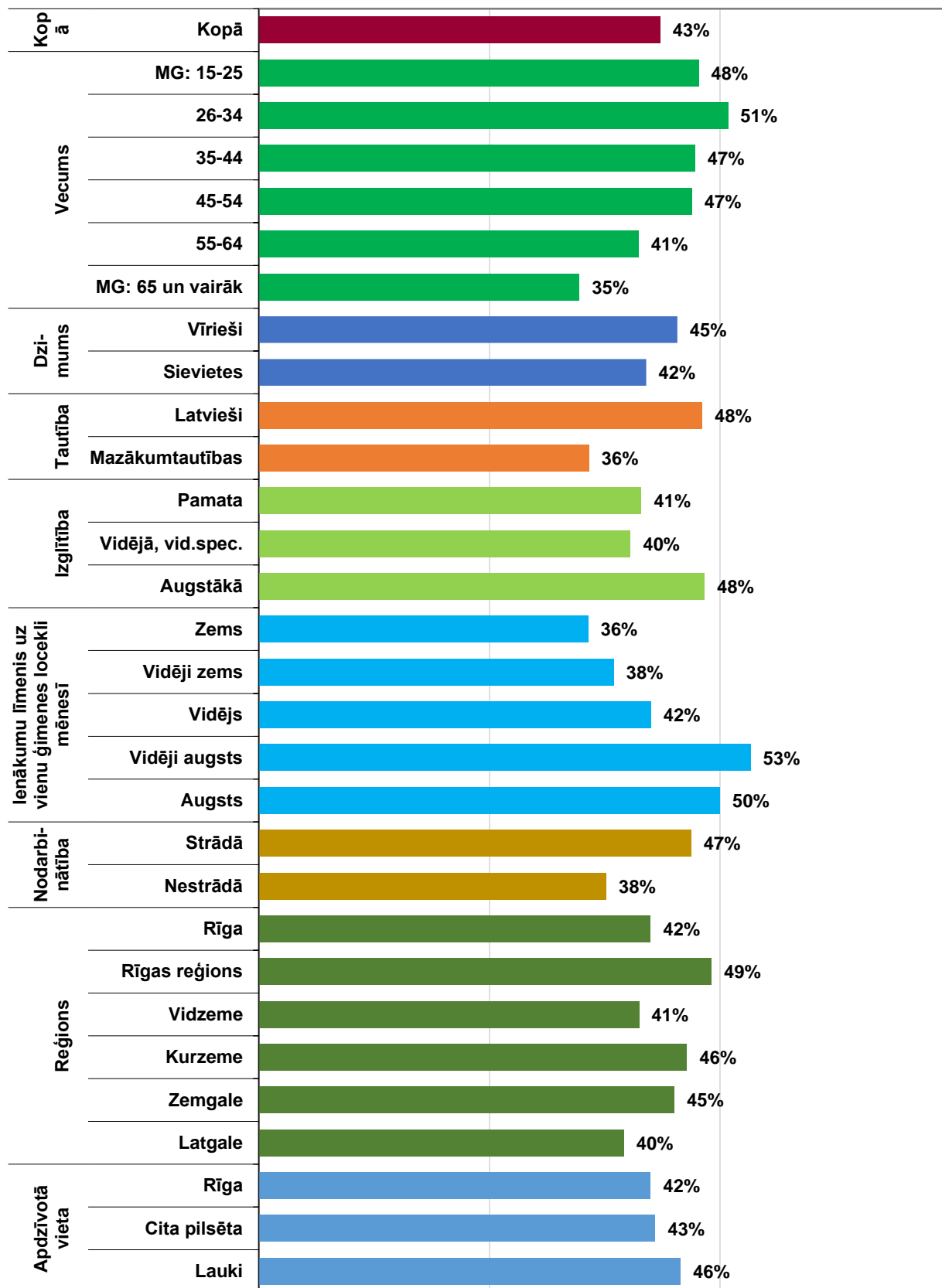




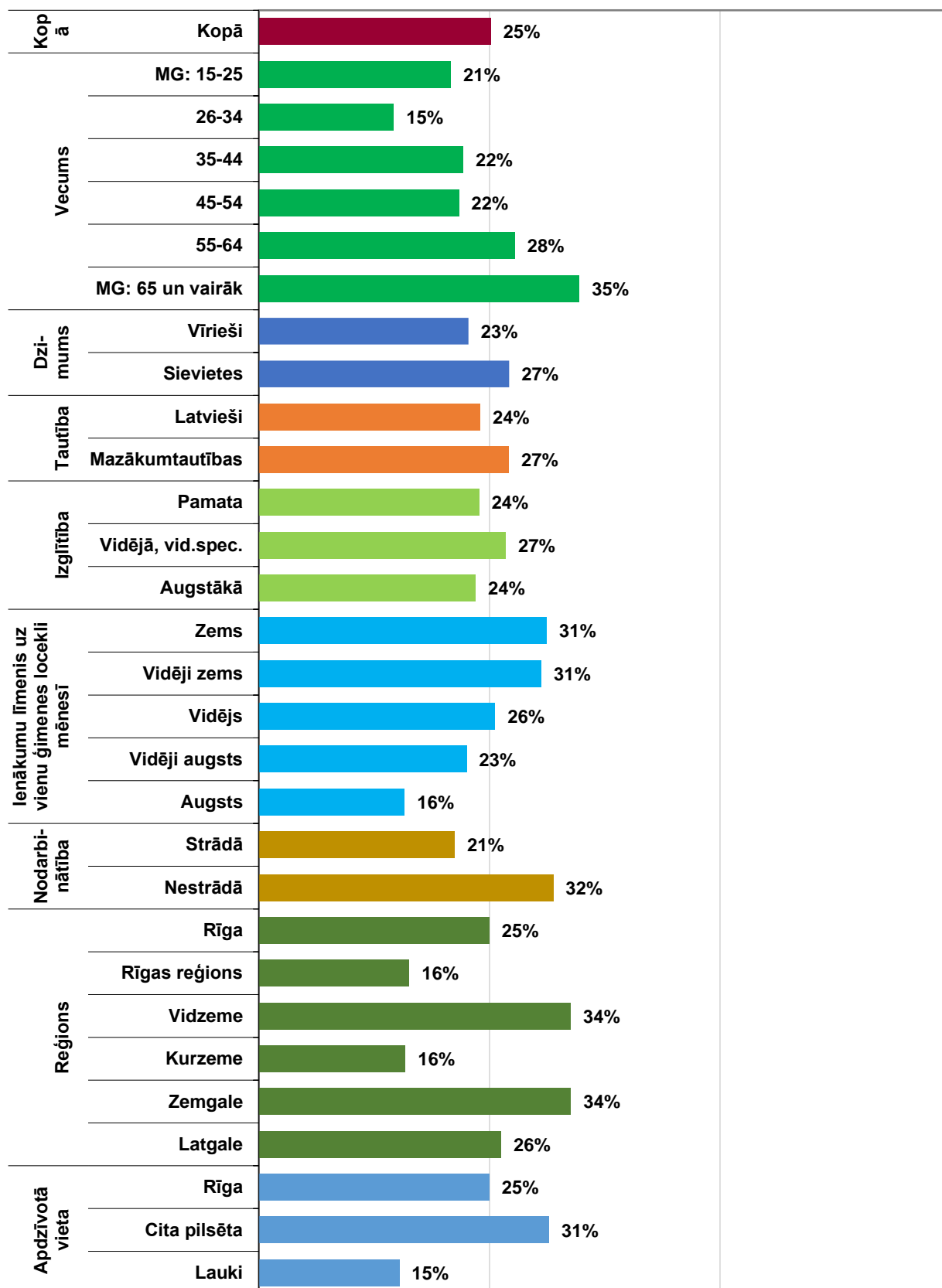
**Skatās televīziju** (zemes televīzijas apraide, kabeļtelevīzija, IP televīzija, interneta televīzija, satelīttelevīzija)  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



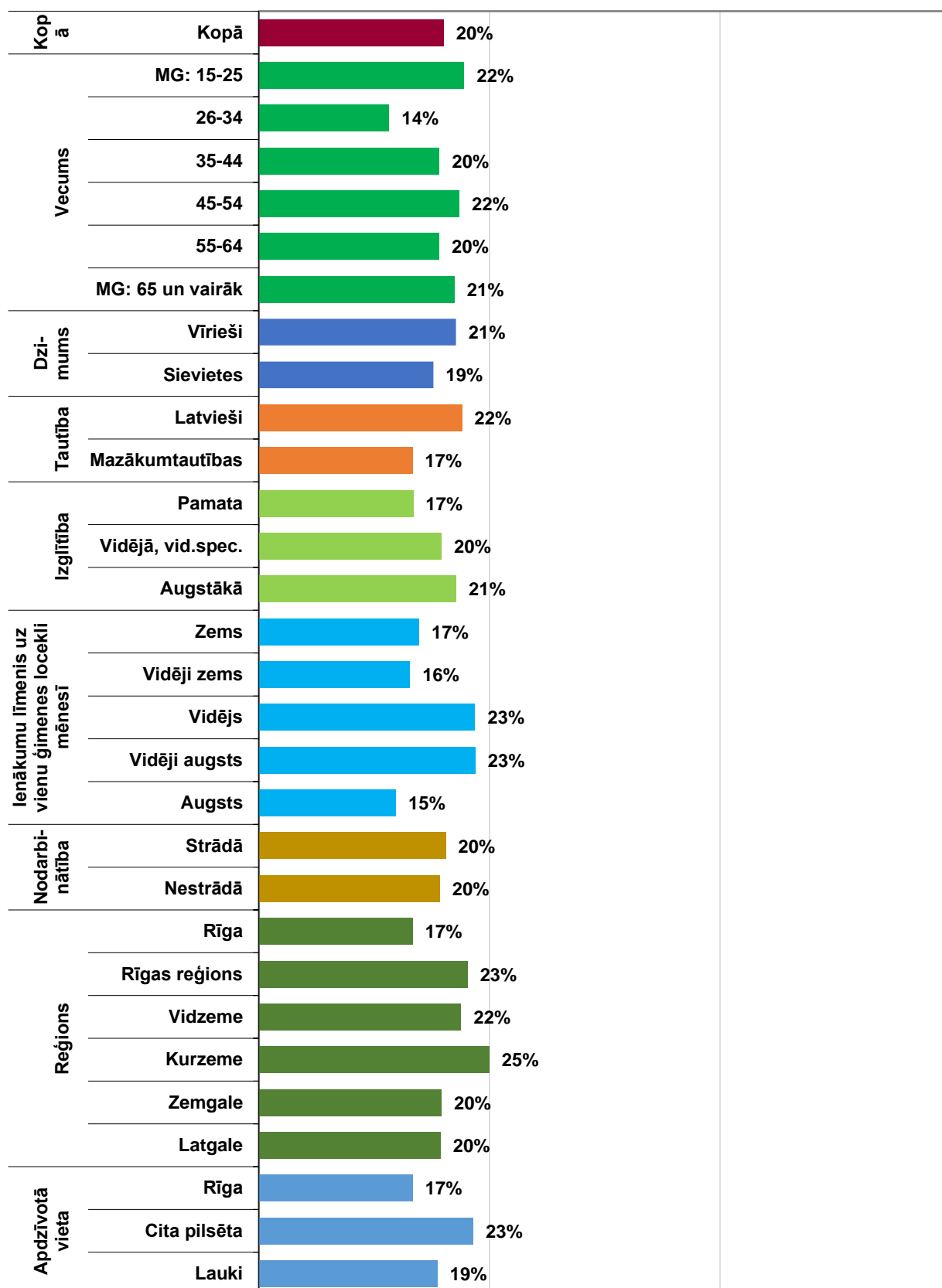
Lieto televīziju, izmantojot tehnoloģiju  
**Interneta televīzija**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



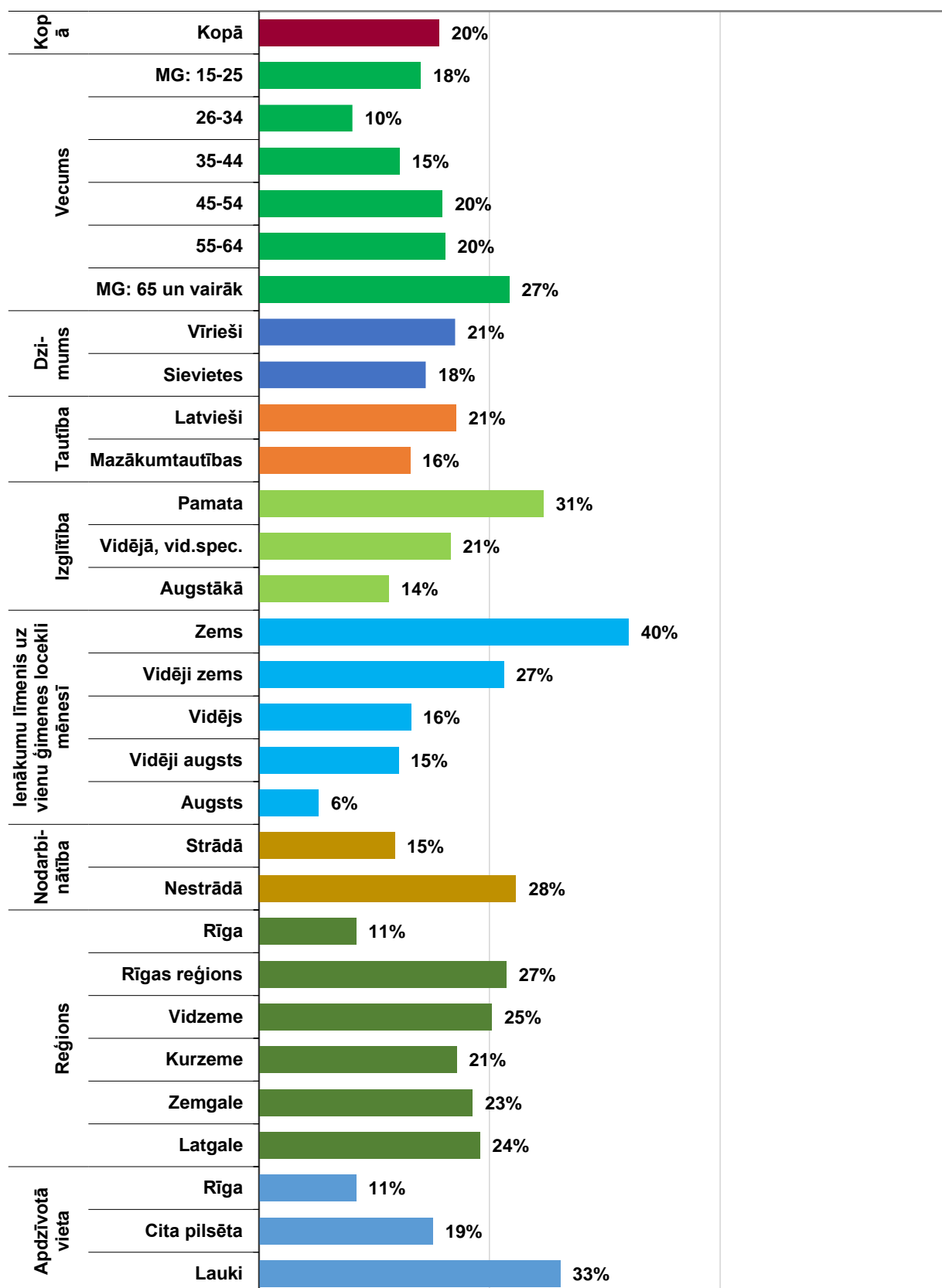
Lieto televīziju, izmantojot tehnoloģiju  
**Kabeļtelevīzija**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



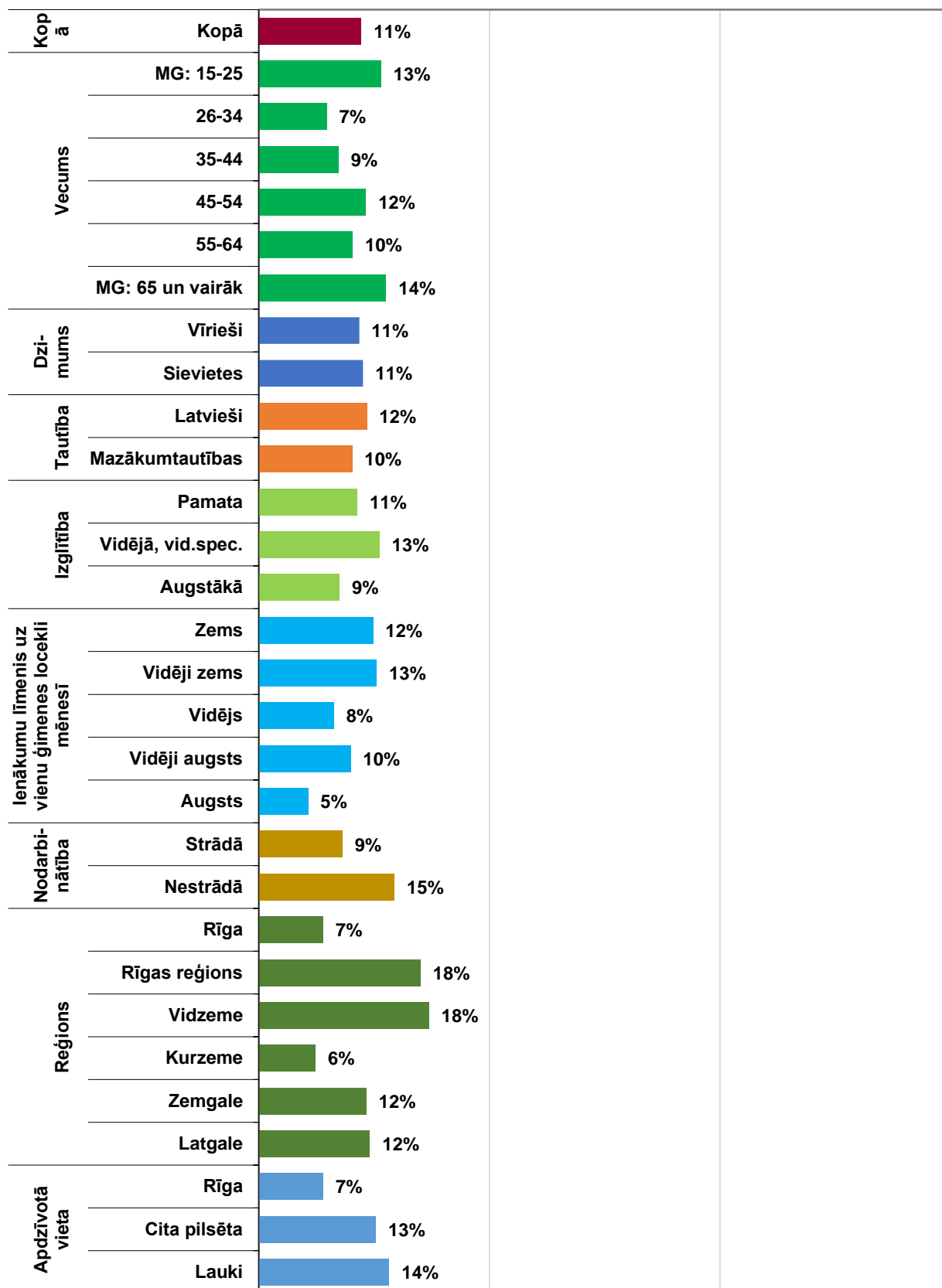
Lieto televīziju, izmantojot tehnoloģiju  
**IP televīzija**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



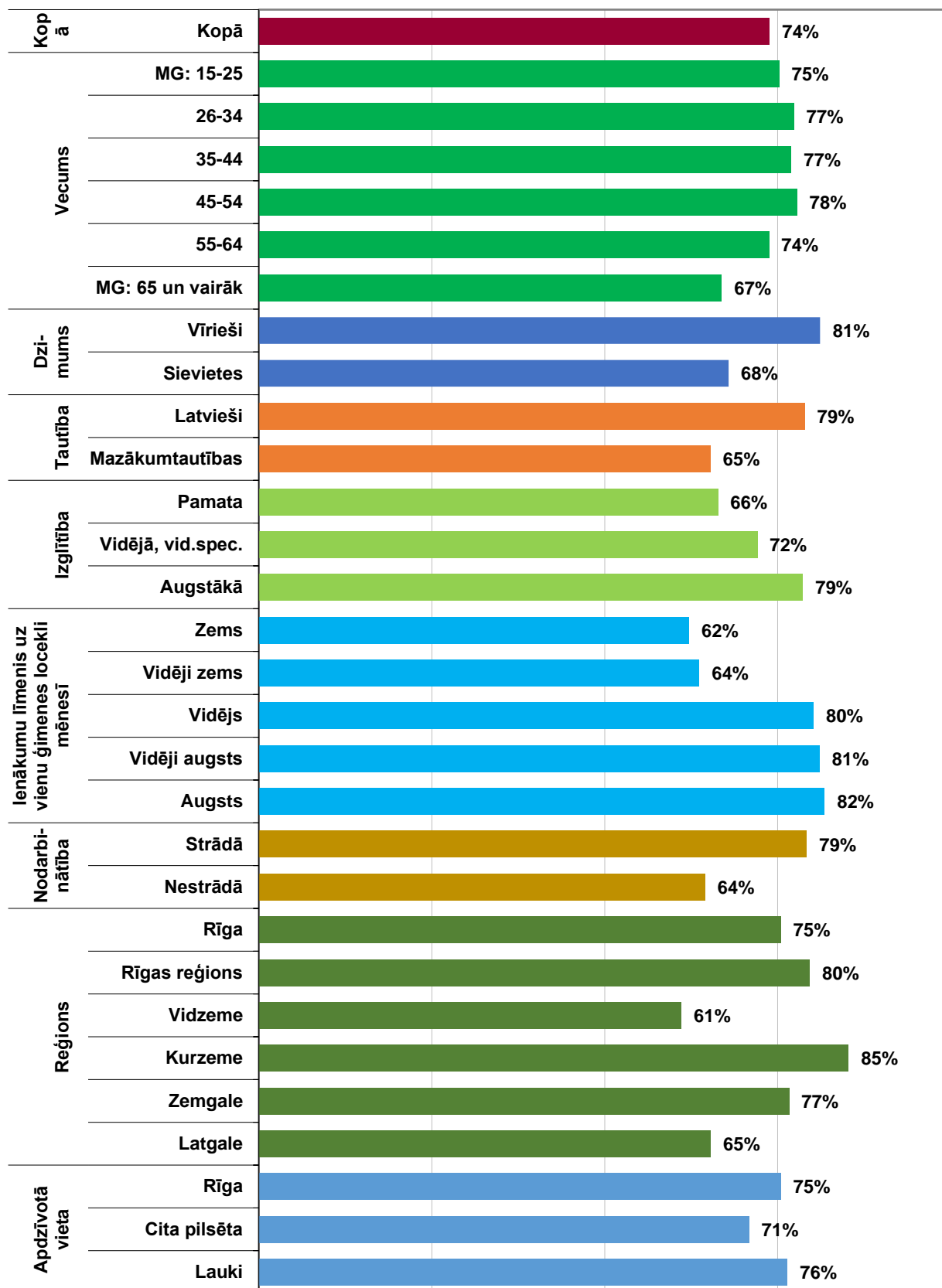
Lieto televīziju, izmantojot tehnoloģiju  
**Zemes televīzijas apraide**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



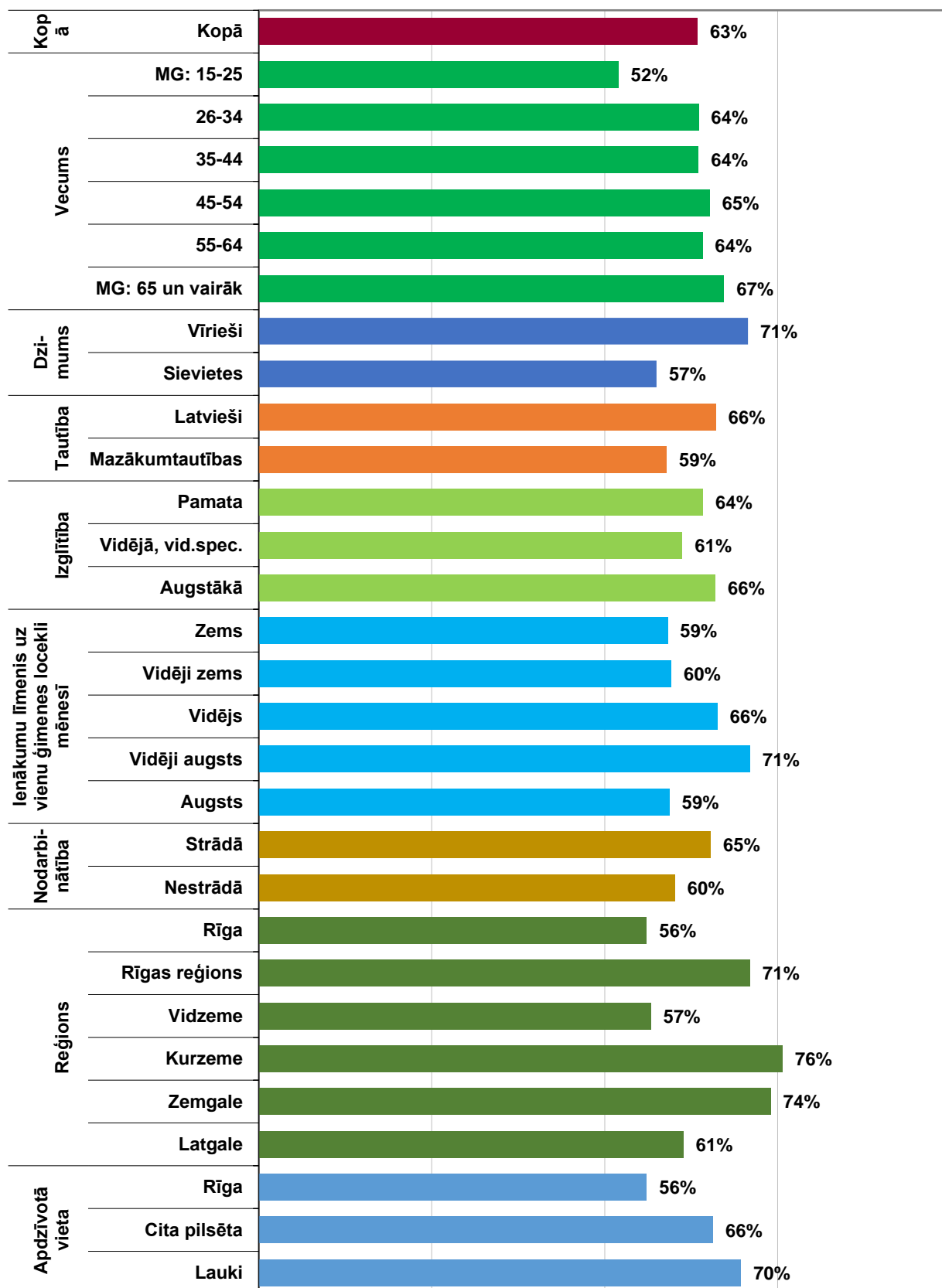
Lieto televīziju, izmantojot tehnoloģiju  
**Satelīttelevīzija**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



**Klausās radio** (tradicionālā FM radio apraide, radio internetā, mobilās aplikācijas radio staciju uztveršanai)  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)

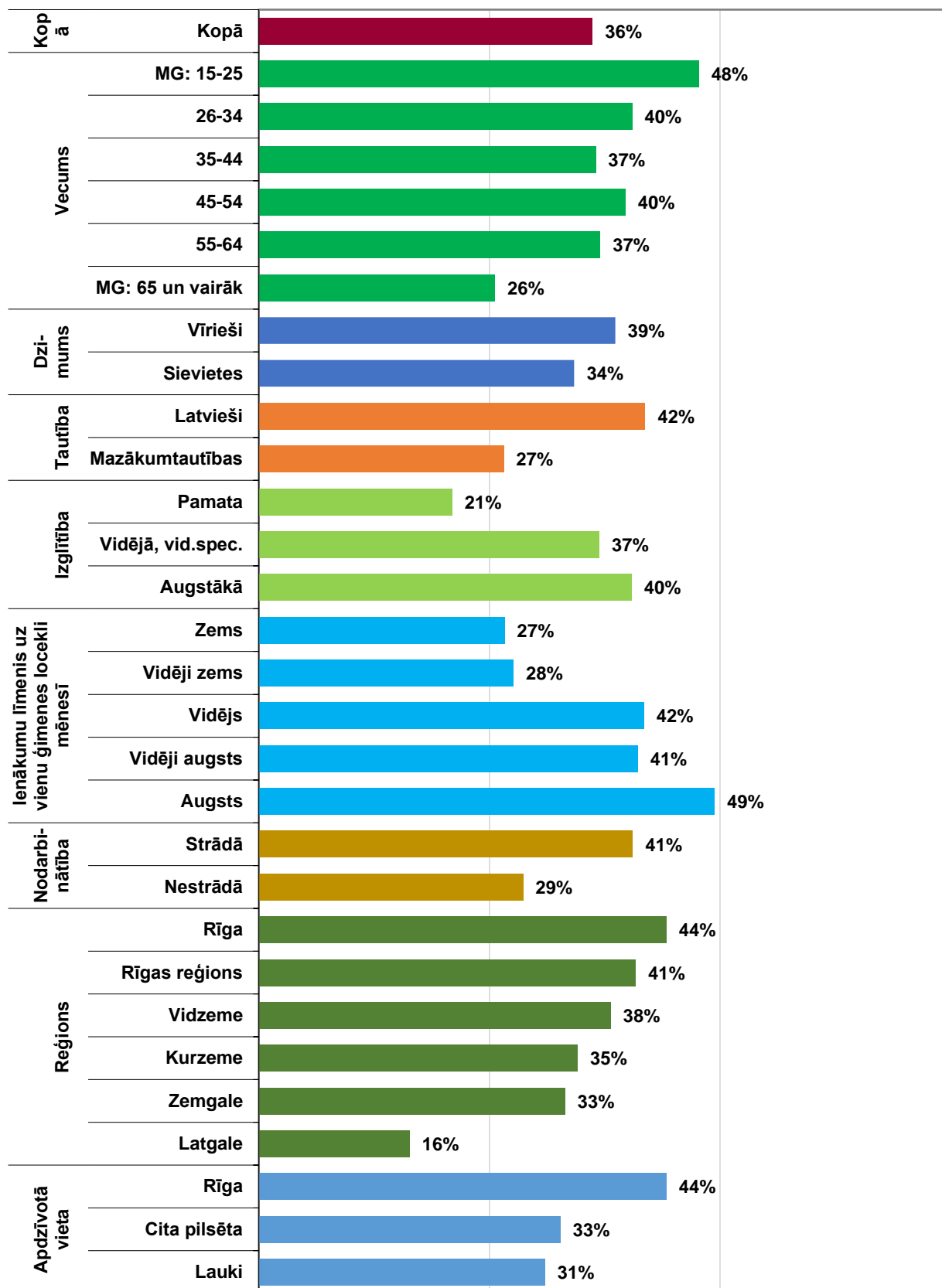


Lieto radio, izmantojot tehnoloģiju  
**Tradicionālā FM radio pārraide**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)

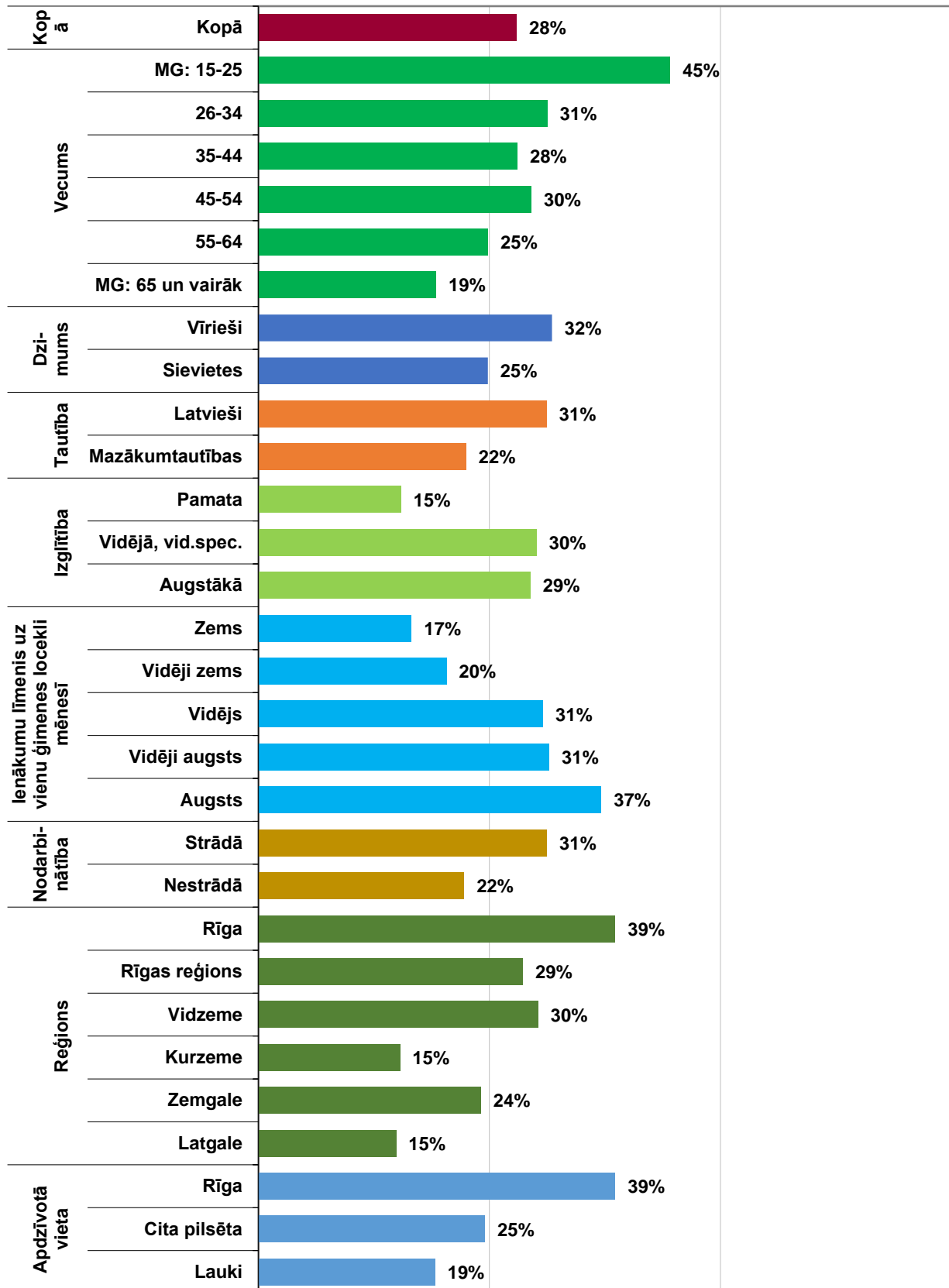




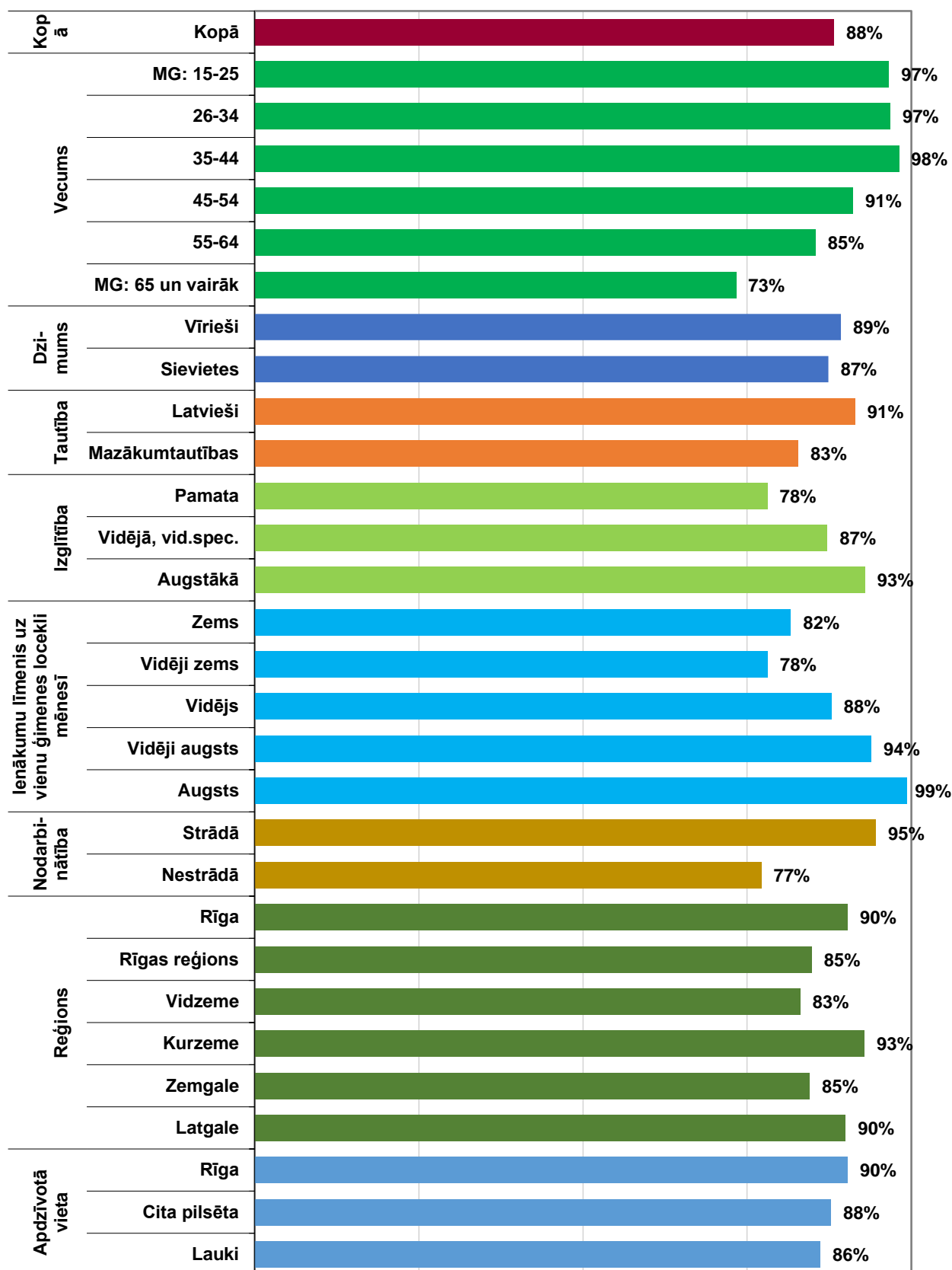
Lieto radio, izmantojot tehnoloģiju  
**Radio internetā**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



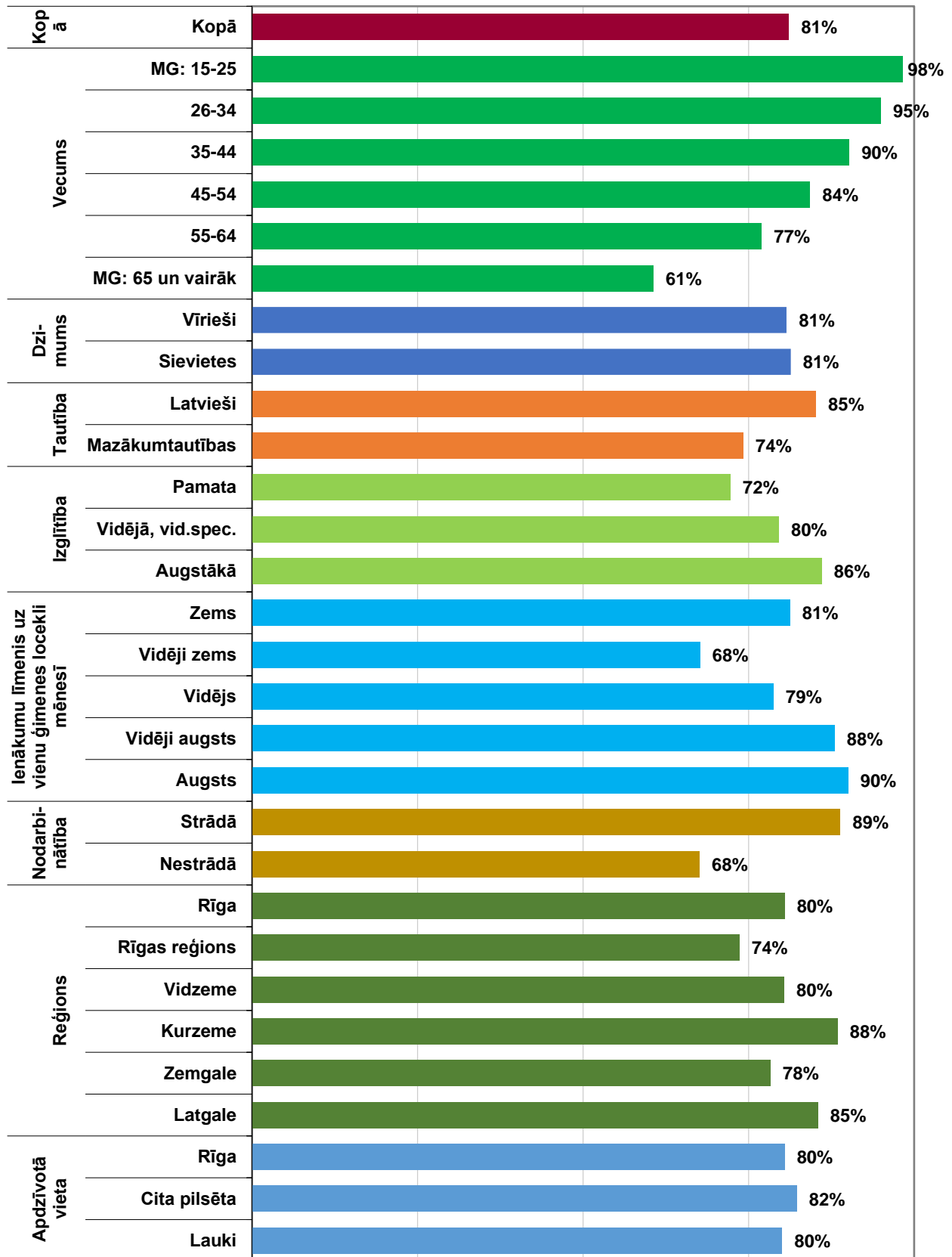
Lieto radio, izmantojot tehnoloģiju  
**Mobilās aplikācijas radio staciju uztveršanai izmantojot internetu**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



**Lieto internetā bāzētas platformas un ziņu kanālus** (interneta vietnes, sociālie mediji, blogi, podkāsti, mobilās lietotnes/ aplikācijas)  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



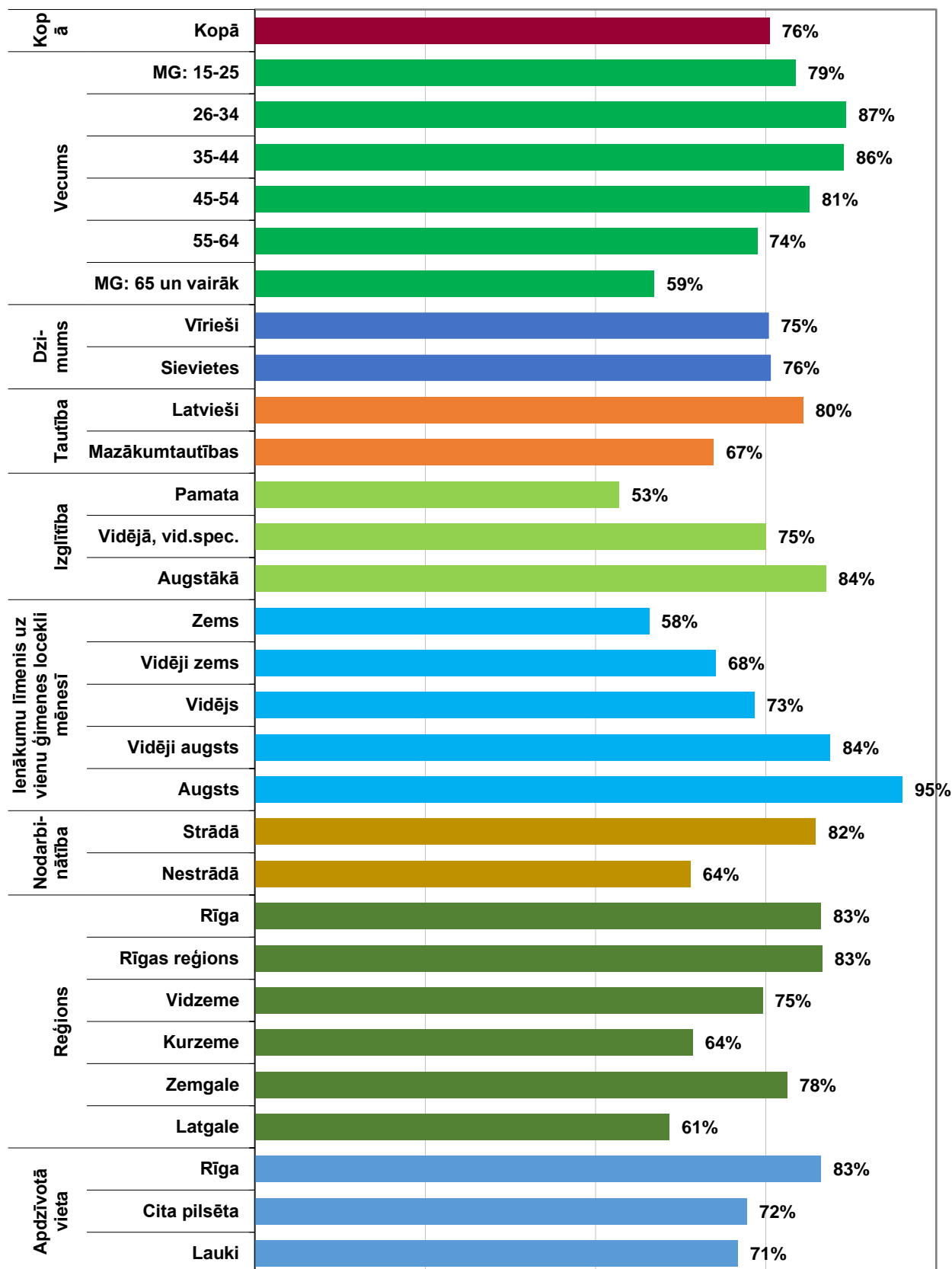
Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:  
**Sociālie mediji**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:

**Mobilās lietotnes**

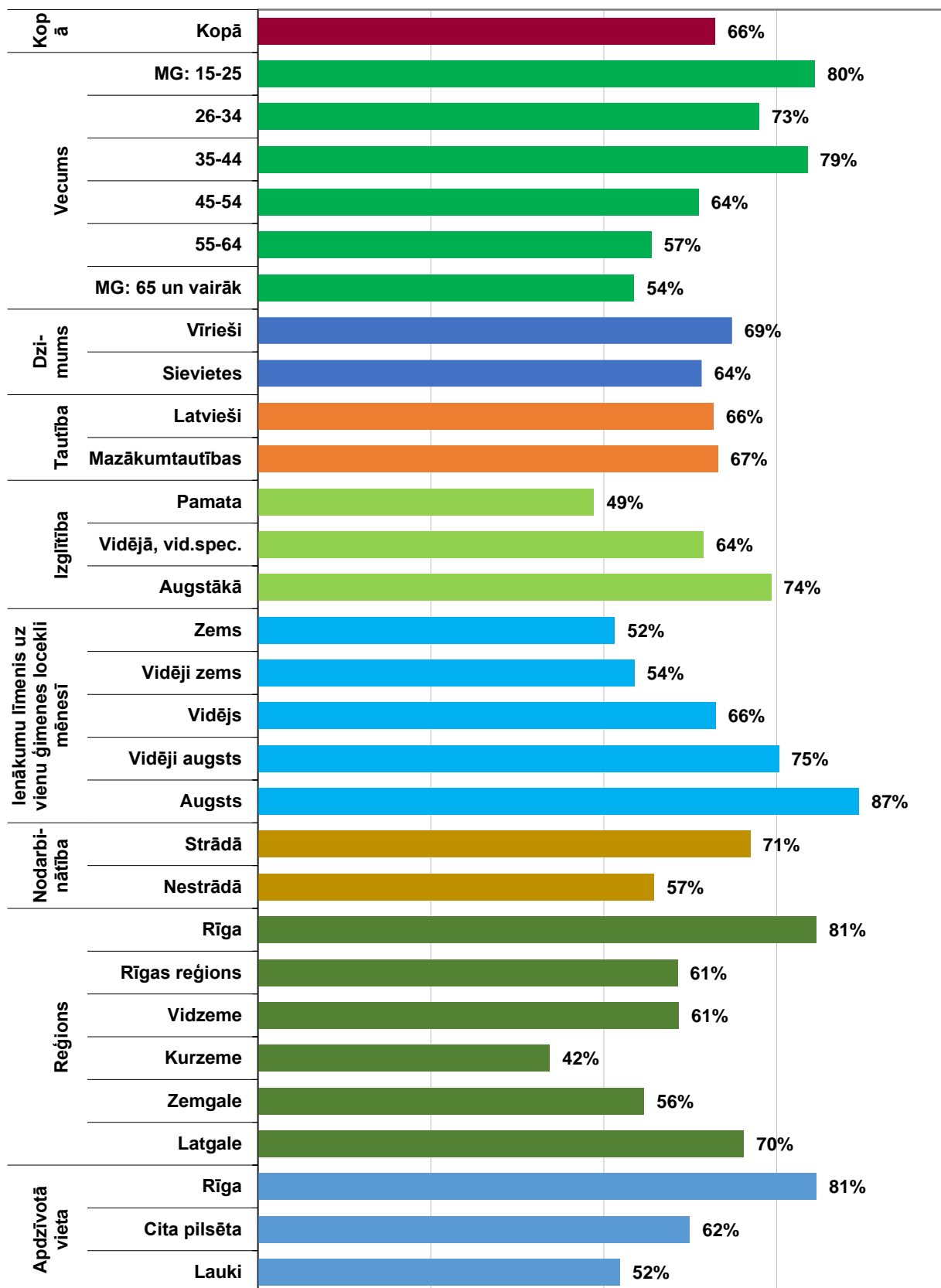
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:

**Interneta vietnes**

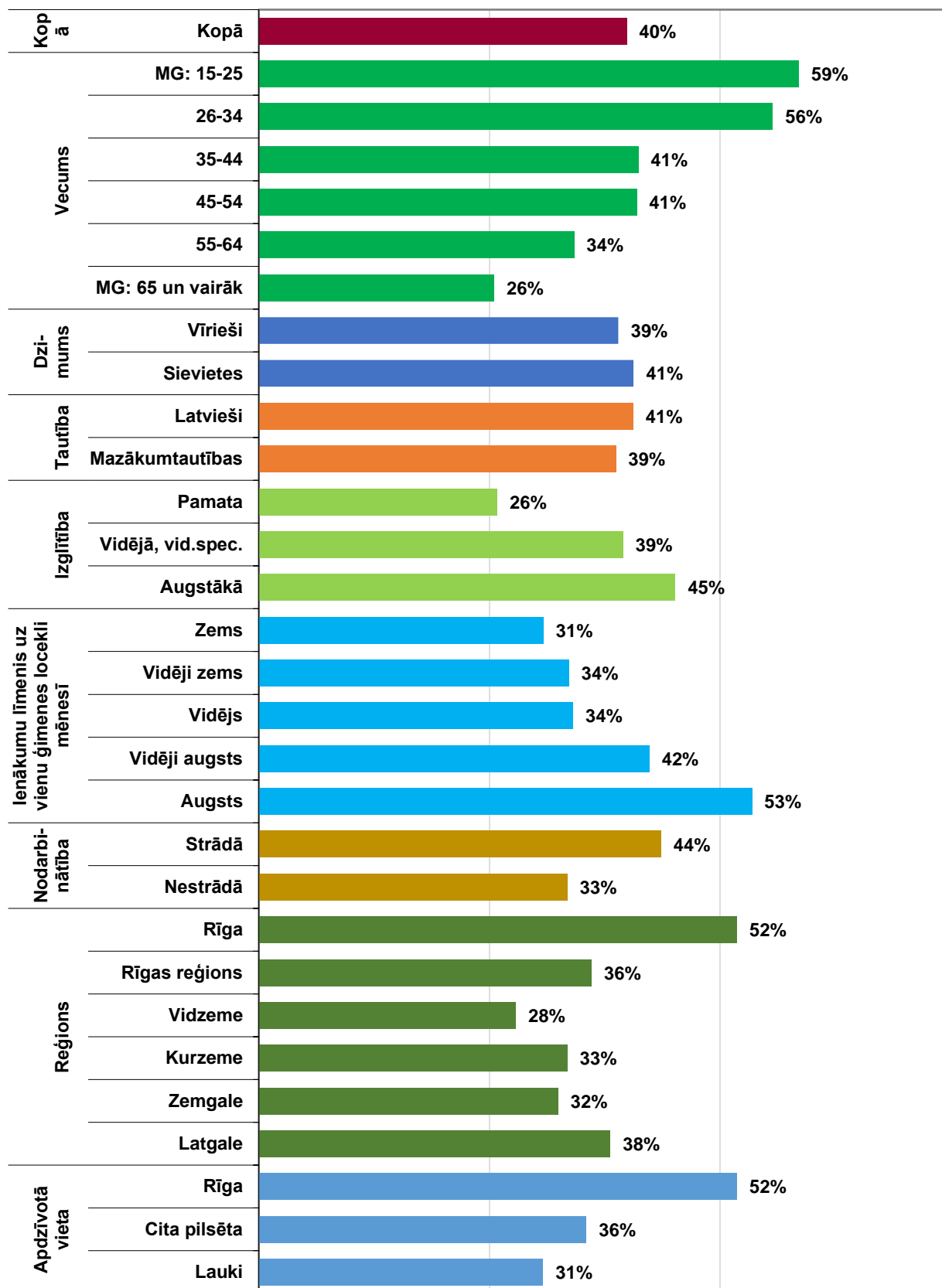
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:

**Blogi**

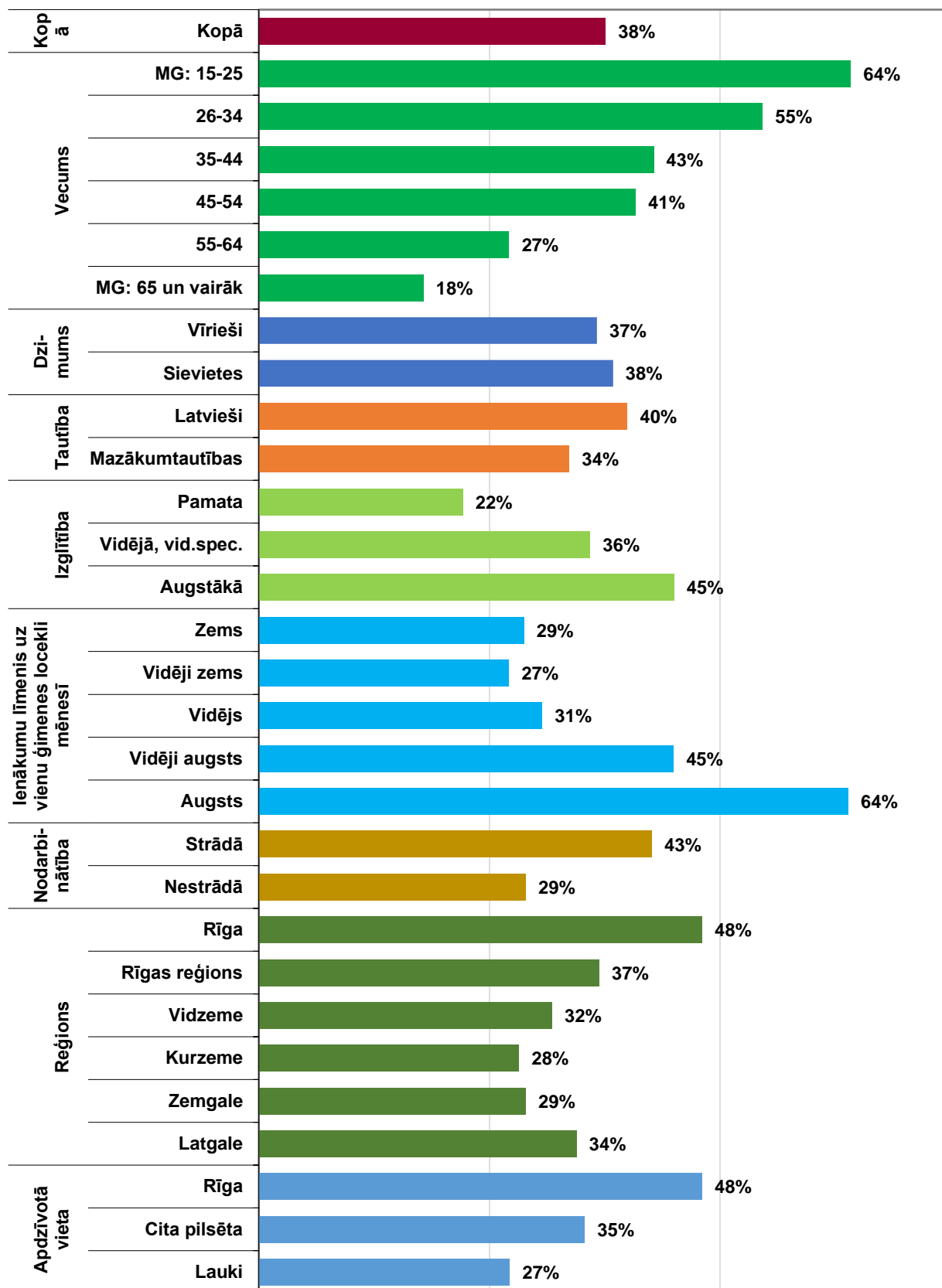
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:

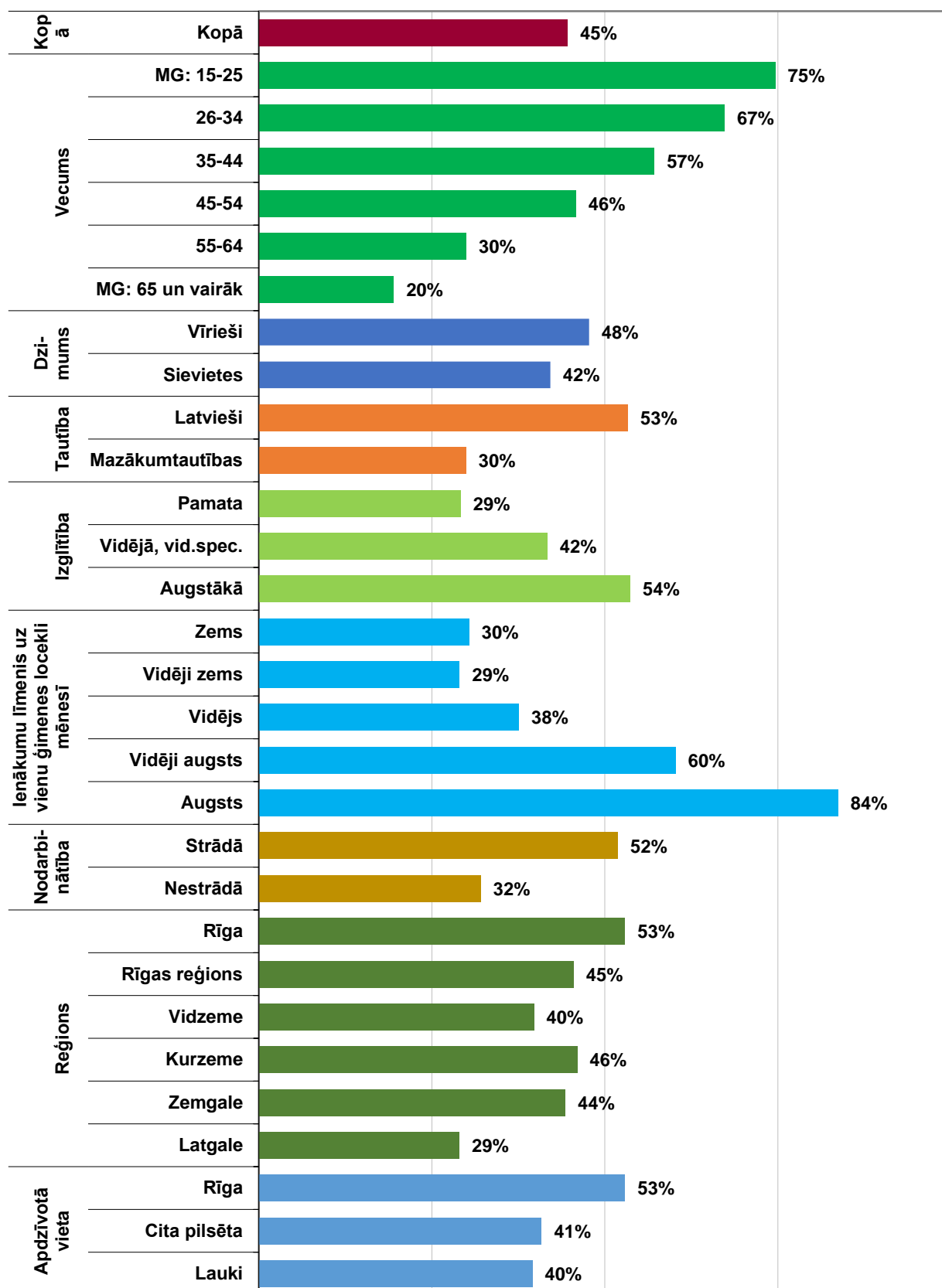
**Podkāsti**

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)

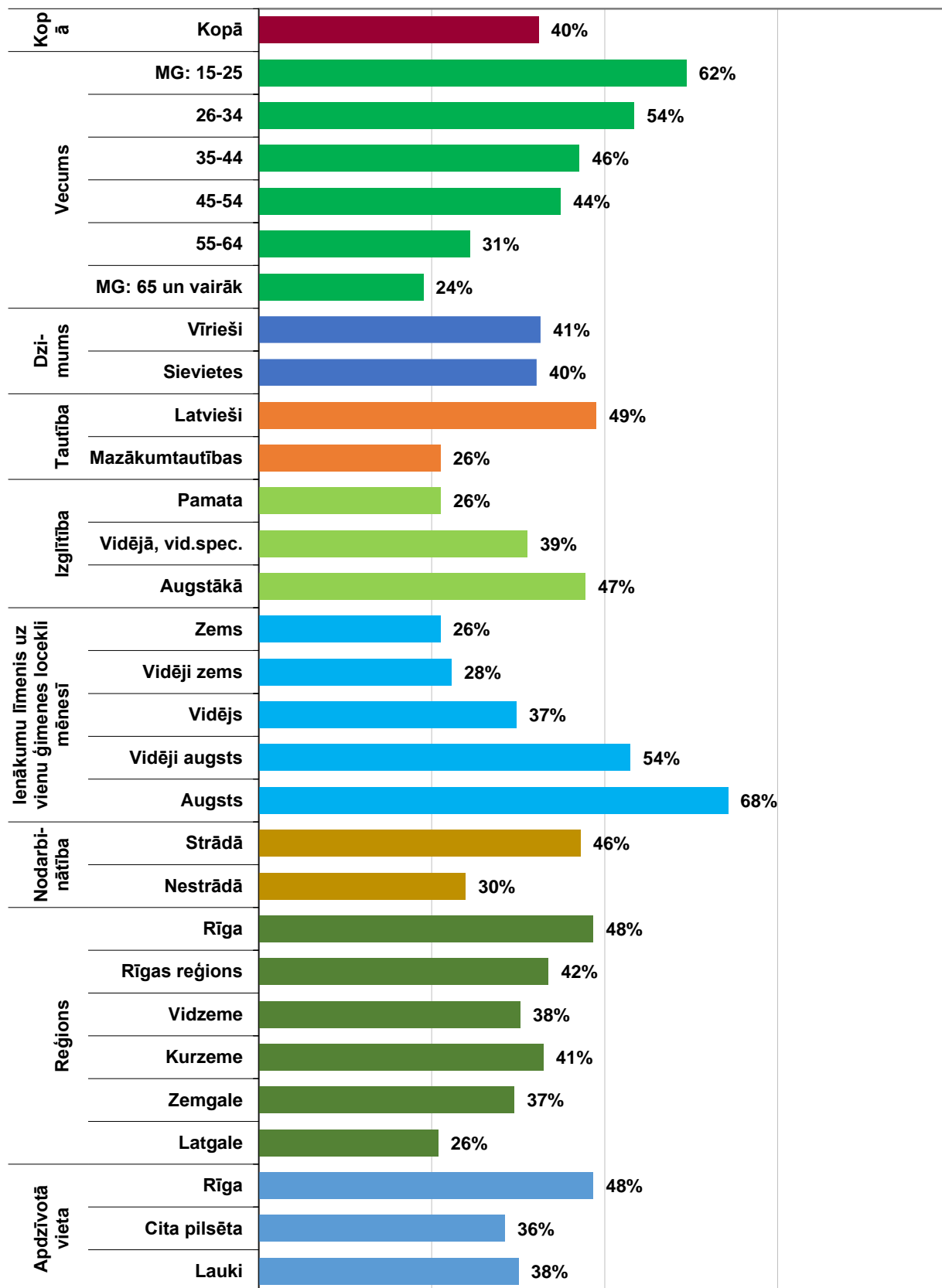




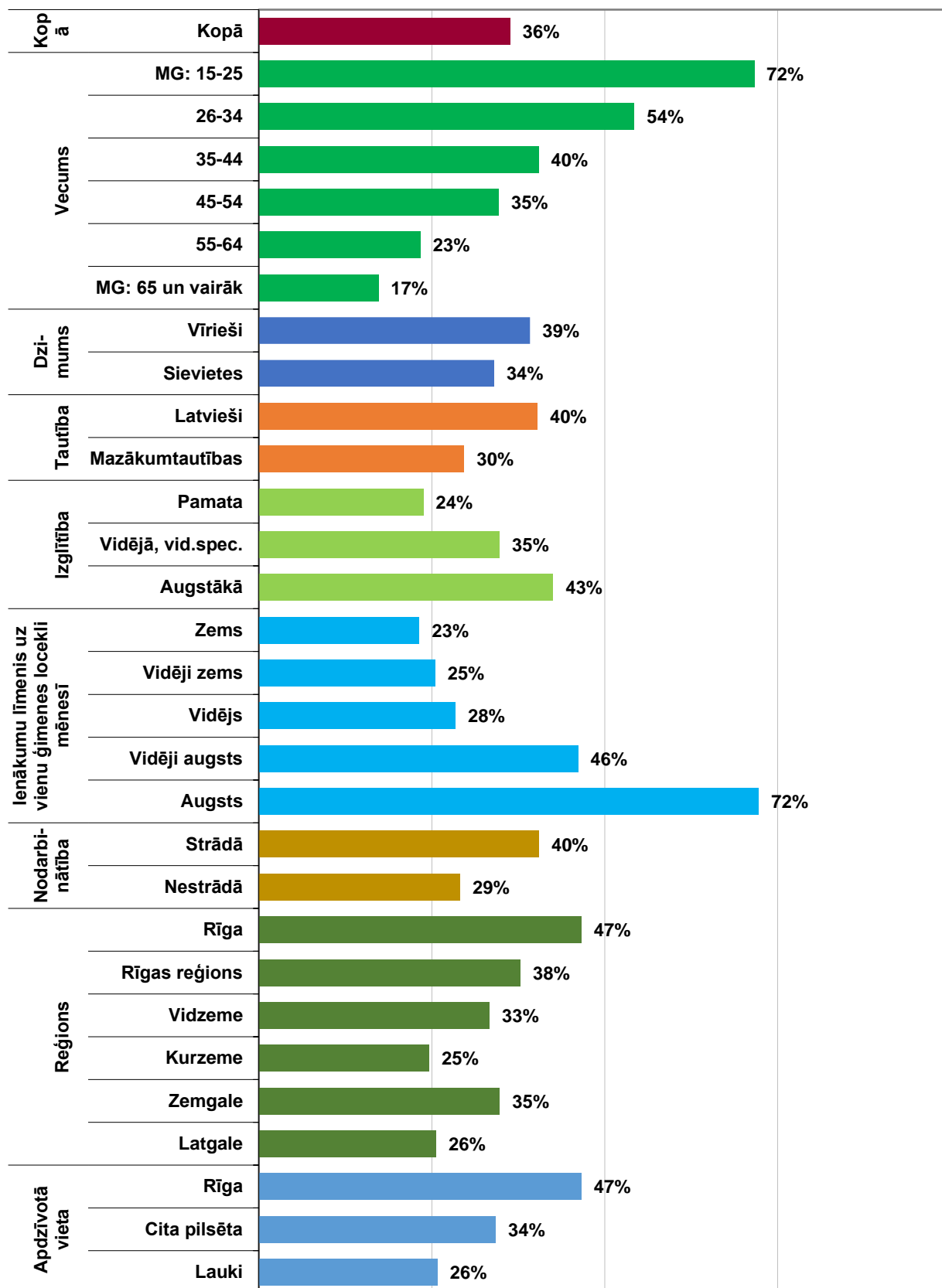
**Izmanto straumēšanas pakalpojumus** (video pakalpojumi pēc pieprasījuma, mūzikas straumēšanas pakalpojumi)  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



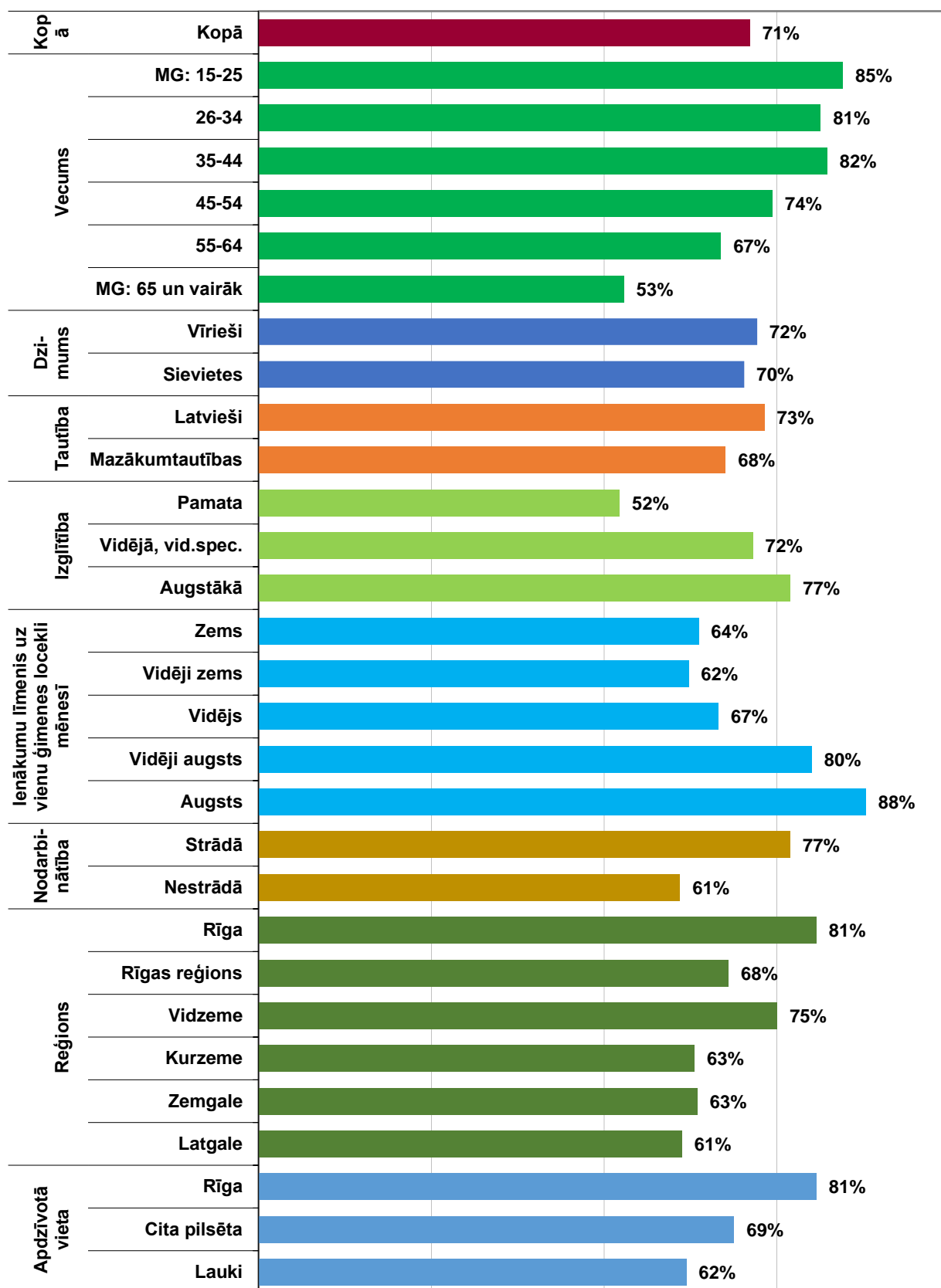
Lieto straumēšanas pakalpojumus:  
**Video pakalpojumi pēc pieprasījuma**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



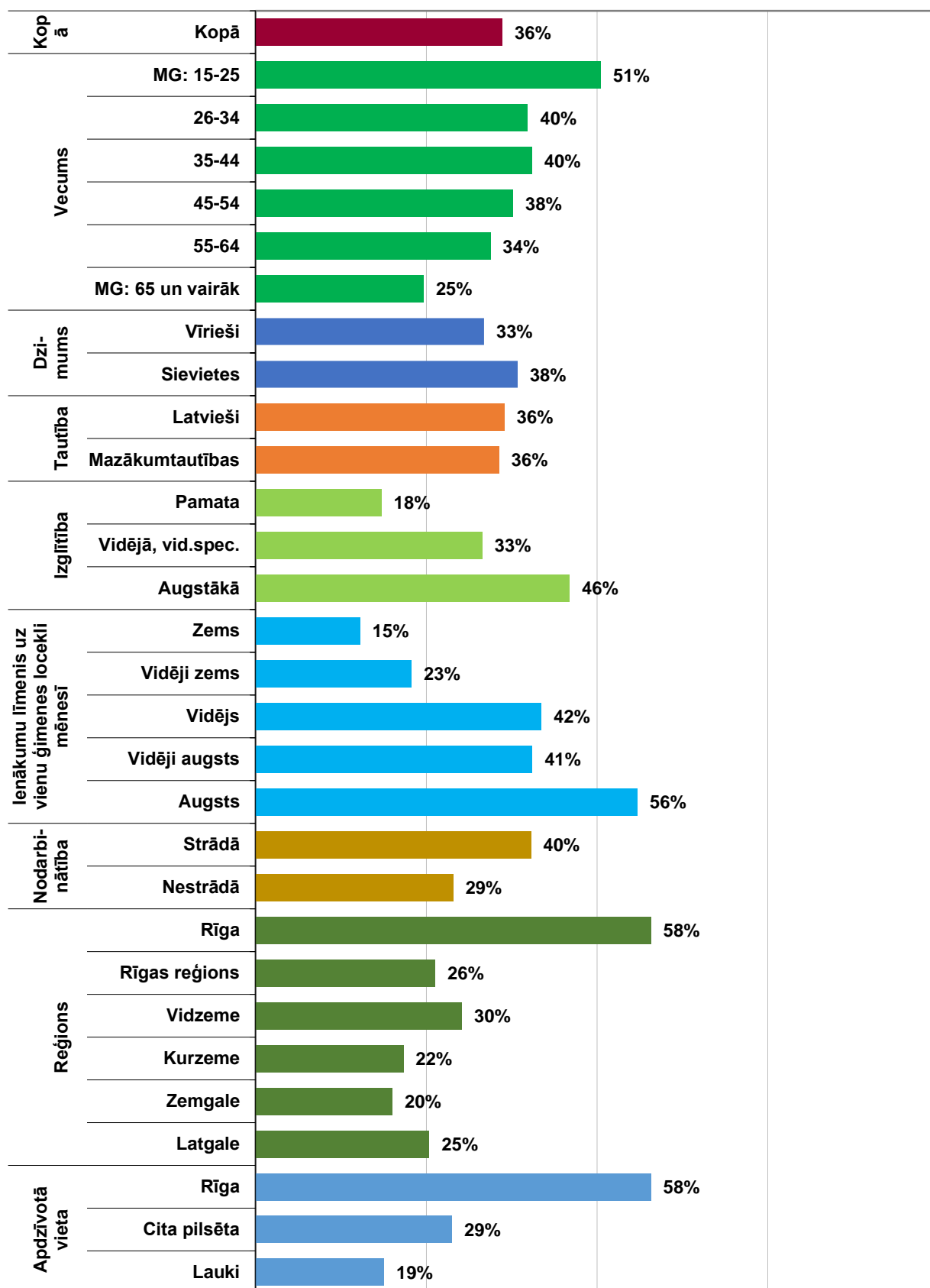
Lieto straumēšanas pakalpojumus:  
**Mūzikas straumēšanas pakalpojumi**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



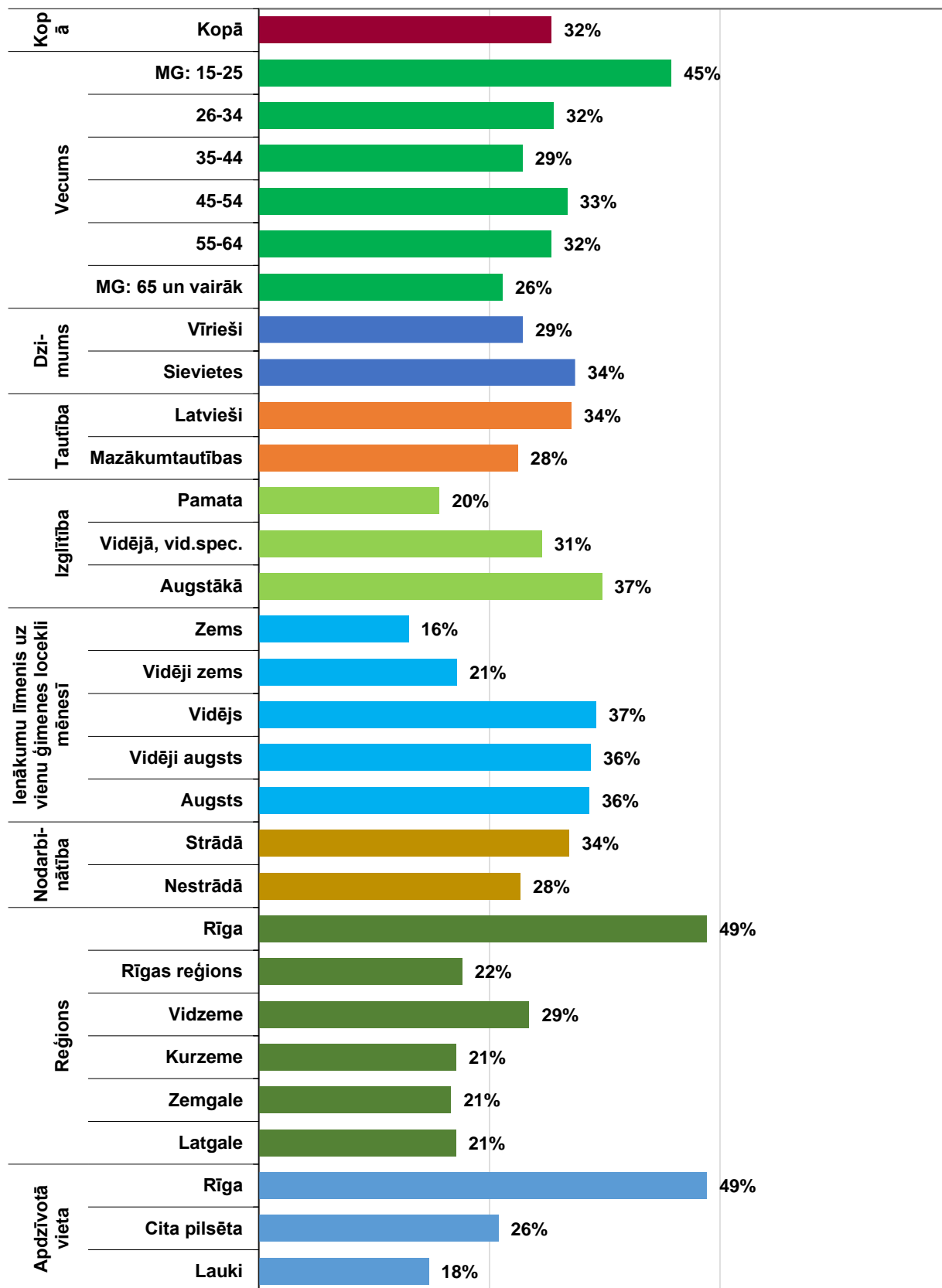
Lieto:  
**Video koplietošanas platformas, piem., YouTube**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



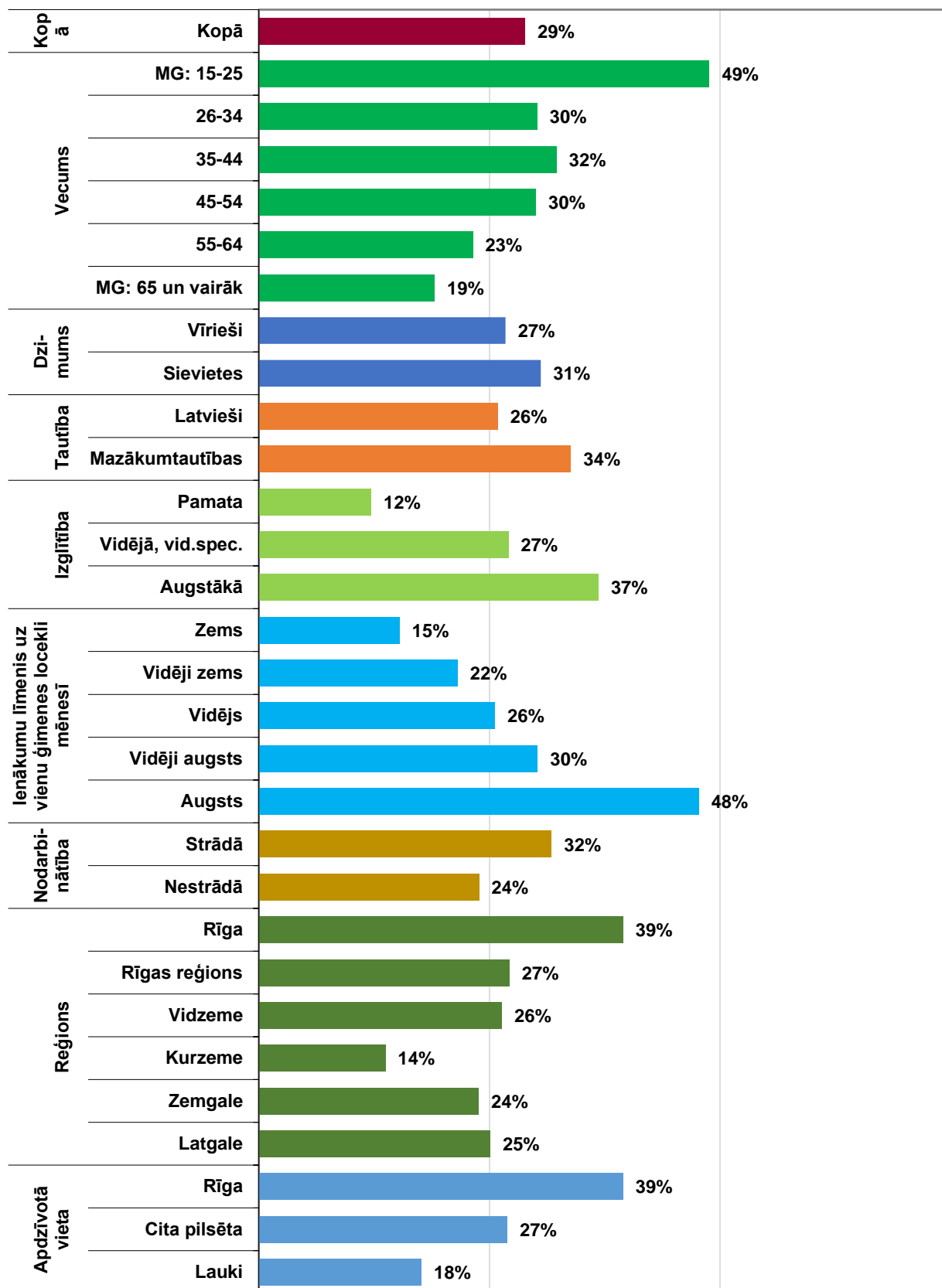
**Lasa e-grāmatas un digitālos izdevumus (digitālie žurnāli un laikraksti)**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



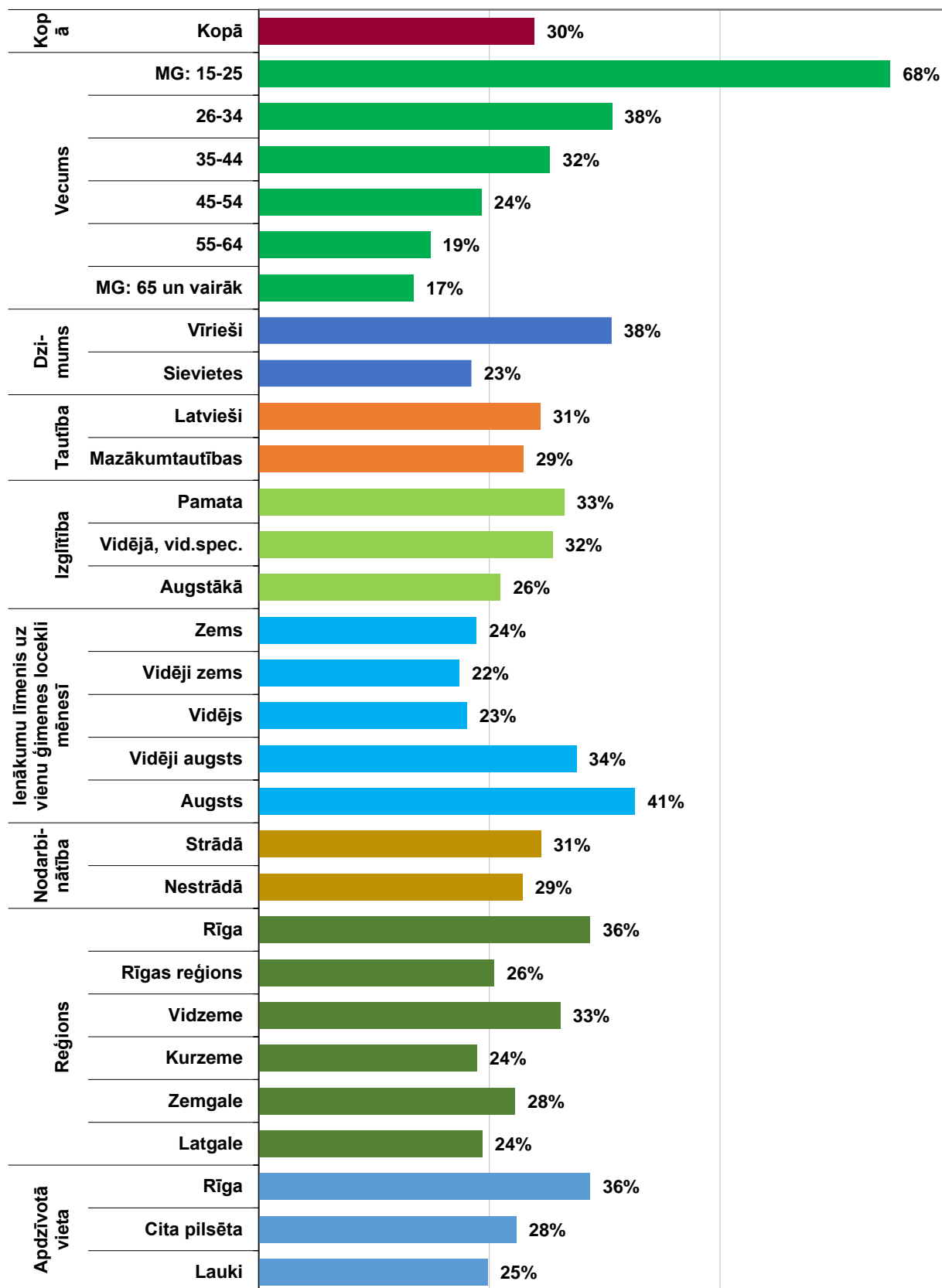
Lieto:  
**Digitālie žurnāli un laikraksti**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



Lieto:  
**E-grāmatas**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



Lieto:  
**Videospēles**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)

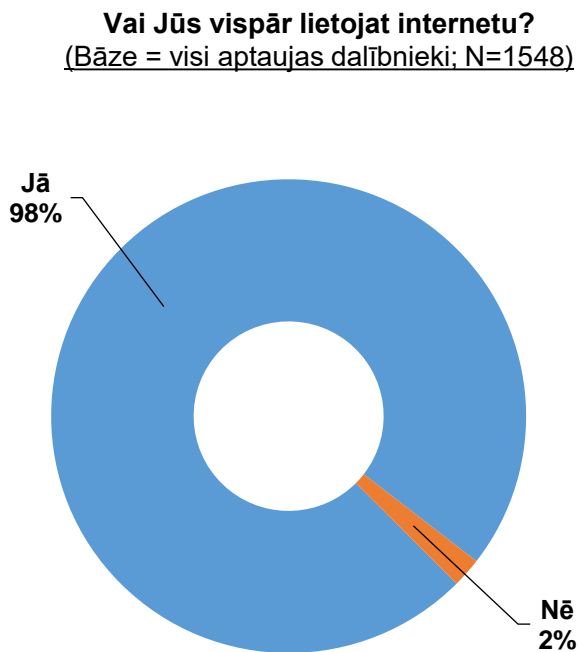




## 2. Interneta lietošana, mērķi un lietošanas prasmes, lai saņemtu mediju pakalpojumus

Aptaujas jautājums:

- “Vai Jūs vispār lietojat internetu?”

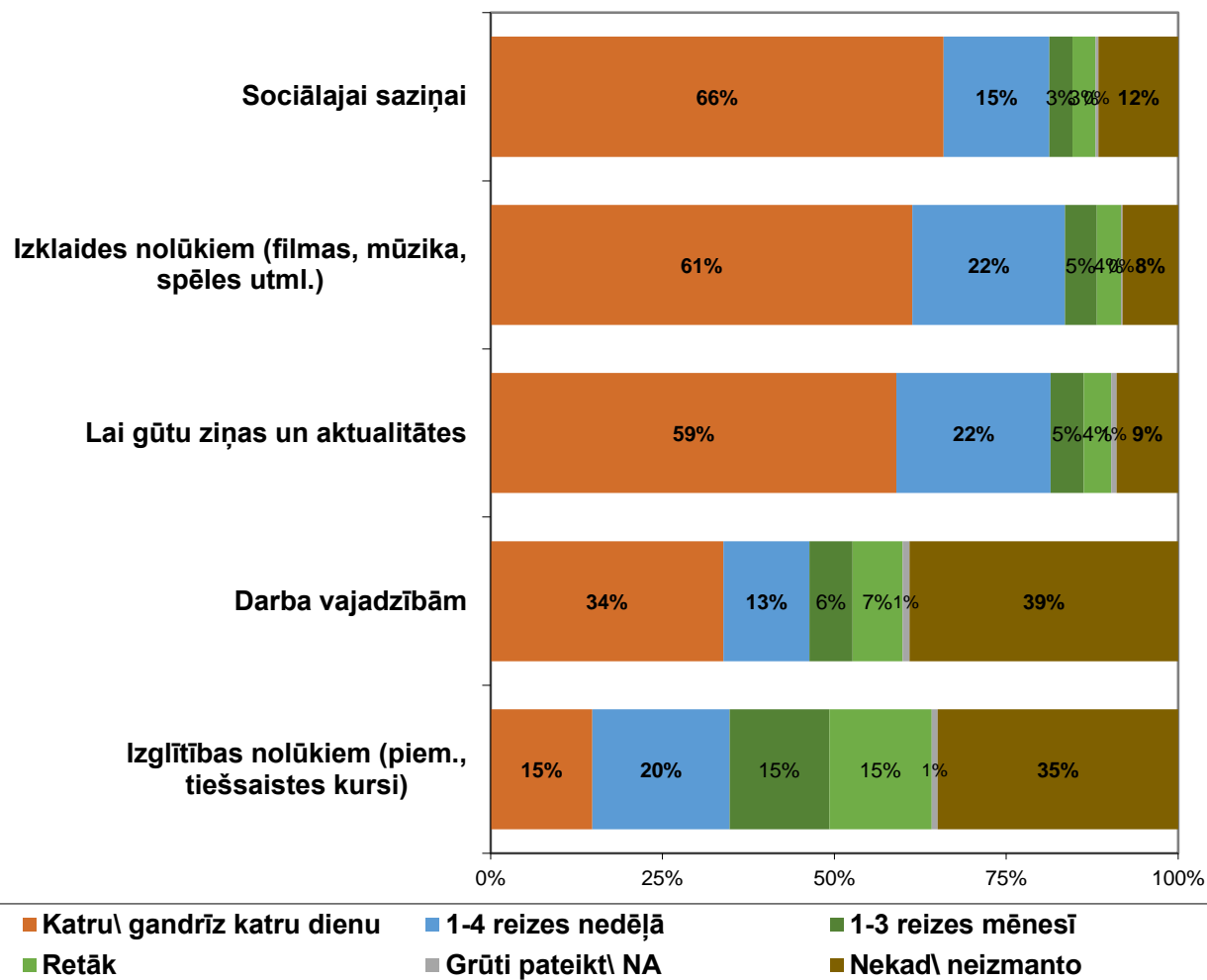


Turpmākie aptaujas jautājumi tika uzdoti tikai tiem respondentiem (1521), kuri lieto internetu.

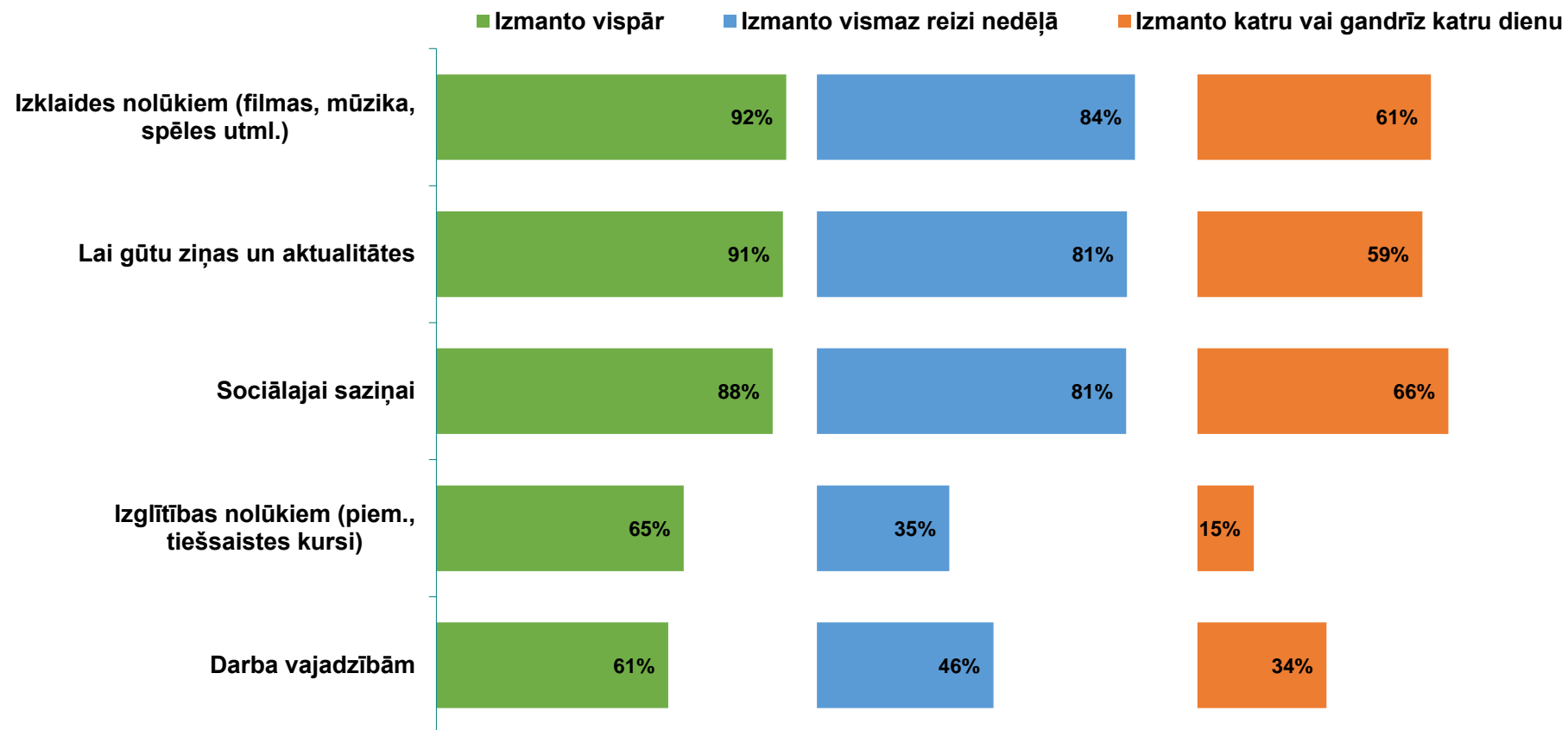
Aptaujas jautājums:

- “Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat internetu šādiem mērķiem?”

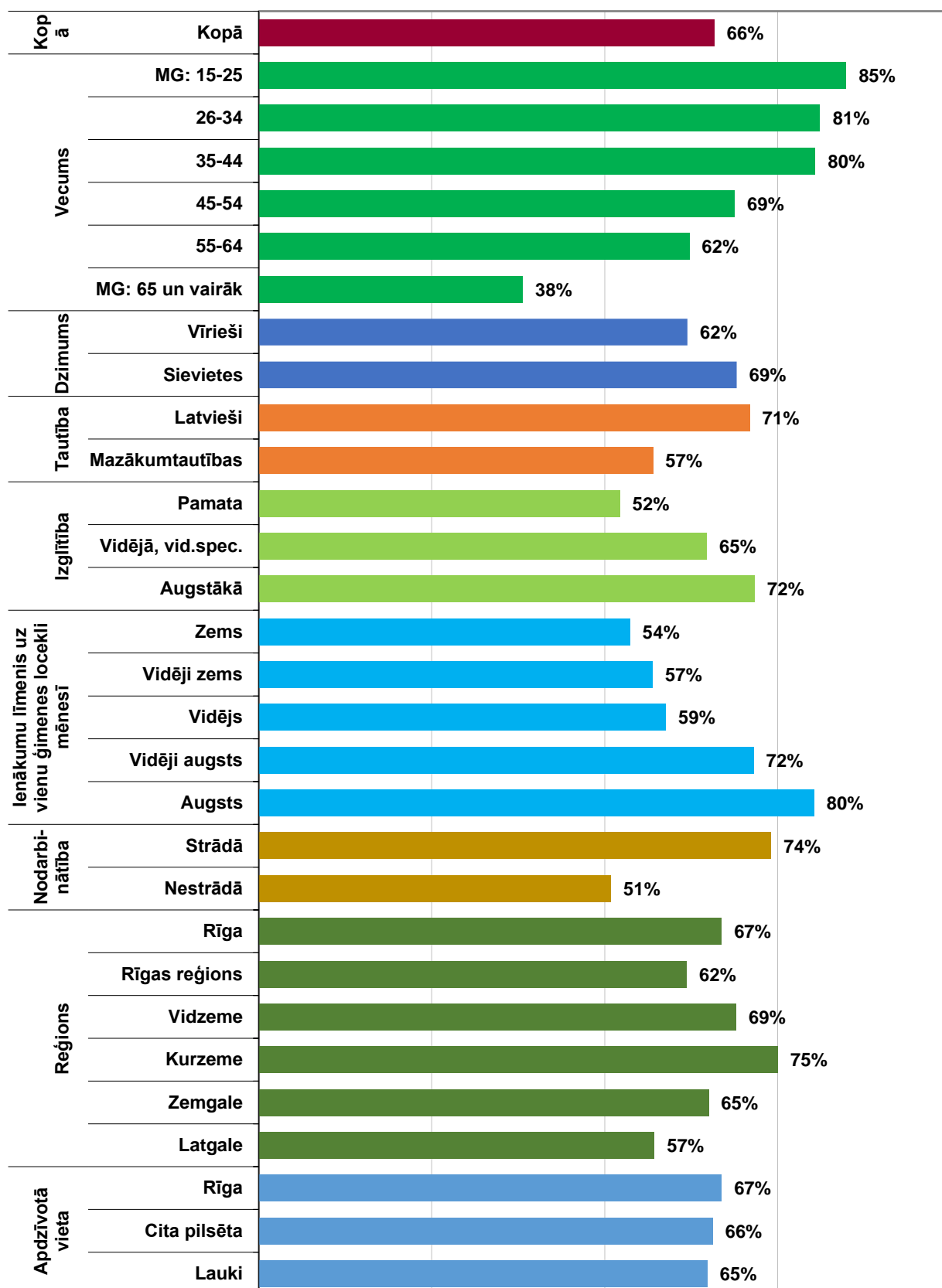
**Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat internetu šādiem mērķiem?**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



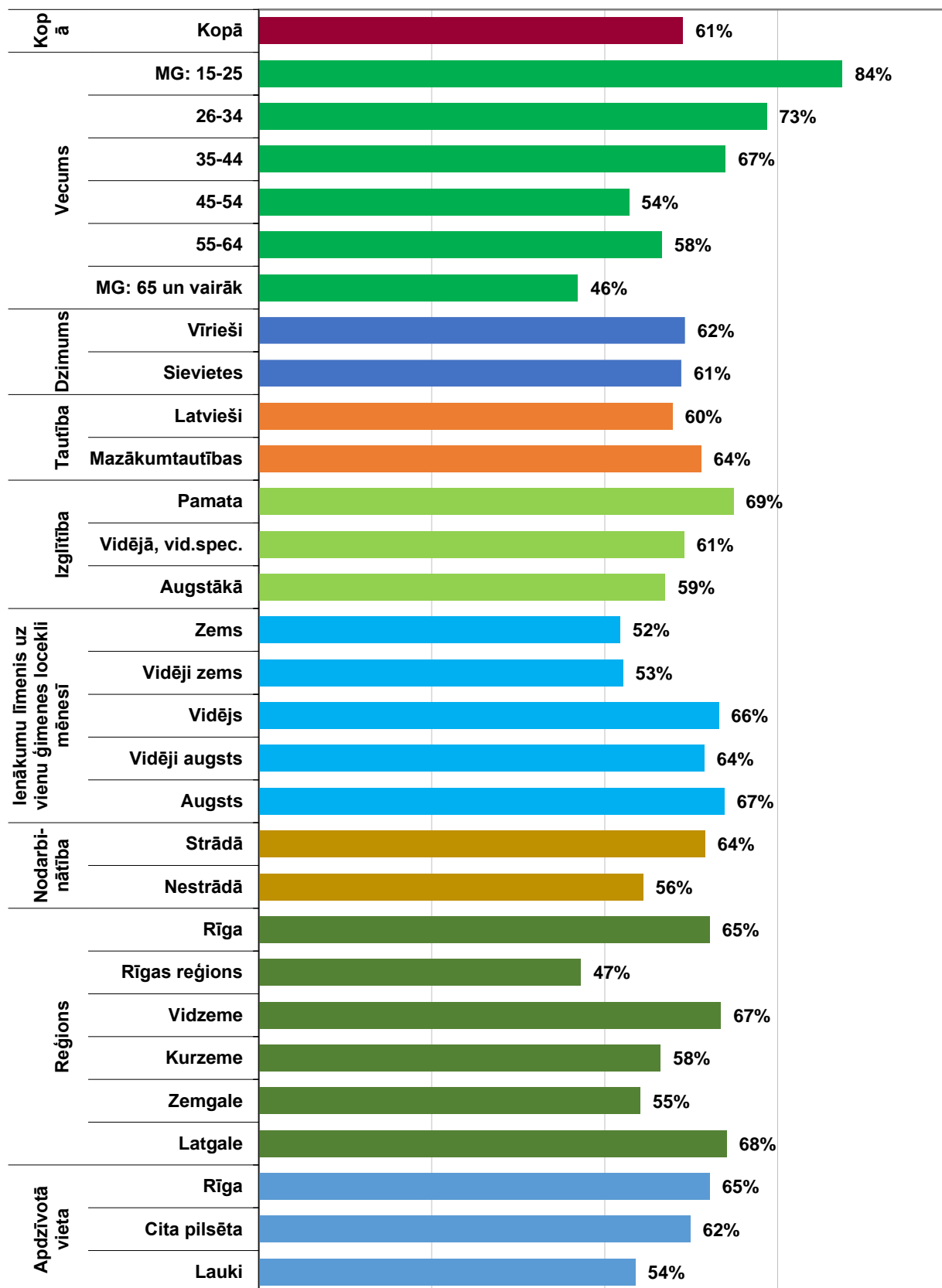
**Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat internetu šādiem mērķiem?**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



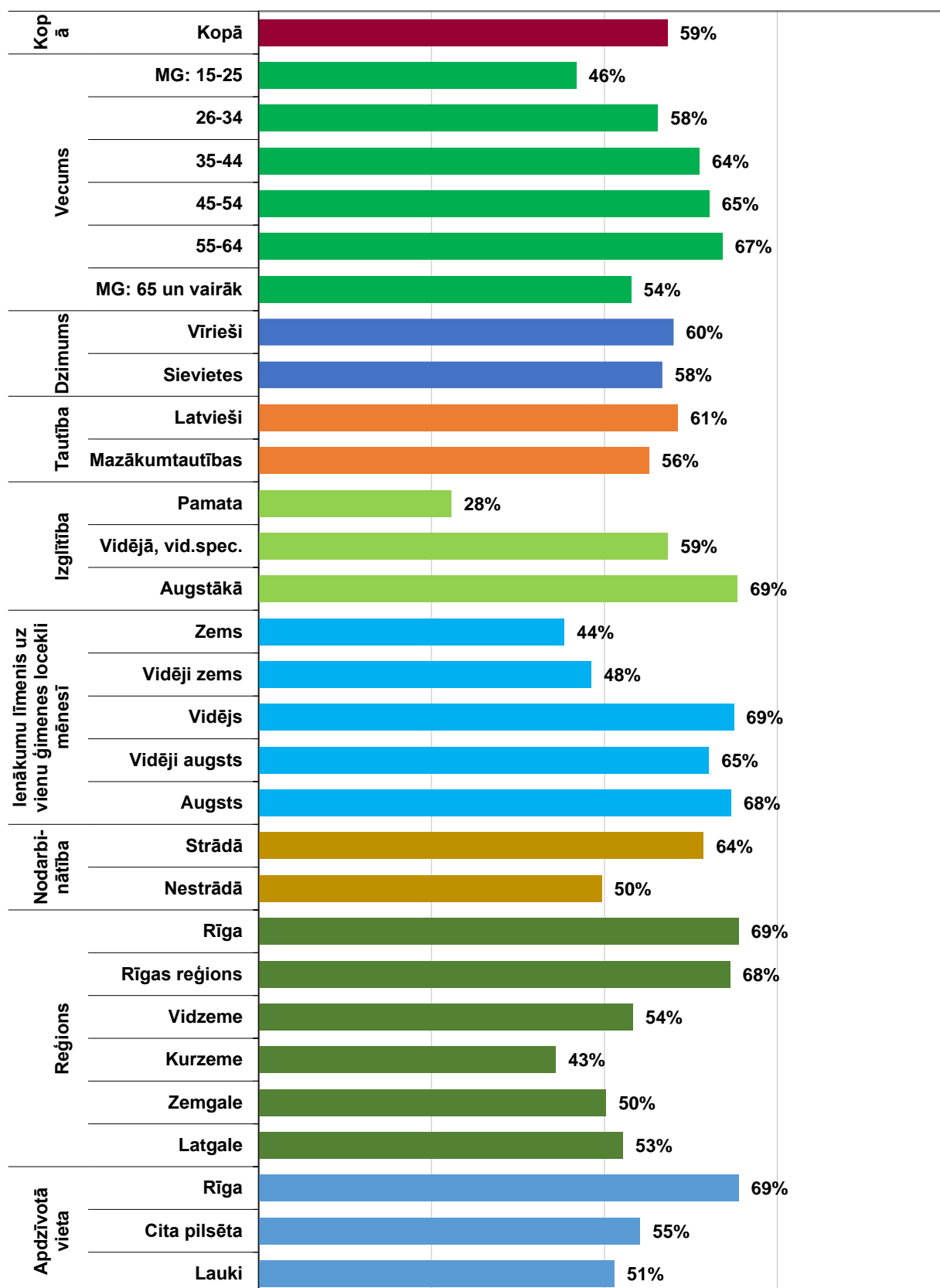
Katru\ gandrīz katru dienu izmanto internetu:  
**Sociālajai saziņai**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1521)



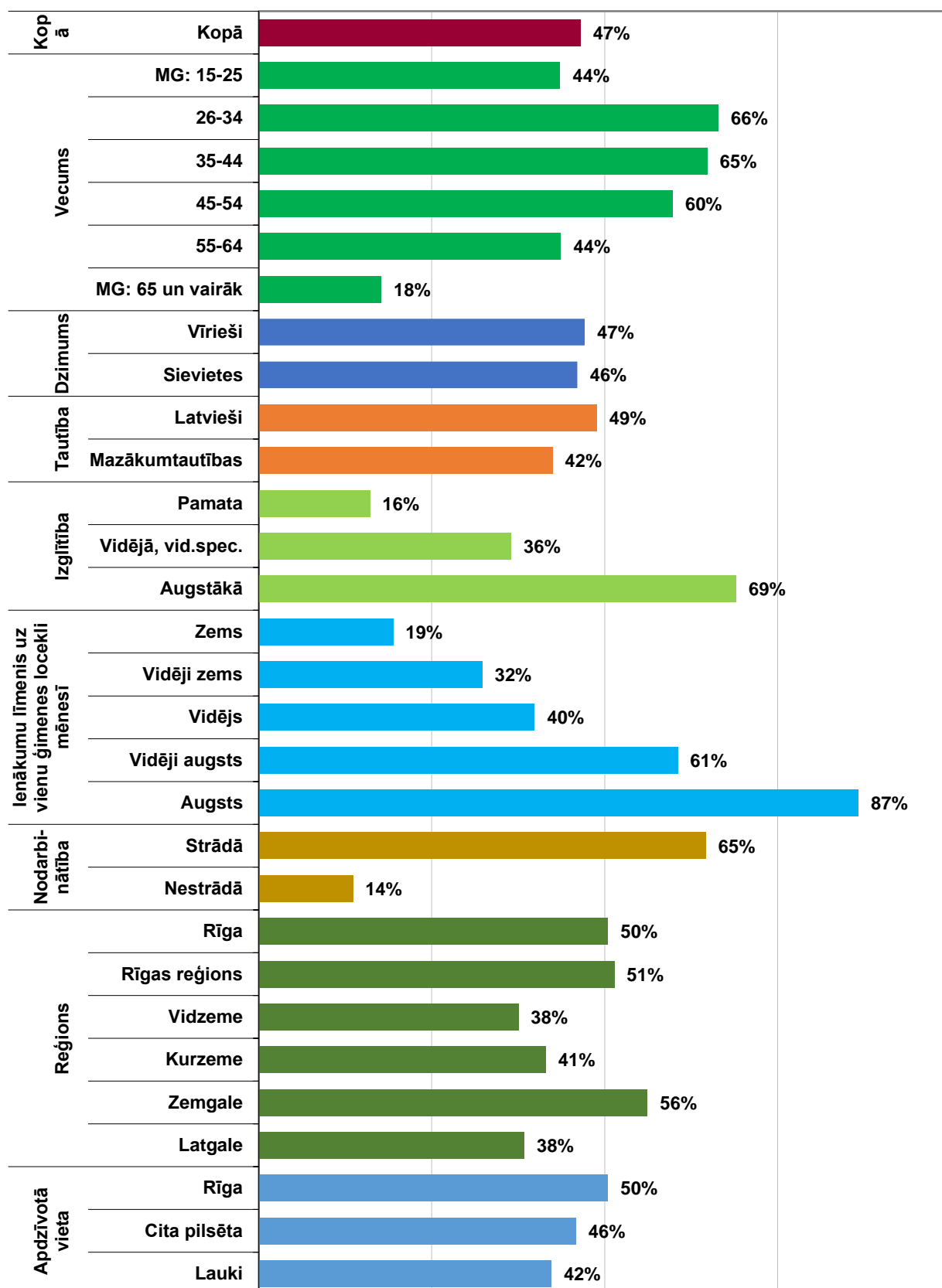
**Katru\ gandrīz katru dienu izmanto internetu:  
izklaides nolūkiem (filmas, mūzika, spēles utml.)**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



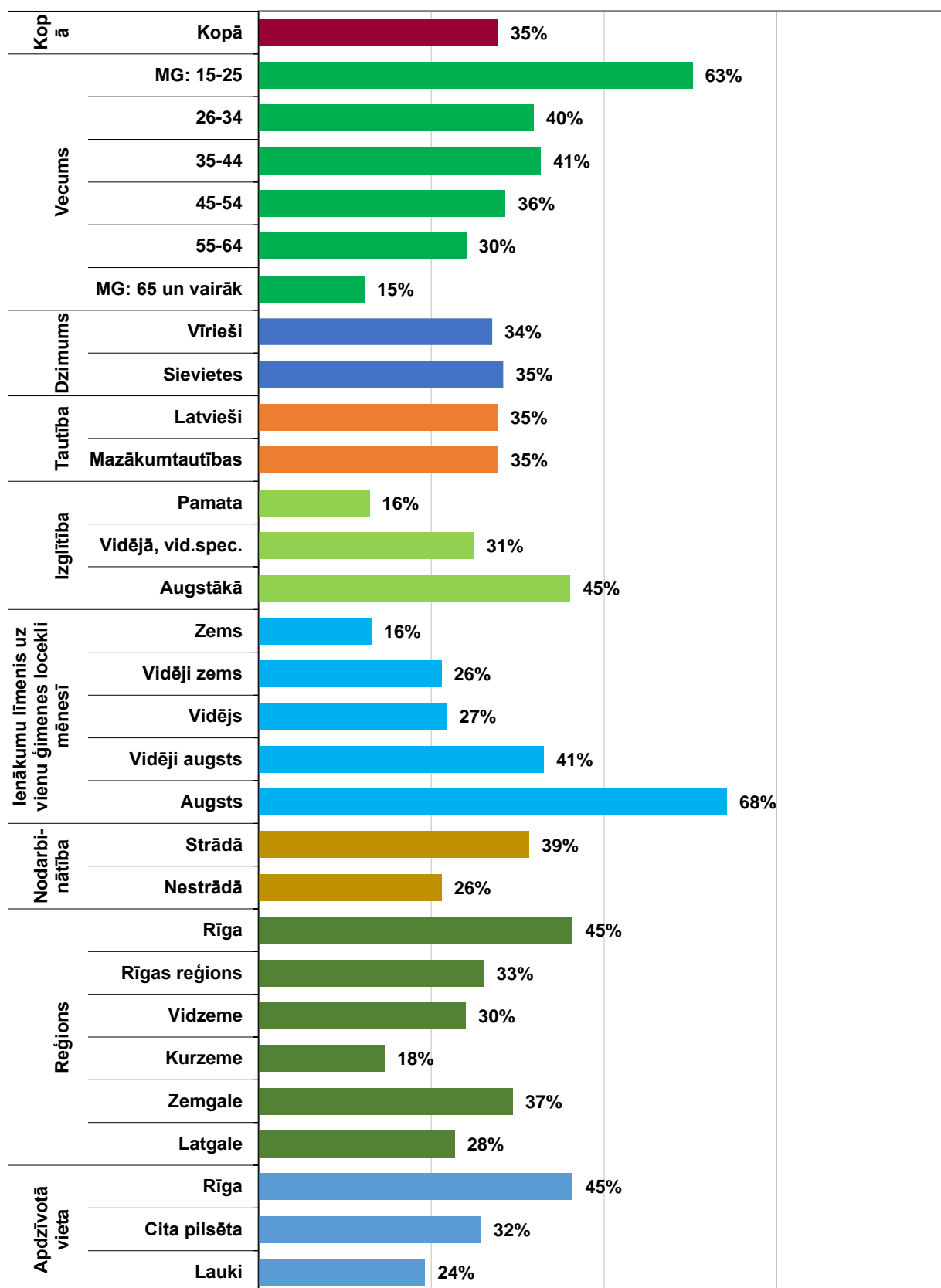
**Katru\ gandrīz katru dienu izmanto internetu:  
Lai gūtu ziņas un aktualitātes**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Vismaz reizi nedēļā izmanto internetu:  
Darba vajadzībām  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Vismaz reizi nedēļā izmanto internetu:  
Izglītības nolūkiem  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



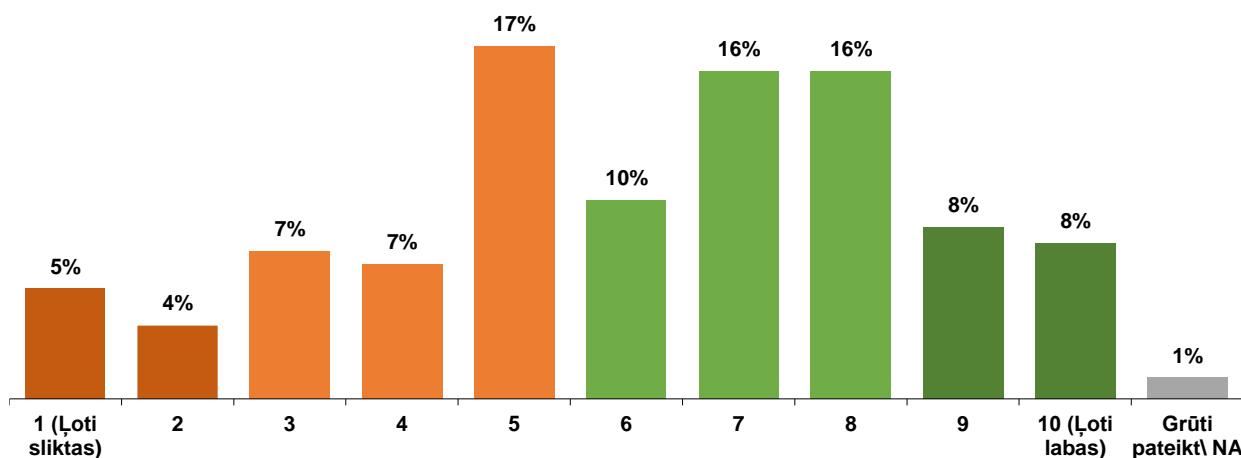


Aptaujas jautājums:

- “Sakiet, lūdzu, cik prasmīgs Jūs jūtaties izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus? Vērtējumam lūdzu izmantojiet 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē - “ļoti sliktas prasmes”, bet 10 nozīmē “ļoti labas prasmes””

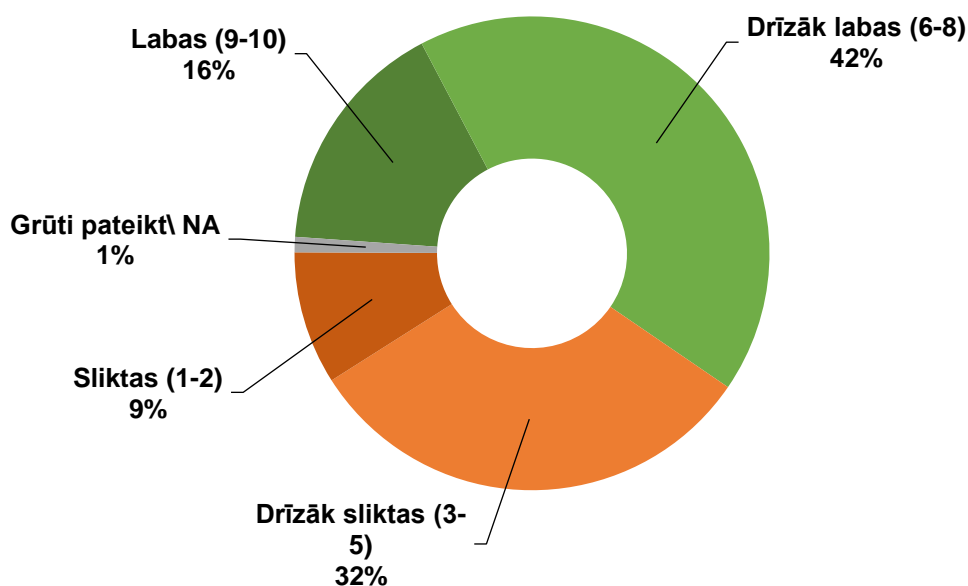
Cik prasmīgs Jūs jūtaties izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus? Vērtējumam lūdzu izmantojiet 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē - “ļoti sliktas prasmes”, bet 10 - “ļoti labas prasmes”

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

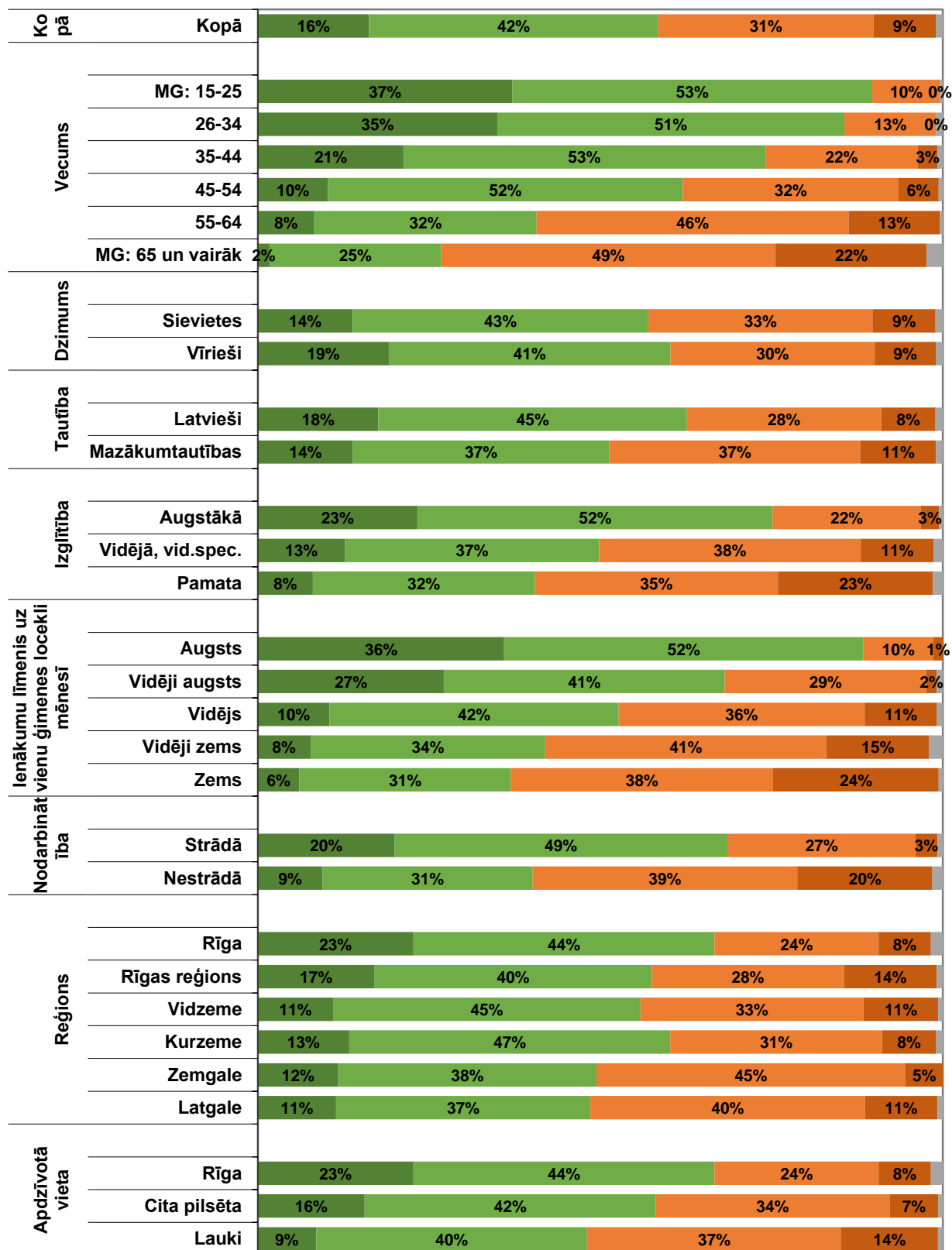


Cik prasmīgs Jūs jūtaties izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus? Vērtējumam lūdzu izmantojiet 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē - “ļoti sliktas prasmes”, bet 10 - “ļoti labas prasmes”

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



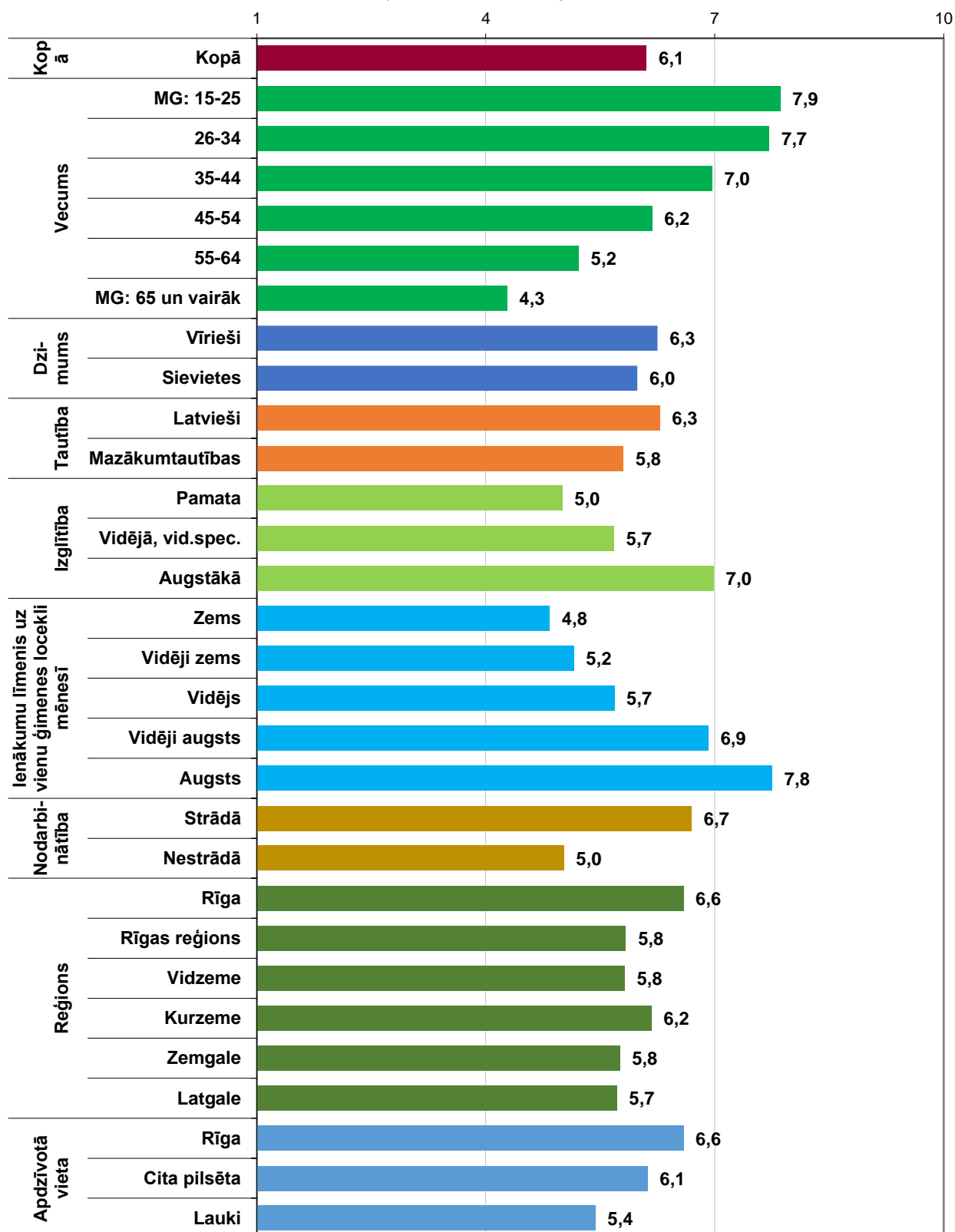
**Cik prasmīgs Jūs jūtaties izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus? Vērtējumam lūdzu izmantojiet 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē - “ļoti sliktas prasmes”, bet 10 - “ļoti labas prasmes”**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



■ Labas (9-10) ■ Drīzāk labas (6-8) ■ Drīzāk sliktas (3-5) ■ Sliktas (1-2) ■ Grūti pateikt\ NA

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

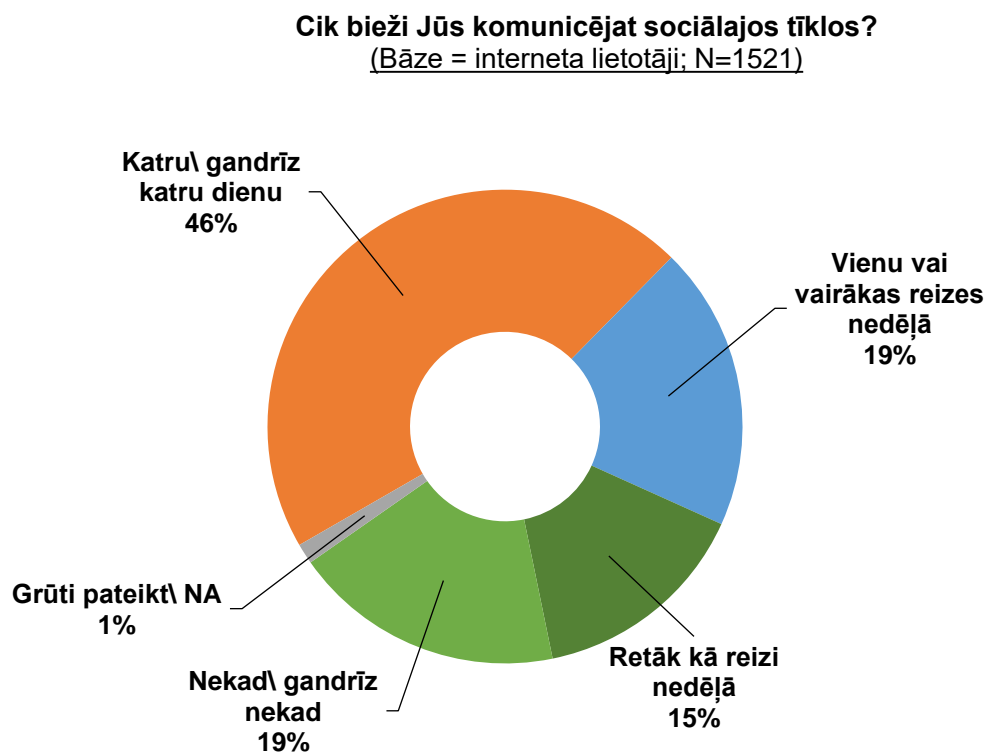
Vidējais vērtējums 10 punktu skalā,  
kur 1 nozīmē - "ļoti sliktas prasmes", bet 10 nozīmē "ļoti labas prasmes"  
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1521)



### 3. Sociālās prasmes un komunikācijas intensitāte tiešsaistē

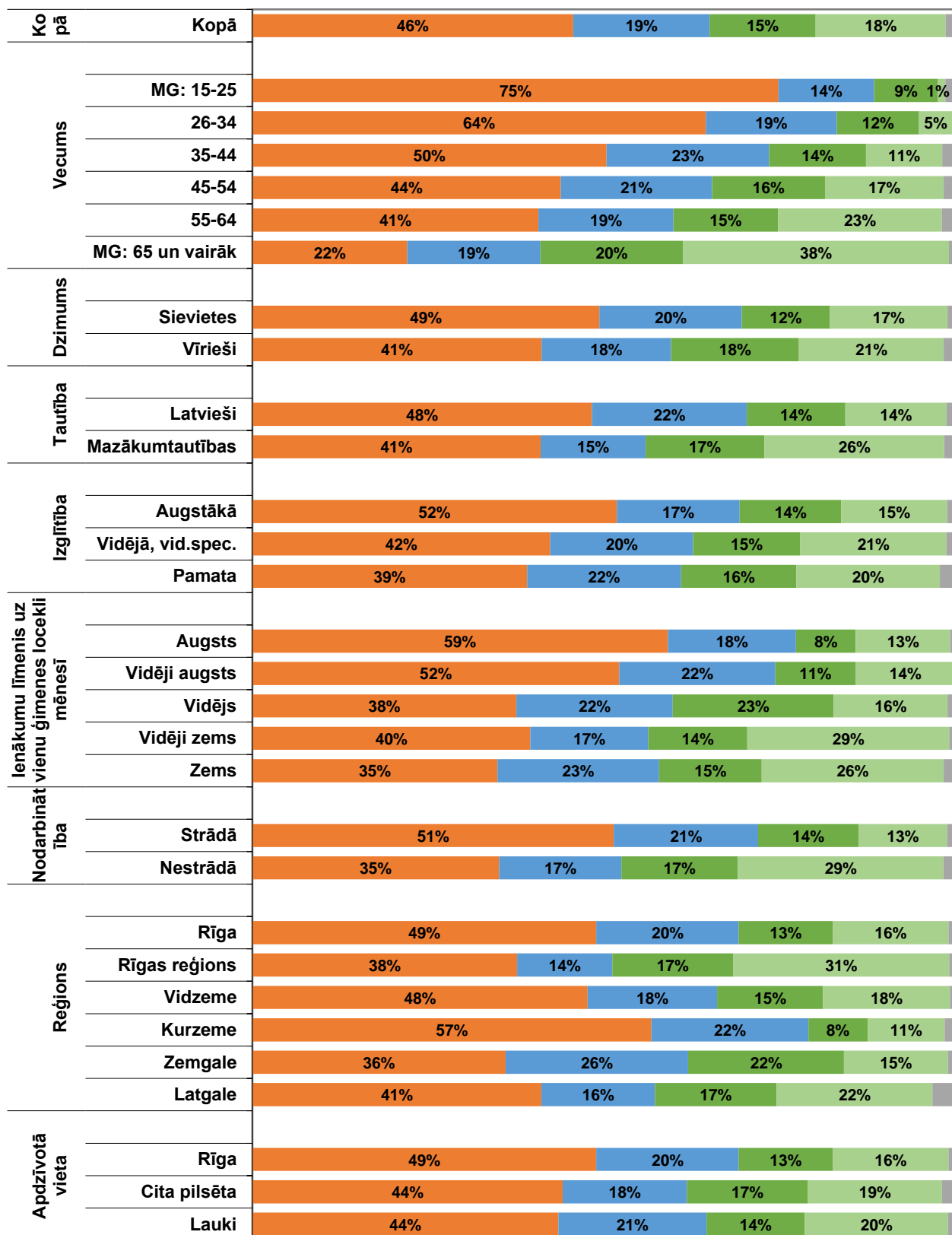
Aptaujas jautājums:

- “Cik bieži Jūs komunicējat sociālajos tīklos?”



## Cik bieži Jūs komunicējat sociālajos tīklos?

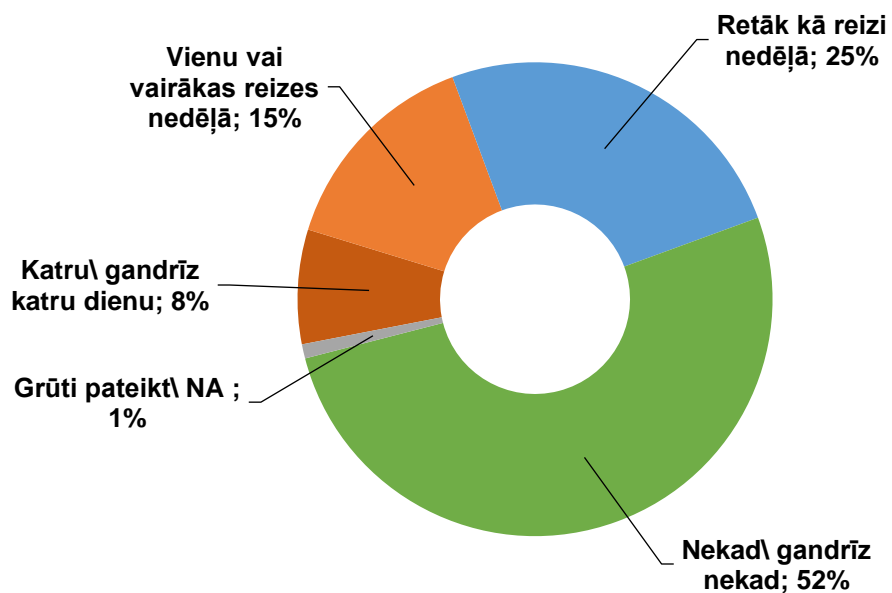
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



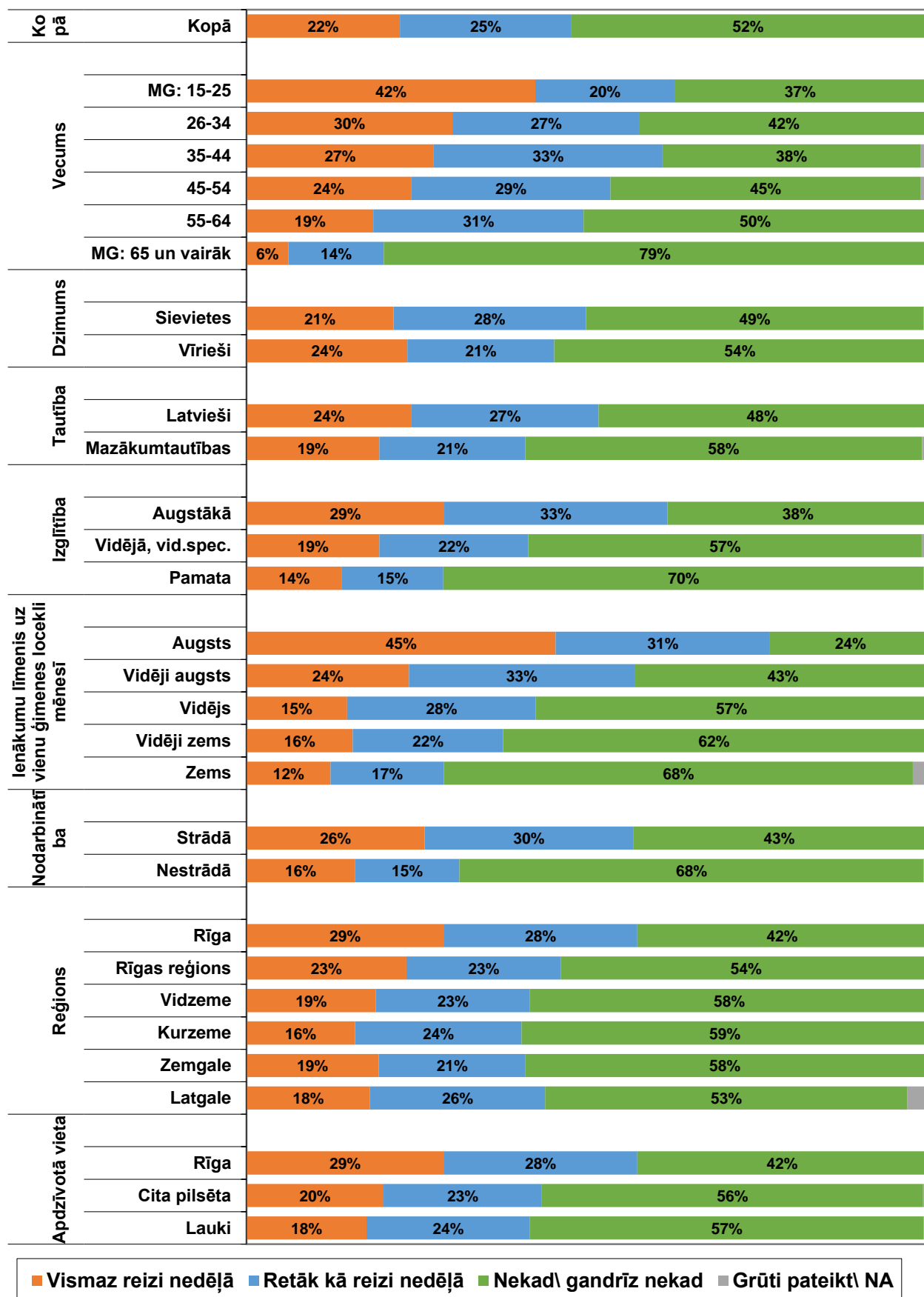
Aptaujas jautājums:

- “Cik bieži Jūs piedalāties tiešsaistes video sarunās vai diskusijās?”

**Cik bieži Jūs piedalāties tiešsaistes video sarunās vai diskusijās?**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



**Cik bieži Jūs piedalāties tiešsaistes video sarunās vai diskusijās?**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

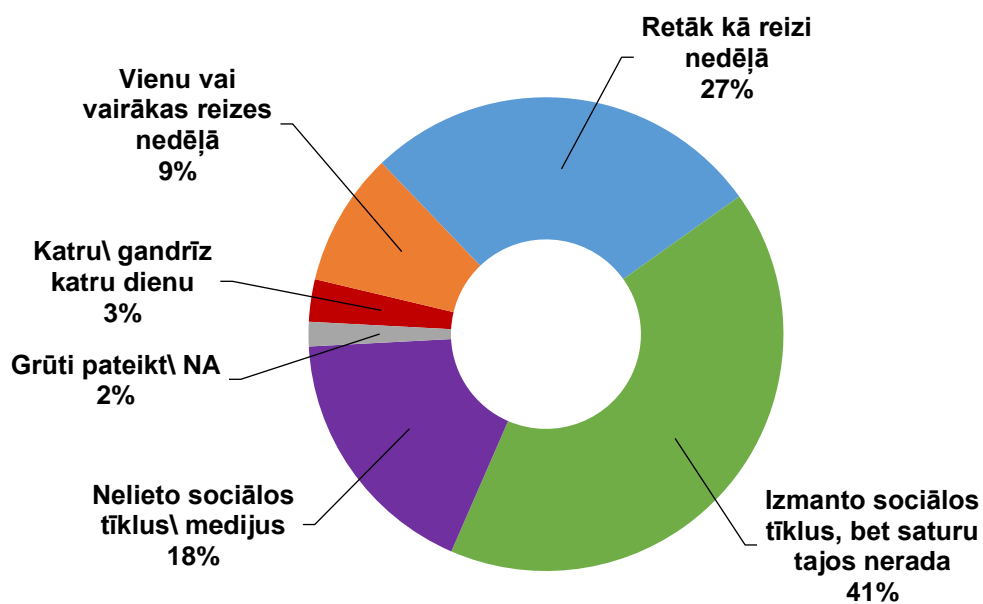


Aptaujas jautājums:

- “Cik bieži Jūs radāt saturu (piemēram, ieraksti, attēli, video) sociālajos tīklos/ medijos?”

**Cik bieži Jūs radāt saturu (piemēram, ieraksti, attēli, video) sociālajos tīklos/ medijos?**

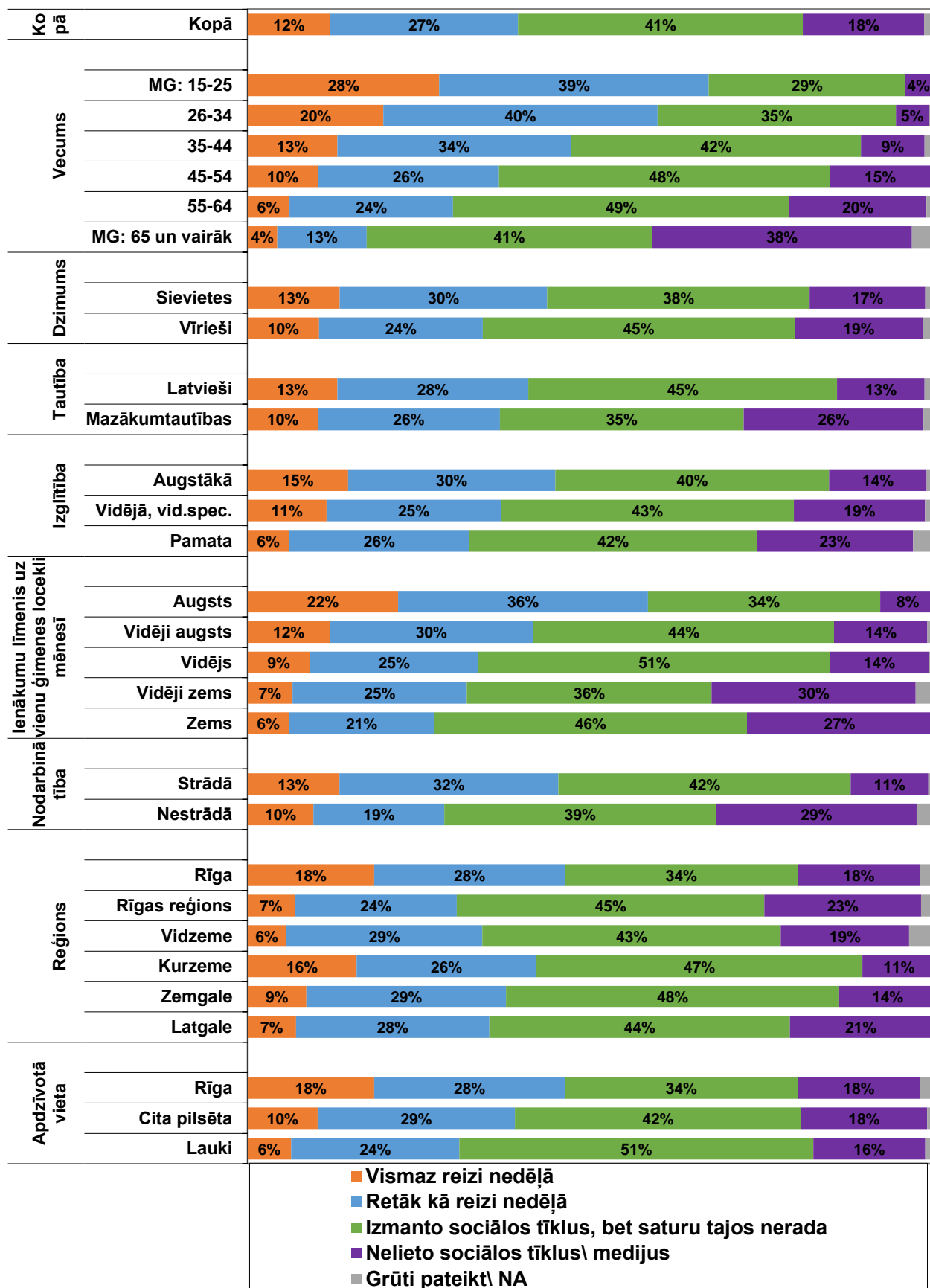
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)





## Cik bieži Jūs radāt saturu (piemēram, ieraksti, attēli, video) sociālajos tīklos/ medijos?

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

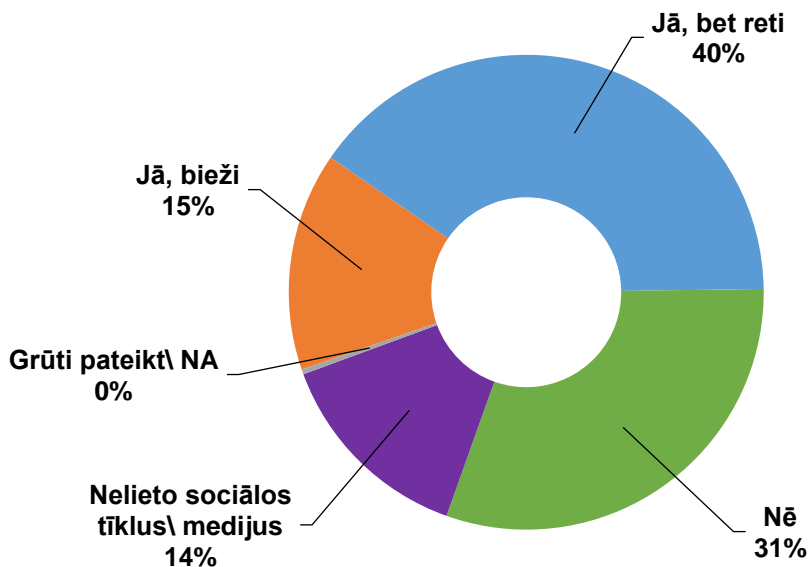


Aptaujas jautājums:

- “Vai sociālajos tīklos/ medijos Jūs mēdzat dalīties ar citu cilvēku radīto saturu?”

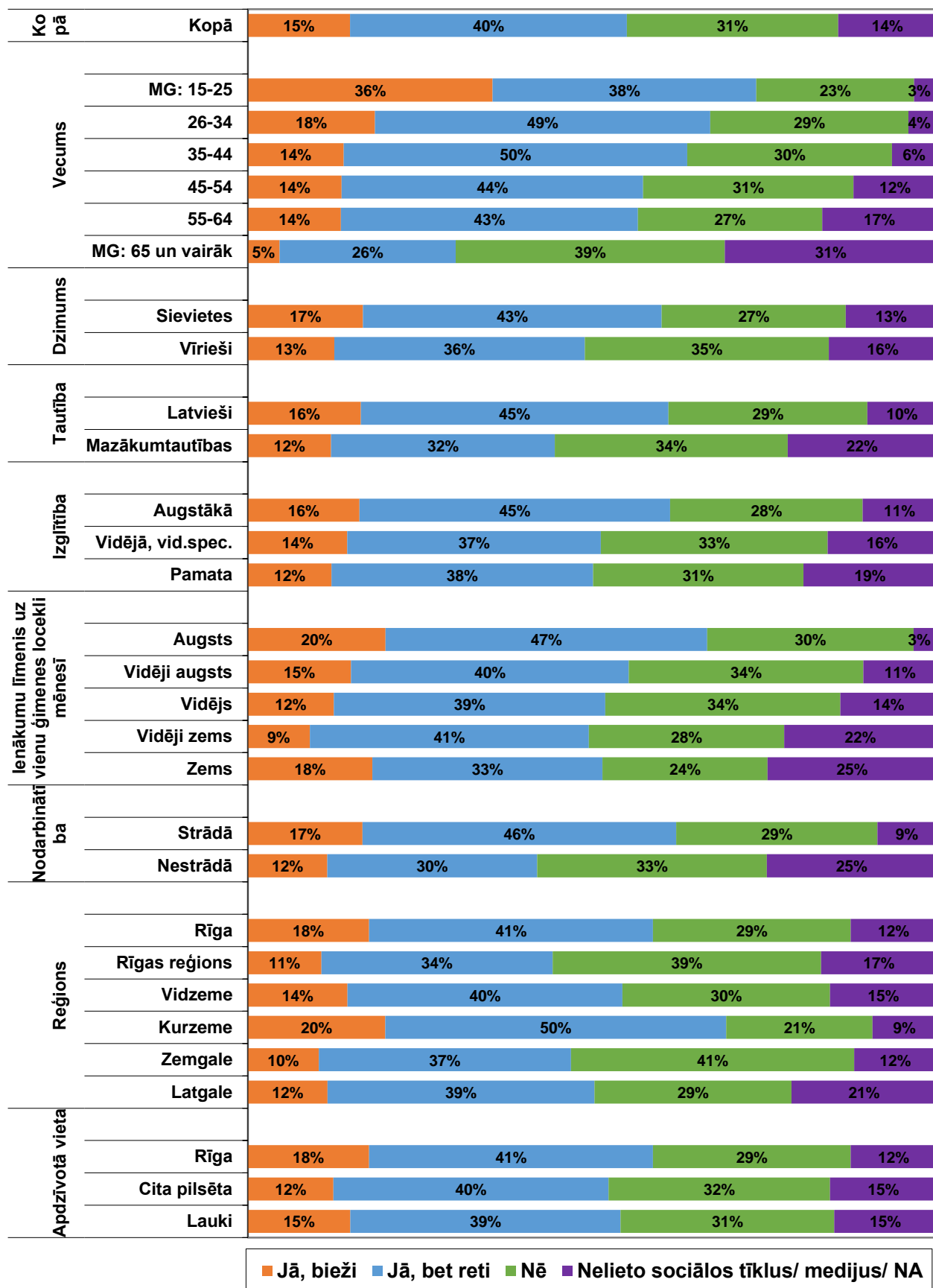
**Vai sociālajos tīklos/ medijos Jūs mēdzat dalīties ar citu cilvēku radīto saturu?**

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



## Vai sociālais tīklos/ medijos Jūs mēdzat dalīties ar citu cilvēku radīto saturu?

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

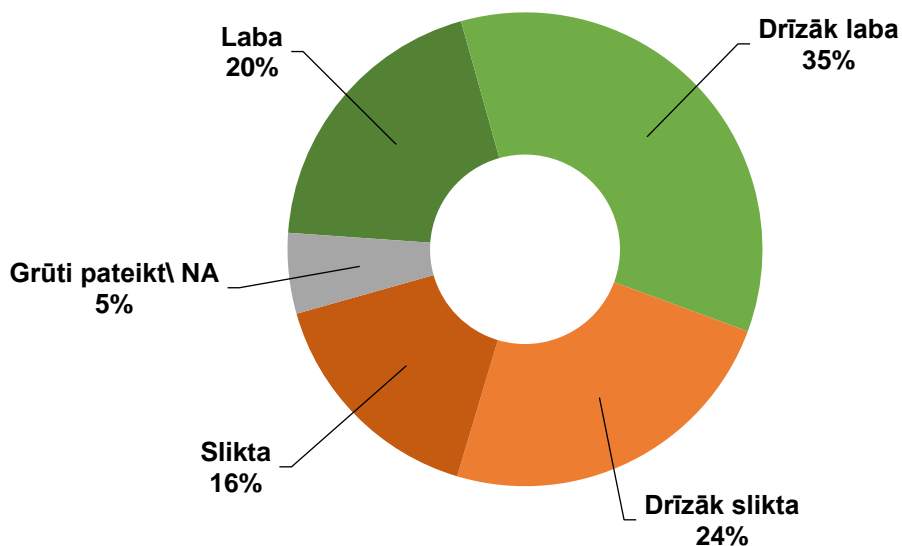


#### 4. Jaunās mediju un komunikācijas tehnoloģijas – spēja tās apgūt un nozīmīgākie informācijas avoti

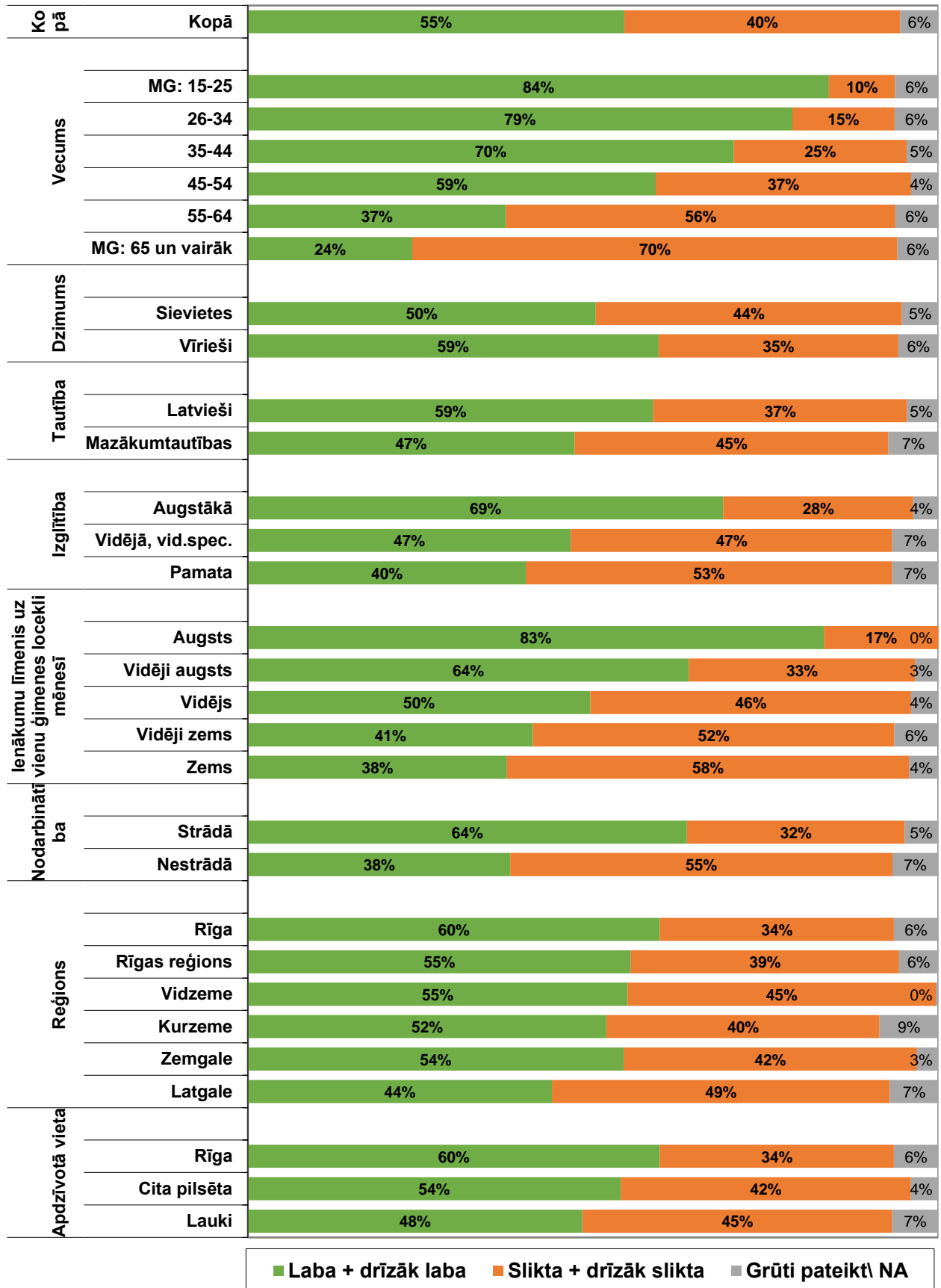
Aptaujas jautājums:

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

Kā Jūs raksturotu savu spēju apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus?  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Kā Jūs raksturotu savu spēju apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīku?  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Aptaujas jautājums:

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

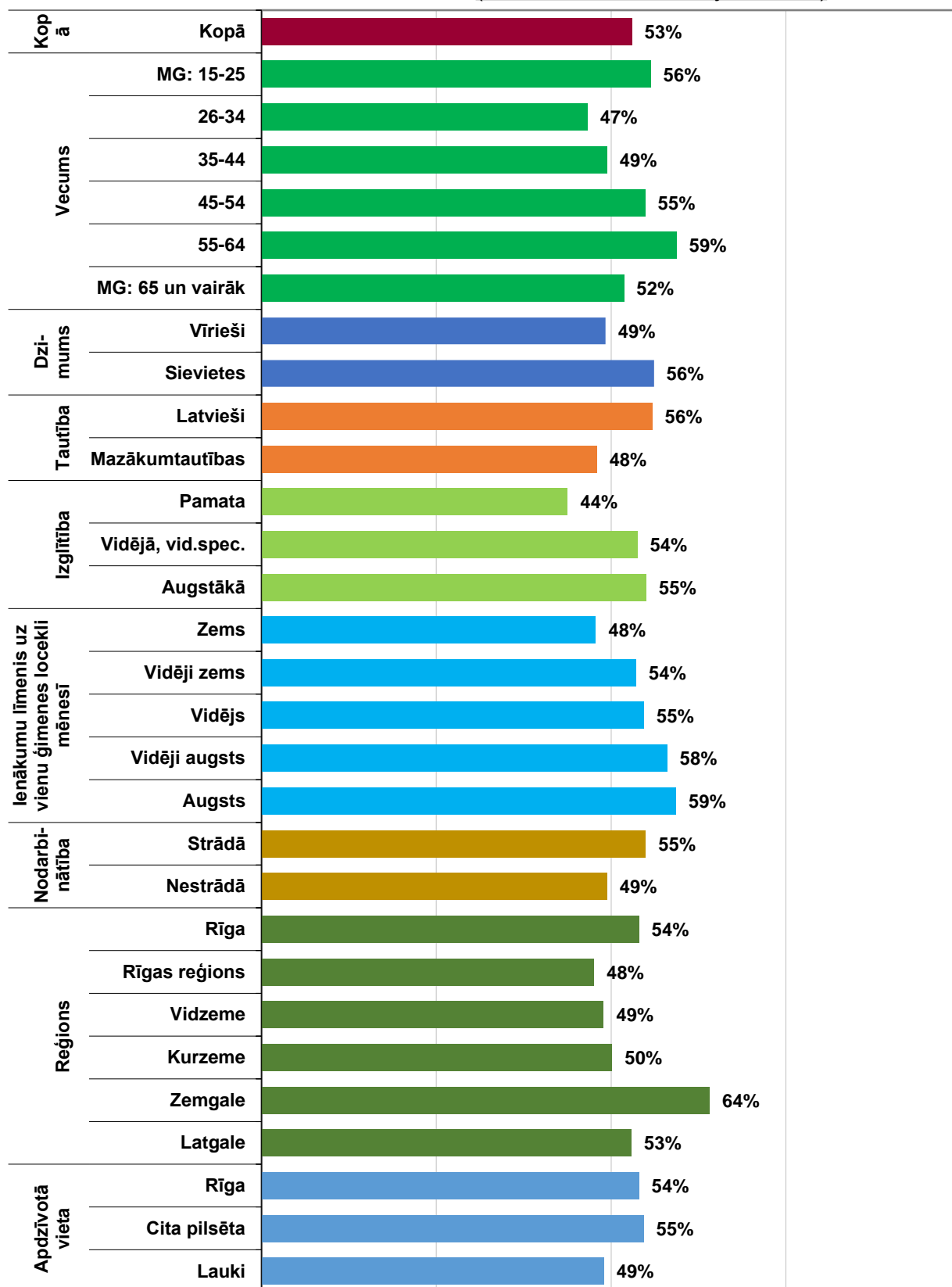


Kā citi resursi (grafikā) tika minēti:

- Google;
- Darbavietā iepazīstina;
- No interneta;
- Mākslīgā intelekta rīks;
- Patentu valdes vietnē.

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

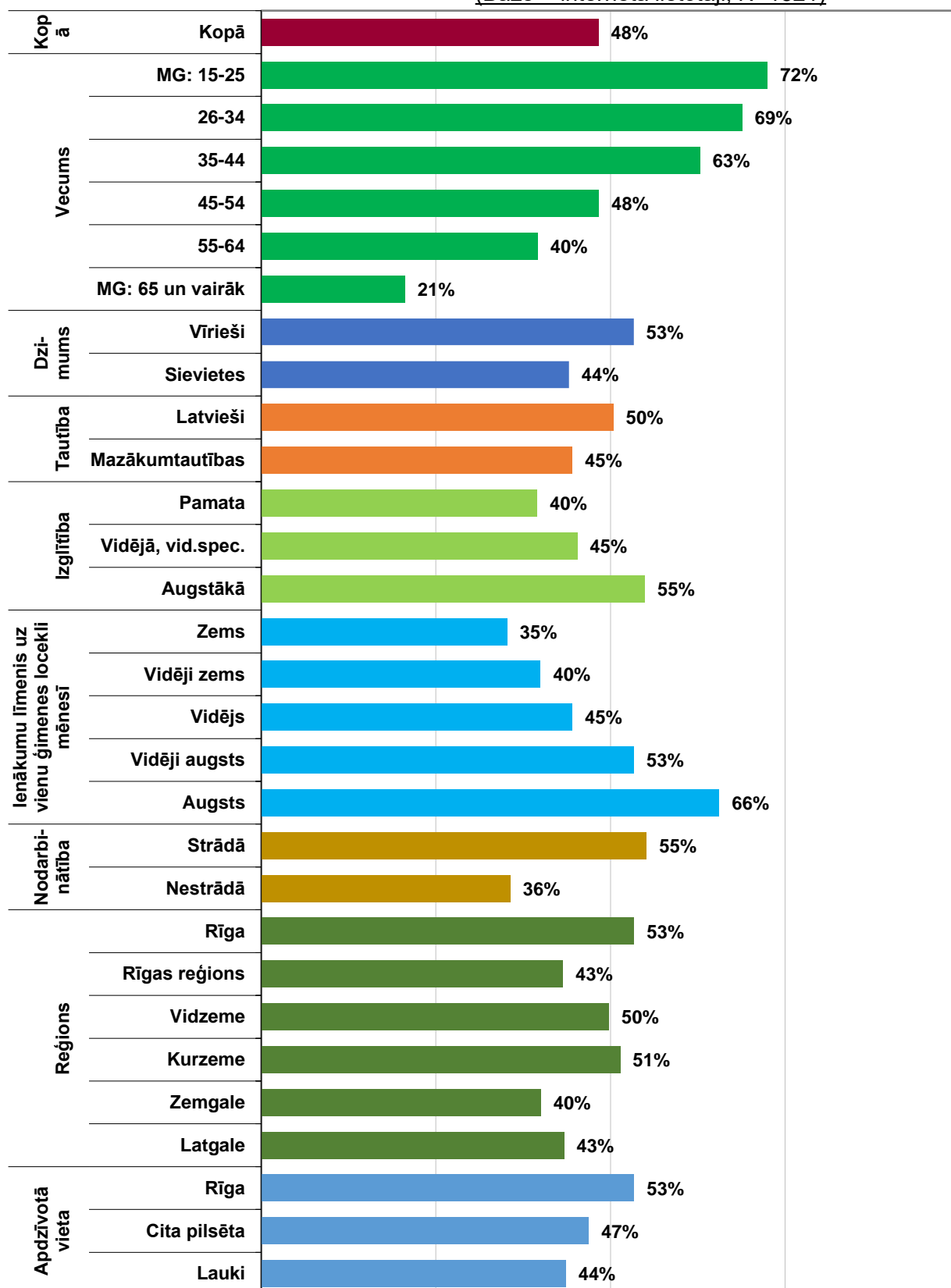
**Izmanto draugu\ paziņu radnieku padomus, ieteikumus**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



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

**Apgūst pašmācības ceļā**

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

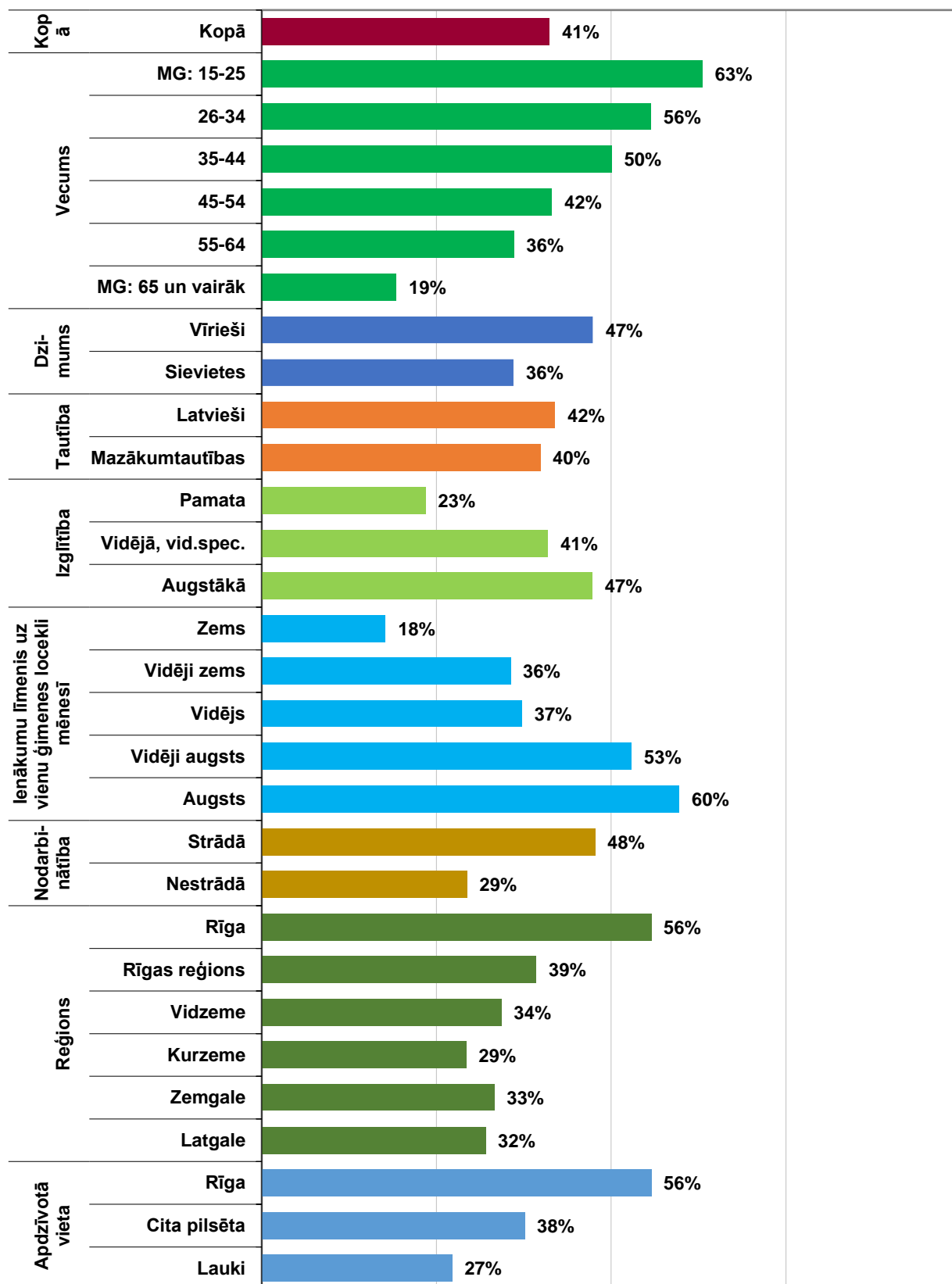




Kādus resursus Jūs visbiežāk izmantojat, lai mācītos par jaunām tehnoloģijām, rīkiem?

**YouTube vai citas video pamācības**

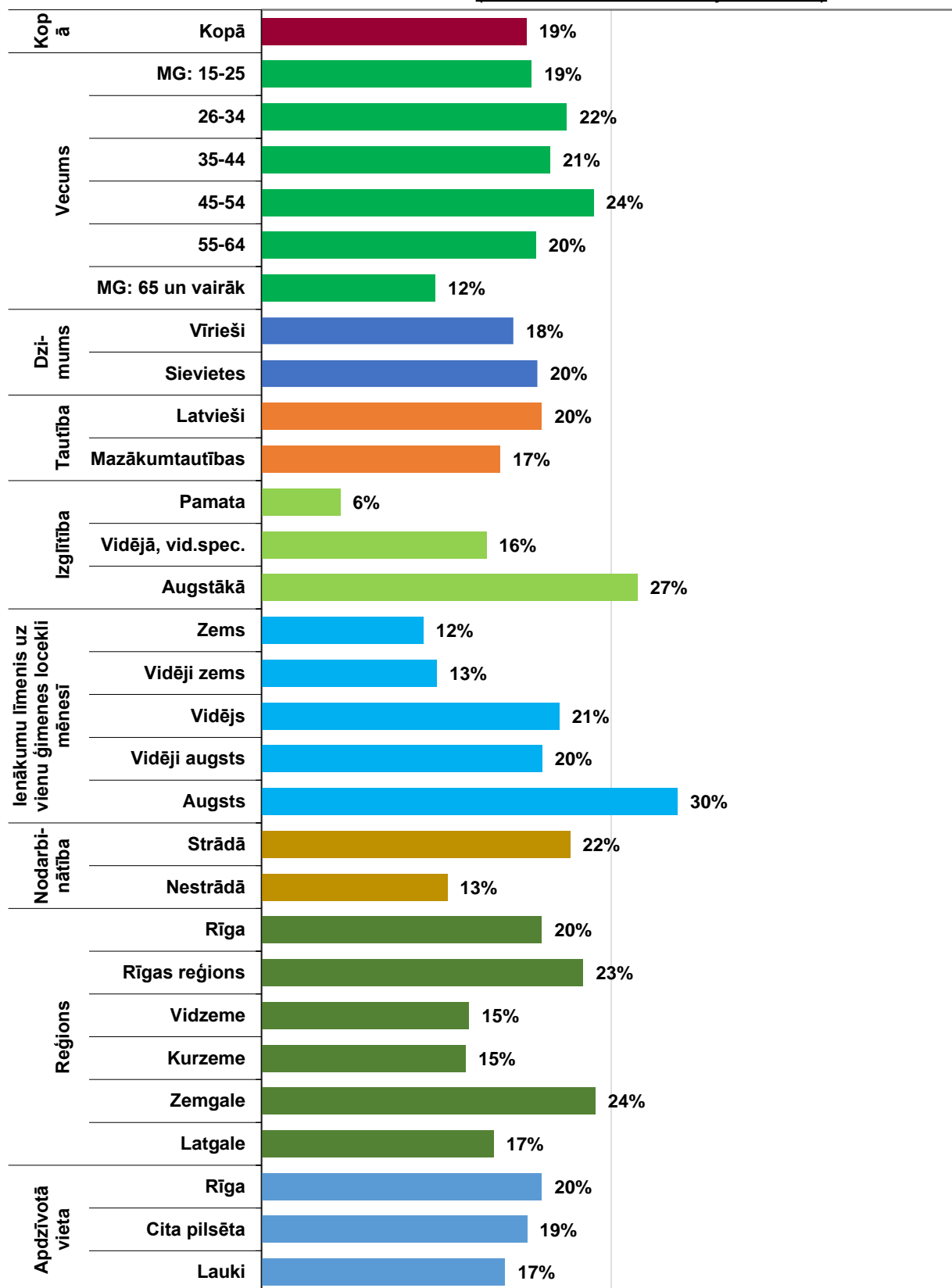
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



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

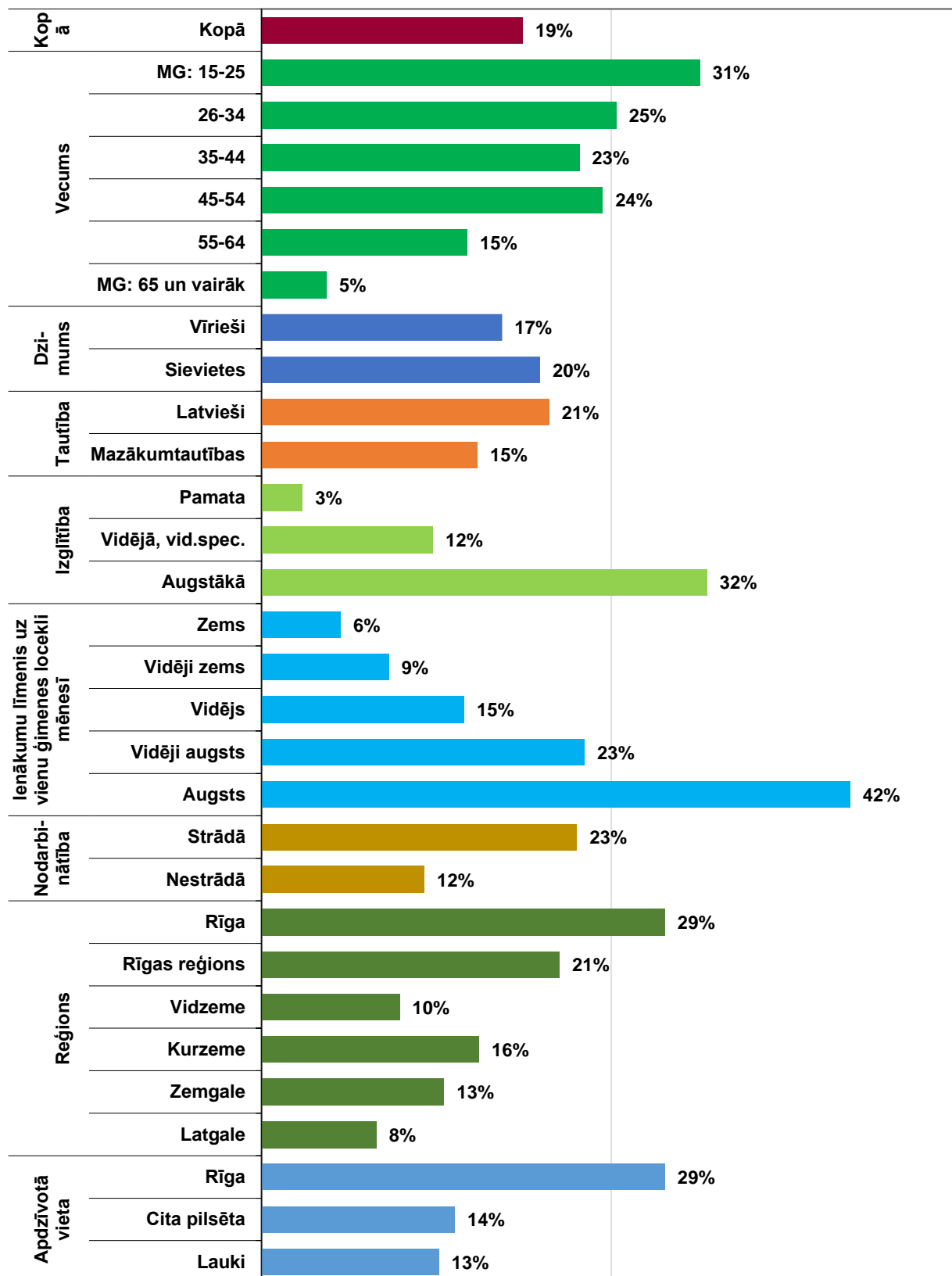
**Izmanto profesionālu palīdzību vai konsultācijas**

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



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

**Tiešsaistes kursus, seminārus, lekcijas**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



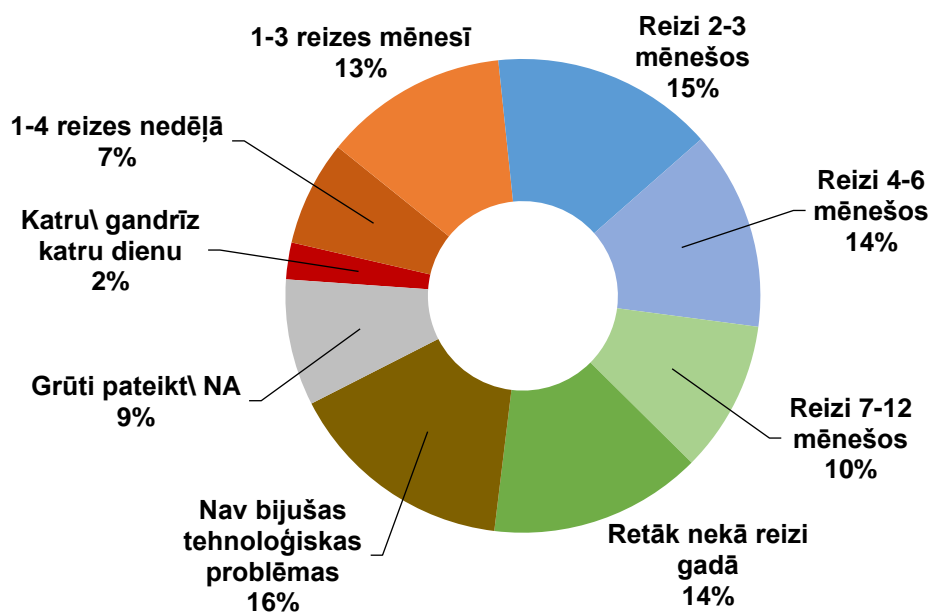
## 5. Prasmes rūpēties par digitālo drošību, risināt problēmas, konfigurēt ierīces

Aptaujas jautājums:

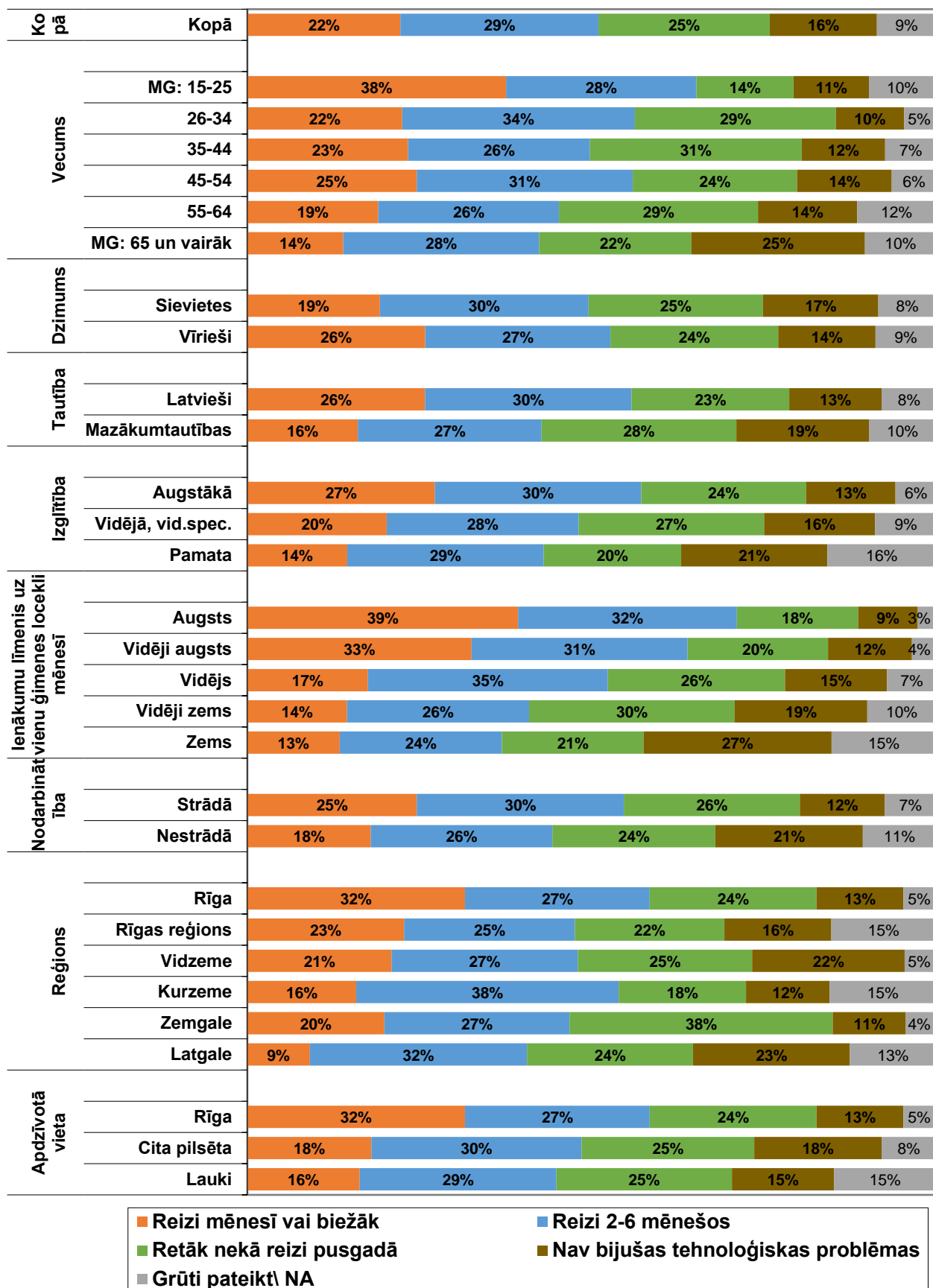
- “Cik bieži, izmantojot tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, Jūs saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām, piemēram, programmatūras kļūdām vai ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumiem? Konfigurējama ierīce ir domāta – telefons, planšete, dators, televizors, interneta rūteris, TV dekoderis, satelīta uztvērējs, un tamlīdzīgi”

**Cik bieži, izmantojot tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, Jūs saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām, piem., programmatūras kļūdām vai ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumiem?**

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



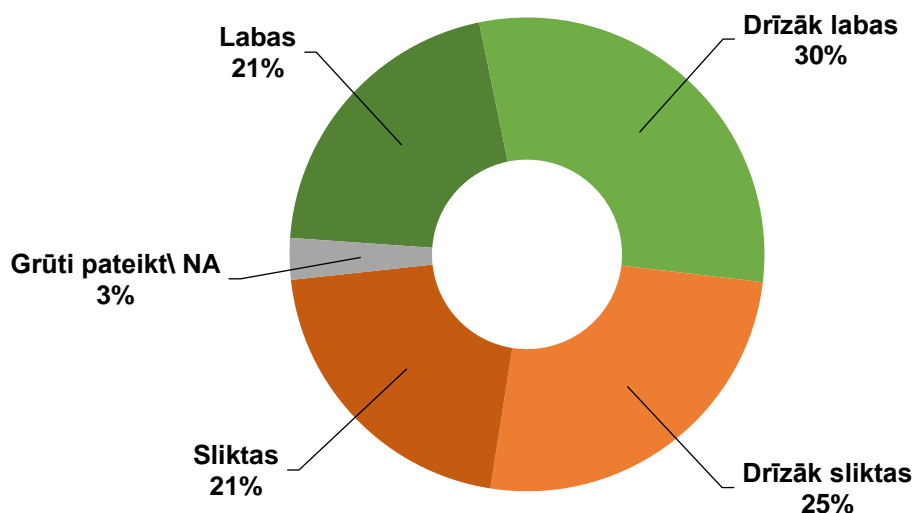
**Cik bieži, izmantojot tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus,  
Jūs saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām?**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



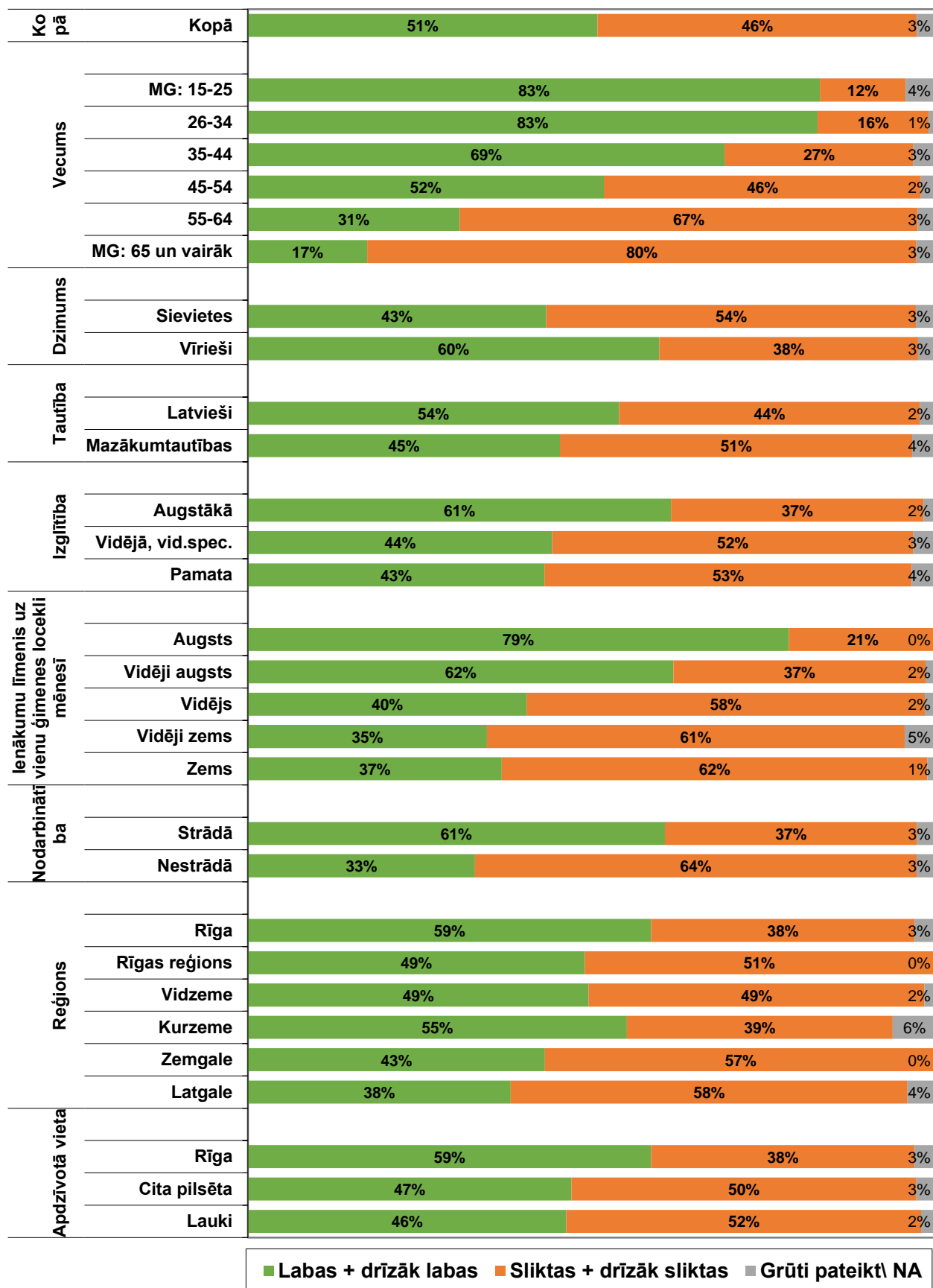
Aptaujas jautājums:

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

**Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes uzstādīt jaunu ierīci vai mainīt tās iestatījumus?**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes uzstādīt jaunu ierīci vai mainīt tās iestatījumus?  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

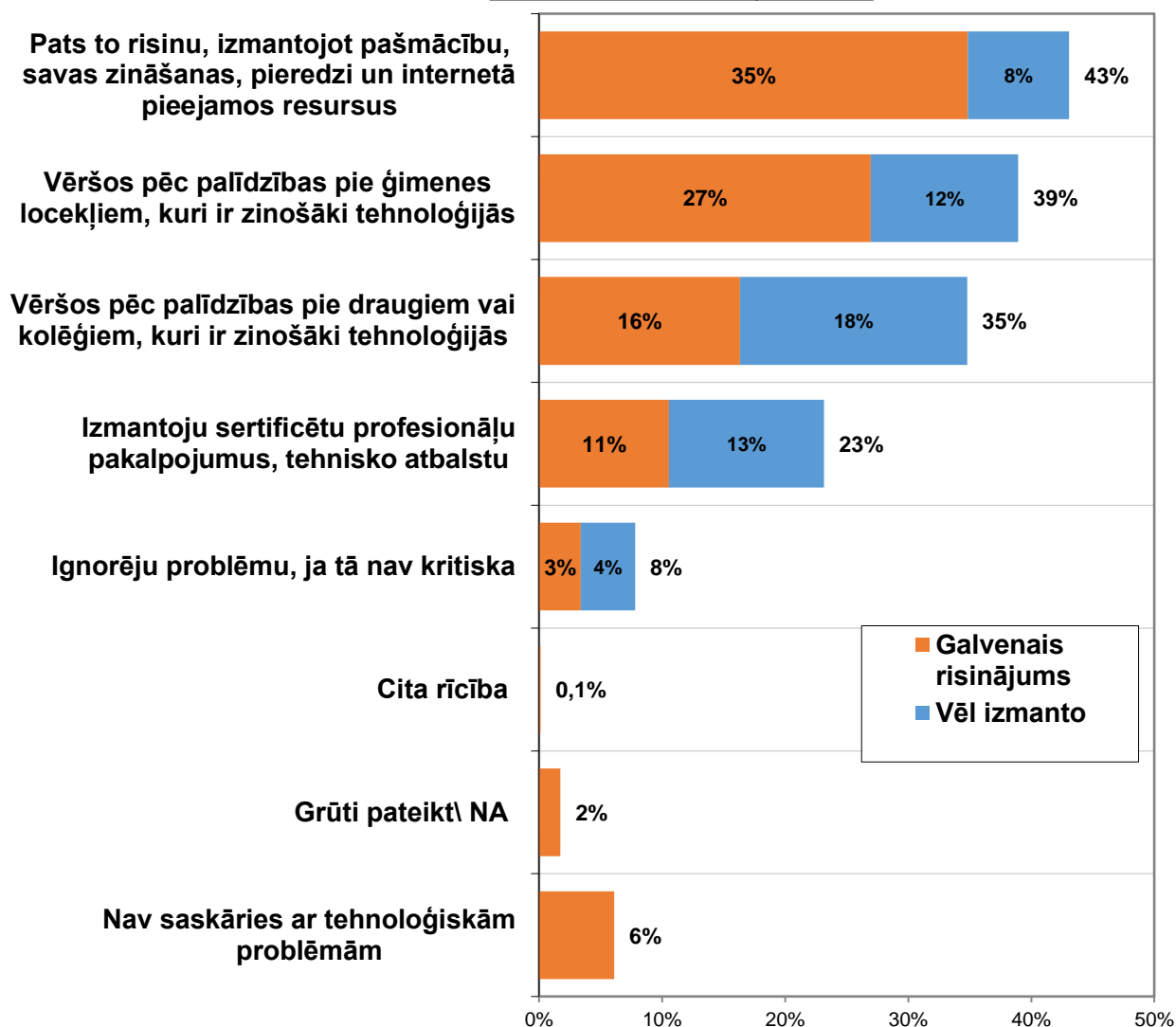


Aptaujas jautājums:

- “Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām mediju pakalpojumu saņemšanā, programmatūras kļūdām vai problēmām ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumos? Un kurš būtu Jūsu visbiežāk izmantotais risinājums?”

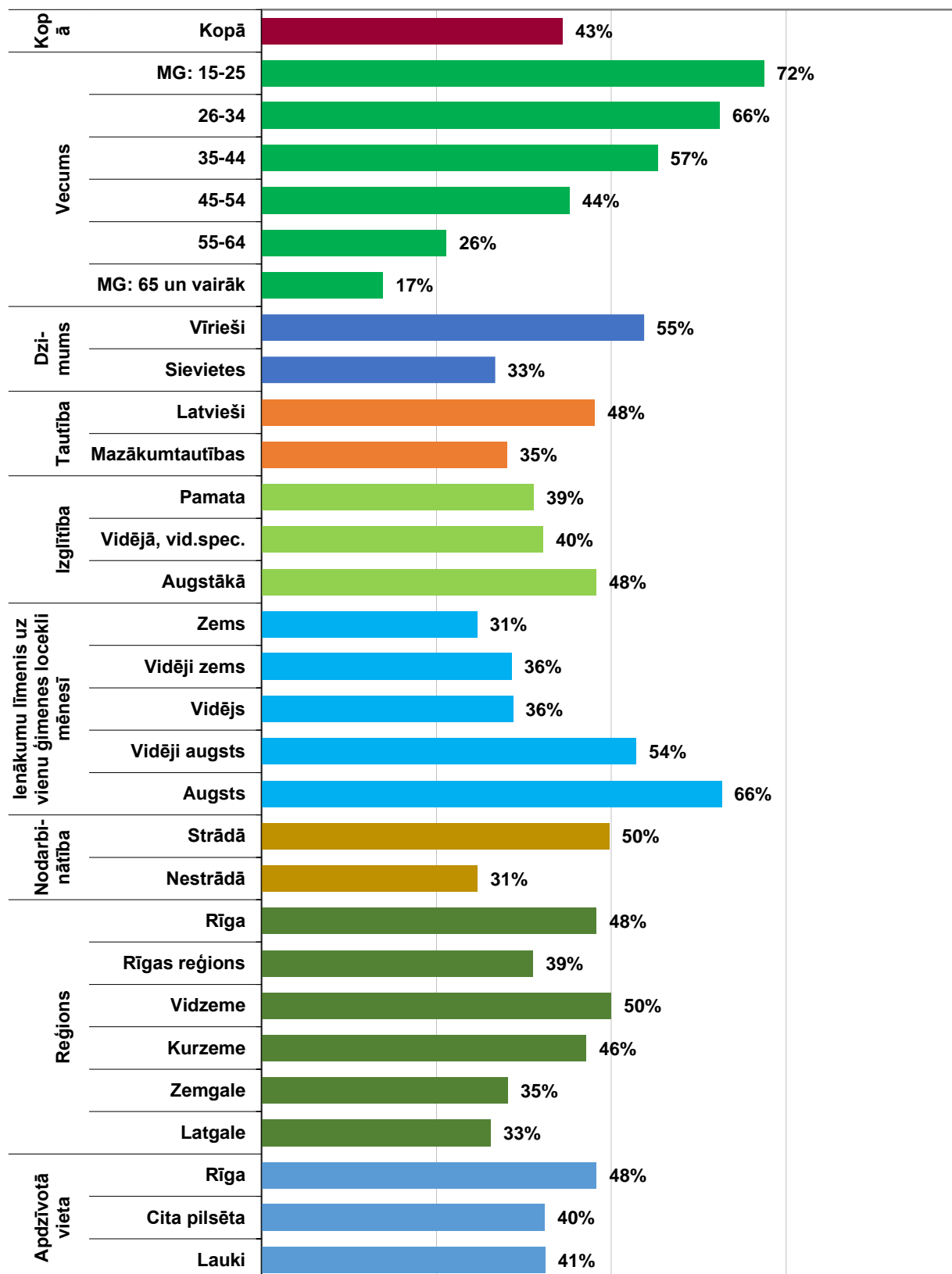
**Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām mediju pakalpojumu saņemšanā, programmatūras kļūdām vai problēmām ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumos? Un kurš būtu Jūsu visbiežāk izmantotais risinājums?**

(Bāze = interneta lietotāji; n=1521)

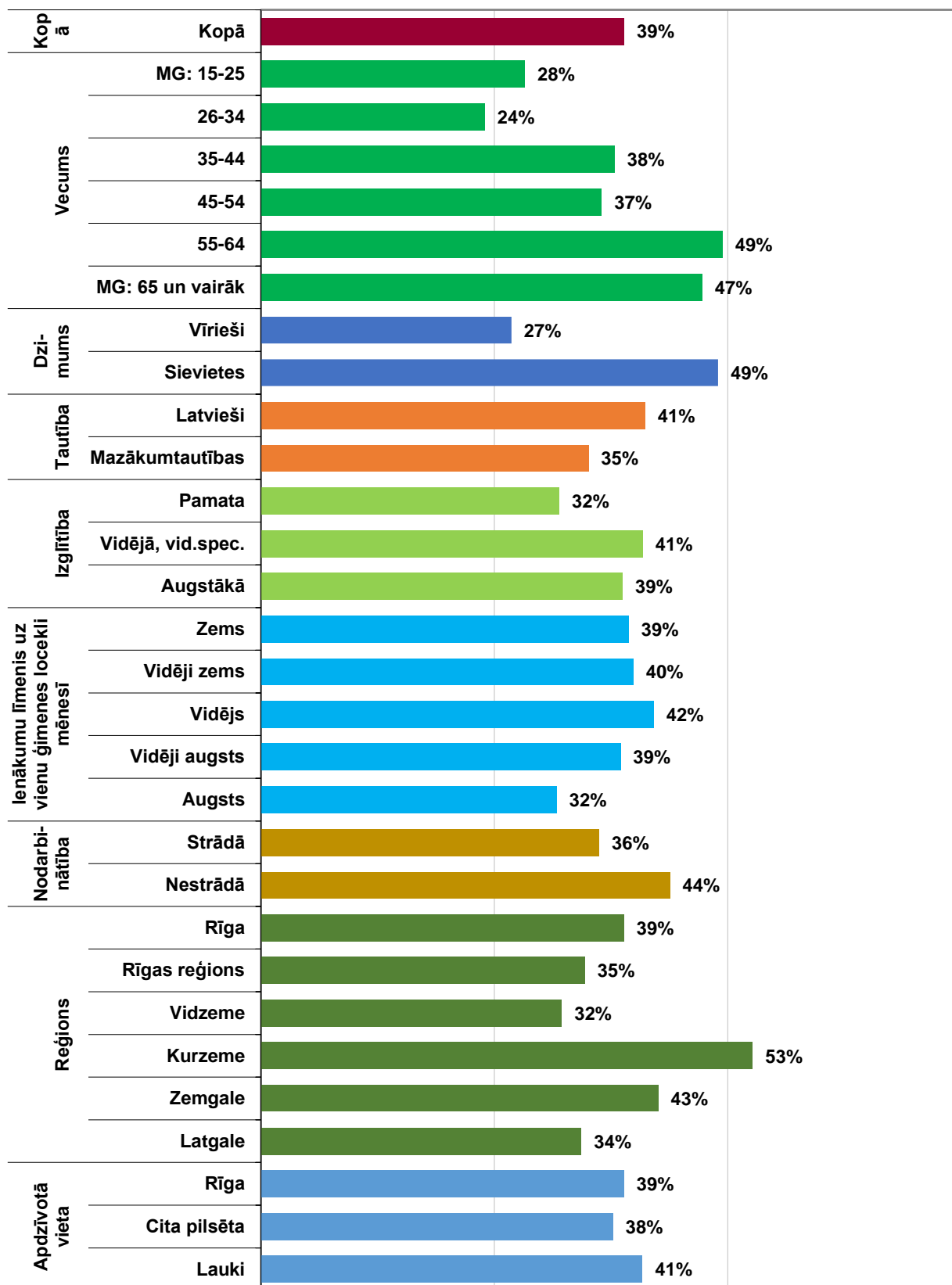




Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām?  
**Pats to risinu, izmantojot pašmācību, savas zināšanas, pieredzi un internetā pieejamos resursus**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

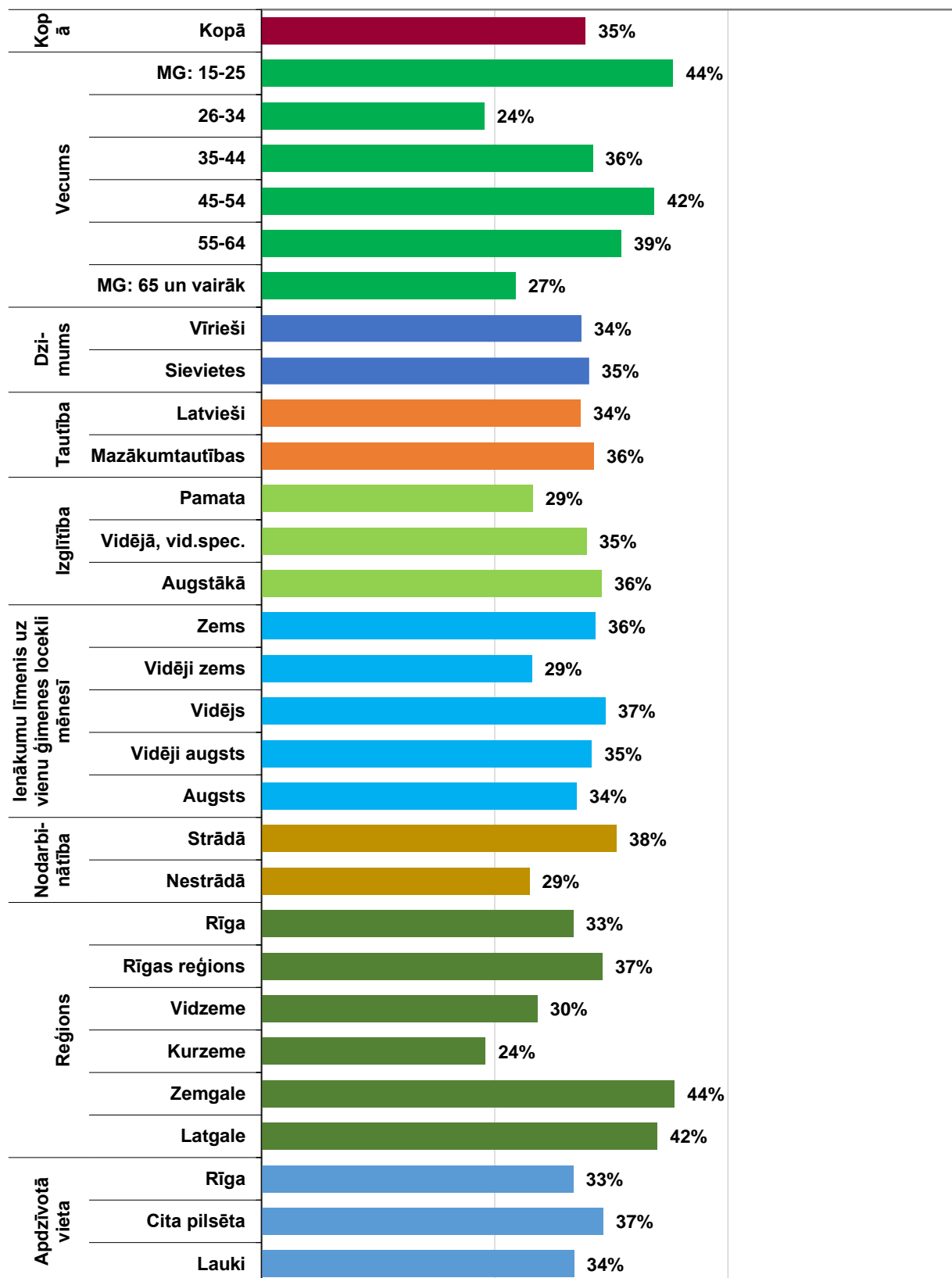


Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām?  
**Vēršos pēc palīdzības pie ģimenes locekļiem, kuri ir zinošāki tehnoloģijās**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

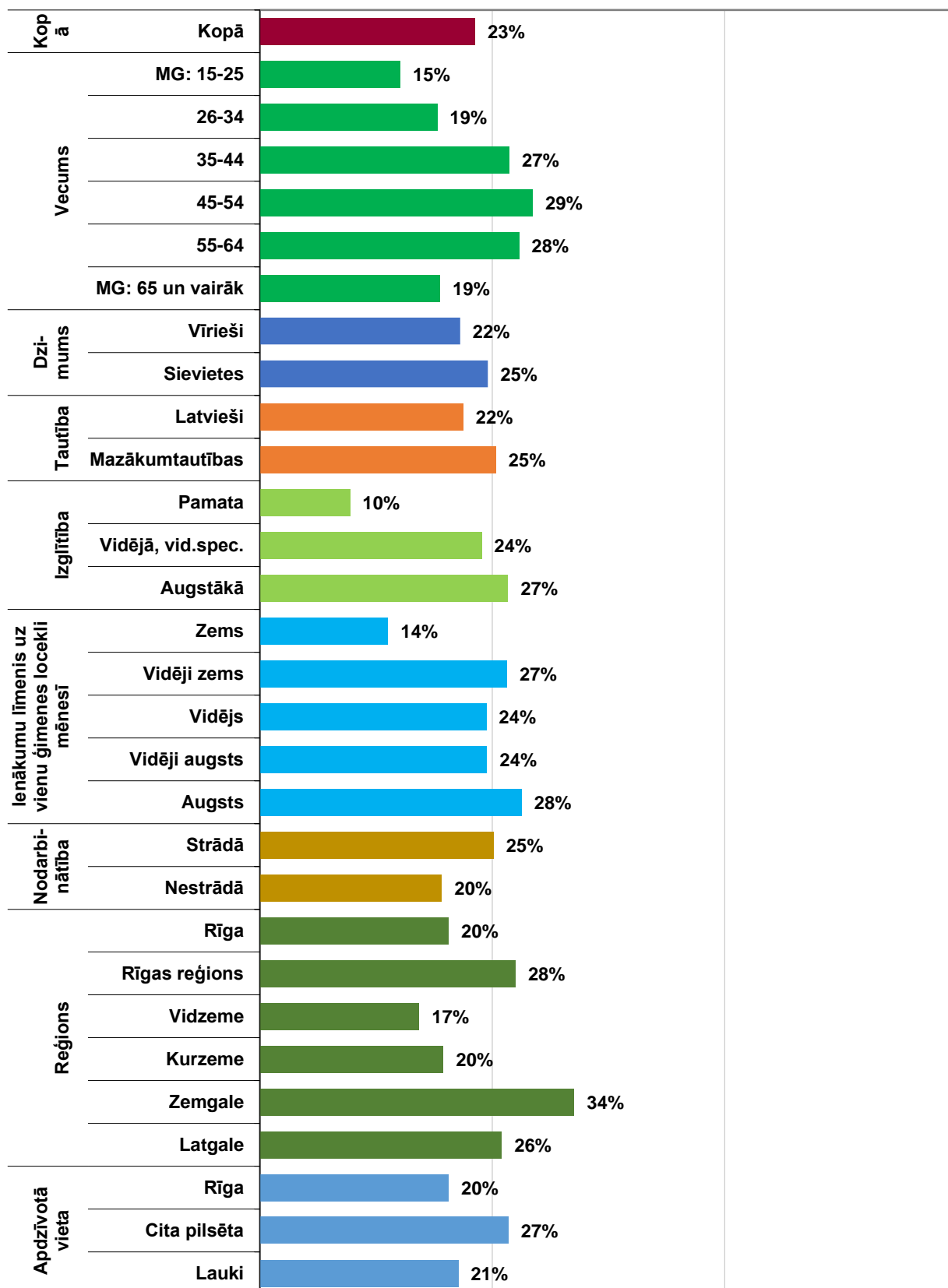


Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām?  
**Vēršos pēc palīdzības pie draugiem vai kolēģiem, kuri ir zinošāki tehnoloģijās**

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



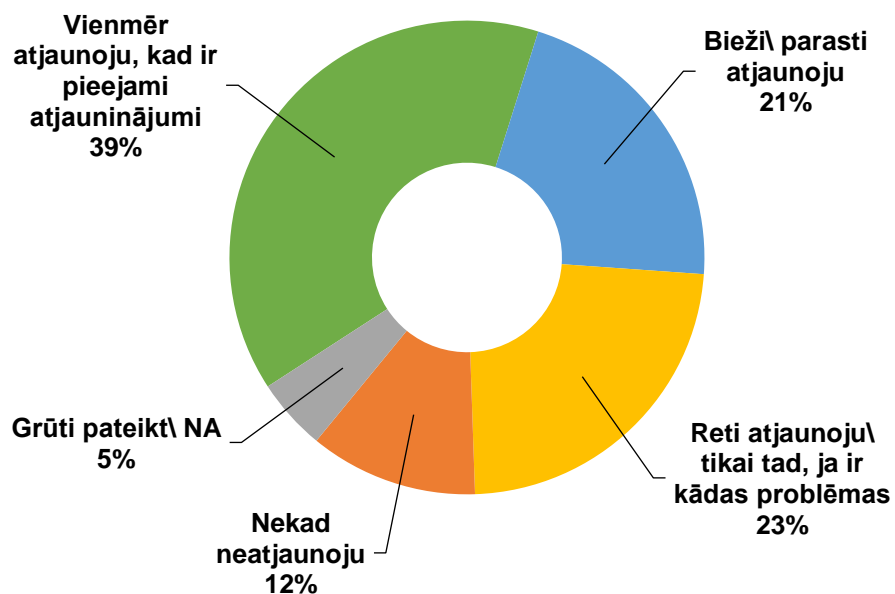
Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām?  
**Izmantoju sertificētu profesionāļu pakalpojumus, tehnisko atbalstu**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



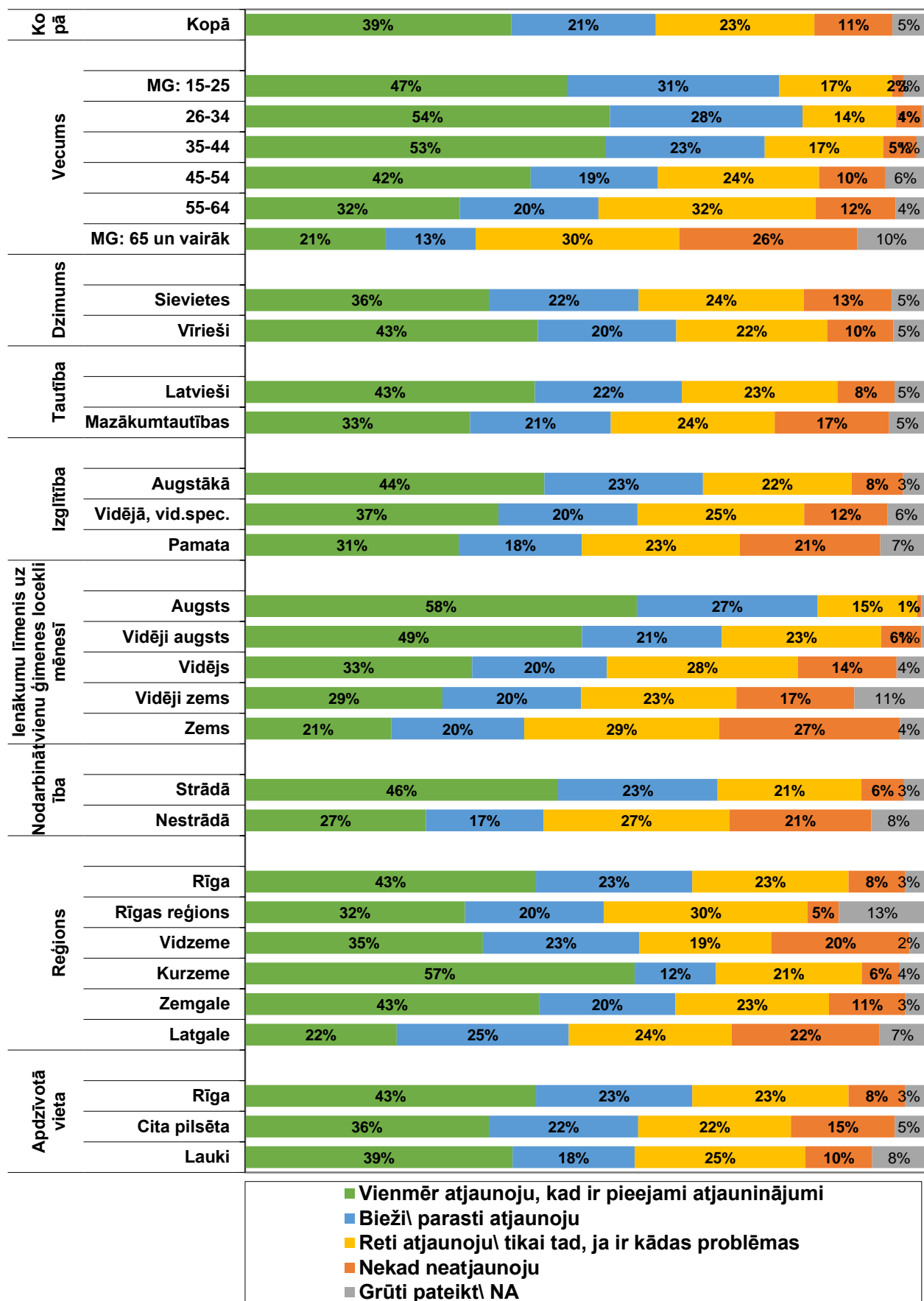
Aptaujas jautājums:

- “Cik bieži Jūs atjaunojat savu digitālo ierīču programmatūru?”

**Cik bieži Jūs atjaunojat savu digitālo ierīču programmatūru?**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



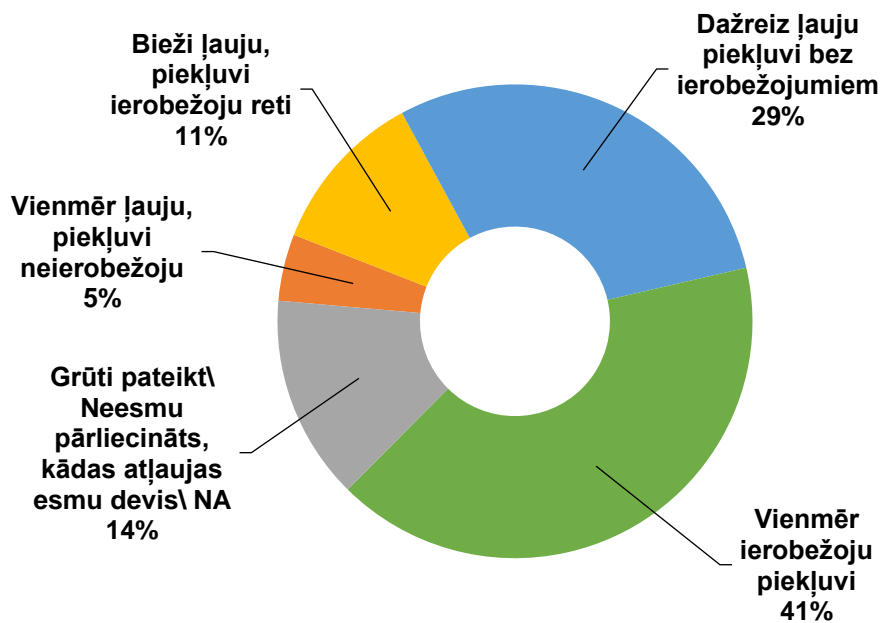
## Cik bieži Jūs atjaunojat savu digitālo ierīču programmatūru? (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



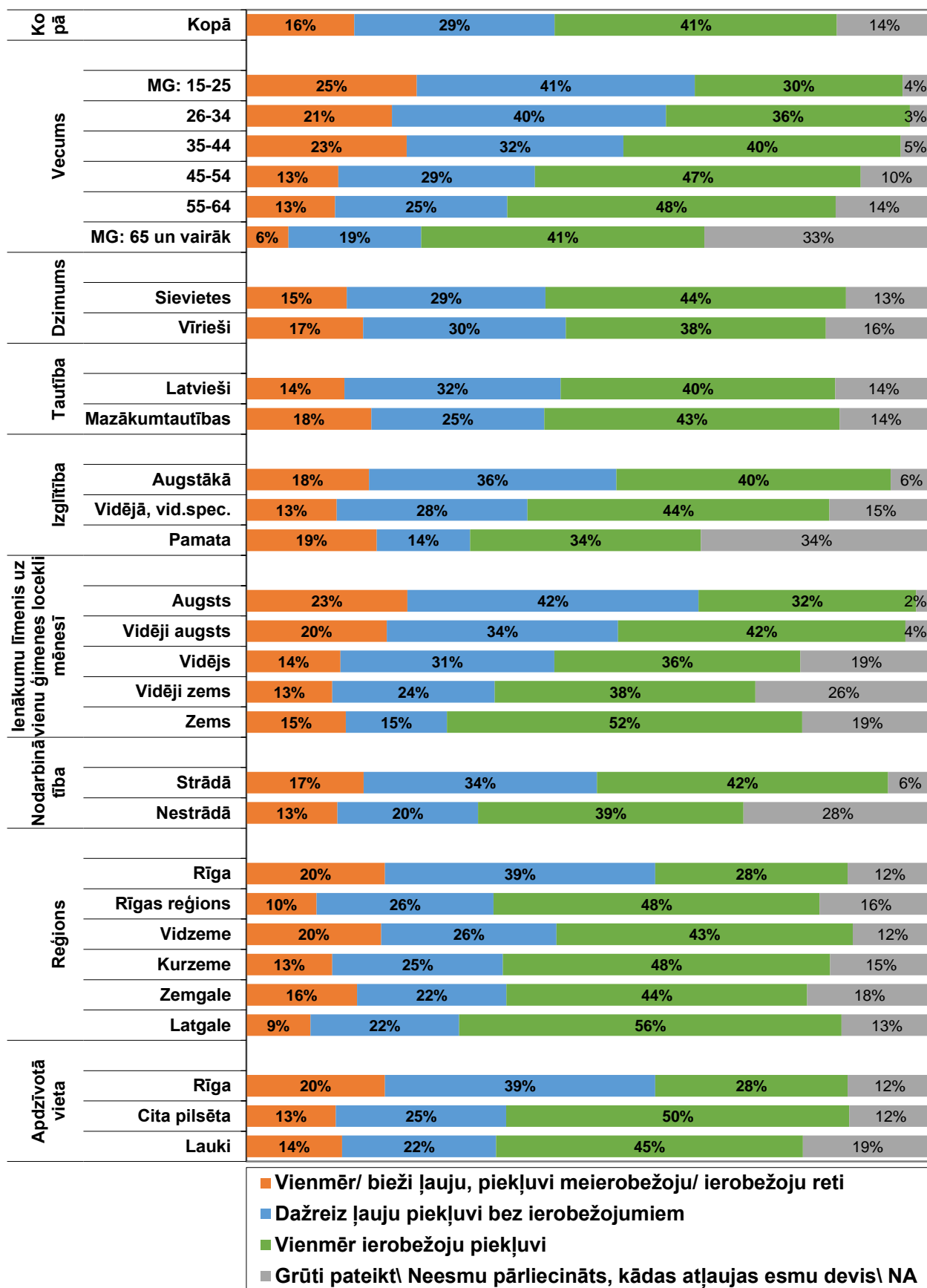
Aptaujas jautājums:

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

Vai Jūs ļaujat mobilo ierīču aplikācijām piekļūt Jūsu personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai?  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Vai Jūs ļaujat mobilo ierīču aplikācijām piekļūt Jūsu personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai?  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



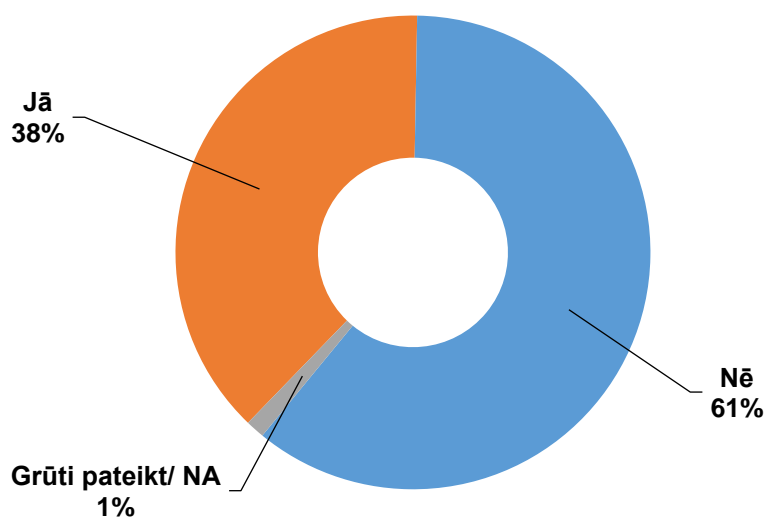


## 6. Reģionālo ierobežojumu apiešana internetā

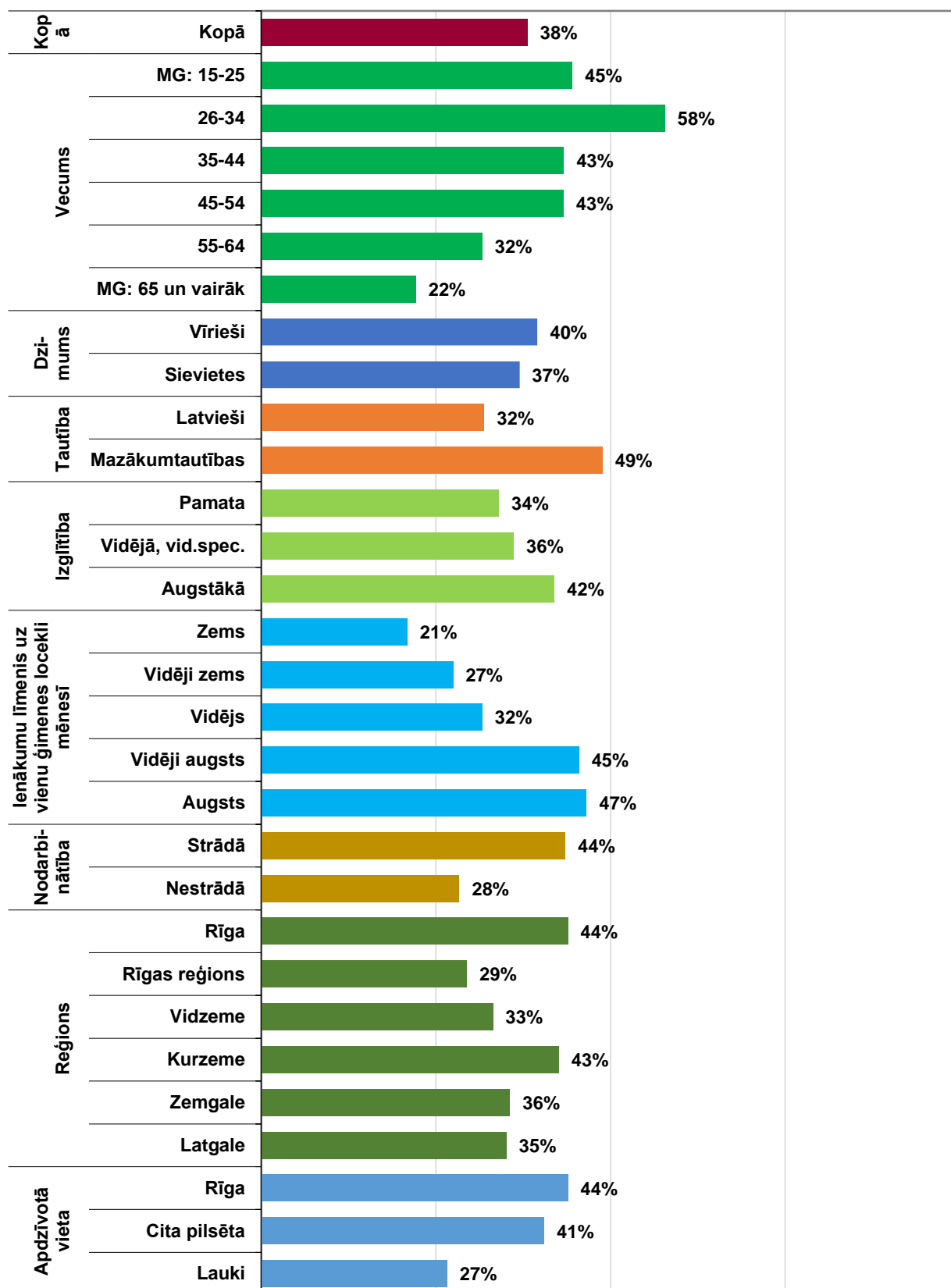
Aptaujas jautājums:

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

**Vai Jūs kādreiz esat saskāries ar situāciju, kad nevarējāt piekļūt noteiktam saturam internetā, jo tas bija ierobežots Latvijā?**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



**Ir kādreiz saskāries ar situāciju, kad nevarēja piekļūt noteiktam saturam internetā, jo tas bija ierobežots Latvijā**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

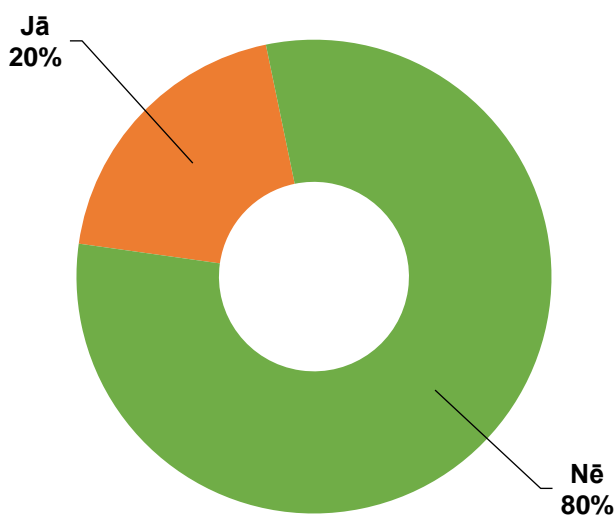


Aptaujas jautājums respondentiem, kuri internetā ir saskārušies ar Latvijā ierobežotu saturu:

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

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

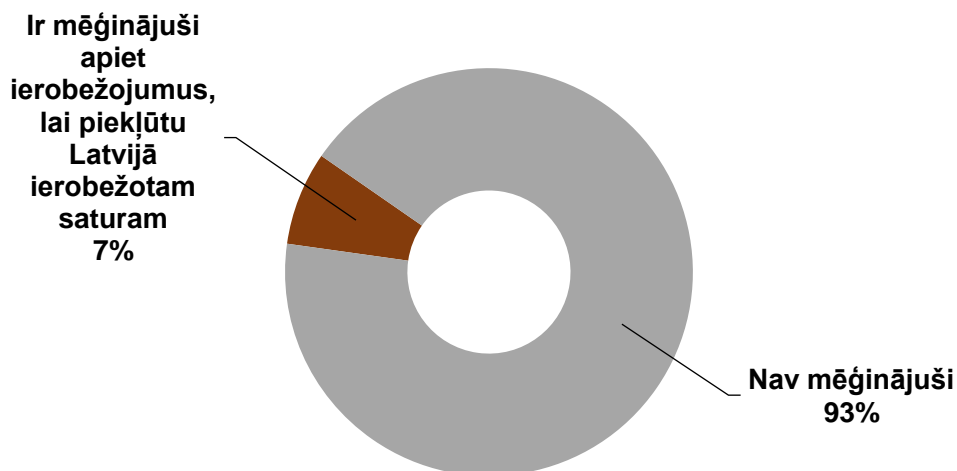
(Bāze = respondenti, kuri internetā ir saskārušies ar Latvijā ierobežotu saturu; n=555)



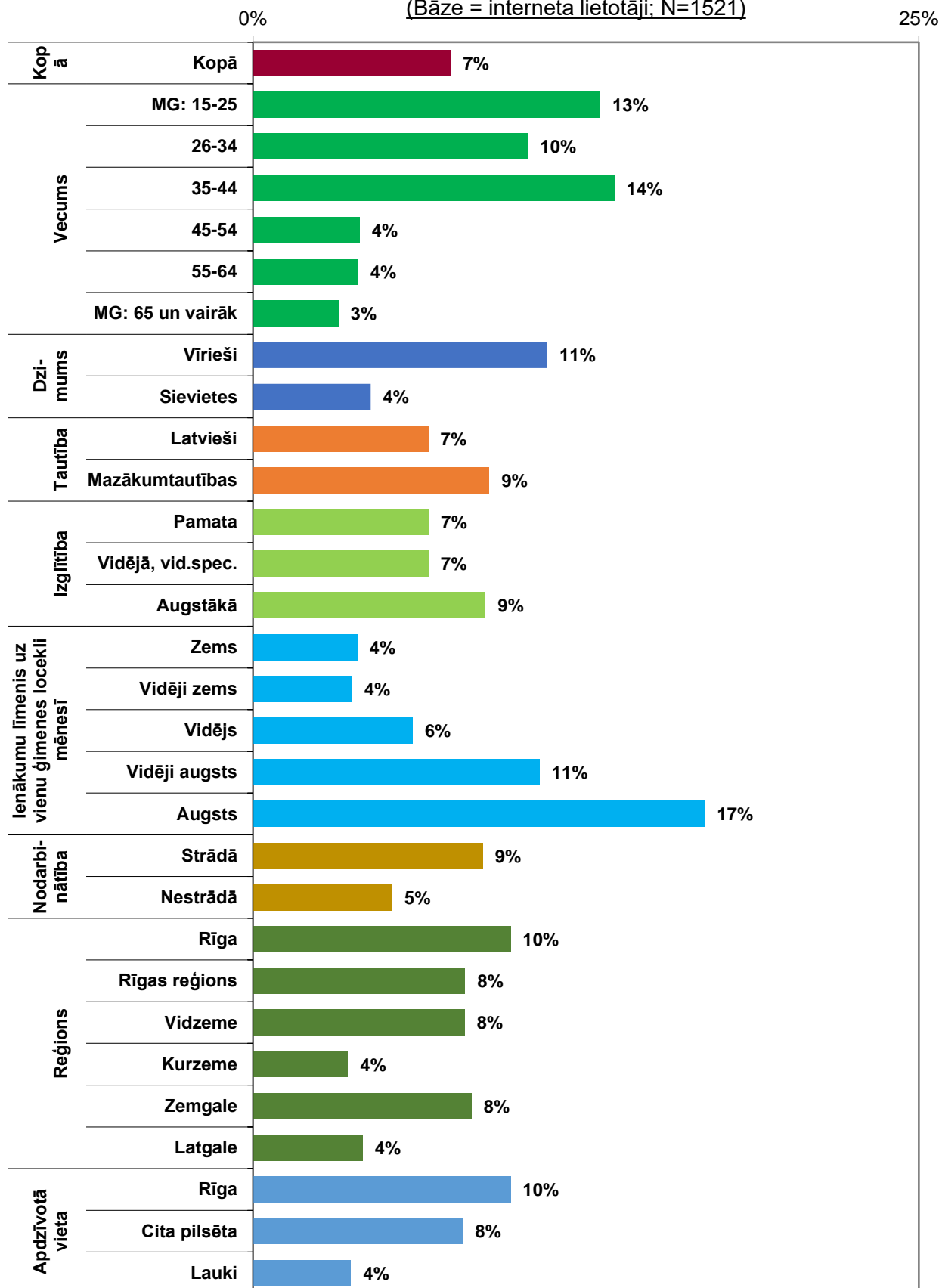
Aprēķinot iegūtos rezultātus uz visu izlasi, atklājas, ka apiet esošos ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam, mēģinājuši 7% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.

**Ierobežojumu apiešana, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam**

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

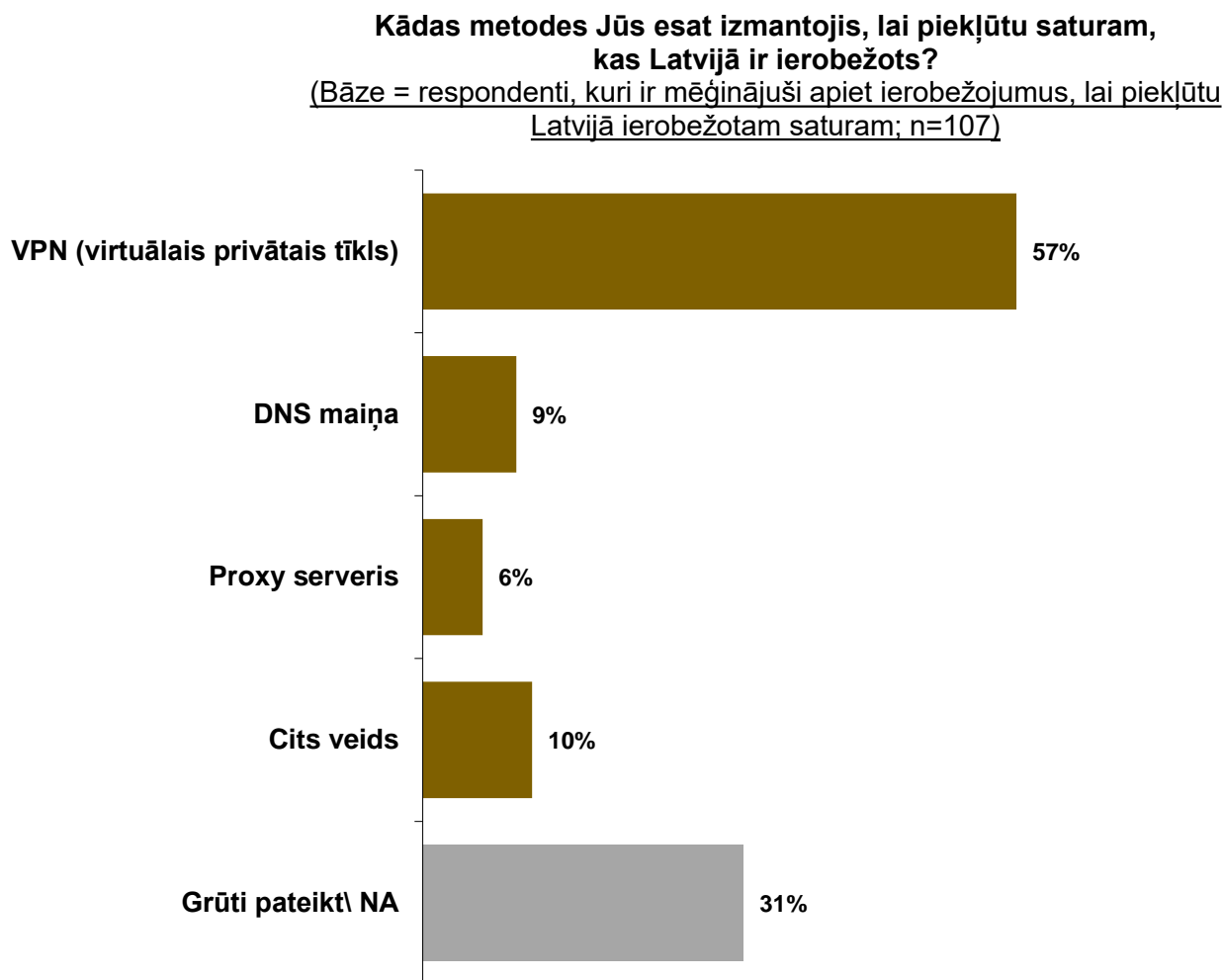


**Ir mēģinājis apiet ierobežojumus,  
lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Aptaujas jautājums respondentiem, kuri ir mēģinājuši apiet ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam:

- “Kādas metodes Jūs esat izmantojis, lai piekļūtu saturam, kas Latvijā ir ierobežots?”



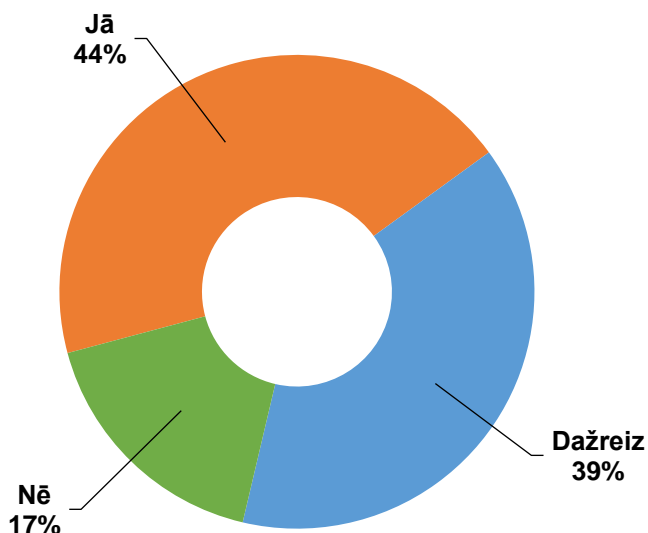
Kā citi veidi (grafikā) tika minēti:

- Meklēja saturu citos avotos;
- Konsultējās ar draugiem;
- Skatījās saturu slepeni;
- Kāds atsūtīja saturu.

Aptaujas jautājums respondentiem, kuri ir mēģinājuši apiet ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam:

- **“Vai Jums izdevās apiet šos ierobežojumus?”**

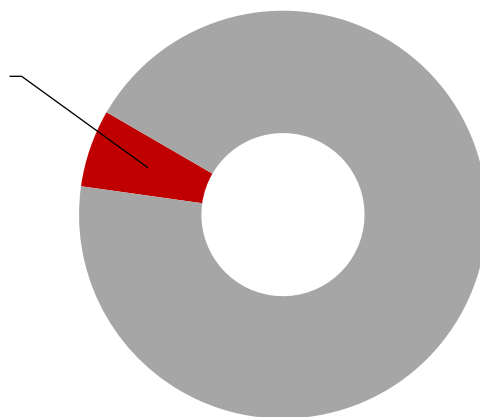
**Vai Jums izdevās apiet šos ierobežojumus?**  
(Bāze = respondenti, kuri ir mēģinājuši apiet ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam; n=107)



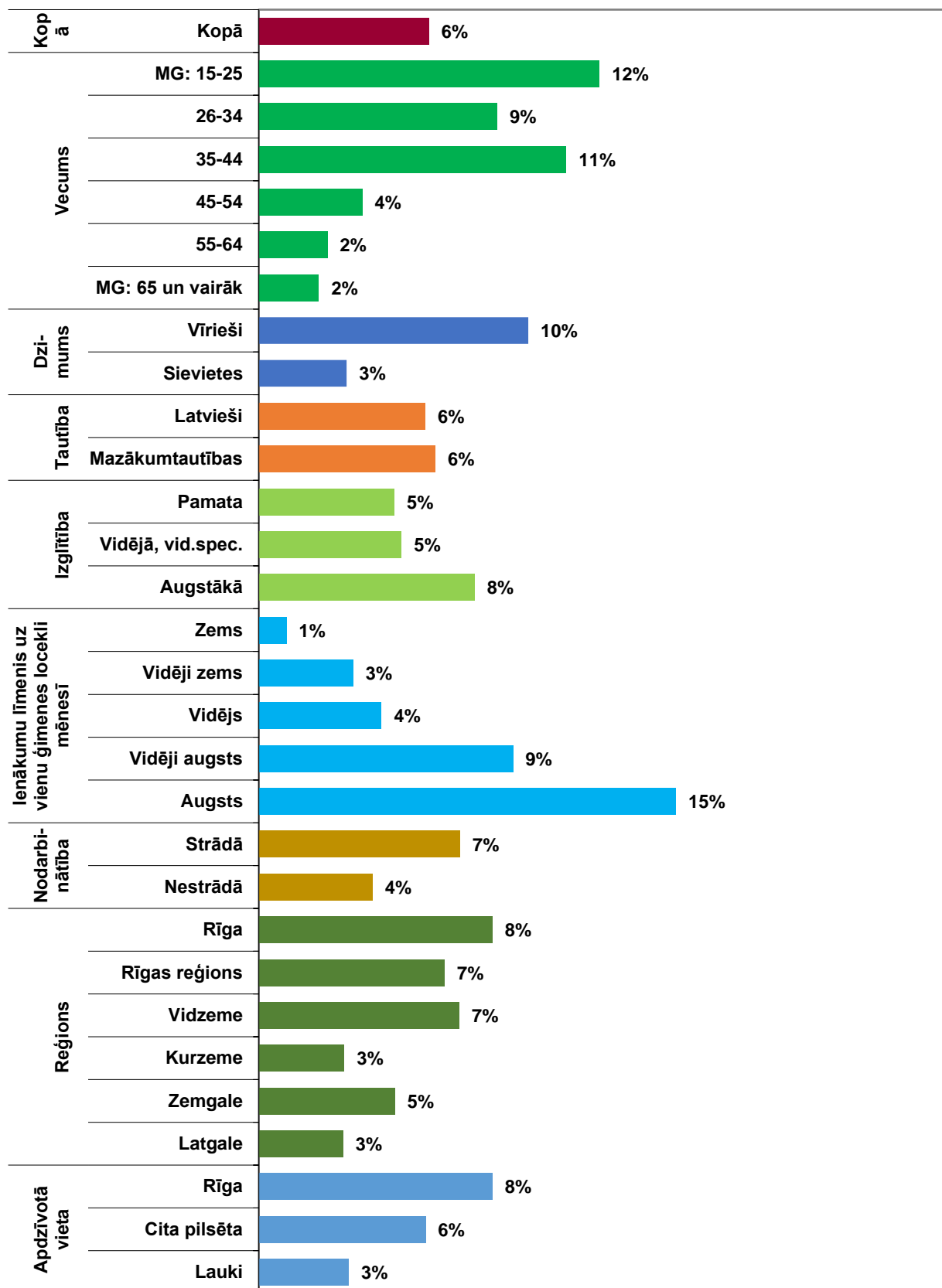
legūto rezultātu aprēķins uz visu izlasi atklāj, ka apiet Latvijas ieviestos ierobežojumus ir izdevies 6% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.

**Ierobežojumu apiešana, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

**Ir izdevies apiet ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam 6%**



Ir izdevies apiet ierobežojumus,  
lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

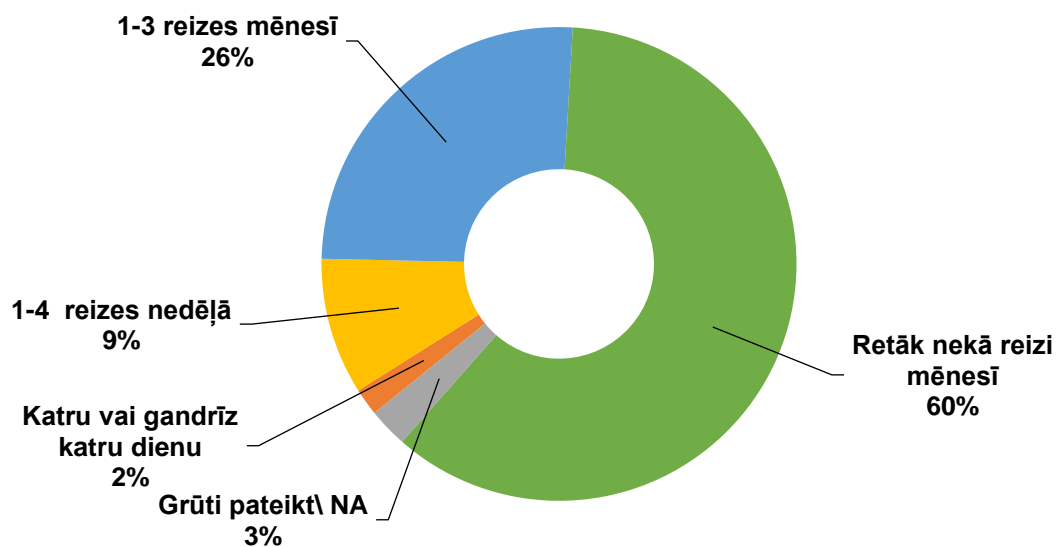


Aptaujas jautājums respondentiem, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam:

- “Cik bieži Jūs izmantojat šīs metodes, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam?”

**Cik bieži Jūs izmantojat šīs metodes, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam?**

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

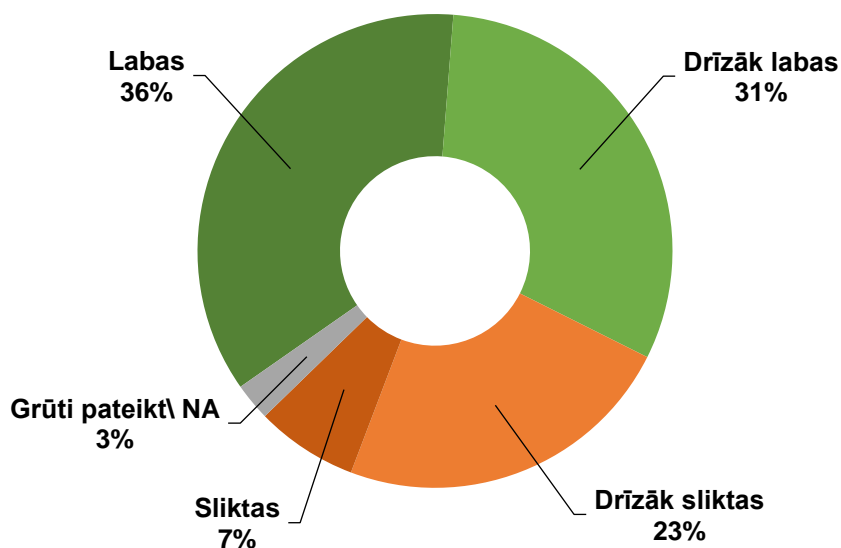




Aptaujas jautājums respondentiem, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam:

- “Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes, lai piekļūtu un skatītos sev interesējošu saturu internetā, kas Latvijā ir ierobežots?”

**Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes, lai piekļūtu un skatītos sev interesējošu saturu internetā, kas Latvijā ir ierobežots?**  
(Bāze = respondenti, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam; n=91)

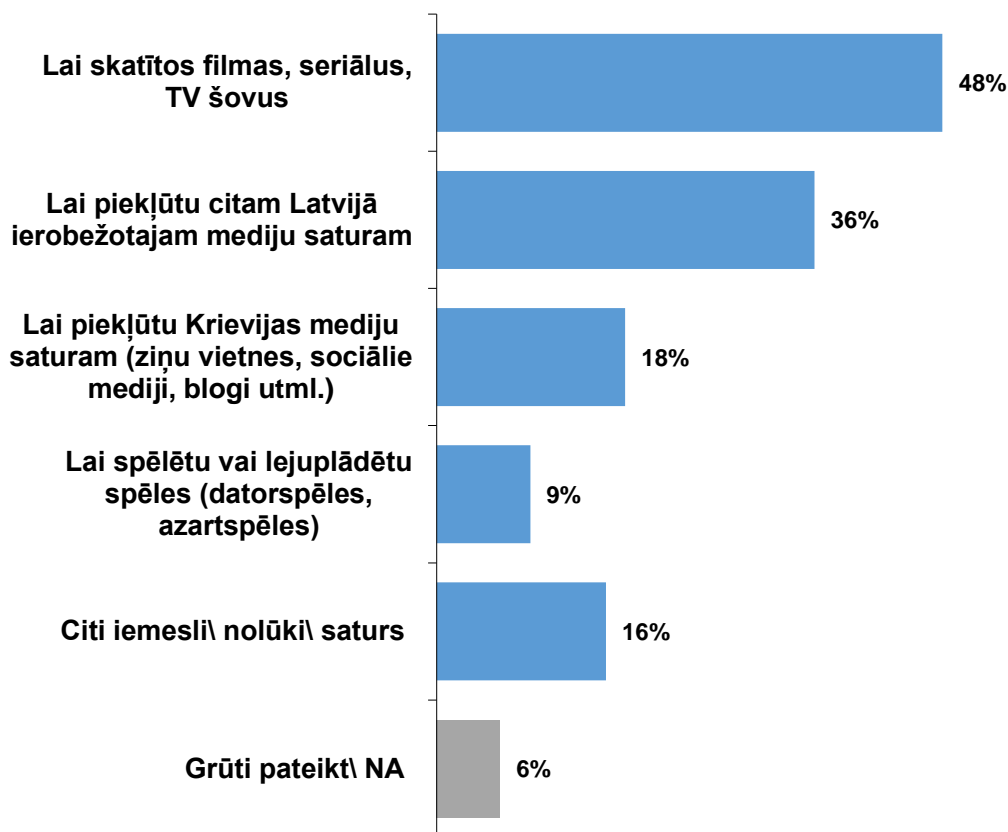


Aptaujas jautājums respondentiem, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam:

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

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

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



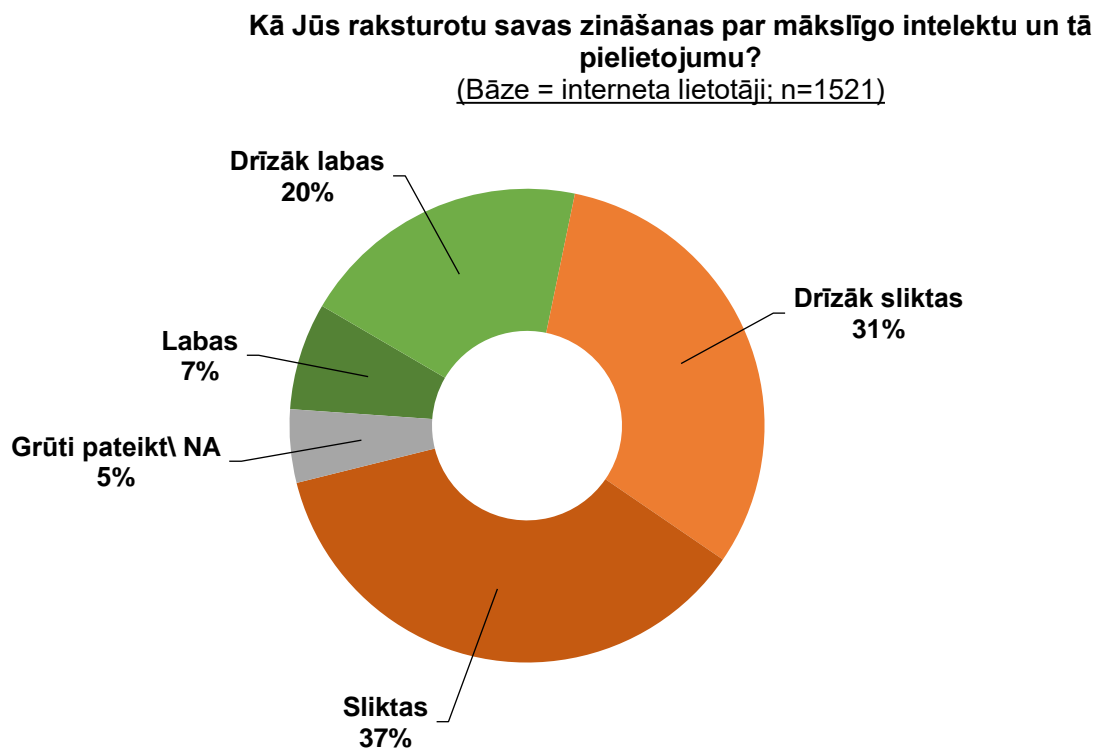
Kā citi iemesli/ nolūki/ saturs (grafikā) tika minēti:

- Skatās sporta pārraides;
- Nepieciešams darbam;
- Lai izglītos (mācību materiāli, raidījumi);
- Interesanti;
- Skatās profesionālu saturu;
- Lai piekļūtu specifiskām programmām;
- Lasa rakstus par medicīnu.

## 7. Mākslīgais intelekts – zināšanas, priekšstati, prasmes, izmantošana

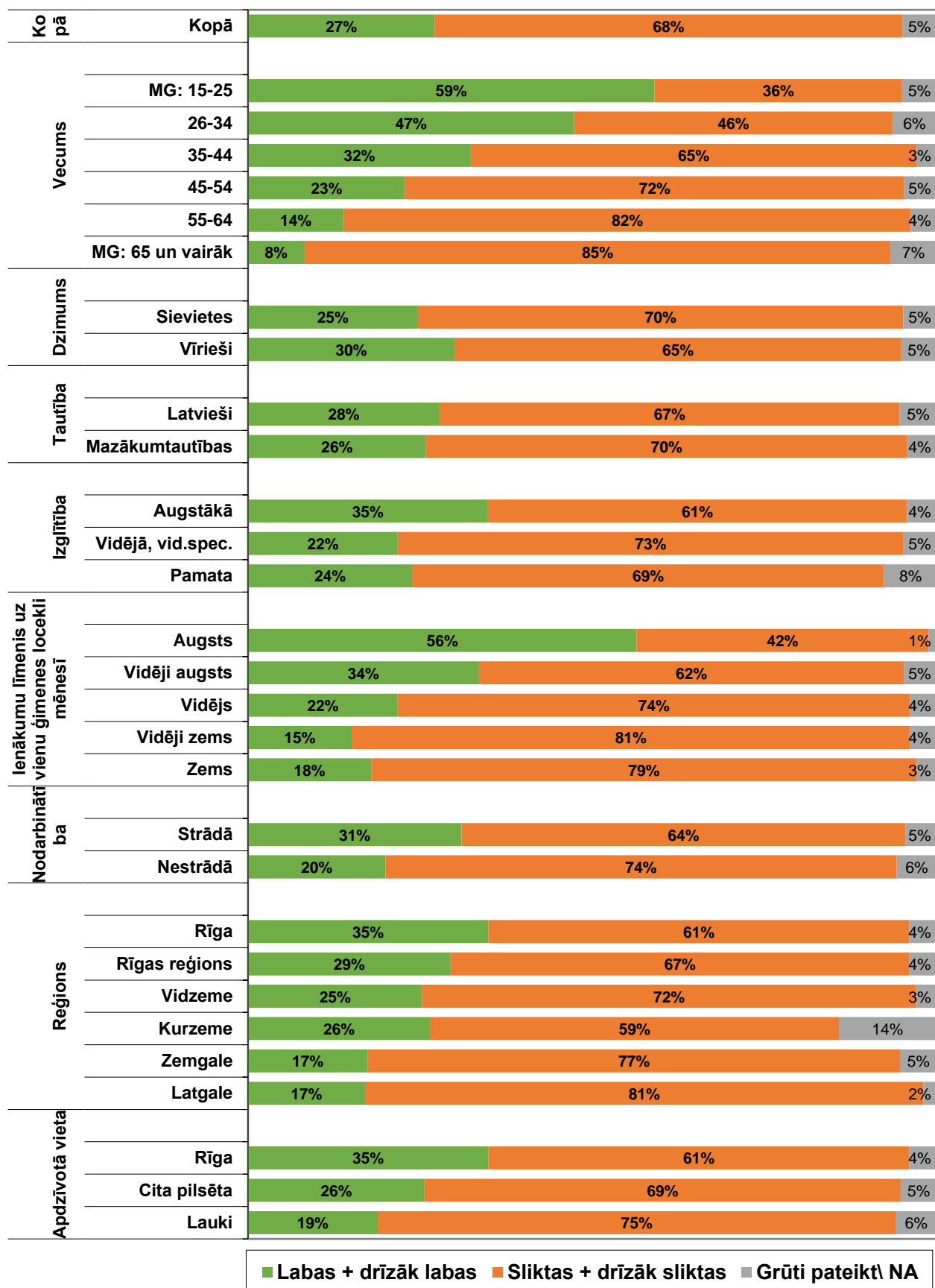
Aptaujas jautājums:

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



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

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

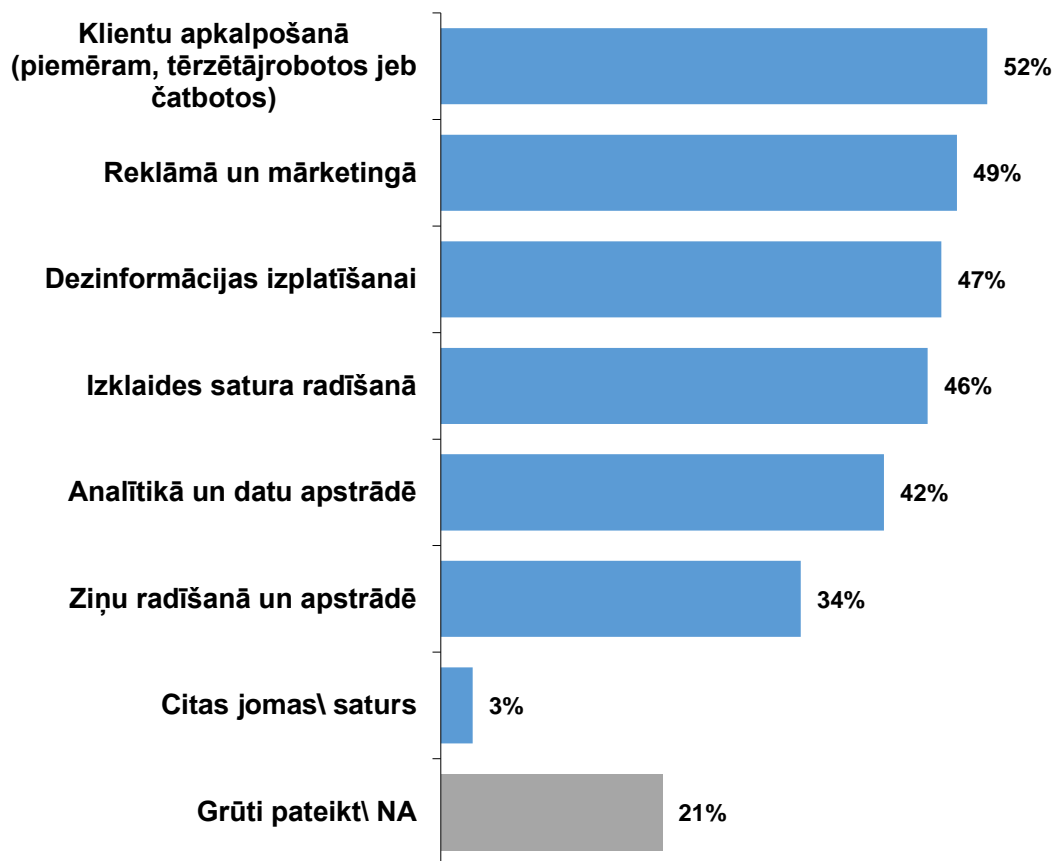


Aptaujas jautājums:

- “Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?”

### Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

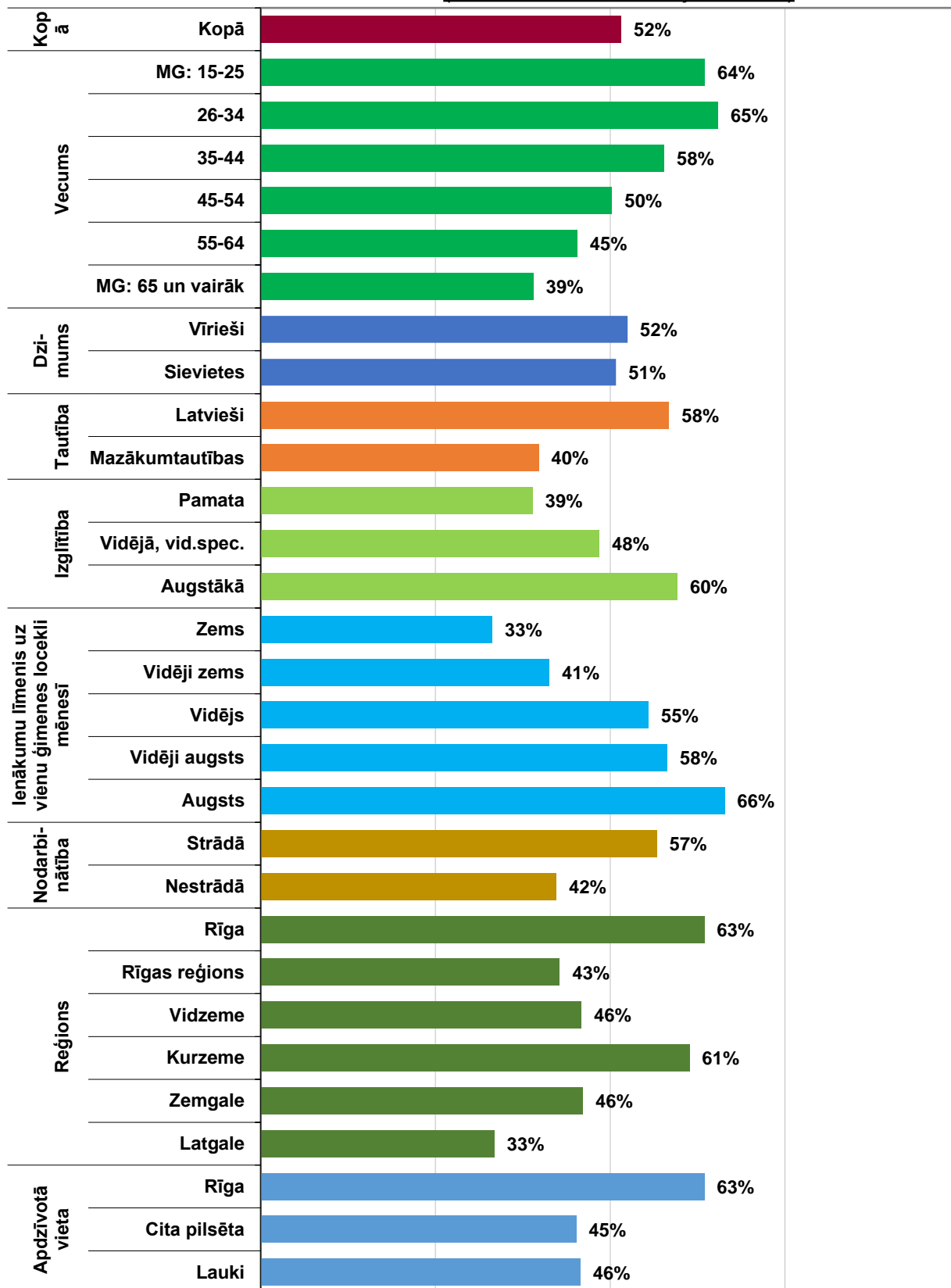


Kā citas jomas/ saturs (grafikā) tika minēts:

- Krāpnieciskos nolūkos;
- Mācībās/darbu rakstīšanā;
- Medicīnā;
- Darba vajadzībām;
- Izglītojošiem mērķiem;
- Filmu tulkošanai;
- Produktu testēšanā;
- Tehnoloģiju izstrādē;
- Zinātniskajam saturam;
- Programmēšanā;
- Armijas vajadzībām;
- Ģenerēt attēlus;
- Mūzikas radīšanai;
- Sadzīvīku problēmu risināšanai;
- Lauksaimniecībai;
- Mākslā.

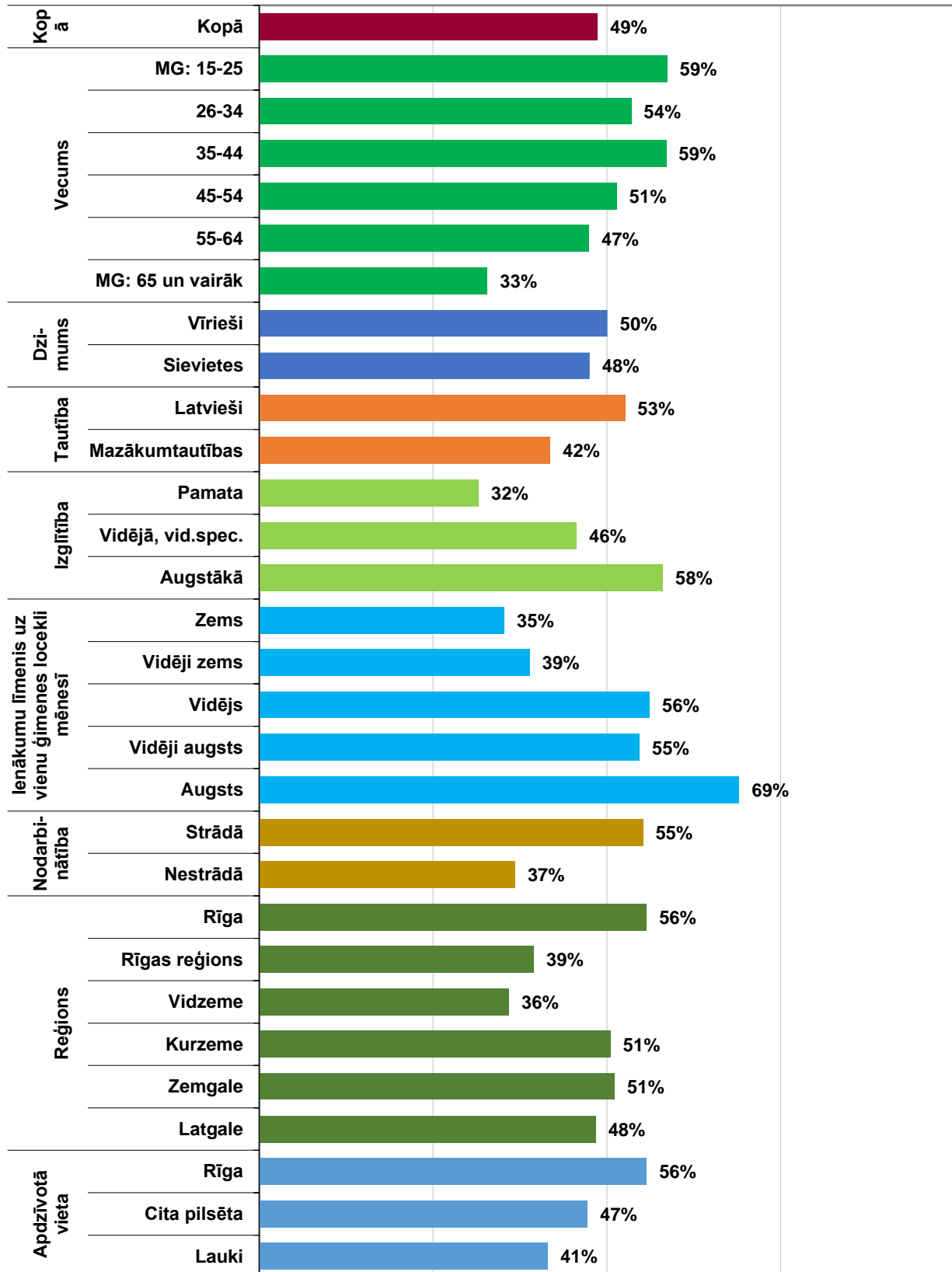
Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?

**Klientu apkalpošanā (piemēram, tērzētājrobotos jeb čātbotos)**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



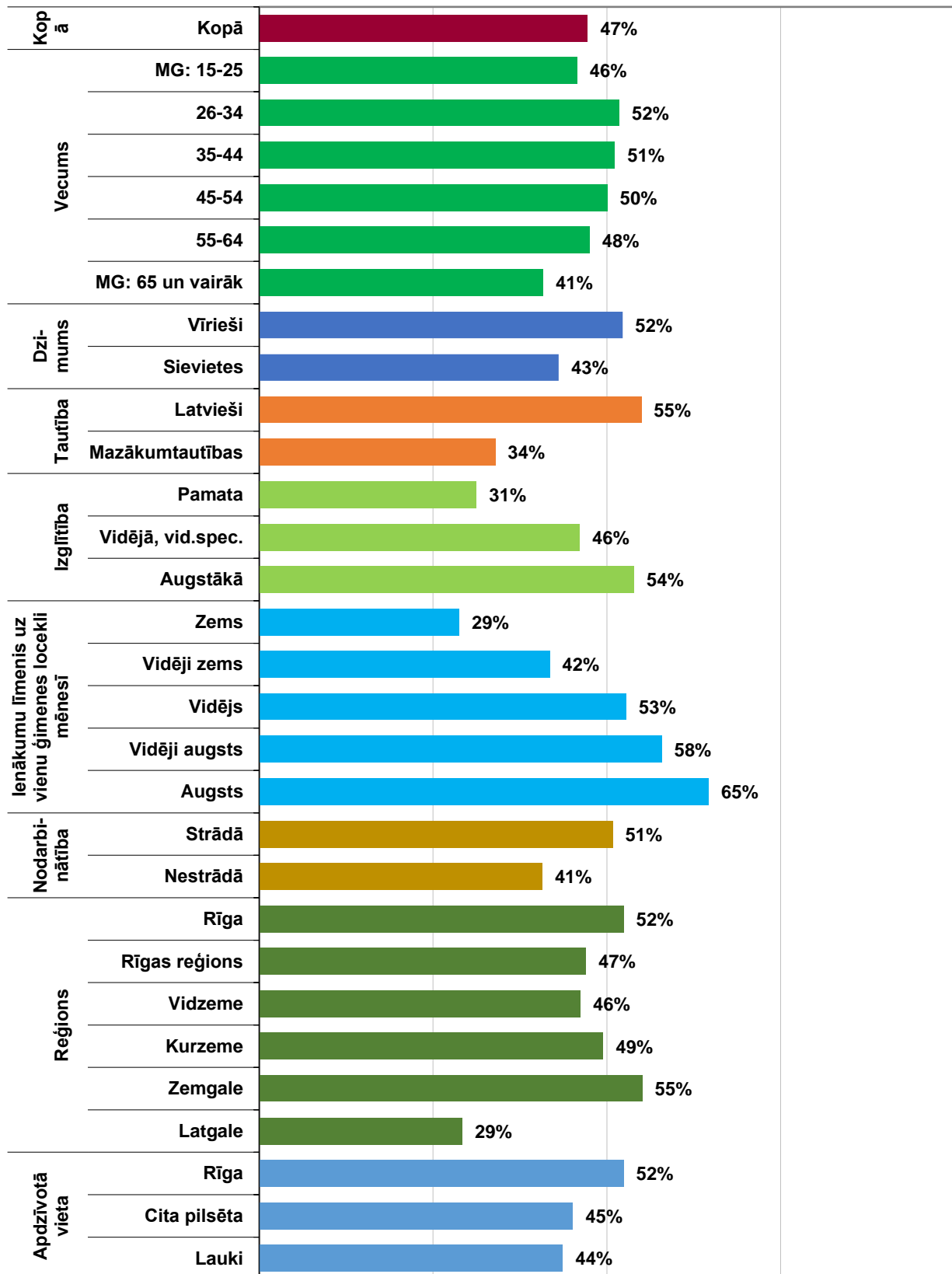
Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?

**Reklāmā un mārketingā**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



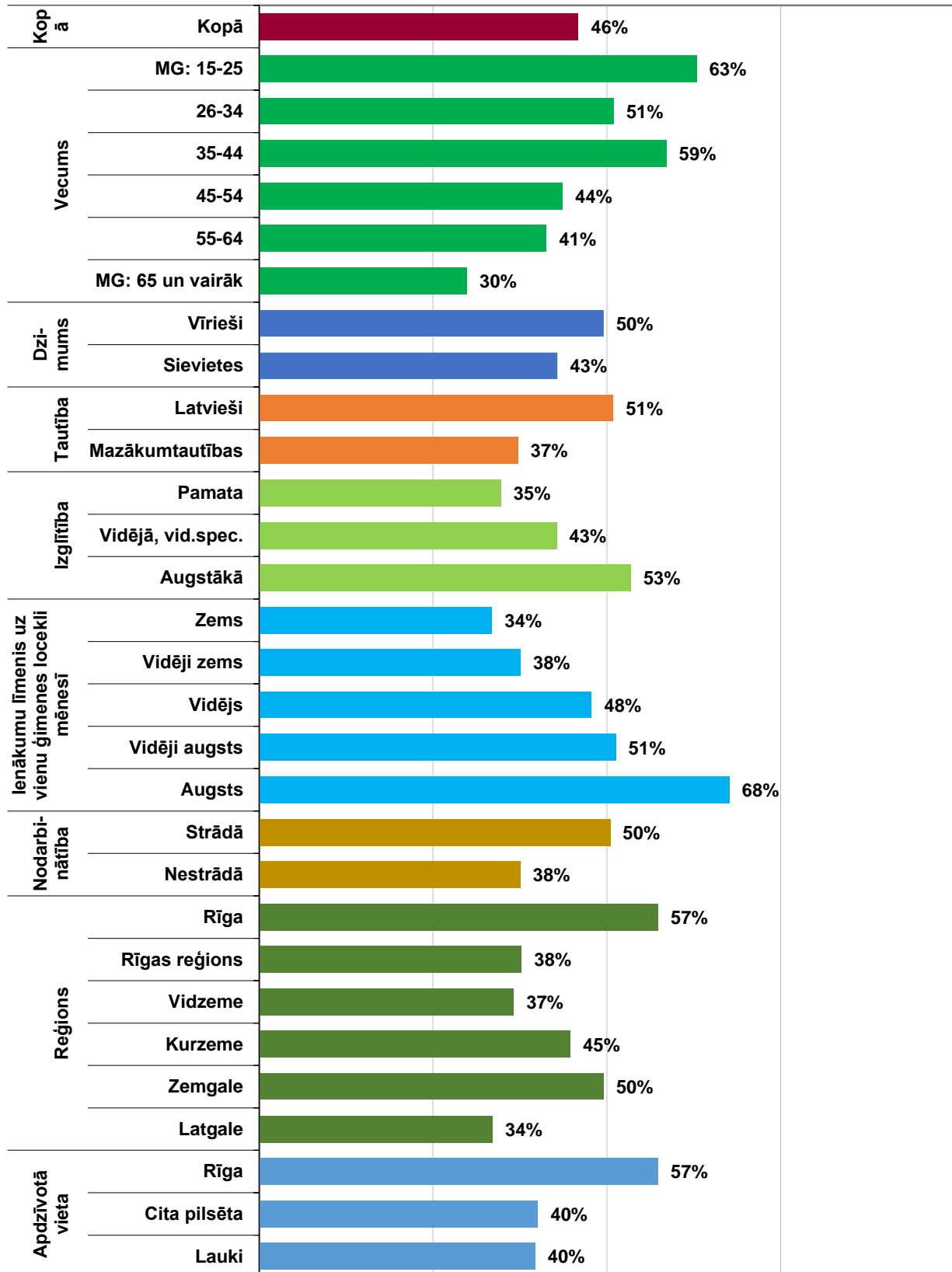
Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?

**Dezinformācijas izplatīšanai**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



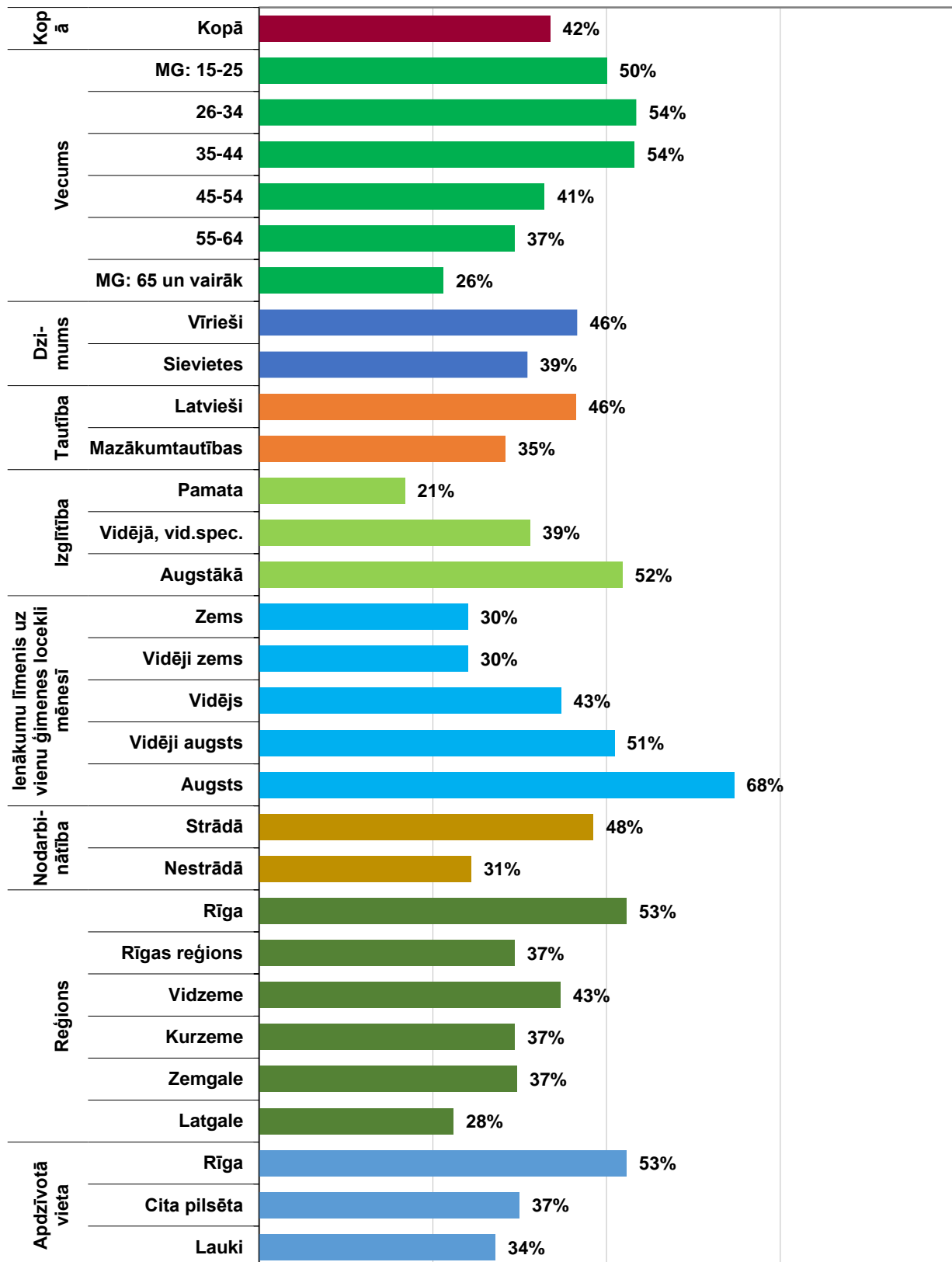


Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?  
**Izklaides satura radīšanā**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

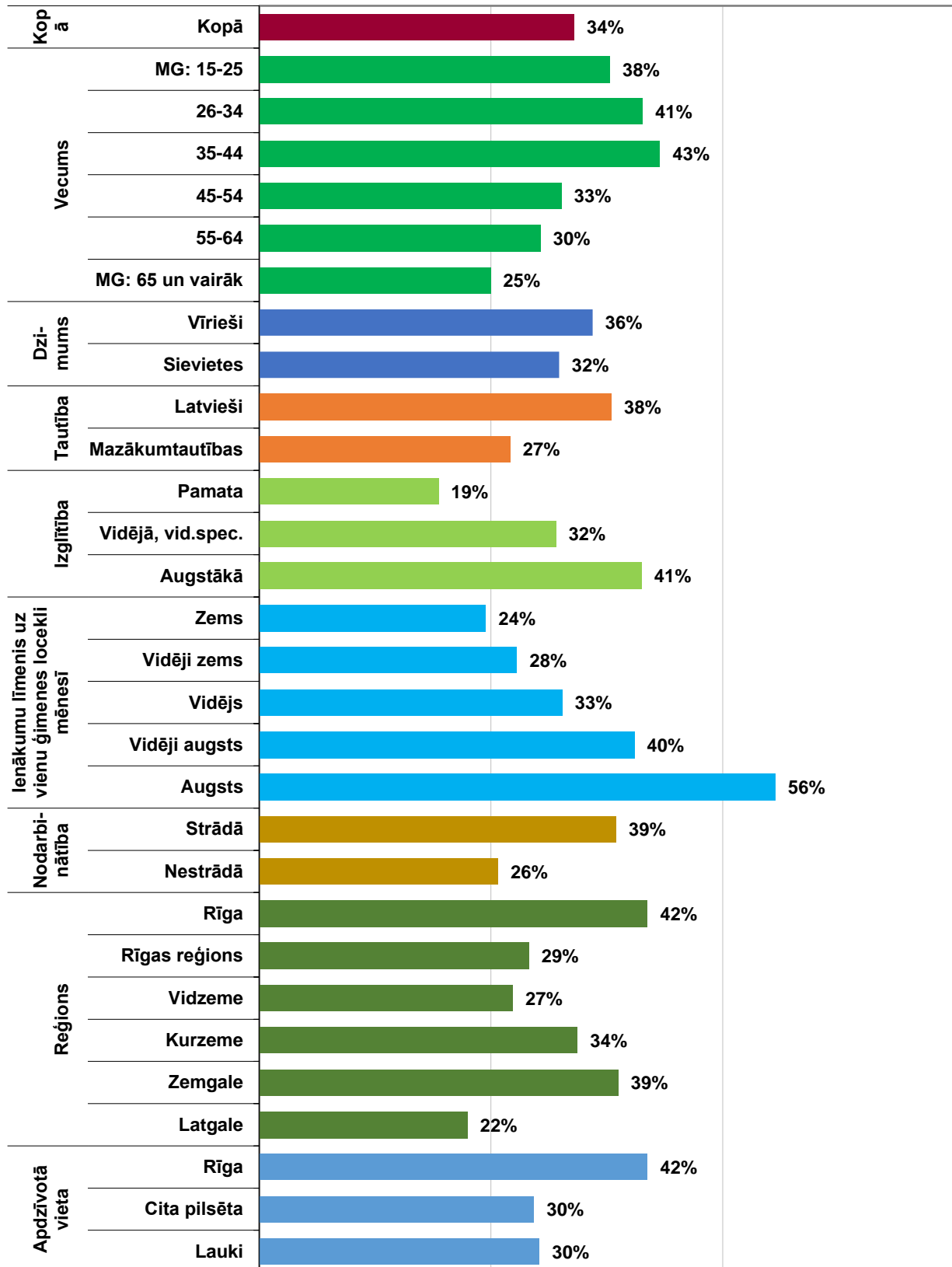


Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?

**Analītikā un datu apstrādē**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



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

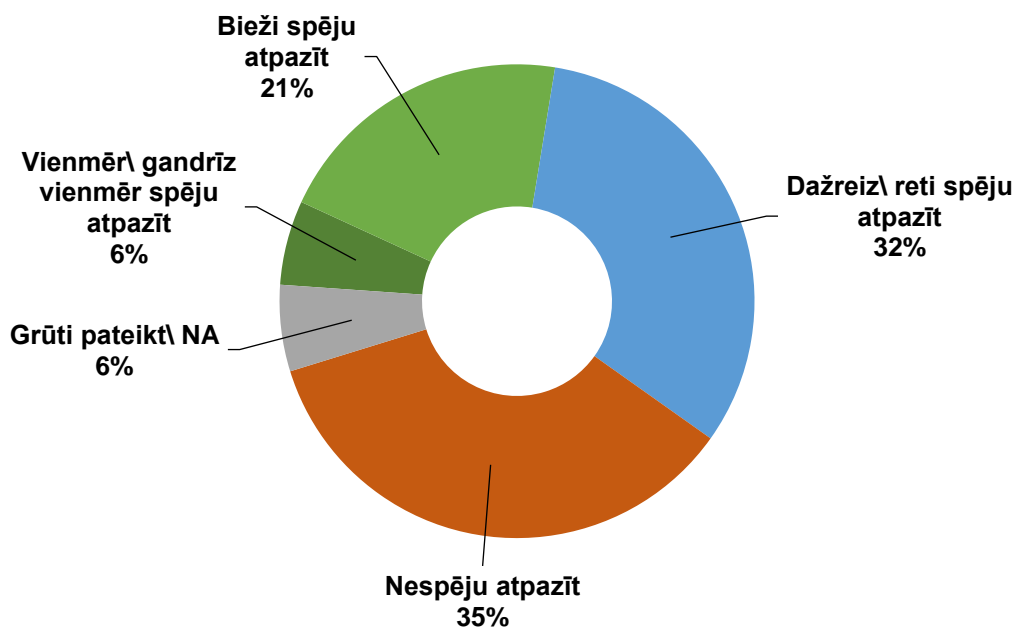


Aptaujas jautājums:

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

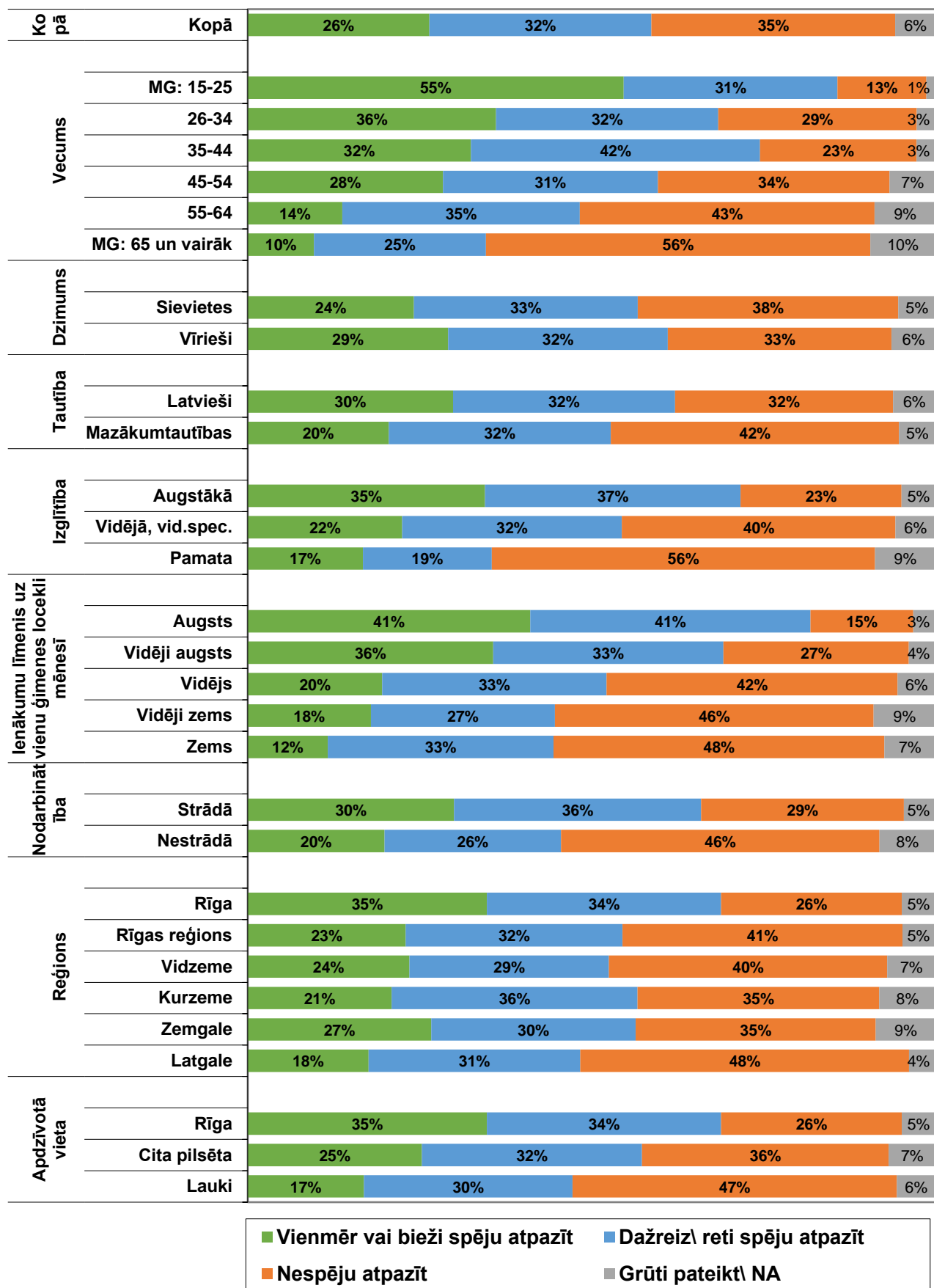
**Vai Jūs spējat atšķirt, kad saturs ir radīts vai modificēts ar mākslīgā intelekta palīdzību?**

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



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

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

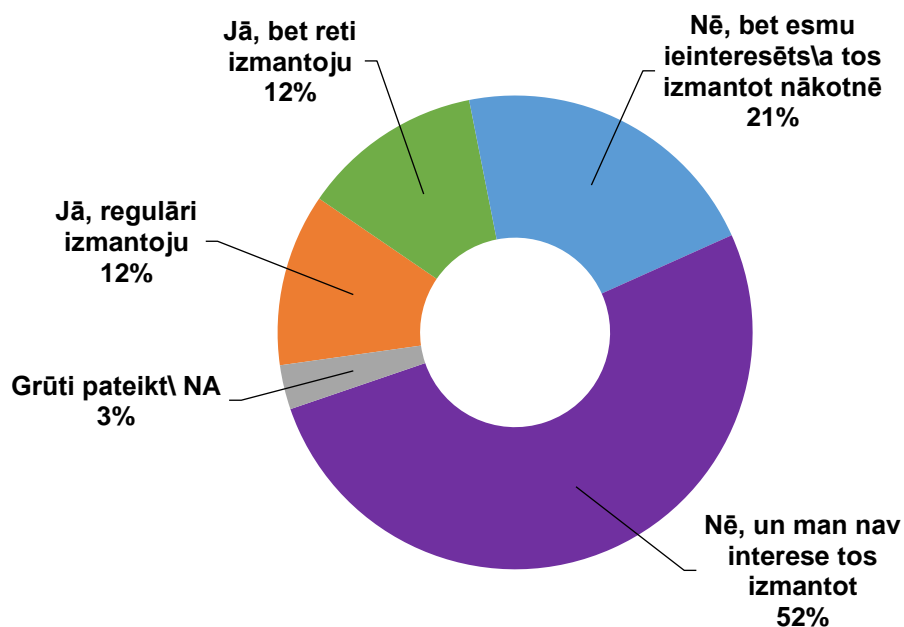


Aptaujas jautājums:

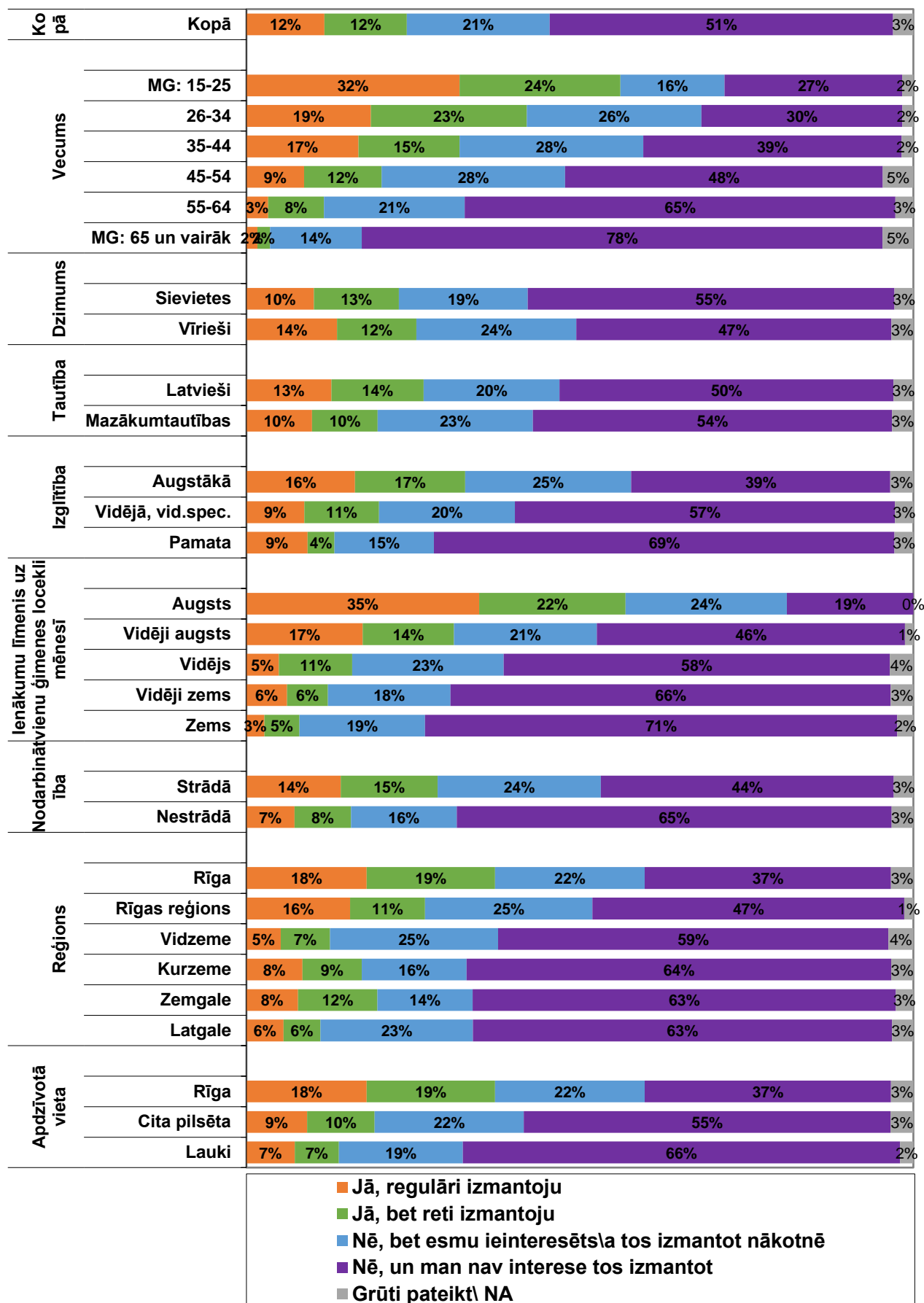
- “Vai jūs darbā vai mājās izmantojat mākslīgā intelekta rīkus?”

**Vai jūs darbā vai mājās izmantojat mākslīgā intelekta rīkus?**

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



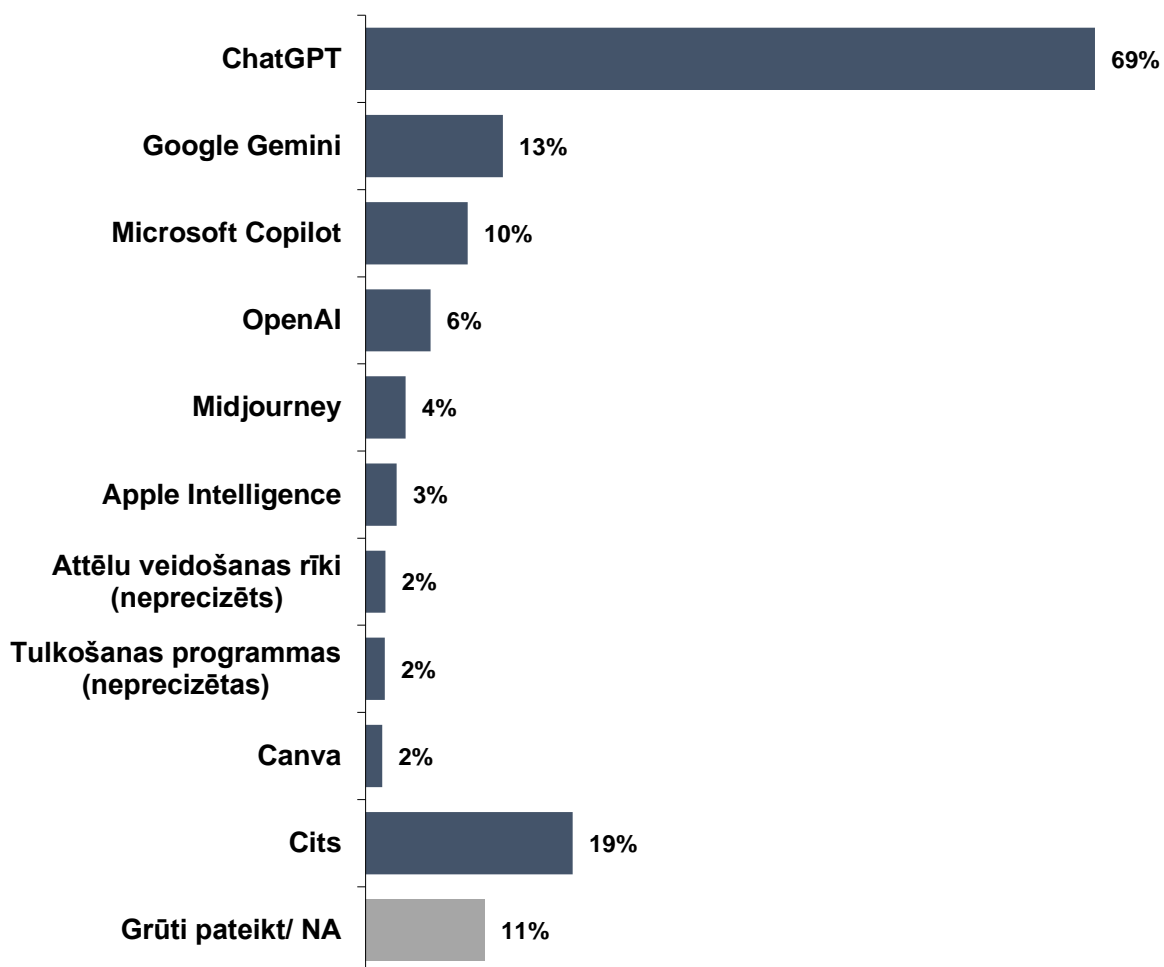
Vai jūs darbā vai mājās izmantojat mākslīgā intelekta rīkus?  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Aptaujas jautājums respondentiem, kuri izmanto mākslīgā interneta rīkus:

- “Kādus mākslīgā intelekta rīkus jūs izmantojat savā darbībā? Lūdzu, nosauciet”

**Kādus mākslīgā intelekta rīkus jūs izmantojat savā darbībā?**  
(Bāze = respondenti, kuri izmanto mākslīgā interneta rīkus; N=382)



Kā citas atbildes tika minētas:

- Sarunu boti (neprecizēts);
- Adobe Firefly;
- Leonardo;
- Programmas, kas atbild uz jautājumiem (neprecizēts);
- Suno AI;
- Microsoft Azure;
- GitHub Copilot;
- Gudrā māja (viedmājoklis);
- Siri;
- Programmas, kas saistītas ar informācijas meklētājiem (neprecizēts);

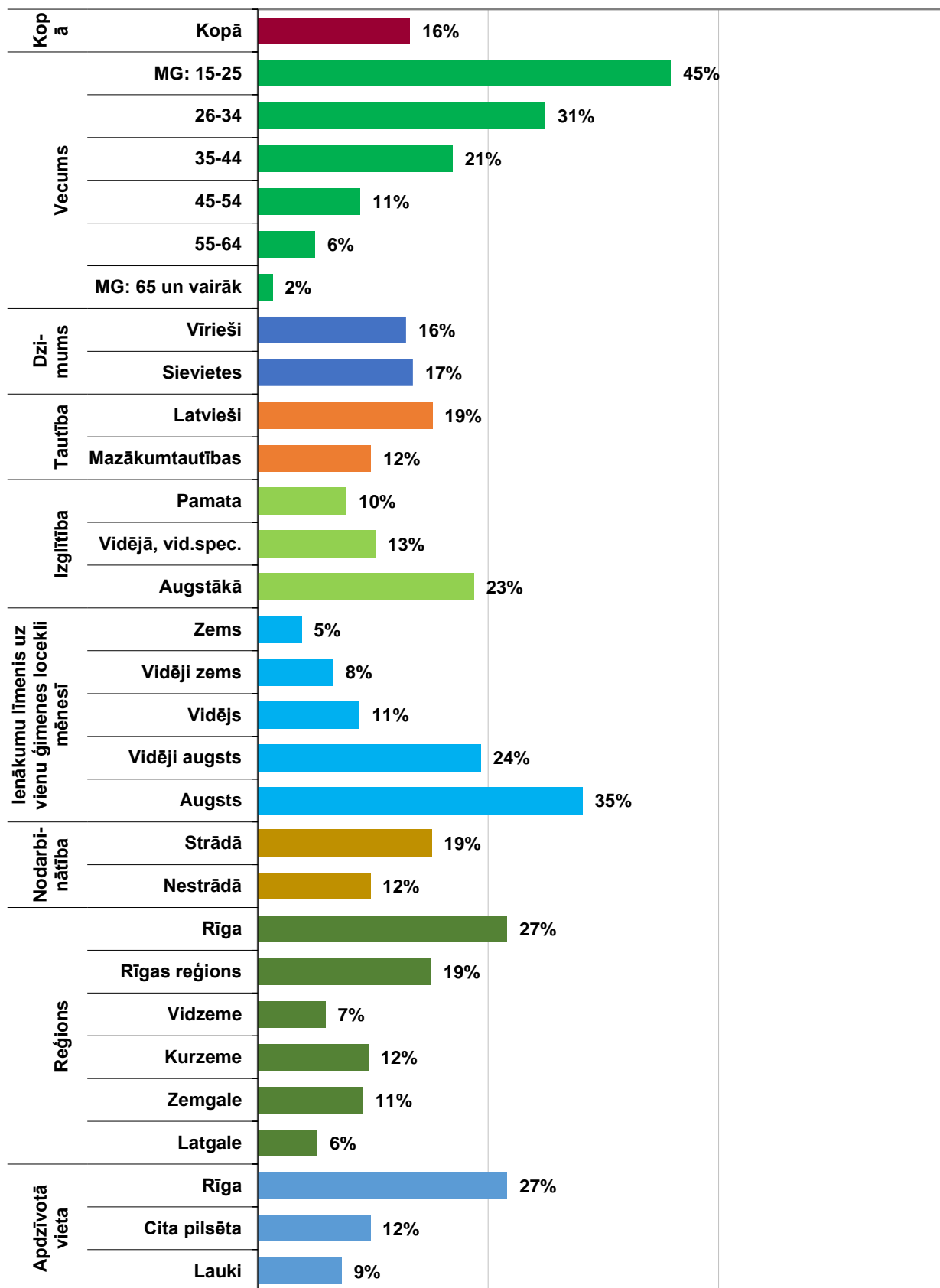


- Programmas, kas analizē datus (neprecizētas);
- SAP HANA;
- DataRobot;
- Teksta veidošanas rīki (neprecizēts);
- Diffusion;
- Google Translate;
- DeepL;
- Pareizrakstības pārbaude (neprecizēts);
- 3D;
- Programmēšanas rīki (neprecizēts);
- Cloudy;
- Galaxy AI;
- Vocal Remover and Isolation;
- Rīki skicēm un zīmējumiem (neprecizēts);
- Magic School;
- Cursor;
- Prezētāciju veidošanas rīki (neprecizēts);
- Gamma;
- Alpha;
- Snapchat Assistant;
- La Create;
- Large Language Model (LLM);
- Bolt (AI);
- Pixlr;
- Dall-E;
- Programmas, kas sniedz padomus (neprecizēts);
- Rīks mārketingam (neprecizēts);
- DeepAI;
- AIOps;
- Coral AI;
- IBM Watson;
- PyTorch;
- Starry AI;
- DreamLab;
- Narrato;
- Foto izcelsmes meklēšana pēc attēla (neprecizēts);
- Cloud.

Kādus mākslīgā intelekta rīkus jūs izmantojat savā darbībā?

**ChatGPT**

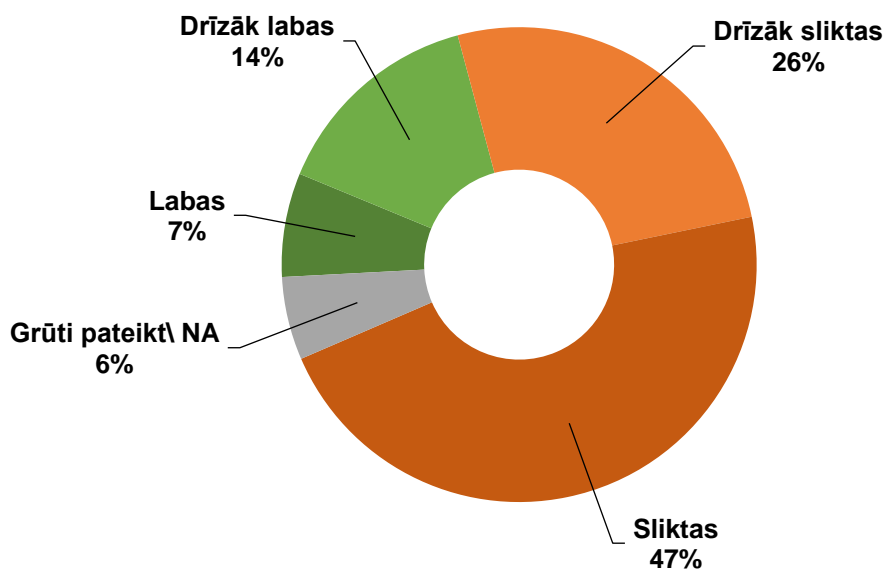
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Aptaujas jautājums:

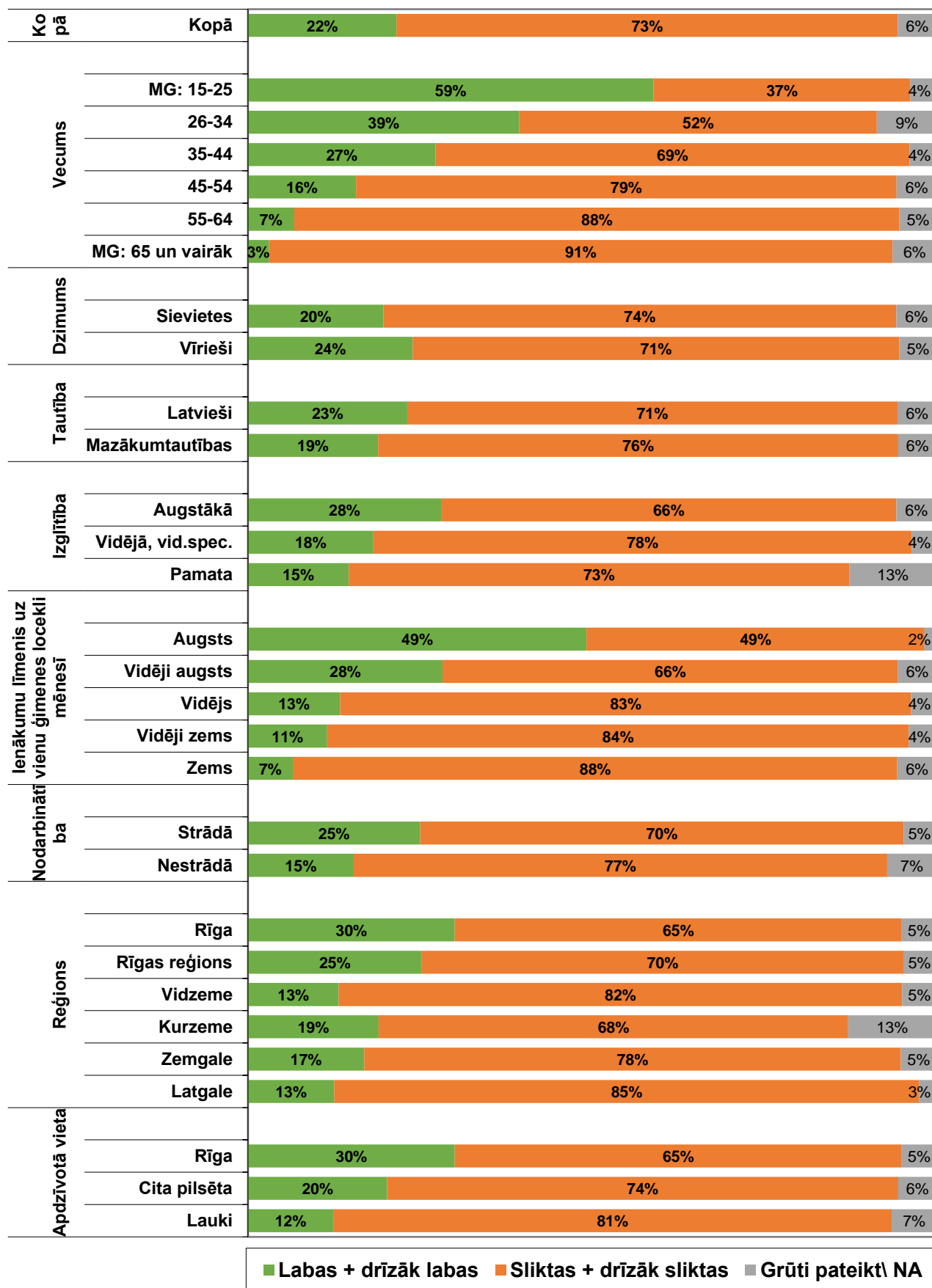
- “Kā jūs vērtētu savas prasmes un zināšanas runājot par mākslīgā intelekta rīku izmantošanu?”

**Kā jūs vērtētu savas prasmes un zināšanas runājot par mākslīgā intelekta rīku izmantošanu?**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



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

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



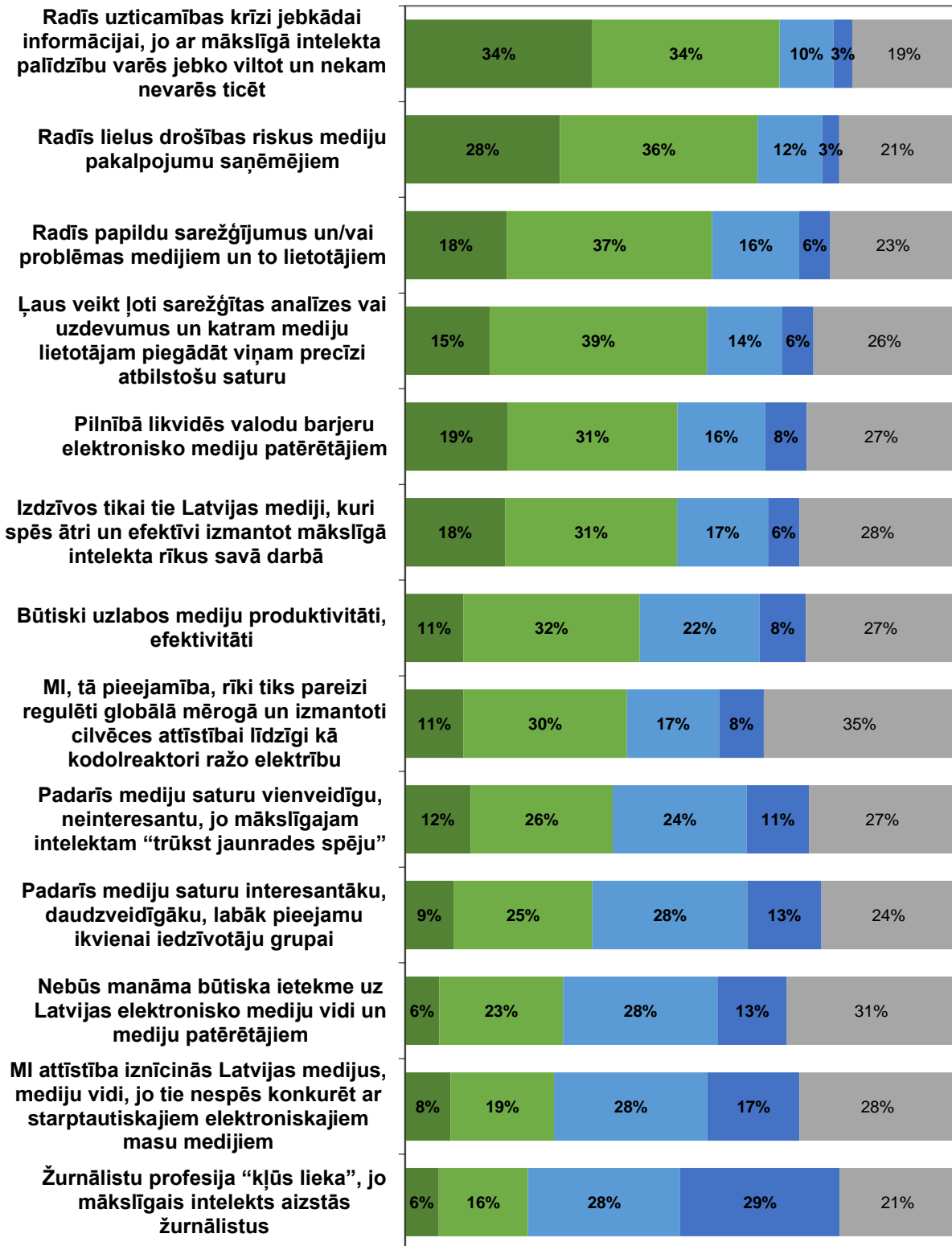
Aptaujas jautājums:

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

**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 ...**

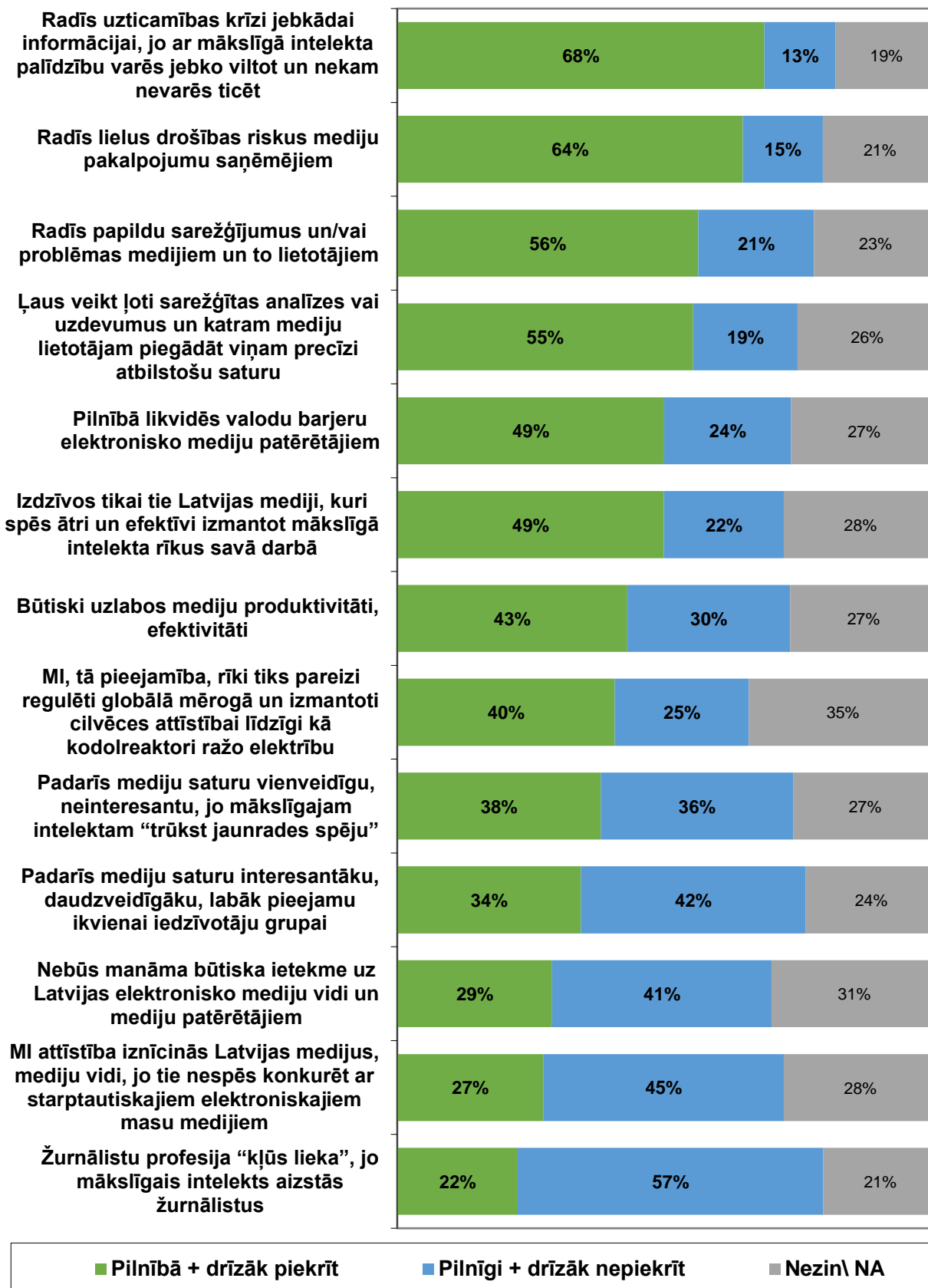


■ Pilnībā piekrīt   
 ■ Drīzāk piekrīt   
 ■ Drīzāk nepiekrīt   
 ■ Pilnīgi nepiekrīt   
 ■ Nezin/NA

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

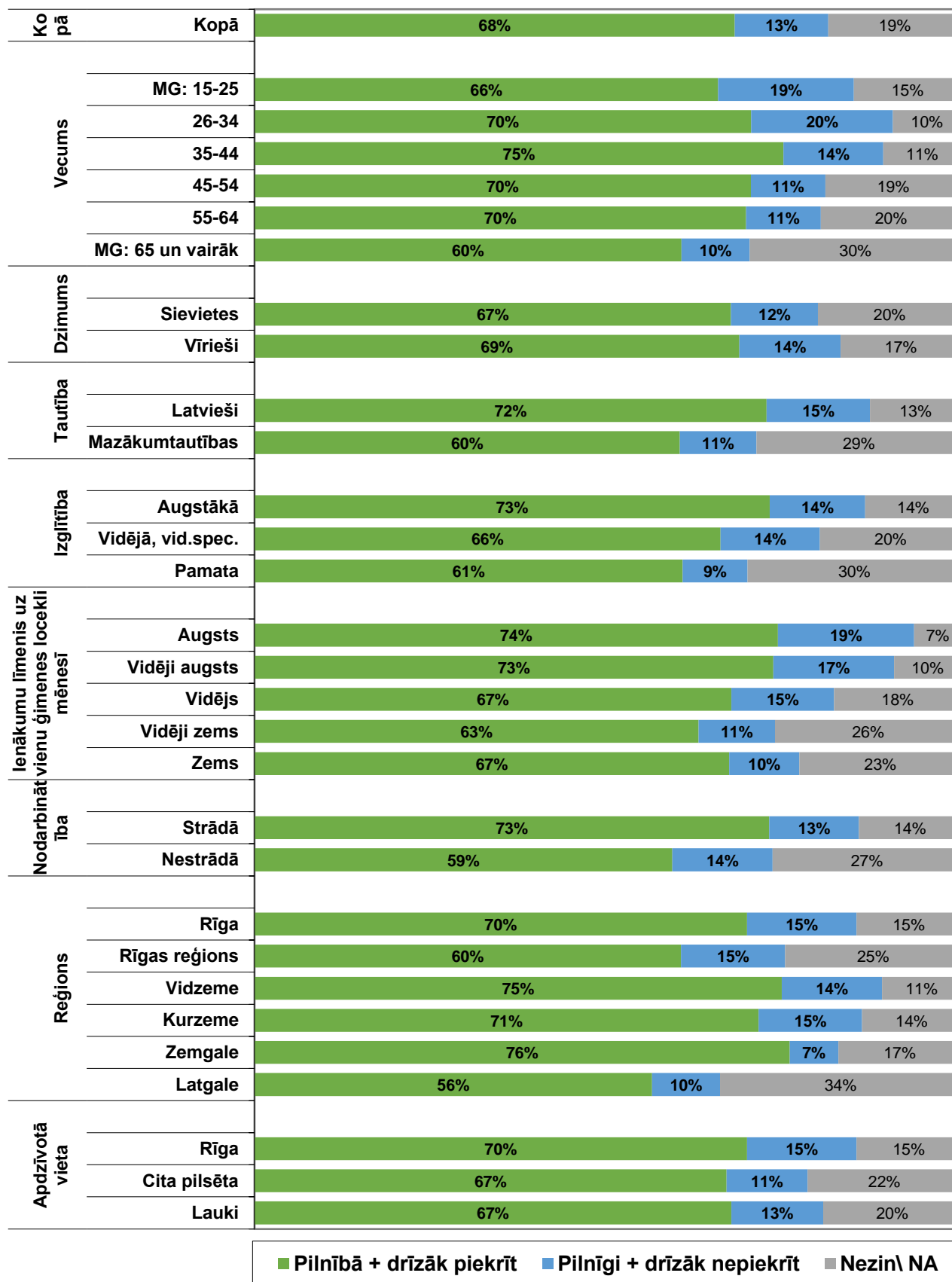
(Bāze = interneta lietotāji; n=1521)

**Mākslīgais internets  
un tā rīku izmantošana ...**

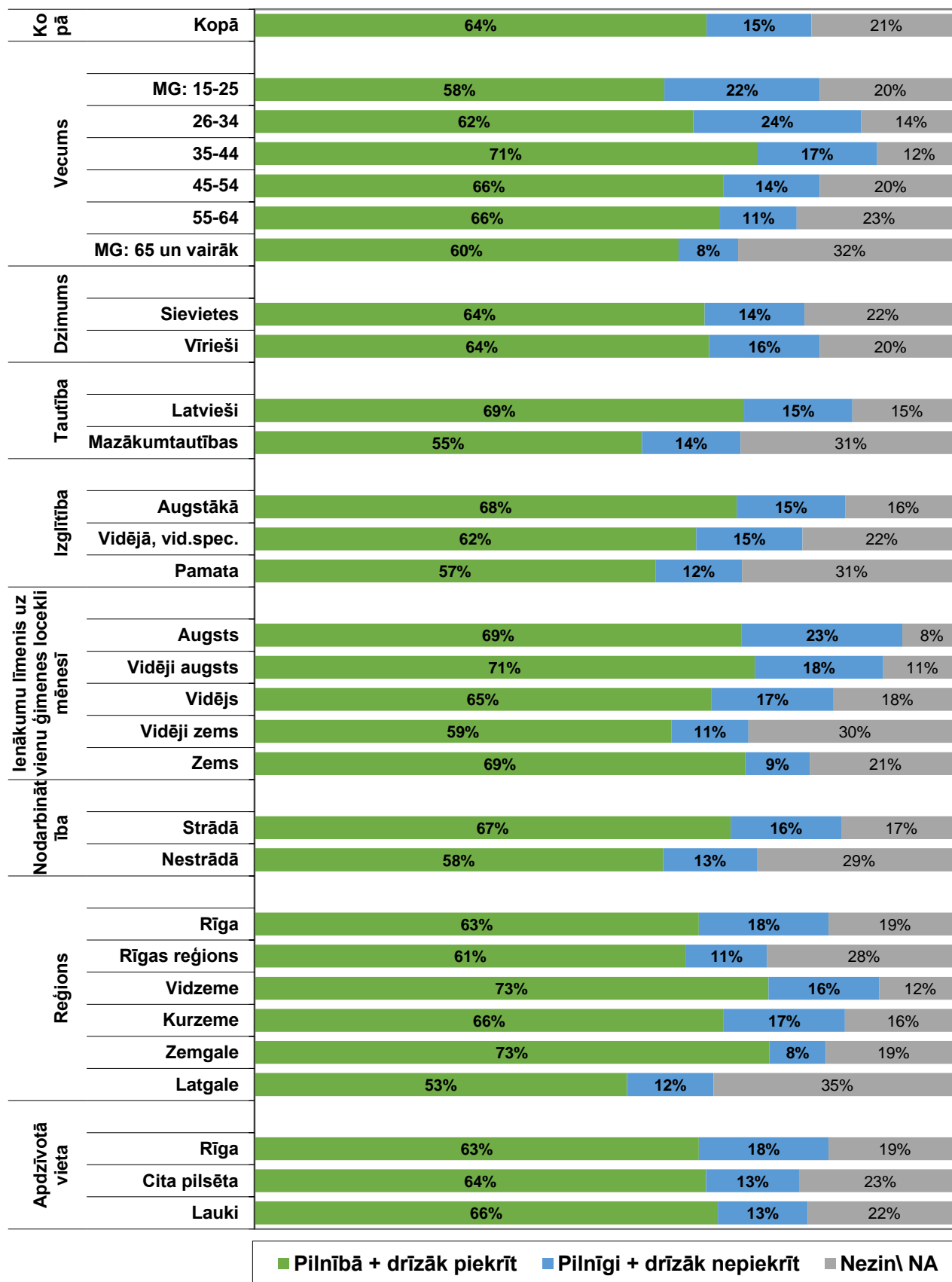


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana radīs uzticamības krīzi jebkādai informācijai, jo ar mākslīgā intelekta palīdzību varēs jebko viltot un nekam nevarēs ticēt**

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

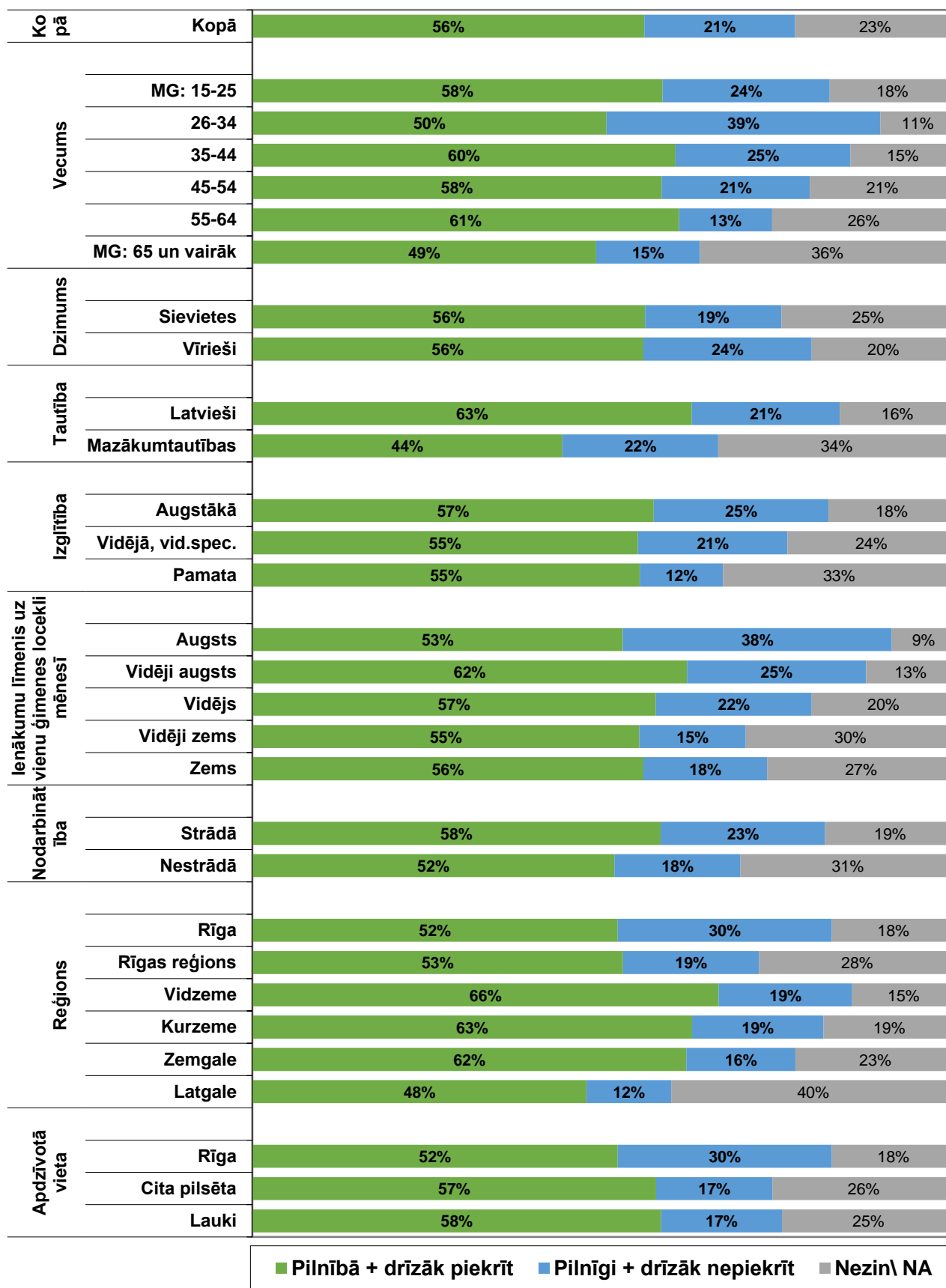


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana radīs lielus drošības riskus mediju pakalpojumu saņēmējiem**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



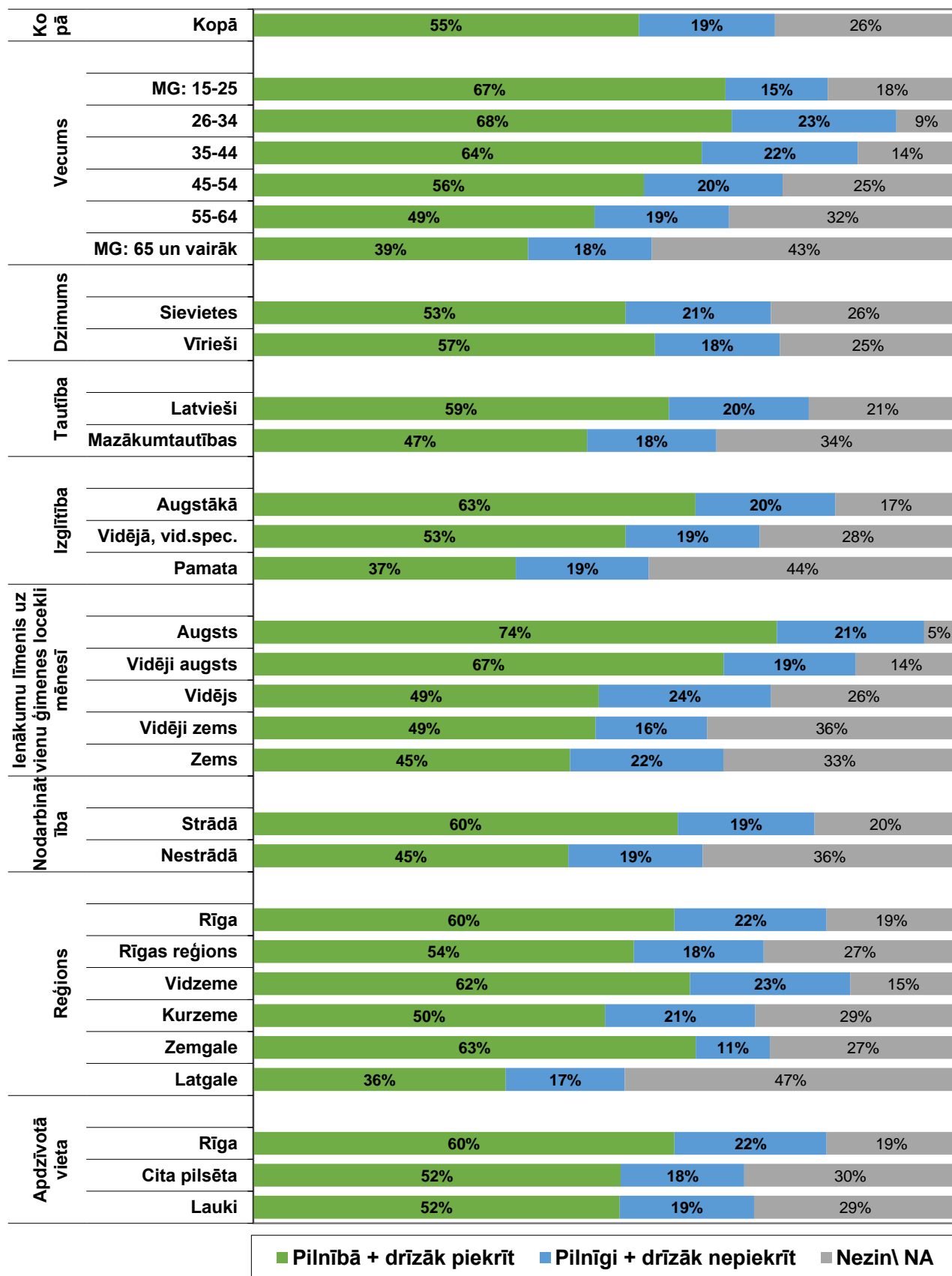


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana radīs papildu sarežģījumus  
un/vai problēmas medijiem un to lietotājiem**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

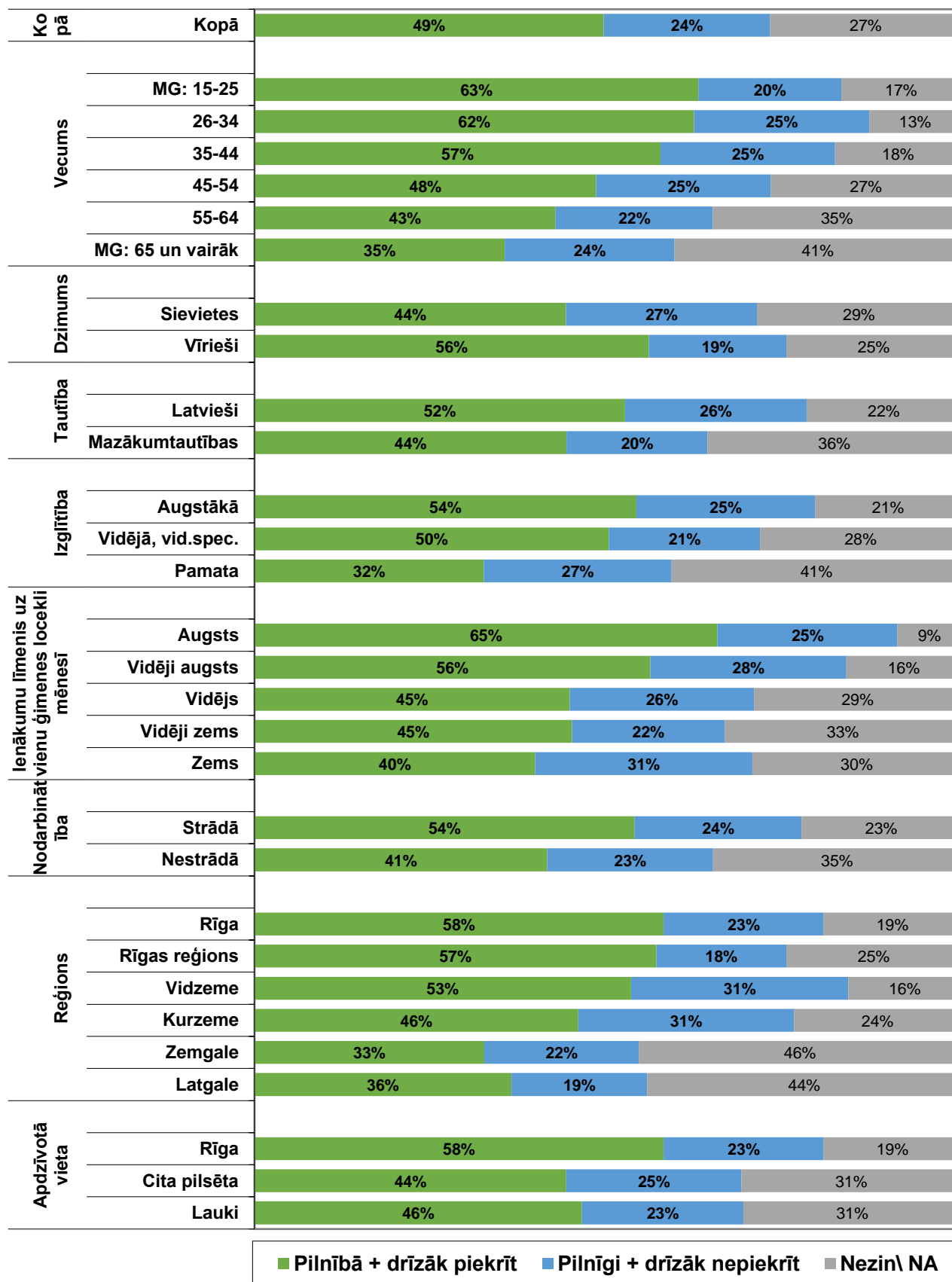


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Mākslīgais intelekts un tā rīki ļaus veikt ļoti sarežģītas analīzes vai uzdevumus un katram mediju lietotājam piegādāt viņam precīzi atbilstošu saturu**

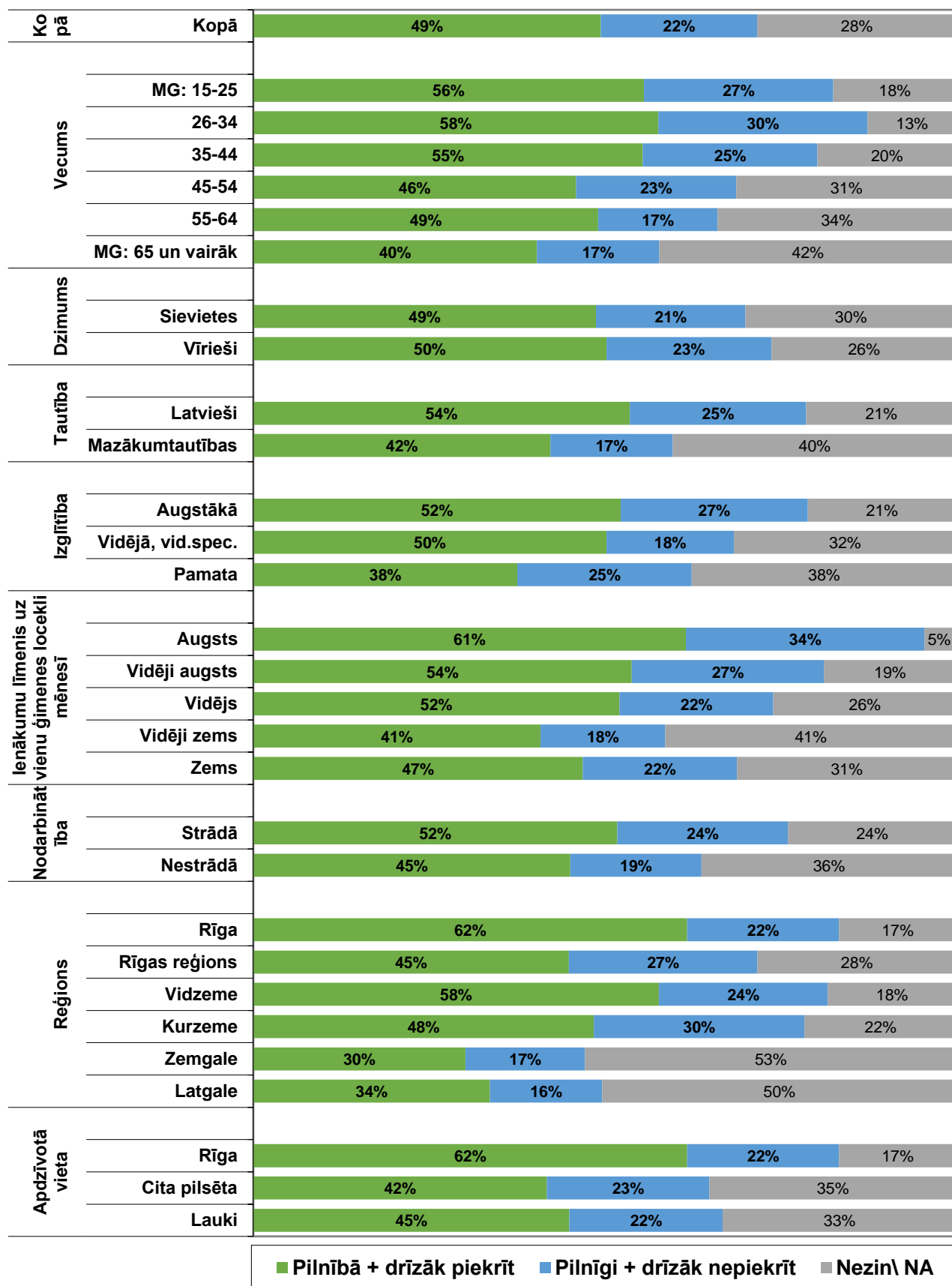
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



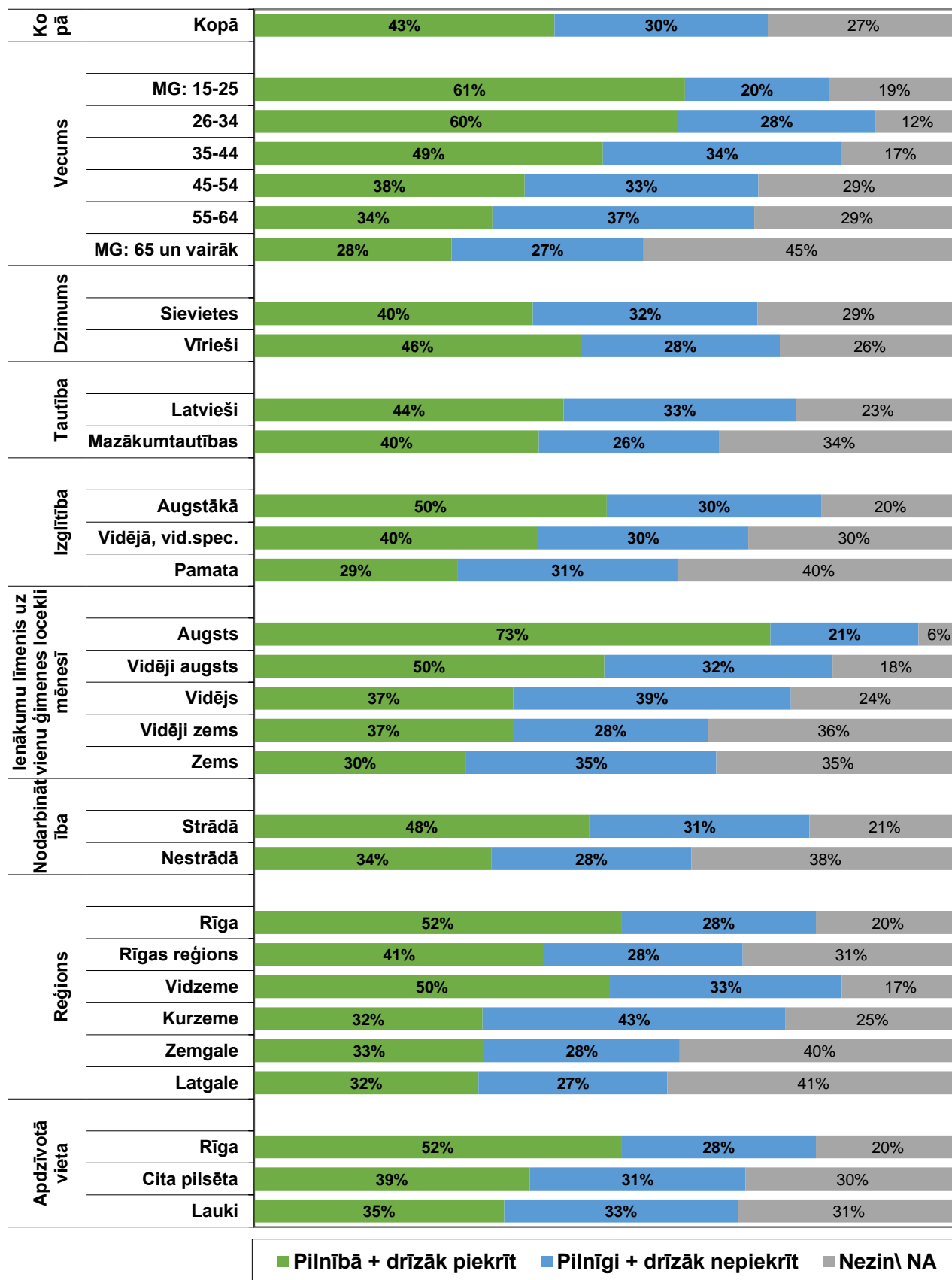
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana pilnībā likvidēs valodu barjeru  
 elektronisko mediju patērētājiem**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



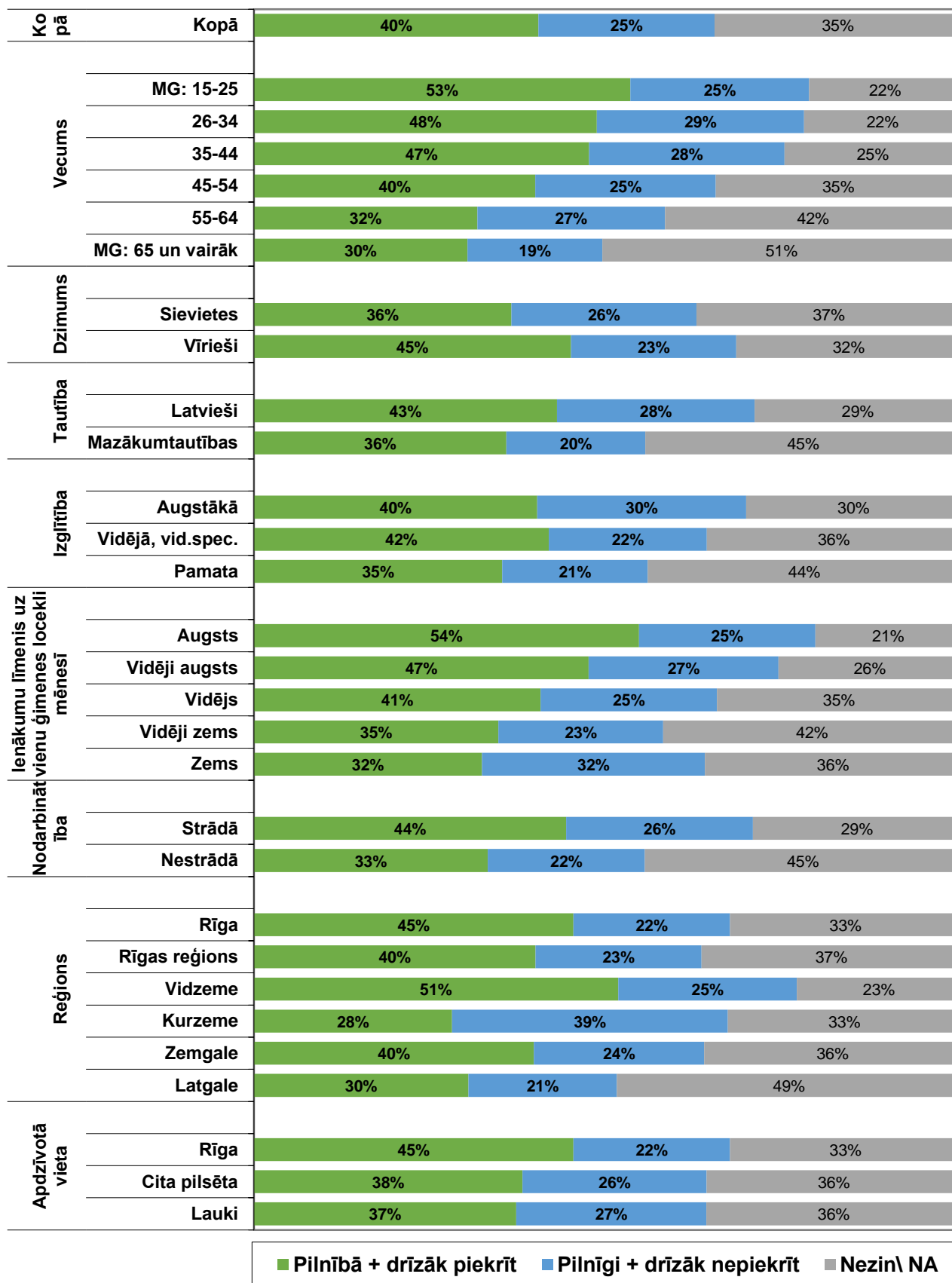
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
Izdzīvos tikai tie Latvijas mediji, kuri spēs ātri un efektīvi izmantot  
mākslīgā intelekta rīkus savā darbā  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana būtiski uzlabos mediju  
 produktivitāti, efektivitāti**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

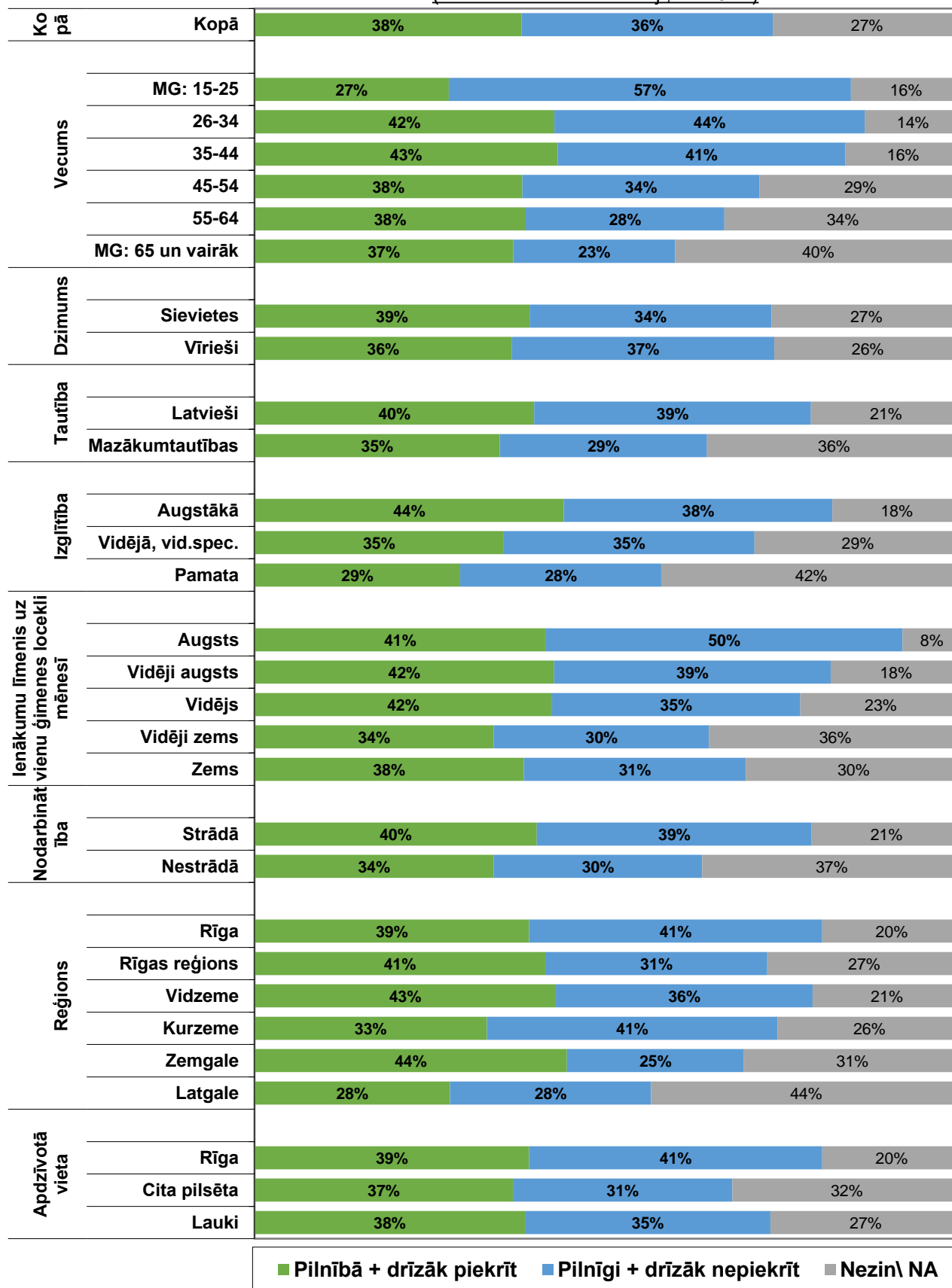


Cik lielā mērā Jūs piekrītat izteikumam?  
**Mākslīgais intelekts un tā pieejamība, izmantojamie rīki tiks pareizi regulēti  
 globālā mērogā un līdz ar to izmantoti cilvēces attīstībai līdzīgi kā  
 kodolreaktori ražo elektrību**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

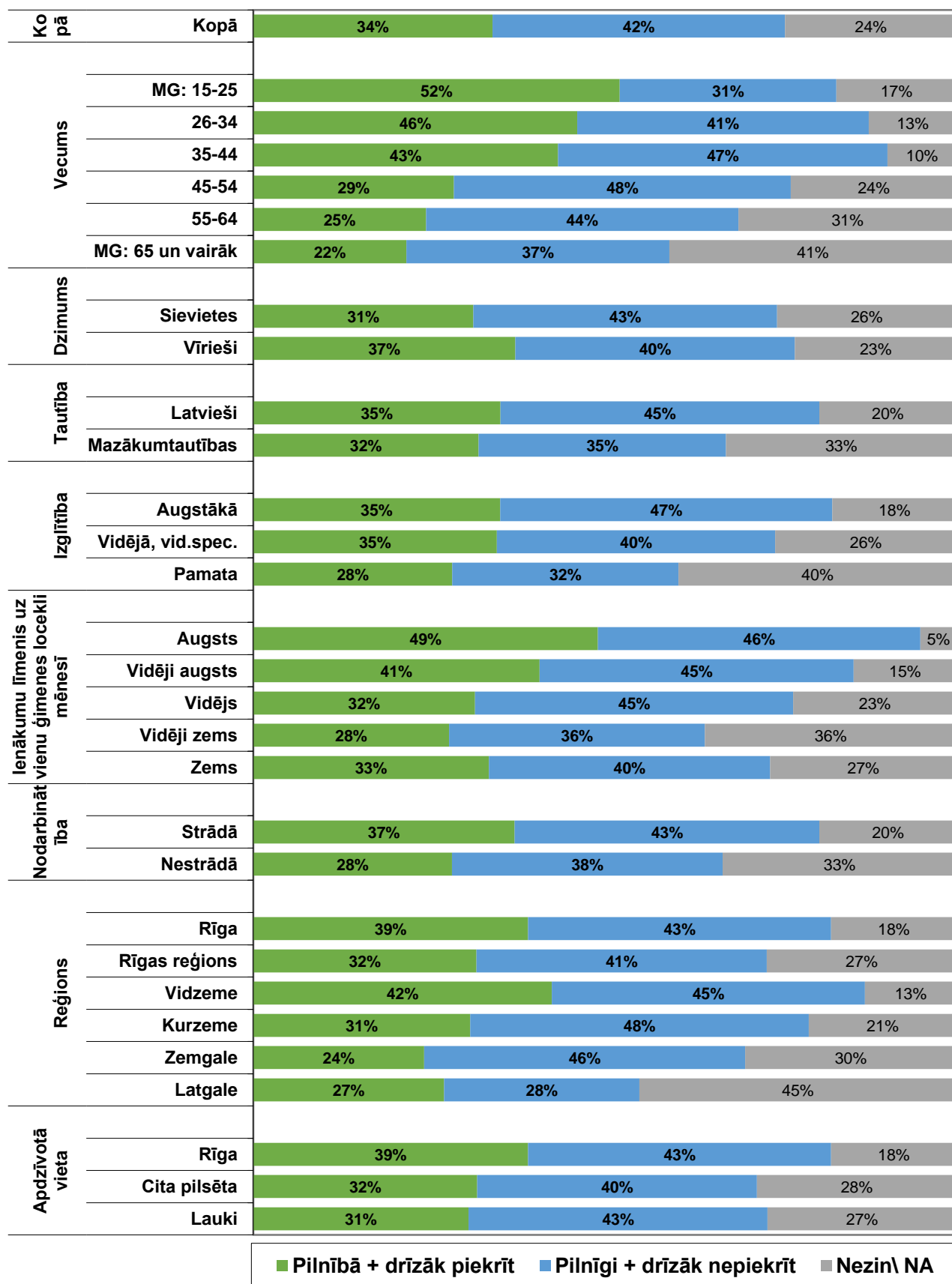


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana padarīs mediju saturu vienkāršu, neinteresantu, jo mākslīgajam intelektam “trūkst jaunrades spēju”**

(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

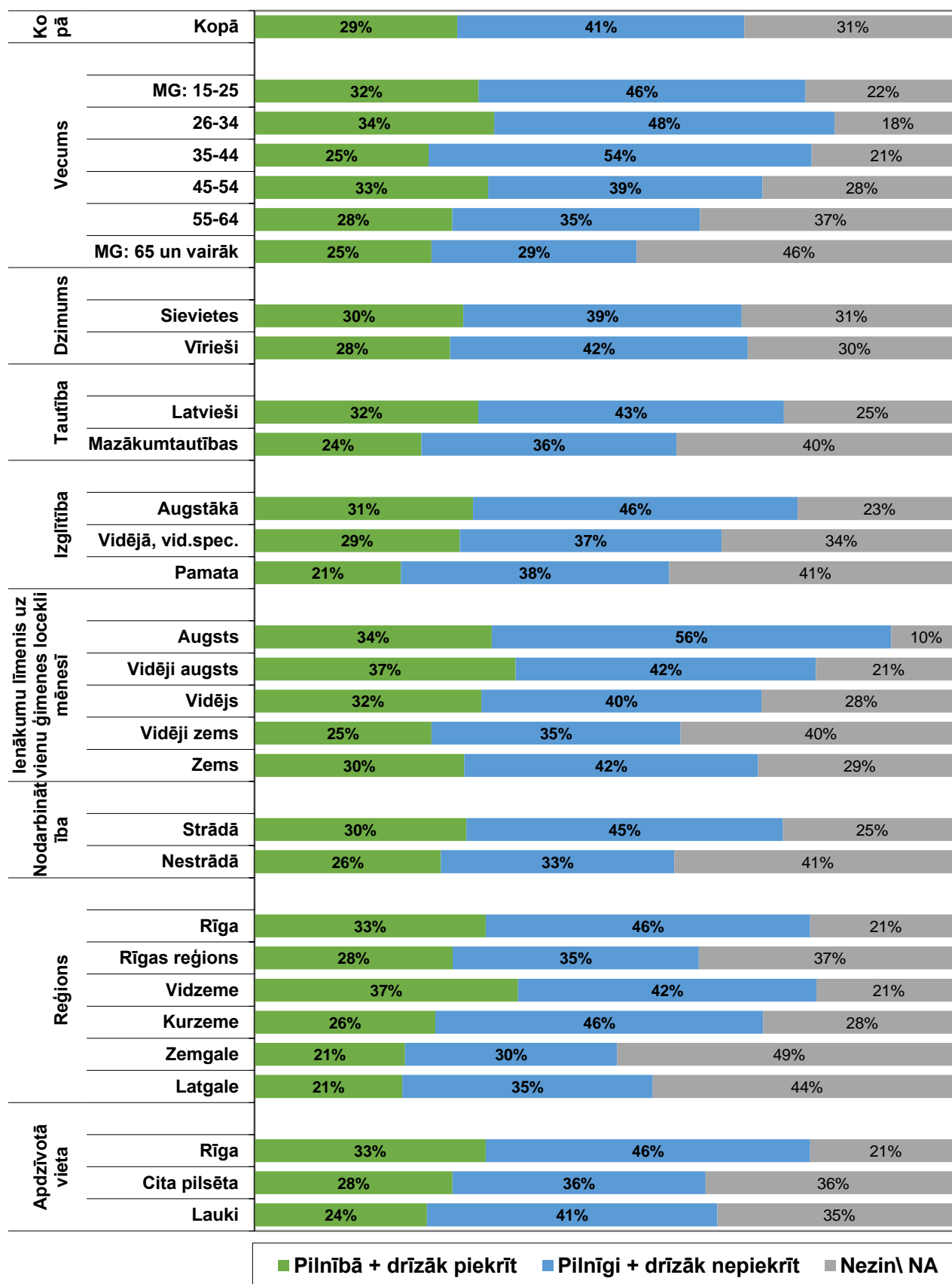


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana padarīs mediju saturu  
 interesantāku, daudzveidīgāku, labāk pieejamu ikvienai iedzīvotāju grupai**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

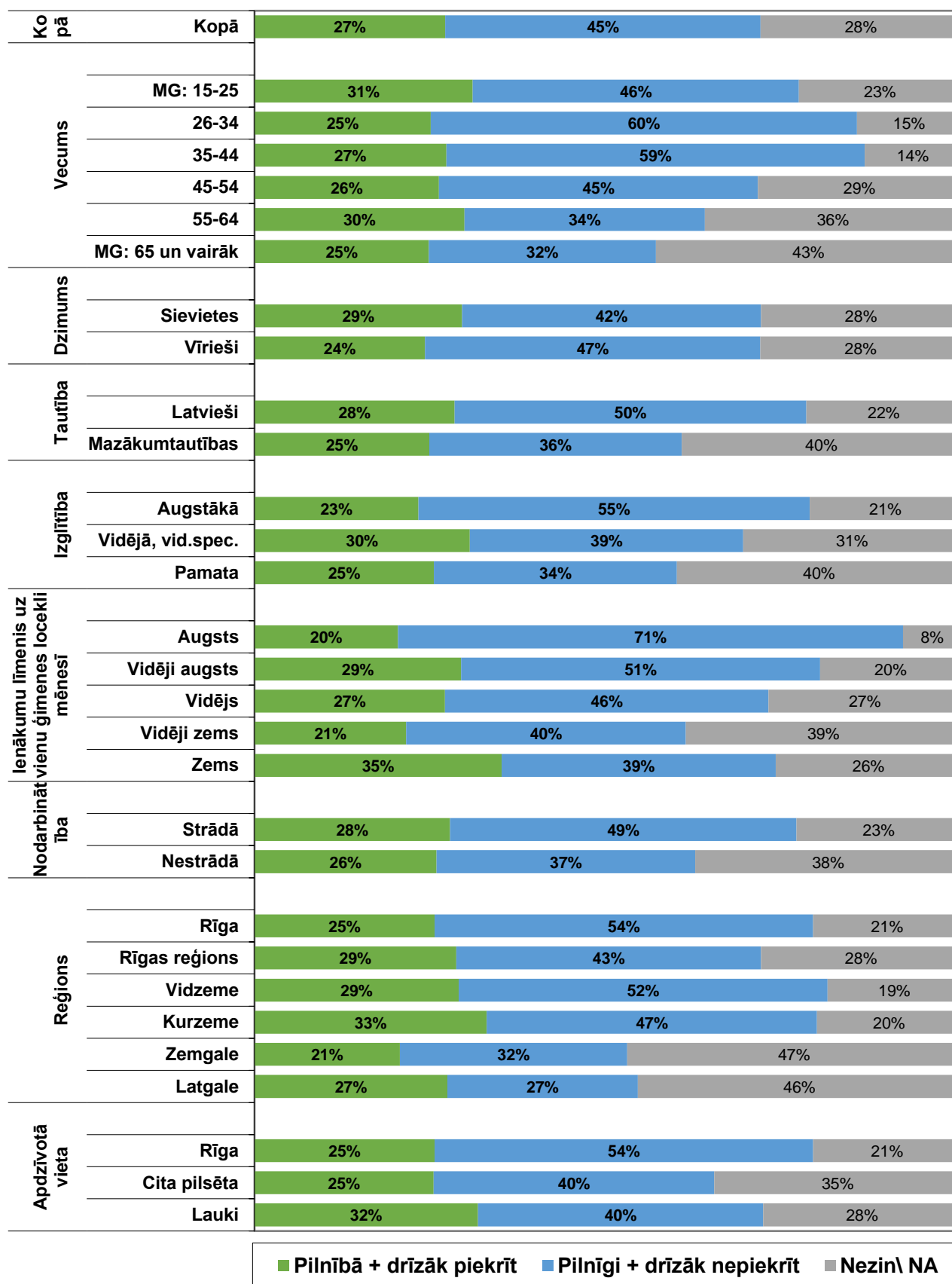




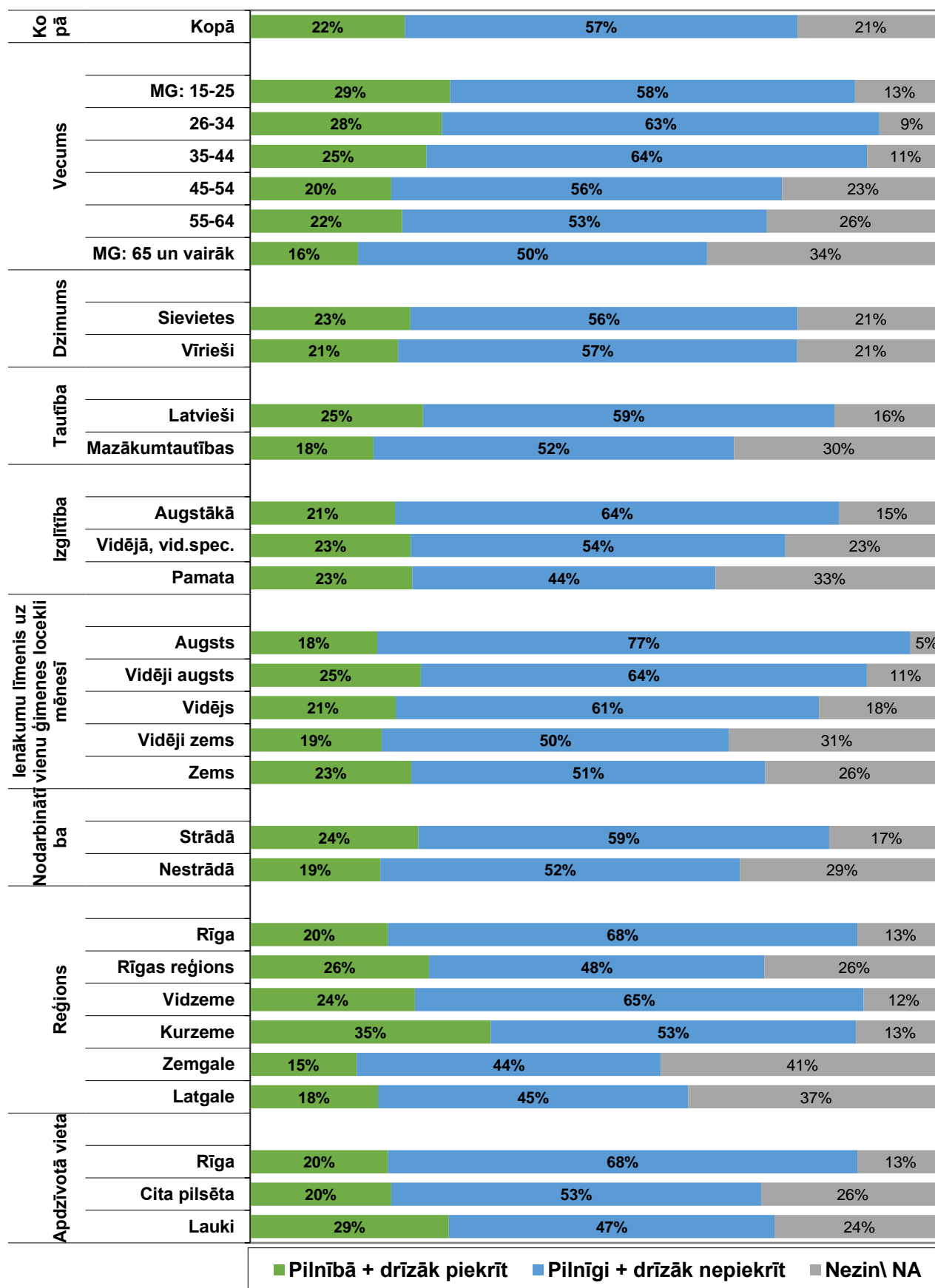
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Nebūs manāma būtiska mākslīgā intelekta un tā rīku izmantošanas  
 ietekme uz Latvijas elektronisko mediju vidi un mediju patērētājiem**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Mākslīgā intelekta attīstība iznīcinās Latvijas medijus, Latvijas mediju vidi,  
 jo Latvijas mediji nespēs konkurēt ar starptautiskajiem elektroniskajiem  
 masu medijiem**



Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?  
**Žurnālistu profesija "kļūs lieka", jo mākslīgais intelekts aizstās žurnālistus**  
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

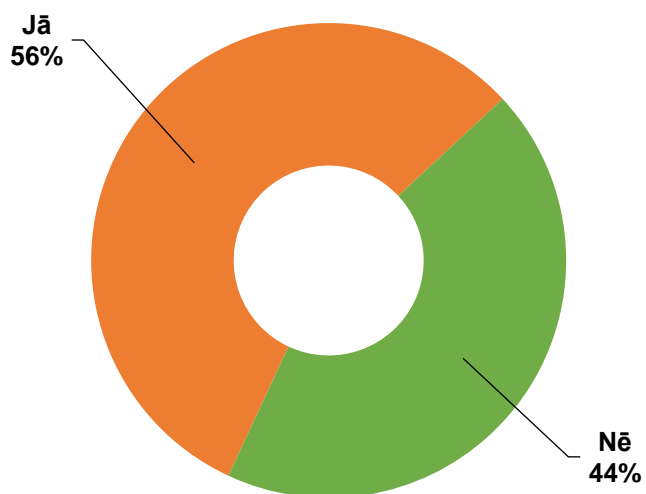


## 8. Radio klausīšanās pārvietojoties ar auto

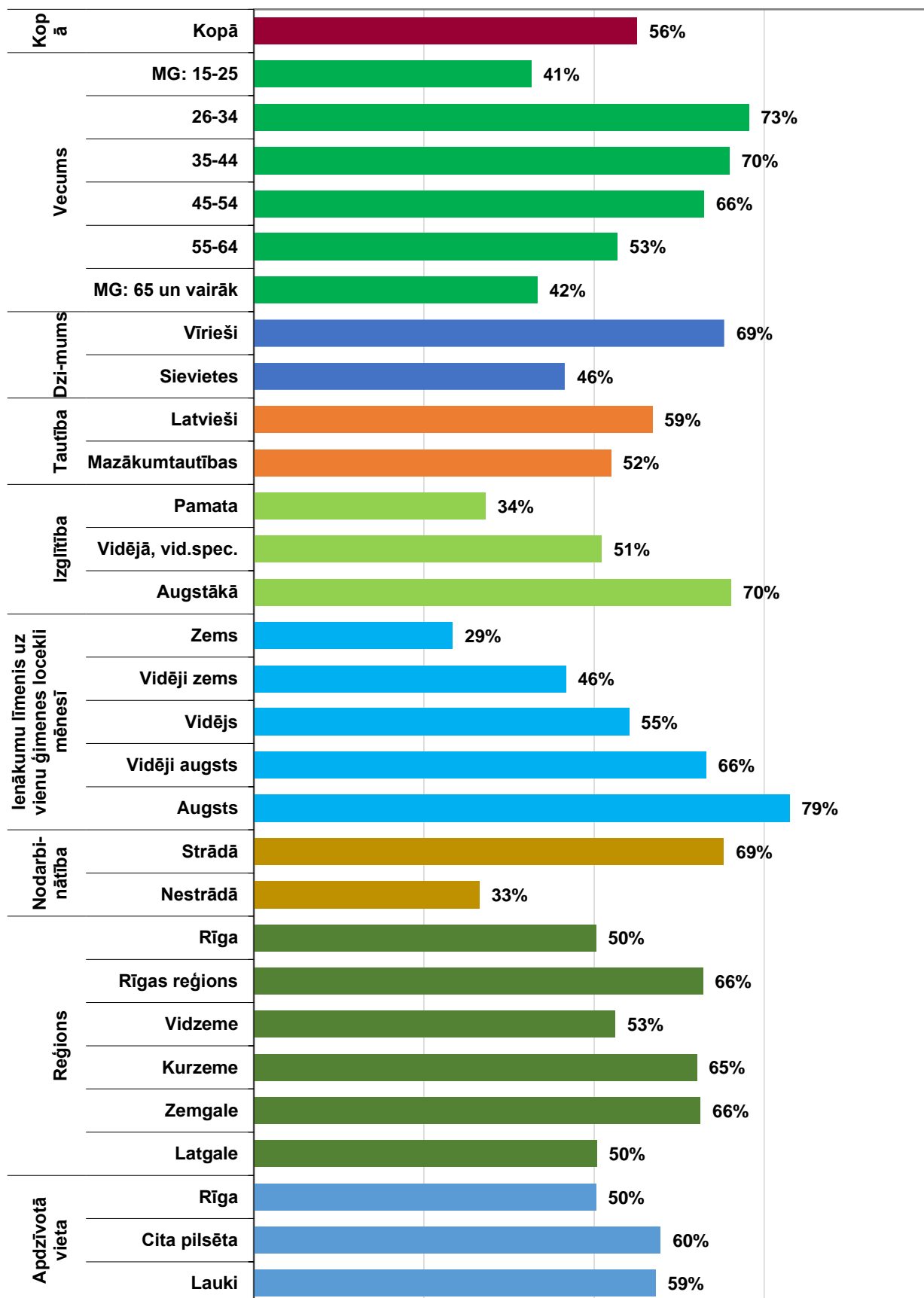
Aptaujas jautājums:

- “Vai Jūs ikdienā pārvietojaties ar auto?”

**Vai Jūs ikdienā pārvietojaties ar auto?**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



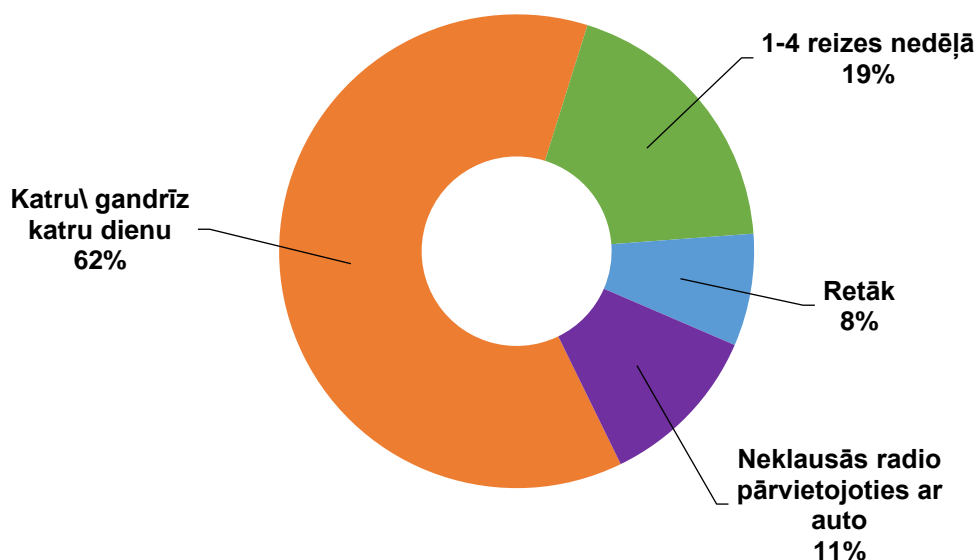
**Ikdienā pārvietojas ar auto**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



Aptaujas jautājums respondentiem, kuri ikdienā pārvietojas ar auto:

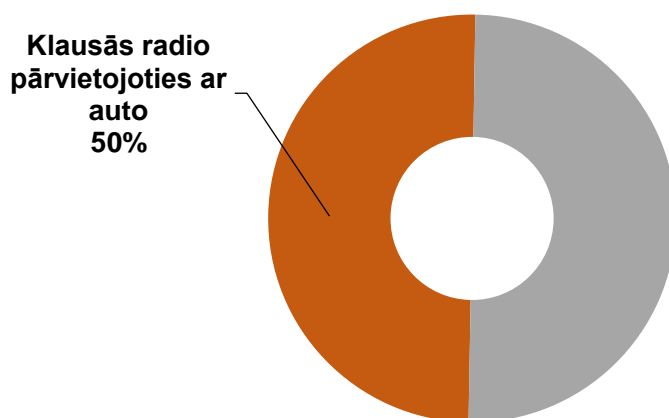
- "Cik bieži Jūs klausāties radio pārvietojoties ar auto?"

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

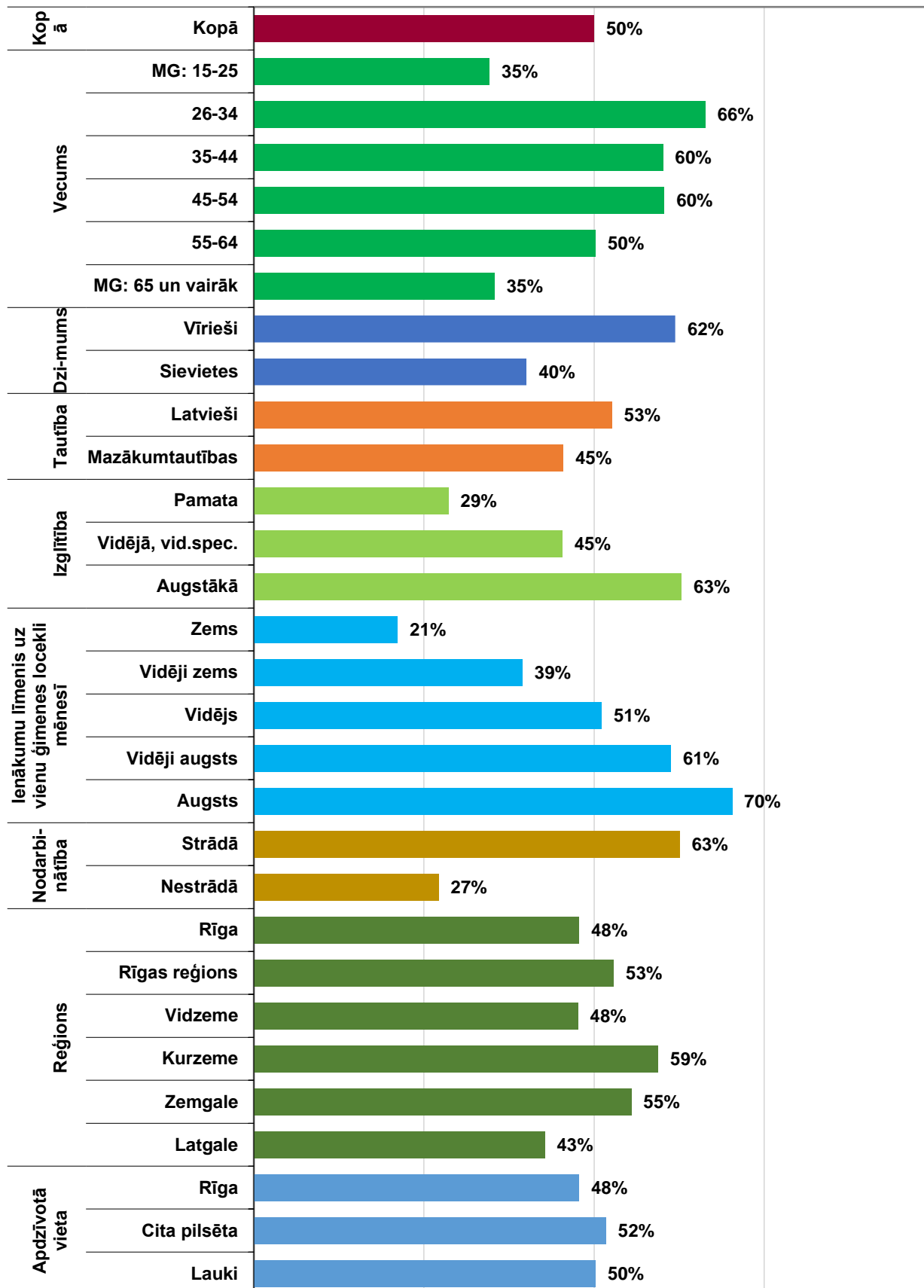


Aprēķinot iegūtos rezultātus uz visu izlasi, redzams, ka radio automašīnā klausās katrs otrais (50%) Latvijas iedzīvotājs.

**Radio lietošana pārvietojoties ar auto**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



**Klausās radio automašīnā**  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

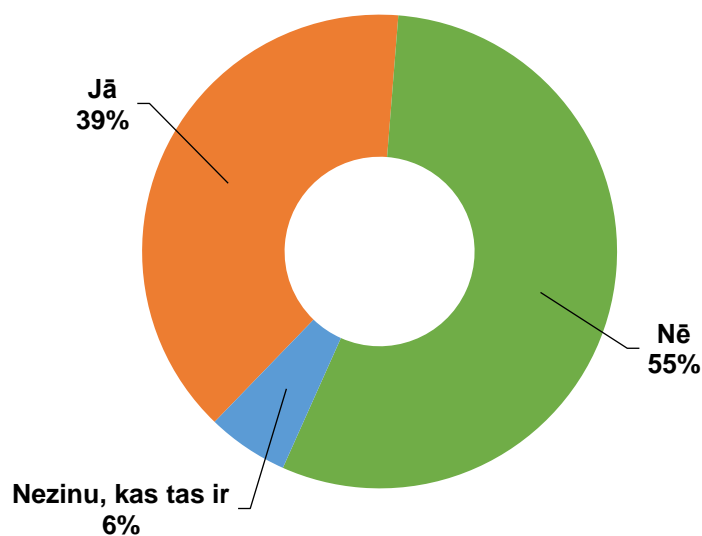


Aptaujas jautājums respondentiem, kuri ikdienā pārvietojas ar auto:

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

**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)

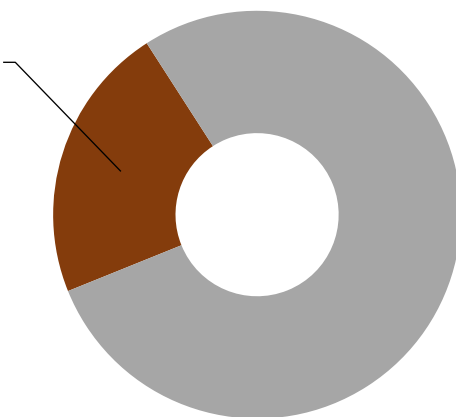


Aprēķinot iegūtos rezultātus uz visu izlasi, atklājas, ka iespēju savienot savu mobilo telefonu ar automašīnu, izmantojot AndroidAuto vai Apple CarPlay, izmanto 22% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.

**AndroidAuto vai Apple CarPlay lietošana**

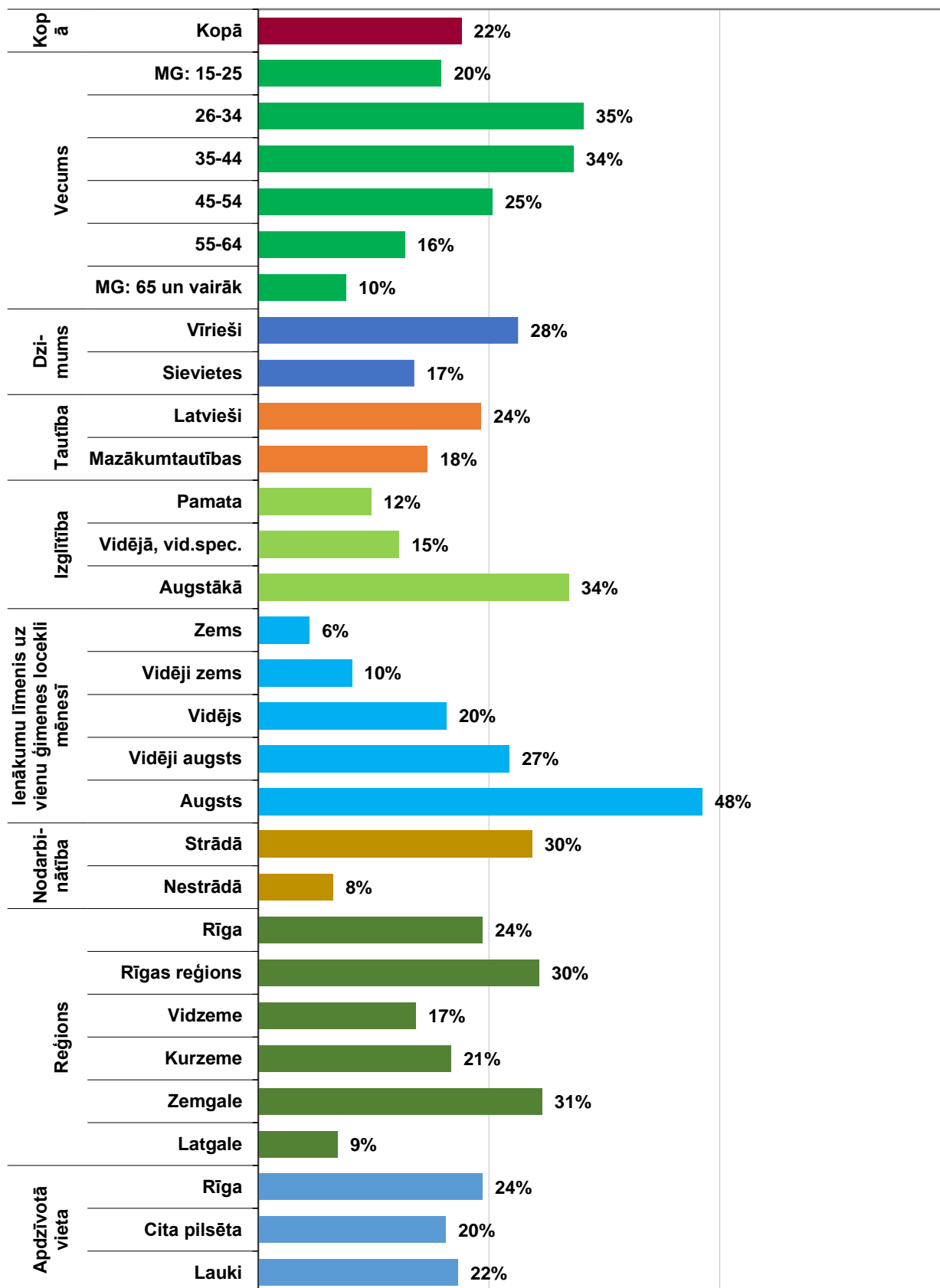
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

**Izmanto iespēju savienot savu MT ar auto, izmantojot AndroidAuto vai Apple CarPlay 22%**





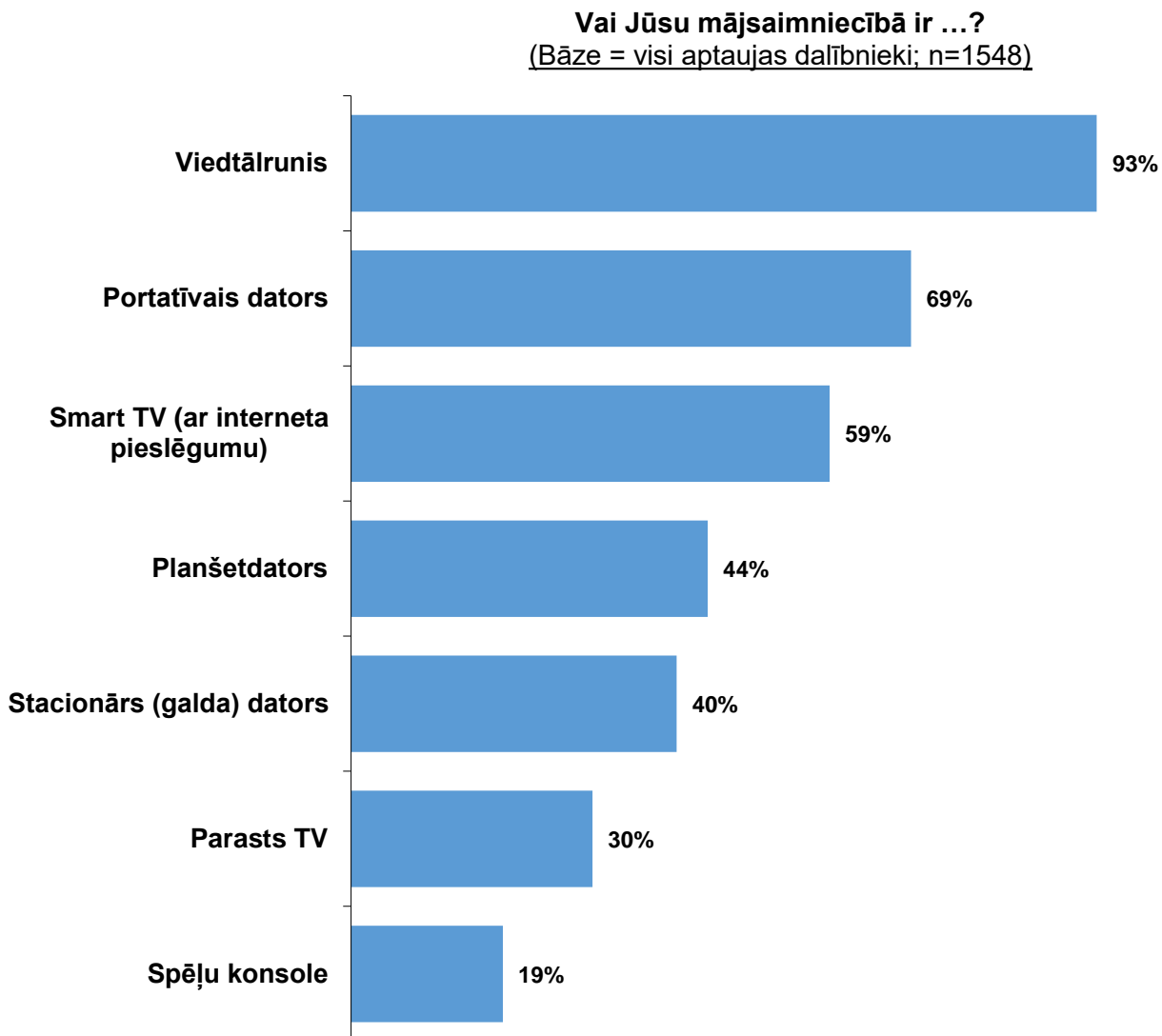
Pārvietojoties ar auto izmanto iespēju savienot savu mobilo telefonu ar automašīnu, izmantojot AndroidAuto vai Apple CarPlay  
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



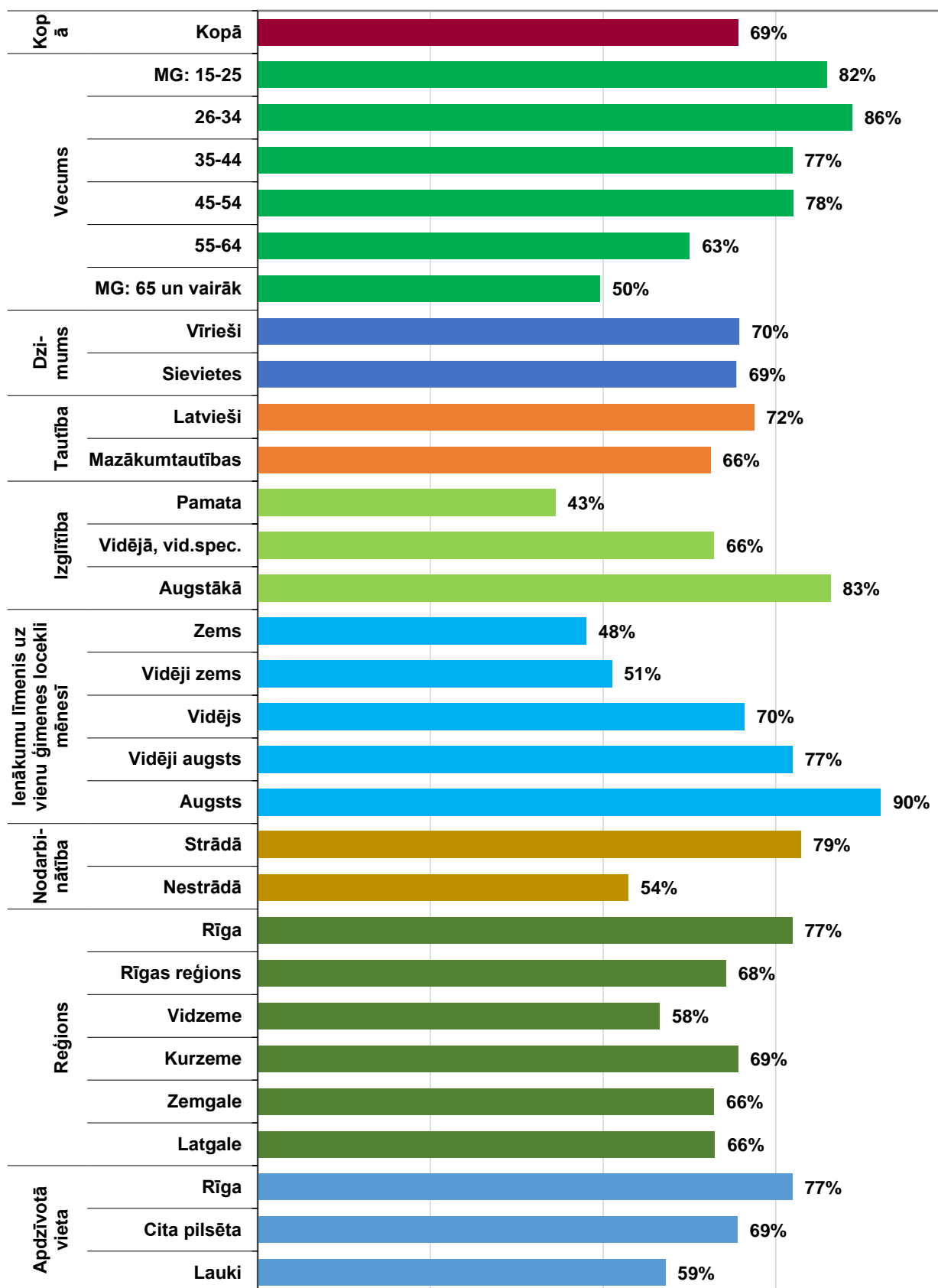
## 9. Dažādu ierīču pieejamība mājsaimniecībās

Aptaujas jautājums:

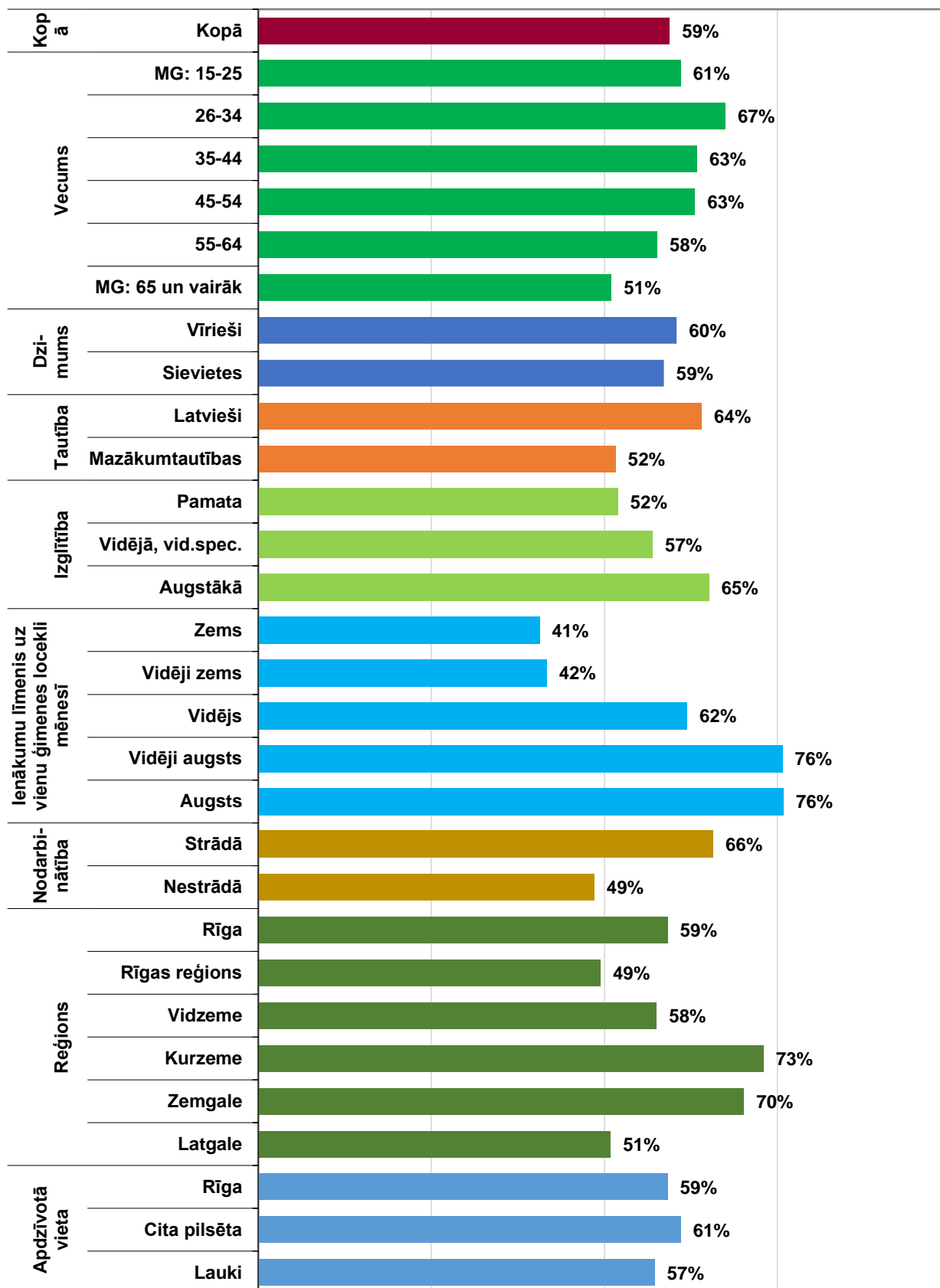
- "Vai Jūsu mājsaimniecībā ir ... ?"



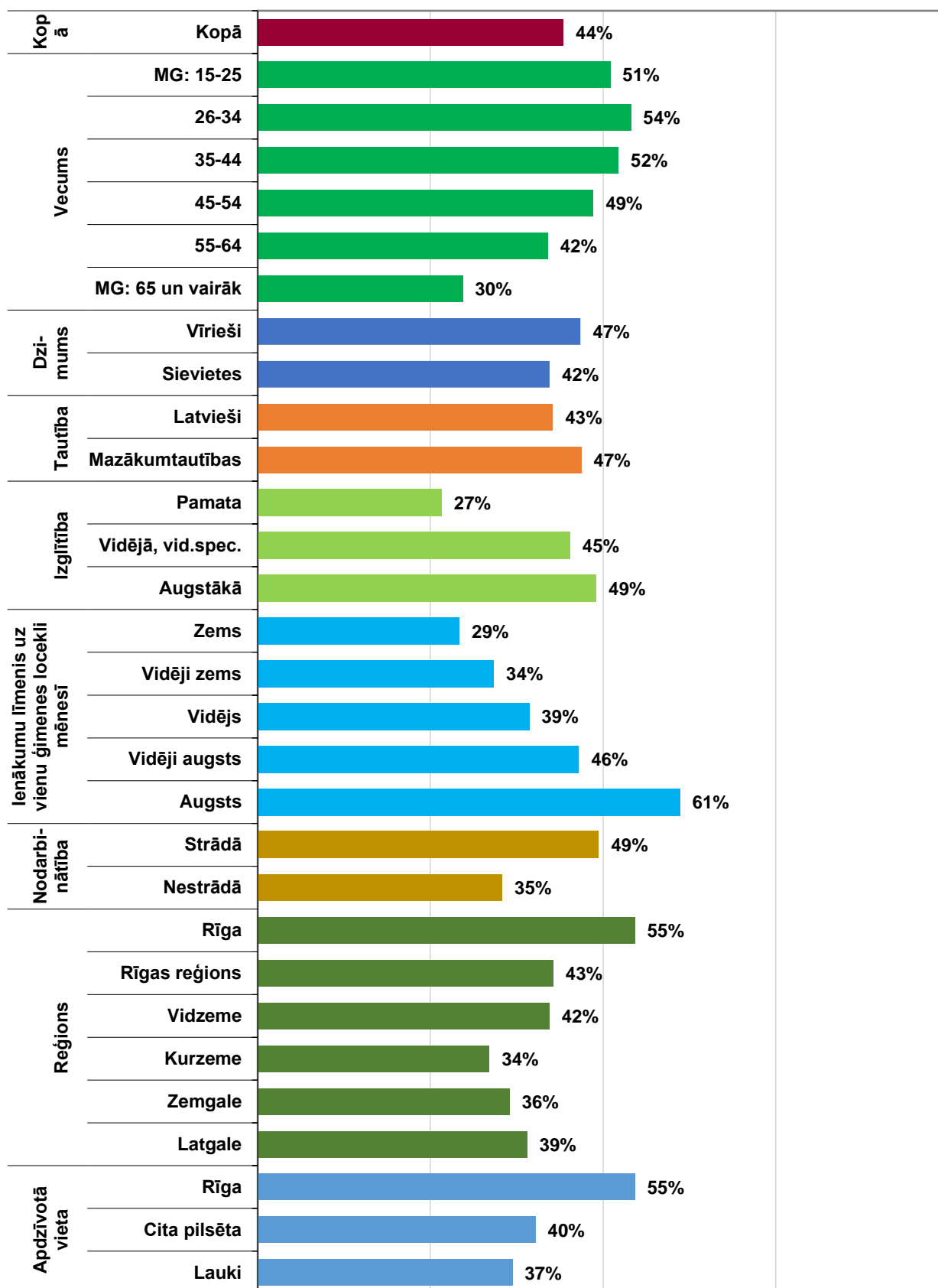
Mājsaimniecībā ir:  
**Portatīvais dators**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



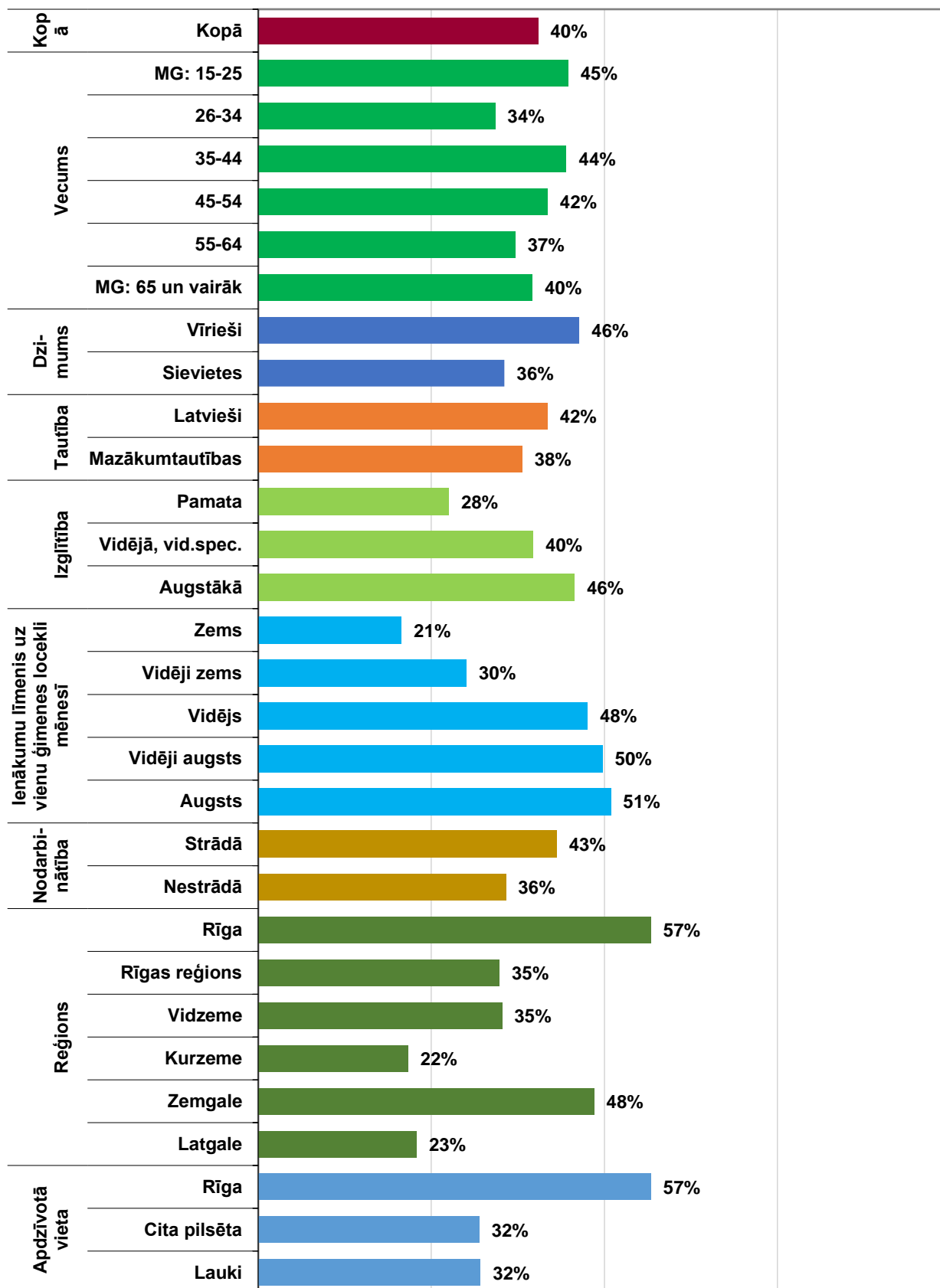
Mājsaimniecībā ir:  
**Smart TV (ar interneta pieslēgumu)**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



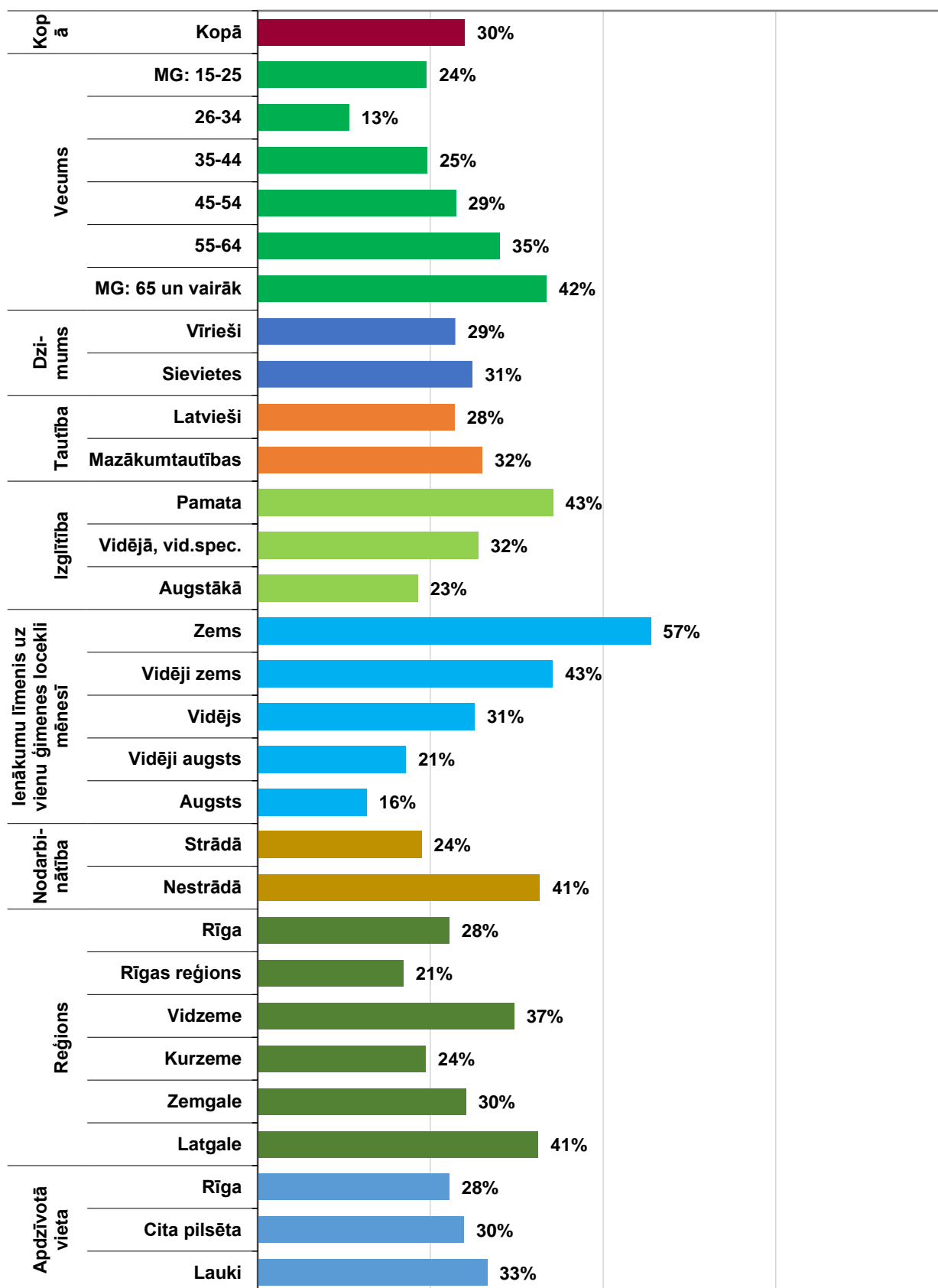
Mājsaimniecībā ir:  
**Planšetdators**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



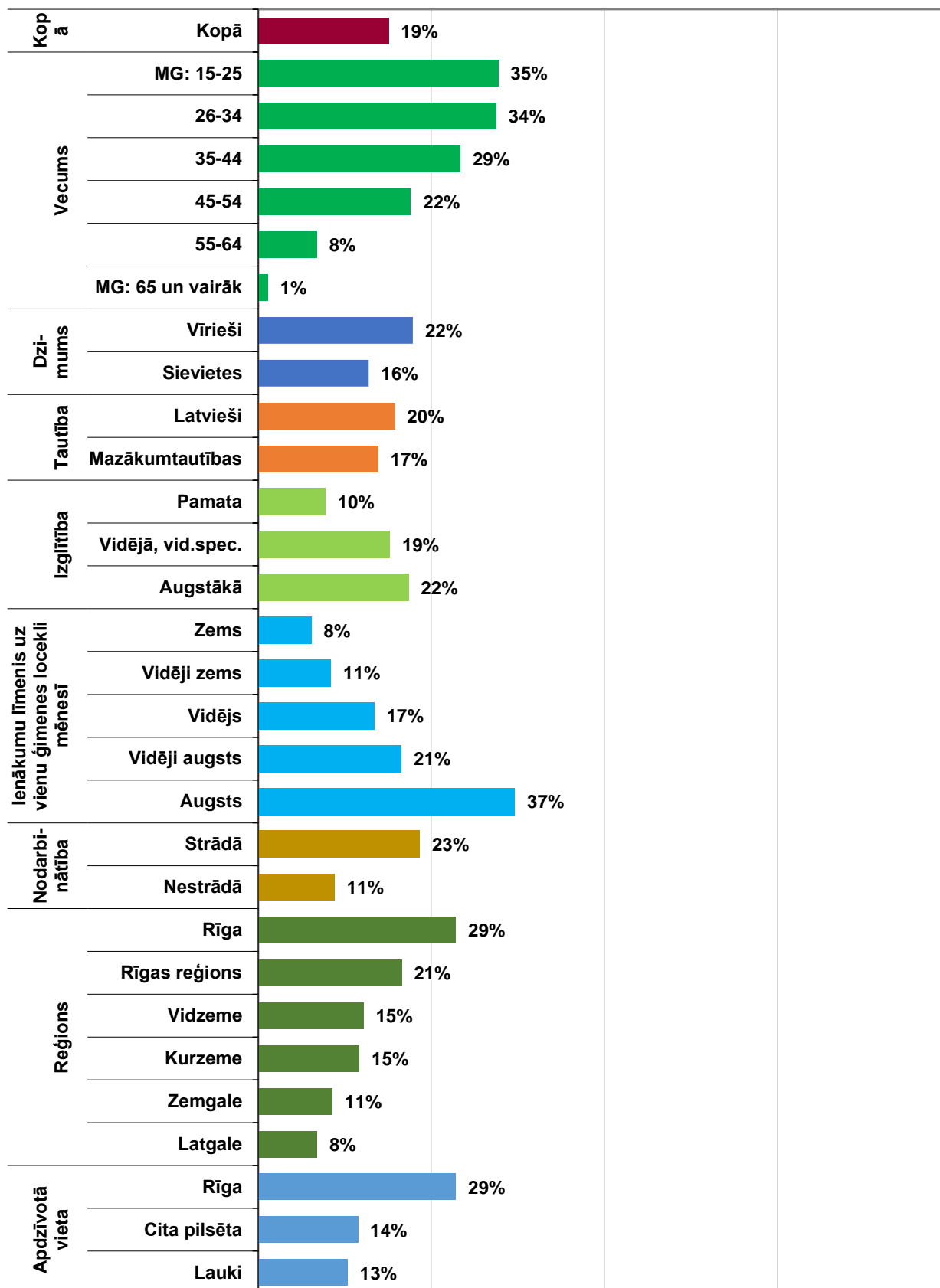
Mājsaimniecībā ir:  
**Stacionārs (galda) dators**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



Mājsaimniecībā ir:  
**Parasts TV**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)



Mājsaimniecībā ir:  
**Spēļu konsole**  
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1548)





## IV. APTAUJAS ANKETA

**Q1. Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat šīs tehnoloģijas šo elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai.**

VIENA ATBILDE PAR KATRU VEIDU	Katru/ gandrīz katru dienu	1-4 reizes nedēļā	1-3 reizes mēnesī	Retāk	Neiz- manto	Grūti pateikt/ NA
<b>Televīzija (TV):</b>						
<b>1.1. Zemes televīzijas apraide:</b> Tradicionālās televīzijas programmas, kas uztveramas ar istabas vai āra antenu.	1	2	3	5	6	99
<b>1.2. Kabeltelevīzija</b> - Televīzijas programmas tiek piegādātas pa kabeļtīkliem - analogi vai digitāli, ar dekoderi un vadu/kabeli.	1	2	3	5	6	99
<b>1.3. IP televīzija</b> , pieejama tikai TV pakalpojumu sniedzēja pieslēguma tīklā – parasti jāslēdz līgums ar konkrētā reģionā darbošos TV pakalpojumu sniedzēju	1	2	3	5	6	99
<b>1.4. Interneta televīzija</b> , pakalpojums pieejams jebkurā vietā, kur pieejams internets un tas tiek piegādāts izmantojot OTT (Over the top) tehnoloģiju.	1	2	3	5	6	99
<b>1.5. Satelīttelevīzija:</b> Televīzijas programmas, kas tiek uztvertas ar satelīta antenu jeb šķīvi.	1	2	3	5	6	99
<b>1.6.</b> Skatos, bet nezinu, kādu televīziju skatos.	1	2	3	5	6	99
<b>Radio:</b>						
<b>1.6. Tradicionālā FM radio pārraide:</b> Audio signālu pārraide caur radio viļņiem.	1	2	3	5	6	99
<b>1.7. Radio internetā:</b> Interneta radio, respektīvi, radiostaciju mājas lapas, kurās var klausīties radio.	1	2	3	5	6	99
<b>1.8 Mobilās aplikācijas radio staciju uztveršanai izmantojot internetu.</b> (galvenokārt izmantošanai mobilajās ierīcēs)	1	2	3	5	6	99
<b>Internetā bāzētas platformas un ziņu kanāli:</b>						
<b>1.9. Interneta vietnes:</b> Tiešsaistes platformas (mājas lapas), kas sniedz tekstu, attēlus un multimediju saturu par dažādām tēmām.	1	2	3	5	6	99
<b>1.10. Sociālie mediji:</b> Platformas, piemēram, Facebook, X, Instagram, TikTok, Telegram LinkedIn utt., ļauj lietotājiem radīt un dalīties ar saturu.	1	2	3	5	6	99
<b>1.11. Blogi:</b> Personiskas vai profesionālas vietnes, kur individuāli dalās ar informāciju, viedokļiem un pieredzi.	1	2	3	5	6	99
<b>1.12. Podkāsti:</b> Digitālie audio vai video faili, kas ir pieejami straumēšanai vai lejupielādei, aptverot dažādas tēmas.	1	2	3	5	6	99
<b>1.13. Mobilās lietotnes</b> (aplikācijas), kas piegādā saturu lietotāju viedtālrunos vai planšet datoros, piem., mediju lietotnes, (kā Delfi, LSM, Tvnet, BBC, CNN u.tml.), banku lietotnes (Swedbank u.tml.), Bolt, Waze, Mobilly u.tml.	1	2	3	5	6	99

VIENA ATBILDE PAR KATRU VEIDU	Katru/ gandrīz katru dienu	1-4 reizes nedēļā	1-3 reizes mēnesī	Retāk	Neiz- manto	Grūti pateikt/ NA
<b>Straumēšanas pakalpojumi:</b>						
<b>1.14. Video pakalpojumi pēc pieprasījuma (straumēšanas pakalpojumi):</b> Platformas, piemēram, Netflix, Go3, AppleTV, Hulu, Amazon Prime Video un Disney+, TET+ utt., nodrošina piekļuvi pēc pieprasījuma dažādiem raidījumiem, tostarp filmām, TV šoviem un oriģinālsaturam.	1	2	3	5	6	99
<b>1.15. Mūzikas straumēšanas pakalpojumi:</b> Platformas, piemēram, Spotify, Apple Music un Pandora, kuri piedāvā piekļuvi plašai mūzikas bibliotēkai.	1	2	3	5	6	99
<b>Video koplietošanas platformas:</b>						
<b>1.16. Video koplietošanas platformas,</b> piemēram, YouTube, kur lietotāji var augšupielādēt, dalīties un skatīties video par dažādām tēmām.	1	2	3	5	6	99
<b>Spēles:</b>						
<b>1.17. Videospēles:</b> Interaktīvas digitālās spēles, kas tiek spēlētas uz spēļu konsolēm, datoriem vai mobilajām ierīcēm.	1	2	3	5	6	99
<b>E-grāmatas un digitālā izdošana:</b>						
<b>1.18. E-grāmatas:</b> Grāmatu digitālās versijas, ko var lasīt uz e-lasītājiem, planšetdatoriem vai datoriem.	1	2	3	5	6	99
<b>1.19. Digitālie žurnāli un laikraksti:</b> Izdevumi, kas ir pieejami digitāli.	1	2	3	5	6	99

Q1.20. JAUTĀT JA Q1.4.; 1.6. – 1.18 VISUR ATZĪMĒTS “NEIZMANTO” VAI “GRŪTI PATEIKT/ NA”  
**Q1.20. Vai Jūs vispār lietojat internetu? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Jā	1	⇒ TURPINĀT
Nē	2	⇒ PĀRIET PIE DEMOGRĀFIJAS UN BEIGT INTERVIJU

**Q2.Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat internetu šādiem mērķiem?**

VIENA ATBILDE PAR KATRU TĒMU	Katru/ gandrīz katru dienu	1-4 reizes nedēļā	1-3 reizes mēnesī	Retāk	Nekad/ neizmanto	Grūti pateikt / NA
2.1. Izklaides nolūkiem (piemēram, skatāties filmas, klausāties mūziku, spēlējiet spēles)	1	2	3	4	5	99
2.2. Izglītības nolūkiem (piemēram, tiešsaistes kursi)	1	2	3	4	5	99
2.3. Darba vajadzībām	1	2	3	4	5	99
2.4. Sociālajai saziņai	1	2	3	4	5	99
2.5. Lai gūtu ziņas un aktualitātes	1	2	3	4	5	99

**Q3.Sakiet, lūdzu, cik prasmīgs Jūs jūtaties izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus? Vērtējumam lūdzu izmantojiet 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē - “ļoti sliktas prasmes”, bet 10 nozīmē “ļoti labas prasmes”. VIENA ATBILDE**

Ļoti sliktas										Ļoti labas										Grūti pateikt/ NA
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99

**Q4. Cik bieži Jūs komunicējat sociālajos tīklos?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Katru/ gandrīz katru dienu	1
Vienu vai vairākas reizes nedēļā	2
Retāk kā reizi nedēļā	3
Nekad/ gandrīz nekad	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q5. Cik bieži Jūs piedalāties tiešsaistes video sarunās vai diskusijās?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Katru/ gandrīz katru dienu	1
Vienu vai vairākas reizes nedēļā	2
Retāk kā reizi nedēļā	3
Nekad/ gandrīz nekad	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q6. Cik bieži Jūs radāt saturu (piemēram, ieraksti, attēli, video) sociālajos tīklos/ medijos?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Katru/ gandrīz katru dienu	1
Vienu vai vairākas reizes nedēļā	2
Retāk kā reizi nedēļā	3
Izmantoju sociālos tīklus, bet saturu tajos neradu	4
Nelieto sociālos tīklus/ medijos	5
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q7. Vai sociālajos tīklos/ medijos Jūs mēdzat dalīties ar citu cilvēku radīto saturu?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Jā, bieži	1
Jā, bet reti	2
Nē	3
Nelieto sociālos tīklus/ medijos	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q8. Kā Jūs raksturotu savu spēju apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Laba	1
Drīzāk laba	2
Drīzāk slikta	3
Slikta	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q9. Kādus resursus Jūs visbiežāk izmantojat, lai mācītos par jaunām tehnoloģijām, rīkiem?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VISAS ATBILSTOŠAS ATBILDES

Tiešsaistes kursus, seminārus, lekcijas	1
Klātienes seminārus vai apmācības	2
YouTube vai citas video pamācības	3
E-grāmatas vai rokasgrāmatas	4
Izmanto profesionālu palīdzību vai konsultācijas	5
Apgūst pašmācības ceļā	6
Izmanto draugu/ paziņu/ radnieku padomus, ieteikumus	7
Citi resursi (LŪDZU, PRECIZĒT) _____	8
Neinteresē/ neapgūst jaunās tehnoloģijas	9
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	99

**Q10. Cik bieži, izmantojot tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, Jūs saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām, piemēram, programmatūras kļūdām vai ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumiem? Konfigurējama ierīce ir domāta – telefons, planšete, dators, televizors, interneta rūteris, TV dekoderis, satelīta uztvērējs, un tamlīdzīgi.**

**LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Katru/ gandrīz katru dienu	1
1-4 reizes nedēļā	2
1-3 reizes mēnesī	3
Reizi 2-3 mēnešos	4
Reizi 4-6 mēnešos	5
Reizi 7-12 mēnešos	6
Retāk nekā reizi gadā	8
Nav bijušas tehnoloģiskas problēmas, lai saņemtu mediju pakalpojumus	9
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	10

**Q11. Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes uzstādīt jaunu ierīci vai mainīt tās iestatījumus? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Labas	1
Drīzāk labas	2
Drīzāk sliktas	3
Sliktas	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q12. Cik bieži Jūs atjaunojat savu digitālo ierīču programmatūru?**

**LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Vienmēr atjaunoju, kad ir pieejami atjauninājumi	1
Bieži/ parasti atjaunoju	2
Reti atjaunoju/ tikai tad, ja ir kādas problēmas	3
Nekad neatjaunoju	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q13. Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām mediju pakalpojumu saņemšanā, programmatūras kļūdām vai problēmām ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumos? LASĪT UN ATZĪMĒT VISAS ATBILSTOŠAS ATBILDES**

**Q13.1. JAUTĀT, JA Q14 MINĒTAS VAIRĀKAS ATBILDES Un kurš būtu Jūsu visbiežāk izmantotais risinājums?**

**ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

	Q13	Q13.1.
Pats to risinu, izmantojot pašmācību, savas zināšanas, pieredzi un internetā pieejamos resursus	1	1
Vēršos pēc palīdzības pie ģimenes locekļiem, kuri ir zinošāki tehnoloģijās	2	2
Vēršos pēc palīdzības pie draugiem vai kolēģiem, kuri ir zinošāki tehnoloģijās	3	3
Izmantoju sertificētu profesionāļu pakalpojumus, tehnisko atbalstu	4	4
Ignorēju problēmu, ja tā nav kritiska	5	5
Cita rīcība (LŪDZU, PRECIZĒT) _____	6	6
Nav saskāries ar tehnoloģiskām problēmām	7	7
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	99	99

**Q14. Vai Jūs ļaujiet mobilo ierīču aplikācijām piekļūt Jūsu personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai?**

**LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Vienmēr ļauju, piekļūvi neierobežoj	1
Bieži ļauju, piekļūvi ierobežoj reti	2
Dažreiz ļauju piekļūvi bez ierobežojumiem	3
Vienmēr ierobežoj piekļūvi	4
Grūti pateikt/ Neesmu pārliecināts, kādas atļaujas esmu devis/ NA (NELASĪT)	8

**Q15. Vai Jūs kādreiz esat saskāries ar situāciju, kad nevarējāt piekļūt noteiktam saturam internetā jo tas bija ierobežots Latvijā? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Jā	1	⇒	⇒ TURPINĀT
Nē	2	⇒	⇒ PĀRIET PIE Q22.
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8	⇒	⇒ PĀRIET PIE Q22.

**Q16. Vai Jūs esat mēģinājis apiet šos ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Jā	1	⇒ TURPINĀT
Nē	2	⇒ PĀRIET PIE Q22.

**Q17. Kādas metodes Jūs esat izmantojis, lai piekļūtu saturam, kas Latvijā ir ierobežots? LASĪT UN ATZĪMĒT VISAS ATBILSTOŠĀS ATBILDES**

VPN (virtuālais privātais tīkls)	1
Proxy serveris	2
DNS maiņa	3
Cits veids (LŪDZU, PRECIZĒT) _____	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q18. Vai Jums izdevās apiet šos ierobežojumus? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Jā	1	⇒ TURPINĀT
Dažreiz	2	⇒ TURPINĀT
Nē	3	⇒ PĀRIET PIE Q22.

**Q19. Cik bieži Jūs izmantojat šīs metodes, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Katru vai gandrīz katru dienu	1
1-4 reizes nedēļā	2
1-3 reizes mēnesī	3
Retāk nekā reizi mēnesī	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q20. Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes, lai piekļūtu un skatītos sev interesējošu saturu internetā, kas Latvijā ir ierobežots? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Labas	1
Drīzāk labas	2
Drīzāk sliktas	3
Sliktas	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q21. Kādu iemeslu/ satura dēļ Jūs apmeklējat Latvijā ierobežotos interneta resursus? LASĪT UN ATZĪMĒT VISAS ATBILSTOŠĀS ATBILDES**

Lai skatītos filmas, seriālus, TV šovus	1
Lai piekļūtu Krievijas mediju saturam (ziņu vietnes, sociālie mediji, blogi utml.)	2
Lai piekļūtu citam Latvijā ierobežotajam mediju saturam	3
Lai spēlētu vai lejuplādētu spēles (datorspēles, azartspēles)	4
Citi iemesli/ nolūki/ saturs (LŪDZU, PRECIZĒT) _____	5
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

JAUTĀT VISIEM

**Q22. Kā Jūs raksturotu savas zināšanas par mākslīgo intelektu un tā pielietojumu?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Labas	1
Drīzāk labas	2
Drīzāk sliktas	3
Sliktas	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q23. Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VISAS ATBILSTOŠĀS ATBILDES

Ziņu radīšanā un apstrādē	1
Izklaides satura radīšanā	2
Klientu apkalpošanā (piemēram, tērzētājrobotos jeb čatbotos)	3
Reklāmā un mārketingā	4
Analītiskā un datu apstrādē	5
Dezinformācijas izplatīšanai	6
Citas jomas/ saturs (LŪDZU, PRECIZĒT) _____	7
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q24. Vai Jūs spējat atšķirt, kad saturs ir radīts vai modificēts ar mākslīgā intelekta palīdzību?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Vienmēr/ gandrīz vienmēr spēju atpazīt	1
Bieži spēju atpazīt	2
Dažreiz/ reti spēju atpazīt	3
Nespēju atpazīt	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q25. Vai jūs darbā vai mājās izmantojat mākslīgā intelekta rīkus? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Jā, regulāri izmantoju	1	⇒ TURPINĀT
Jā, bet reti izmantoju	2	⇒ TURPINĀT
Nē, bet esmu ieinteresēts/a tos izmantot nākotnē	3	⇒ PĀRIET PIE Q27.
Nē, un man nav interese tos izmantot	4	⇒ PĀRIET PIE Q27.
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8	⇒ PĀRIET PIE Q27.

**Q26. Kādus mākslīgā intelekta rīkus jūs izmantojat savā darbībā? Lūdzu, nosauciet tos.**

DETALIZĒTI PIERAKSTĪT \_\_\_\_\_

**Q27. Kā jūs vērtētu savas prasmes un zināšanas runājot par mākslīgā intelekta rīku izmantošanu?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Labas	1
Drīzāk labas	2
Drīzāk sliktas	3
Sliktas	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

**Q28. Tagad es Jums nolasišu dažus izteikumus par mākslīgo intelektu, tā rīku izmantošanu un ietekmi uz mediju vidi, un Jūs par katru no tiem, lūdzu pasakiet, cik lielā mērā Jūs tiem piekrītat vai nepiekrītat – pilnībā piekrītat, drīzāk piekrītat, drīzāk nepiekrītat vai pilnīgi nepiekrītat? VIENA ATBILDE PAR KATRU IZTEIKUMU**

Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana ...	Pilnībā piekrīt	Drīzāk piekrīt	Drīzāk nepiekrīt	Pilnīgi nepiekrīt	Nezi n/ NA
1. Padarīs mediju saturu interesantāku, daudzveidīgāku, labāk pieejamu ikvienai iedzīvotāju grupai	4	3	2	1	99
2. Padarīs mediju saturu vienveidīgu, neinteresantu, jo mākslīgajam intelektam "trūkst jaunrades spēju"	4	3	2	1	99
3. Žurnālistu profesija "kļūs lieka", jo mākslīgais intelekts aizstās žurnālistus	4	3	2	1	99
4. Ļaus veikt ļoti sarežģītas analīzes vai uzdevumus un katram mediju lietotājam piegādāt viņam precīzi atbilstošu saturu	4	3	2	1	99
5. Būtiski uzlabos mediju produktivitāti, efektivitāti	4	3	2	1	99
6. Pilnībā likvidēs valodu barjeru elektronisko mediju patērētājiem	4	3	2	1	99
7. Radīs papildu sarežģījumus un/vai problēmas medijiem un to lietotājiem	4	3	2	1	99
8. Radīs uzticamības krīzi jebkādi informācijai, jo ar mākslīgā intelekta palīdzību varēs jebko viltot un nekam nevarēs ticēt	4	3	2	1	99
9. Radīs lielus drošības riskus mediju pakalpojumu saņēmējiem	4	3	2	1	99
10. Mākslīgais intelekts un tā pieejamība, izmantojamie rīki tiks pareizi regulēti globālā mērogā un līdz ar to izmantoti cilvēces attīstībai līdzīgi kā kodolreaktori ražo elektrību	4	3	2	1	99
11. Mākslīgā intelekta attīstība iznīcinās Latvijas medijus, Latvijas mediju vidi, jo Latvijas mediji nespēs konkurēt ar starptautiskajiem elektroniskajiem masu medijiem	4	3	2	1	99
12. Izdzīvos tikai tie Latvijas mediji, kuri spēs ātri un efektīvi izmantot mākslīgā intelekta rīkus savā darbā	4	3	2	1	99
13. Nebūs manāma būtiska ietekme uz Latvijas elektronisko mediju vidi un mediju patērētājiem	4	3	2	1	99

**Q29. Vai Jūs ikdienā pārvietojaties ar auto?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Jā	1	⇒ TURPINĀT
Nē	2	⇒ PĀRIET PIE DEMOFGRĀFIJAS

**Q30. Cik bieži Jūs klausāties radio pārvietojoties ar auto?**

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Katru/ gandrīz katru dienu	1
1-4 reizes nedēļā	2
Retāk	3
Neklausās radio pārvietojoties ar auto	4

**Q31. Vai pārvietojoties ar auto, jūs izmantojat iespēju savienot savu mobilo telefonu ar automašīnu, izmantojot AndroidAuto vai Apple CarPlay? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI**

Jā	1
Nē	2
Nezinu, kas tas ir	8