

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	23
2. Interneta lietošana, mērķi un lietošanas prasmes, lai saņemtu mediju pakalpojumus	56
3. Sociālās prasmes un komunikācijas intensitāte tiešsaistē	76
4. Jaunās mediju un komunikācijas tehnoloģijas – spēja tās apgūt un nozīmīgākie informācijas avoti	88
5. Prasmes rūpēties par digitālo drošību, risināt problēmas, konfigurēt ierīces	96
6. Reģionālo ierobežojumu apiešana internetā	112
7. Mākslīgais intelekts – zināšanas, priekšstati, prasmes, izmantošana	124
8. Dažādu ierīču pieejamība mājāsaimniecībās	157

IV. APTAUJAS ANKETA

168

I.METODOLOĢISKĀ INFORMĀCIJA

Aptaujas tehniskā informācija

PĒTĪJUMA PASŪTĪTĀJS:	Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (Doma laukums 8A, Rīga, LV-1939).
PĒTĪJUMA VEICĒJS:	Tirgus un sociālo pētījumu centrs “Latvijas Fakti” (Bruņinieku iela 8a-5, Rīga, LV-1010, Tālr.: +371 67314002; http://www.latvianfacts.lv).
MĒRĶA GRUPA:	Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecuma grupā no 15 gadiem un vecāki, tajā skaitā: 1) jaunieši vecumā no 15 līdz 25 gadiem; 2) seniori vecumā no 65 gadiem un vecāki.
IZLASE:	Reprezentatīva sabiedrības izlase, kas veidota pēc daudzpakāpju nejaušās stratificētās atlases principa kombinēti ar kvotu elementiem. Aptaujā pēc stratificētās nejaušības principa tika iekļauti 1354 Latvijas Republikas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 16 gadiem un vecāki. Stratifikācijas pazīmes: a) ģeogrāfiskā; b) nacionālā. Ģeogrāfiskais pārklājums: visi Latvijas reģioni (132 izlases punkti). Izlase aprēķināta, balstoties uz jaunākajiem statistikas datiem par Latvijas Republikas iedzīvotājiem.
APTAUJAS METODE:	Aptauja tika veikta, izmantojot kombinētu datu ieguves metodi: 75% interviju iegūtas, izmantojot tiešās (personīgās) intervēšanas metodi respondentu dzīves vietās un 25%, izmantojot datorizētas telefonintervijas.
INTERVĒTĀJI:	Intervēšanu veica 63 “Latvijas Fakti” intervētāji. Intervētāju instruktažu un darba kvalitātes pārbaudi veica 5 “Latvijas Fakti” intervētāju tīkla reģionālie pārraugi.
INTERVĒŠANAS LAIKS:	17.10.2025. – 19.10.2025.

Aptaujā sasniegtās izlases salīdzinājums ar iedzīvotāju statistiku

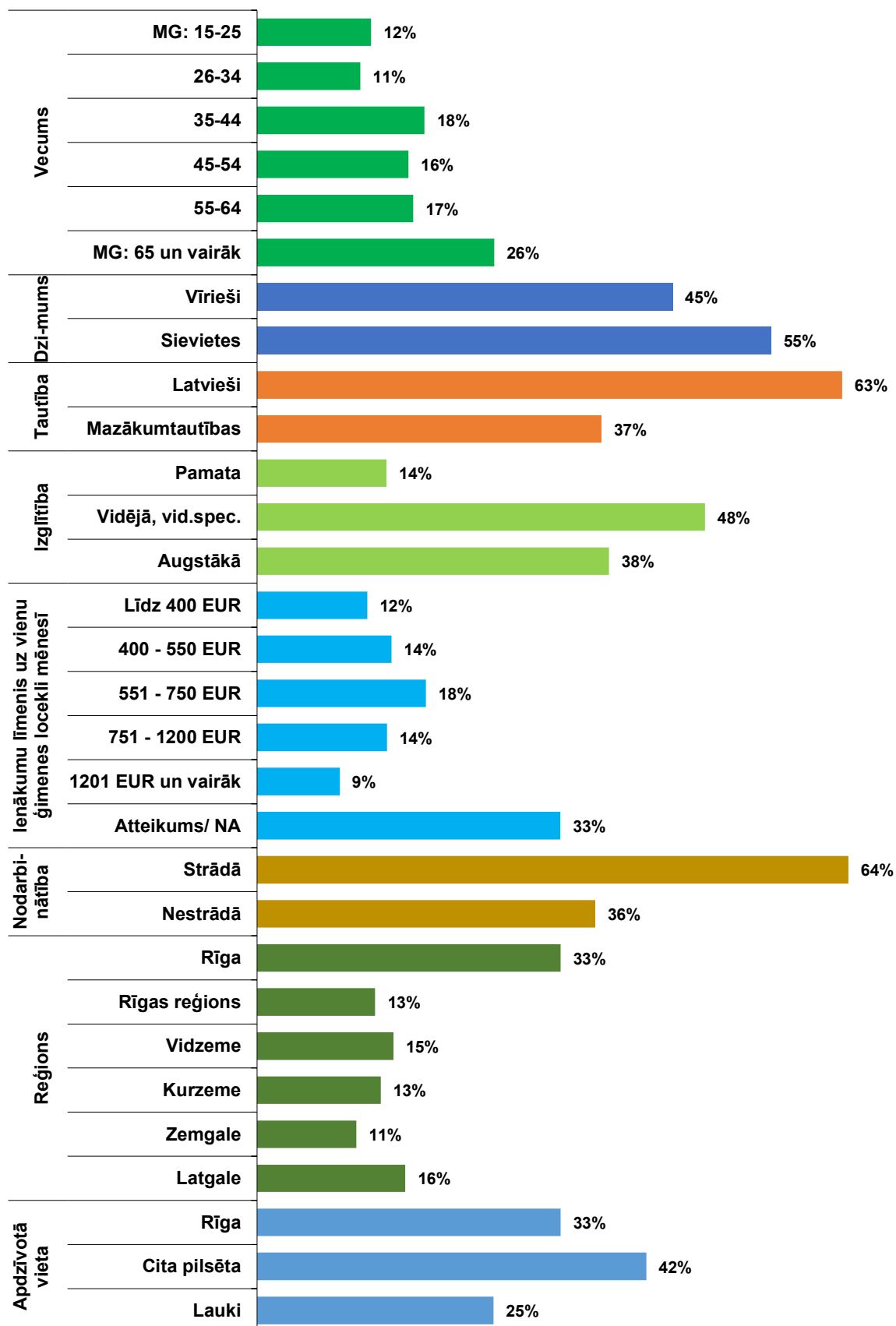
	Respondentu skaits izlasē pirms svēršanas (%)	Respondentu skaits izlasē pēc svēršanas (%)
<u>Kopā</u>	100.0%	100.0%
<u>Dzimums</u>		
Vīrieši	44,9%	44,7%
Sievietes	55,1%	55,3%
<u>Vecums</u>		
15-25	10,7%	12,3%
26-34	12,6%	11,1%
35-44	17,6%	18,0%
45-54	17,4%	16,3%
55-64	17,6%	16,8%
65 gadi un vairāk	24,1%	25,5%
<u>Tautība</u>		
Latvieši	74,4%	63,0%
Cittautieši	25,6%	37,0%
<u>Reģions</u>		
Rīga	33,1%	32,7%
Rīgas reģions	12,6%	12,7%
Vidzeme	14,5%	14,7%
Kurzeme	14,8%	13,3%
Zemgale	12,0%	10,7%
Latgale	13,0%	16,0%

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=1354)



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 u.t.t.) 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:

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

π = 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	0.7	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	1.0	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	1.2	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	1.4	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	1.5	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	1.6	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	1.8	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	2.0	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	2.2	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	2.3	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	2.4	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	2.5	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	2.5	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	2.5	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

- ❑ 2025. gada oktobrī – novembrī tika veikta otrā 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 pielietojumu medijos, iedzīvotāju prasmes patērēt un pielietot mākslīgā intelekta rīkus mediju patērēšanā un satura veidošanā.
- ❑ 2025. gada rezultāti ir līdzīgi 2024. gada rezultātiem tādās pētījuma sadaļās, kas skar dažādu tehnoloģiju izmantošanu elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai, interneta lietošanu, interesi par Latvijā ierobežotu saturu. Latvijas sabiedrība aktīvi izmanto dažādas interneta tehnoloģijas informācijas gūšanas nolūkos, aktīvi komunicē sociālo tīklu vietnēs. Nozīmīgākie informācijas resursi ir internetā bāzētās platformas un ziņu kanāli, televīzija, radio un video koplietošanas platformas, kurus izmanto vairāk nekā 70% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.
- ❑ Lēnām progresē iedzīvotāju zināšanas un tehnoloģiju lietošanas prasmes. Vairākums respondentu pozitīvi vērtēja savas:
 - ✓ interneta tehnoloģiju lietošanas prasmes (pozitīvi vērtēja 59%; +1% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - ✓ spējas apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus (pozitīvi vērtēja 57%; +2% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - ✓ prasmes uzstādīt vai konfigurēt jaunu ierīci (pozitīvi vērtēja 54%; +3% salīdzinājumā ar 2024.g.).
- ❑ Tāpat kā 2024. gadā, arī šogad nav vērojama liela interese par Latvijā ierobežotu saturu internetā. Esošos ierobežojumus ir mēģinājuši apiet 8% (+1% salīdzinājumā ar 2024.g.) iedzīvotāju, tas ir izdevies 6% (rezultāts nav mainījies) aptaujāto.
- ❑ Šogad būtiski pieaugusi interese par mākslīgo intelektu, paaugstinājušies tā izmantošanas un prasmju rādītāji.
 - ✓ Sabiedrībā visai strauji pieaudzis cilvēku skaits ar mākslīgā intelekta lietošanas pieredzi, sasniedzot 44% (+20% salīdzinājumā ar 2024.g.).
 - ✓ Uzlabojas iedzīvotāju spējas atšķirt, kad saturs ir radīts vai modificēts ar mākslīgā intelekta palīdzību. Šogad jau gandrīz puse (45%; +18% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu apgalvoja, ka vienmēr vai bieži spēj atpazīt saturu, kas veidots ar mākslīgā intelekta palīdzību.
 - ✓ Kaut gan lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju vēl aizvien kritiski vērtē savas zināšanas par mākslīgo intelektu un tā izmantošanas prasmes, tomēr sabiedrības izpratne šajos jautājumos būtiski uzlabojas. Šogad kā kopumā labas savas zināšanas par mākslīgo intelektu raksturoja 37% (+10% salīdzinājumā ar 2024.g.), prasmes izmantot mākslīgā intelekta rīkus kā labas vērtēja 33% (+11% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu.
 - ✓ Pārlicinoši populārākais mākslīgā interneta rīks ir ChatGPT, kuru pašlaik jau izmanto 37% (+21% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.

- Līdzīgi kā 2024. gadā, arī šogad pētījuma rezultātus caurvij šādas tendences - jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, kā arī jo urbanizētāka ir apdzīvotā vieta, jo lielāks ir to aptaujas dalībnieku skaits, kuri spēj apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas, tai skaitā mākslīgā interneta rīkus. Visos jautājumos lielāko pārliecību par savām zināšanām un prasmēm puda jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, kā arī Rīgas iedzīvotāji. Senioru (65 gadi un vecāki) mērķa grupā vērojami zemākie interneta tehnoloģiju lietošanas rādītāji, kā arī salīdzinoši vājākās zināšanas un prasmes tās izmantot.

1. Dažādu tehnoloģiju izmantošana elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai

- 2025. gada aptaujas rezultāti par dažādu informācijas resursu lietošanu ir līdzīgi 2024. gada pētījumā iegūtajiem. Līdzīgi kā iepriekš, arī šogad populārāko informācijas resursu galvgalī ir internetā bāzētās platformas un ziņu kanāli. Tos informācijas gūšanai izmanto gandrīz visi (90%; +2% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujātie Latvijas iedzīvotāji.
 - Ziņapmaiņas un zvanu platformas, piemēram, WhatsApp, Messenger, Telegram, Signal lieto gandrīz visi (87%) aptaujas dalībnieki. Vismaz reizi nedēļā tās lieto 82%, katru vai gandrīz katru dienu – 70% respondentu. Visās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās ziņapmaiņas un zvanu platformas izmanto vairāk nekā 65% aptaujāto.
 - Sociālo tīklu vietnes un sociālie mediji, piemēram, Facebook, X, Instagram, TikTok, LinkedIn u.tml.:
 - ✓ Kopumā lieto 81%, vismaz reizi nedēļā – 74%, katru vai gandrīz katru dienu – 60% respondentu, rezultāti būtiski neatšķiras no 2024.g. iegūtajiem;
 - ✓ 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 (96%) vērojams jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā, savukārt vismazākais – senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā, kur sociālos medijus lieto nedaudz vairāk par pusi (54%) aptaujāto. Salīdzinoši lielāks (nekā vidēji sabiedrībā) sociālo mediju lietotāju skaits vērojams arī strādājošo vidū, ar augstāko izglītību un augstāku ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli.
 - Mobilās lietotnes (aplikācijas, kas piegādā saturu lietotāju viedtālrunos vai planšetdatoros, piemēram, mediju lietotnes (kā Delfi, LSM, Tvnet, BBC, CNN u.tml.), banku lietotnes (Swedbank u.tml.), Bolt, Waze, Mobilly u.tml.):
 - ✓ Kopumā lieto 76%, vismaz reizi nedēļā – 57%, katru vai gandrīz katru dienu – 32% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju, 2025. gada rezultāti būtiski neatšķiras no 2024. gadā iegūtajiem;
 - ✓ Mobilās lietotnes visbiežāk (> 80% gadījumu) lieto respondenti vecumā 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 75% (+9% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā – 61% (+7% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu – 41% (+2% salīdzinājumā ar 2024.g.) 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.
- Podkāsti (personiskas vai profesionālas vietnes, kur individuāli dalās ar informāciju, viedokļiem un pieredzi):
 - ✓ Vispār lieto 46% (+8% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā – 25% (+8% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu – 9% (+3% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujas dalībnieku;
 - ✓ Dažādās sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj, ka podkāstus biežāk izmanto gados jaunākie, ar augstāko izglītību, finansiāli nodrošinātākie, kā arī Rīgas iedzīvotāji. Jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā podkāstu lietotāju skaits sasniedz trīs ceturtdaļas (74%).
- Blogi (personiskas vai profesionālas vietnes, kur individuāli dalās ar informāciju, viedokļiem un pieredzi):
 - ✓ Vispār lieto 43% (+3% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā – 21% (+3% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu – 7% (rezultāts nav mainījies) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju;
 - ✓ Līdzīgi kā podkāstus, arī blogus biežāk izmanto gados jaunākie, ar augstāko izglītību, finansiāli nodrošinātākie, kā arī Rīgas iedzīvotāji. Jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā blogu lietotāju skaits sasniedz gandrīz divas trešdaļas (64%).
- Televīziju skatās vairāk nekā trīs ceturtdaļas (83%; +5% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Televīziju salīdzinoši biežāk skatās gados vecākie iedzīvotāji (55 un vairāk gadi), nestrādājošie, ārpus Rīgas dzīvojošie, latvieši.
 - Interneta televīzijas lietotnes vai vietnes (OTT), kas darbojas jebkur internetā, piem., Go3, Tet+, Netflix, YouTube:
 - ✓ Vispār lieto 44%, vismaz reizi nedēļā – 36%, katru vai gandrīz katru dienu – 26% respondentu, rezultāti būtiski neatšķiras no 2024. gadā iegūtajiem;
 - ✓ Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj, ka interneta televīziju biežāk izmanto tās iedzīvotāju grupas, kur mediju pakalpojumu saņemšanai biežāk tiek izmantots internets – iedzīvotāji vecumā līdz 45 gadiem, finansiāli nodrošinātākie, ar augstāko izglītību, strādājošie, arī latvieši.

- Kabeļtelevīzija:
 - ✓ Vispār lieto 21% (-4% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā – 14% (-5% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu – 12% (-3% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.
- IP televīzija (IPTV) (pieejama tikai TV pakalpojumu sniedzēja pieslēguma tīklā, ar līgumu pie konkrēta operatora (piem., Tet, Balticom)):
 - ✓ Vispār lieto 20%, vismaz reizi nedēļā – 14%, katru vai gandrīz katru dienu – 11% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju, rezultāti būtiski neatšķiras no 2024. gadā iegūtajiem.
- Maksas televīzijas zemes apraide (Virszemes Tet TV):
 - ✓ Vispār lieto 19%, vismaz reizi nedēļā – 14%, katru vai gandrīz katru dienu – 11% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.
- Bezmaksas televīzijas zemes apraide (LTV1, LTV7, ReTV, Radio SWH TV, EWTN Latvija, RADA):
 - ✓ Vispār lieto 15%, vismaz reizi nedēļā – 9%, katru vai gandrīz katru dienu – 7% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Biežāk lieto respondenti ar zemāku izglītības un ienākumu līmeni, lauku teritorijās dzīvojošie.
- Satelīttelevīzija (televīzijas programmas, kas tiek uztvertas ar satelīta antenu jeb šķīvi):
 - ✓ Vispār lieto 9%, vismaz reizi nedēļā – 4%, katru vai gandrīz katru dienu – 2% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.
- Radio klausās gandrīz trīs ceturtdaļas (72%; -2% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Salīdzinoši biežāk radio klausās iedzīvotāji vecumā virs 35 gadiem, ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni, latvieši.
 - Tradicionālā FM radio pārraide (audio signālu pārraide caur radio viļņiem):
 - ✓ Vispār lieto 59% (-4% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā – 50% (-2% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu – 38% (-4% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu;
 - ✓ Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj, ka tradicionālo FM radio apraide biežāk izmanto iedzīvotāji vecumā virs 45 gadiem, latvieši, ārpus Rīgas dzīvojošie pētījuma dalībnieki.
 - Mobilās aplikācijas radio staciju uztveršanai izmantojot internetu (radio klausīšanās caur speciālām lietotnēm telefonā, planšetē, automašīnā, izmantojot interneta pieslēgumu):
 - ✓ Vispār lieto 28%, vismaz reizi nedēļā – 14%, katru vai gandrīz katru dienu – 7% aptaujas dalībnieku, rezultāti būtiski neatšķiras no 2024. gadā iegūtajiem;
 - ✓ Atšķirībā no tradicionālās FM radio apraides, interneta radio salīdzinoši biežāk lieto jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, kā arī Rīgas un Rīgas reģiona iedzīvotāji.

- Radio internetā (radio staciju klausīšanās tiešsaistē, izmantojot datoru vai citu ierīci ar internetu):
 - ✓ Vispār lieto 22% (-14% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā – 13% (-7% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu – 6% (-5% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.
- Video koplietošanas platformas, piemēram, YouTube, kur lietotāji var augšupielādēt, dalīties un skatīties video par dažādām tēmām, vispār lieto 72% (+1% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā – 56% (+5% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu – 33% (+3% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Aptaujas rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, atklāj, ka video koplietošanas platformas biežāk izmanto (> 80%) gados jaunākie respondenti vecumā līdz 44 gadiem, finansiāli nodrošinātākie aptaujas dalībnieki, kā arī Rīgas iedzīvotāji.
- Straumēšanas pakalpojumus vispār lieto gandrīz puse (47%; +2% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju, visbiežāk tie ir gados jaunākie respondenti vecumā līdz 34 gadiem (80%).
 - Video pakalpojumi pēc pieprasījuma (platformas, piemēram, Netflix, Go3, AppleTV, Hulu, Amazon Prime Video un Disney+, TET+ u.t.t.):
 - ✓ Vispār lieto 42% (+2% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā – 30% (+3% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu – 17% (+1% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu;
 - ✓ Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti atklāj, ka video straumēšanas pakalpojumus pēc pieprasījuma biežāk lieto gados jaunākie, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, Rīgas iedzīvotāji. Jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā pakalpojuma lietotāju skaits sasniedz trīs ceturtdaļas (75%).
 - Mūzikas straumēšanas pakalpojumi (platformas, piemēram, Spotify, Apple Music un Pandora, kuri piedāvā piekļuvi plašai mūzikas bibliotēkai):
 - ✓ Vispār lieto 35%, vismaz reizi nedēļā – 25%, katru vai gandrīz katru dienu – 16% Latvijas iedzīvotāju, rezultāti būtiski neatšķiras no 2024. gadā iegūtajiem;
 - ✓ Mūzikas straumēšanas pakalpojumus pārliecinoši visbiežāk (78%) lieto jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupas pārstāvji.
- E-grāmatas un digitālos izdevumus vispār lieto 33% (-3% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju, visbiežāk tie ir jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību un Rīgas iedzīvotāji.
 - Digitālie žurnāli un laikraksti (izdevumi, kas ir pieejami internetā vai lietotnēs):
 - ✓ Vispār lieto 27% (-5% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā – 7% (-3% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu – 2% (-2% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu.

- E-grāmatas (grāmatu digitālās versijas, ko var lasīt uz e-lasītājiem, planšetdatoriem vai datoriem):
 - ✓ Vispār lieto 20% (-9% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā – 5% (-6% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu – 2% (-2% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.
- ❑ Videospēles (interaktīvas digitālās spēles, kas tiek spēlētas uz spēļu konsolēm, datoriem vai mobilajām ierīcēm) spēlē gandrīz trešdaļa (29%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Reizi nedēļā videospēles spēlē 15%, katru vai gandrīz katru dienu – 7% respondentu. Salīdzinājumā ar 2024. gada pētījumu, šogad rezultāti nav būtiski mainījušies. Ievērojami plašāka videospēļu lietošanas izplatība vērojama jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā, tur tās spēlē vairāk nekā divas trešdaļas (70%) aptaujāto.

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

- ❑ Internetu lieto gandrīz visi (95%; -3% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujātie Latvijas iedzīvotāji. Gandrīz visi interneta ne lietotāji ir seniori, vecumā virs 65 gadiem.
- ❑ Līdzīgi kā iepriekš, arī šogad iegūtie rezultāti liecina, ka nozīmīgākie mērķi, kuru dēļ vairākums Latvijas iedzīvotāju katru vai gandrīz katru dienu izmanto internetu, ir:
 - ✓ Sociālajai saziņai internetu vispār izmanto 88% (+2% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā 85% (+4% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu izmanto 66% (rezultāts nav mainījies) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Internetu sociālajai saziņai visbiežāk (> 75%) izmanto gados jaunākie respondenti vecumā līdz 44 gadiem, kā arī finansiāli labāk nodrošinātie iedzīvotāji. Vienīgā sociāli demogrāfiskā grupa, kur internetu ikdienā sociālajai saziņai izmanto mazāk par pusi aptaujāto, ir iedzīvotāji pensijas vecumā.
 - ✓ Izklaides nolūkiem (piemēram, filmas, mūzika, spēles) – vispār izmanto 89% (-3% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā 79% (-5% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu izmanto 57% (-4% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Katru vai gandrīz katru dienu internetu izklaides nolūkiem visbiežāk (75% gadījumu) lieto jaunieši vecumā līdz 25 gadiem;
 - ✓ Lai gūtu ziņas un aktualitātes internetu vispār izmanto 92% (+1% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā 81% (rezultāts nav mainījies), katru vai gandrīz katru dienu izmanto 55% (-4% salīdzinājumā ar 2024.g.) pētījuma dalībnieku. Visbiežāk tie ir vidējās paaudzes cilvēki vecumā no 26 līdz 54 gadiem, ar augstu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, ar augstāko izglītību, kā arī Rīgas iedzīvotāji.

- ❑ Vairākums sabiedrības internetu izmanto arī šādiem mērķiem:
 - ✓ Pirkumiem un citiem finanšu darījumiem (pasūtīt un pirkt preces, iegādāties biļetes uz kultūras pasākumiem, samaksāt rēķinus u.t.t.) internetu vispār izmanto 84%, vismaz reizi nedēļā 39% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Visbiežāk tie ir respondenti vecumā līdz 54 gadiem, strādājošie, ar augstu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, ar augstāko izglītību, kā arī Rīgas iedzīvotāji.
 - ✓ Sabiedriskai un pilsoniskai līdzdalībai (saziņa ar valsts un pašvaldības iestādēm, e-pakalpojumi, atbalsts kādām iniciatīvām, piemēram, manabalss.lv utt.) internetu izmanto divas trešdaļas (67%) aptaujas dalībnieku. Visbiežāk (> 80%) tie ir vidējās paaudzes cilvēki vecumā no 26 līdz 54 gadiem, ar augstu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, ar augstāko izglītību.
 - ✓ Darba vajadzībām internetu vispār izmanto 61%, vismaz reizi nedēļā 46%, katru vai gandrīz katru dienu izmanto 33% 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. Salīdzinājumā ar 2024. gadu, šogad rezultāti par interneta lietošanu darba vajadzībām nav mainījušies.
 - ✓ Izglītības nolūkiem (piemēram, tiešsaistes kursi) internetu vispār izmanto 59% (-6% salīdzinājumā ar 2024.g.), vismaz reizi nedēļā 33% (-2% salīdzinājumā ar 2024.g.), katru vai gandrīz katru dienu izmanto 15% (rezultāts nav mainījies) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Pārliecinoši visbiežāk internets izglītības nolūkiem tiek izmantots jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā, tur divas trešdaļas aptaujāto internetu mācību nolūkos izmanto katru nedēļu.
- ❑ Īsformāta video (15-20 sekundes, minūti vai nedaudz garākus video) platformās TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts un Facebook Reels, Snapchat Spotlight, X (Twitter) video u.c., lieto trīs ceturtdaļas (76%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Bieži (katru dienu, daudzas reizes nedēļā) to dara 40%, reizēm/šād tad (ne katru dienu, bet vismaz reizi nedēļā) – 21%, savukārt reti (dažas reizes mēnesī vai retāk) tos skatās 13% aptaujāto. Īsformāta video ievērojami iecienītāki ir jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā, tur trīs ceturtdaļas (73%) respondentu atzina, ka bieži vai ļoti bieži skatās šo satura veidu.
- ❑ Šogad nav mainījies interneta prasmju pašvērtējums sabiedrībā. Savas prasmes izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, aptaujas dalībnieki vērtēja kopumā piesardzīgi, 10 punktu skalā parasti izvēloties kādu no vidējām vērtējuma atzīmēm (5-8 punkti). Kopumā interneta lietošanas prasmes biežāk tika vērtētas pozitīvi nekā negatīvi.
 - ✓ Kopumā kā labas savas prasmes lietot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, vērtēja vairākums 59% (+1% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujas dalībnieku. 20% aptaujāto tās vērtēja kā labas vai ļoti labas (10 punktu skalā vērtējot ar 9-10 punktiem), 39% - kā drīzāk labas (vērtējot ar 6-8 punktiem).
 - ✓ Kopumā kritiski savas interneta tehnoloģiju lietošanas prasmes vērtēja 40% (-1% salīdzinājumā ar 2024.g.) iedzīvotāju. Kā sliktas (1-2 punkti 10 punktu skalā) tās raksturoja 9%, kā drīzāk sliktas (3-5 punkti) - 31% respondentu.
 - ✓ Prasmes izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, vidēji 10 punktu skalā tika vērtētas ar 6,2 punktiem (+0,1 salīdzinājumā ar 2024.g.).

- ✓ Līdzīgi kā 2024. gadā, arī šogad pētījuma rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, apstiprina raksturīgās tendences – jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības līmeni, finansiāli nodrošinātāki ir respondenti, jo urbanizētāka ir dzīvesvieta, jo lielāks ir to aptaujāto skaits, kuri savas interneta tehnoloģiju lietošanas prasmes raksturoja kā labas. Krasākās atšķirības vērojamas dažādās vecuma grupās. Ja jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā 92% aptaujāto savas interneta tehnoloģiju lietošanas prasmes vērtēja kopumā pozitīvi (6-10 punkti), vidējam vērtējumam sasniedzot 8,3 punktus (augstākais starp visām sociāli demogrāfiskajām grupām), tad senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā trīs ceturtdaļas (76%) aptaujāto savas interneta lietošanas prasmes vērtēja kritiski (1-5 punkti), vidējam vērtējumam sasniedzot vien 4 punktus (pārliecinoši zemākais vērtējums starp visām sociāli demogrāfiskajām grupām).

3. Sociālās prasmes un komunikācijas intensitāte tiešsaistē

- ❑ Sociālo tīklu vietnēs vai sociālajos medijos katru vai gandrīz katru dienu komunicē (sarakste, čats, dalīšanās ar saturu) 37% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju un viņu skaits salīdzinājumā ar iepriekšējā pētījuma rezultātiem ir krities (-9% salīdzinājumā ar 2024.g.). Lielākais respondentu skaits, kuri katru vai gandrīz katru dienu komunicē sociālo tīklu vietnēs, vērojams jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā (67%), savukārt mazākais – senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā (13%). Vēl 22% (+3% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujas dalībnieku atbildēja, ka sociālo tīklu vietnēs komunicē vismaz reizi nedēļā, 19% (+4% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto atzina, ka dara to, bet retāk nekā reizi nedēļā.
- ❑ Līdzīgi kā iepriekš, arī šogad gandrīz puse (47%) aptaujas dalībnieku atzina, ka piedalās tiešsaistes video sarunās vai diskusijās – vismaz reizi nedēļā to dara 17% (-5% salīdzinājumā ar 2024.g.), retāk vēl 30% (+5% salīdzinājumā ar 2024.g.) Latvijas iedzīvotāju. Pārliecinoši visbiežāk video sarunās vai diskusijās tiešsaistē piedalās jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji, ar augstāko izglītību, Rīgas iedzīvotāji.
- ❑ Savu saturu (piemēram, ierakstus, attēlus, video) sociālo tīklu vietnēs vai sociālajos medijos rada vairāk nekā trešdaļa (39%; +3% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Vismaz reizi nedēļā to dara 13% aptaujas dalībnieku. Visbiežāk tie ir jaunieši, ar augstu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, ar augstāko izglītību, kā arī Rīgas iedzīvotāji.
- ❑ Ar citu cilvēku radīto saturu sociālo tīklu vietnēs/medijos mēdz dalīties lielākā daļa (60%; +5% salīdzinājumā ar 2024.g.) valsts iedzīvotāju. 15% aptaujāto to dara bieži, 45% - reti. Pārliecinoši visbiežāk to dara gados jaunākā sabiedrības daļa. Jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā bieži ar citu cilvēku radīto saturu dalās vairāk nekā divas trešdaļas (68%) aptaujāto, bieži to dara 40% respondentu. Senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā ar citu cilvēku radīto saturu dalās 34%, bieži to dara vien 3% aptaujāto.
- ❑ Datortīklu spēles kā sociālo tīklu vietnes, lai komunicētu savā starpā, dalītos ar saturu, izmanto 23% respondentu, kuri spēlē videospēles uz spēļu konsolēm, datoriem vai mobilajām ierīcēm.

- ❑ Attieksme pret ieteikumiem, ko, balstoties uz lietotāja vēsturi, piedāvā sociālo mediju un platformu rekomendāciju algoritmi, sabiedrībā ir piesardzīga un pretrunīga, tomēr biežāk tie tika vērtēti pozitīvi:
 - ✓ Meklējot informāciju vai aktuālās ziņas sociālo mediju un platformu rekomendāciju algoritmiem kopumā uzticas 46%, savukārt neuzticas 43% aptaujāto interneta lietotāju;
 - ✓ Izklaides nolūkos sociālo mediju un platformu rekomendāciju algoritmiem kopumā uzticas 45%, savukārt neuzticas 36% aptaujāto interneta lietotāju;
 - ✓ Aptaujas rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, atklāj, ka sociālo mediju un platformu rekomendāciju algoritmiem kopumā biežāk (> 50% gadījumu) uzticas gados jaunākie respondenti vecumā līdz 44 gadiem un Rīgas iedzīvotāji.

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

- ❑ Līdzīgi kā 2024. gadā, arī šogad vairākums (57%; +2% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju savas spējas apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus vērtēja pozitīvi, 22% tās raksturoja kā labas, 35% - kā drīzāk labas. Kritiski savu spēju apgūt un patērēt jaunās mediju un komunikācijas tehnoloģijas vērtēja 39% (-1% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujas dalībnieku, 13% tās raksturoja kā sliktas, 26% - kā drīzāk sliktas. Pētījuma rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, liecina, ka biežāk pozitīvi (> 50% gadījumu) savas spējas apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus vērtēja gados jaunākie respondenti vecumā līdz 44 gadiem, strādājošie, ar augstāko izglītību, Rīgas iedzīvotāji.
- ❑ Nozīmīgākie resursi, lai mācītos par jaunām tehnoloģijām, rīkiem:
 - ✓ Apgūst tās pašmācības ceļā (minēja 44% aptaujāto; -4% salīdzinājumā ar 2024.g.). Biežāk tā atbildēja gados jaunākie respondenti vecumā līdz 34 gadiem, ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni.
 - ✓ Izmanto draugu/paziņu/radinieku padomus, ieteikumus – tā dara 42% (-11% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujas dalībnieku.
 - ✓ YouTube vai citas video pamācības jaunu mediju un komunikācijas tehnoloģiju apguvē izmanto 35% (-6% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujas dalībnieki. YouTube vai citas video pamācības biežāk izmanto ekonomiski aktīvākā sabiedrības daļa vecumā līdz 54 gadiem, finansiāli nodrošinātākie respondenti.
 - ✓ Tiešsaistes kursus, seminārus, lekcijas, lai mācītos par jaunām tehnoloģijām, rīkiem, izmanto 14% (-5% salīdzinājumā ar 2024.g.) Latvijas iedzīvotāju, salīdzinoši biežāk finansiāli nodrošinātākie respondenti, ar augstāko izglītību, Rīgas iedzīvotāji.
 - ✓ Profesionālu palīdzību vai konsultācijas izmanto 14% (-5% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujas dalībnieku, visbiežāk finansiāli nodrošinātākie respondenti un iedzīvotāji ar augstāko izglītību.

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

- ❑ 2025. gada pētījuma rezultāti par iedzīvotāju saskarsmes pieredzi ar dažādām tehnoloģiskām problēmām, piemēram, programmatūras kļūdām vai ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumiem, ir līdzīgi 2024. gadā iegūtajiem. Vismaz reizi mēnesī šādas problēmas risina gandrīz katrs ceturtais (22%; rezultāts nav mainījies) valsts iedzīvotājs, visbiežāk tie ir aktīvākie interneta tehnoloģiju lietotāji – gados jaunākie respondenti vecumā līdz 34 gadiem, finansiāli nodrošinātākie aptaujas dalībnieki, kā arī Rīgas iedzīvotāji. 24% (-5% salīdzinājumā ar 2024.g.) pētījuma dalībnieku ar dažādām tehnoloģiskām problēmām vidēji saskaras reizi 2-6 mēnešos. Retāk nekā reizi pusgadā tehnoloģiskas problēmas risina 20% (-5% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto. 24% (+8% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu apgalvoja, ka ar tehnoloģiskām problēmām, kā programmatūras kļūdas vai ierīču uzstādīšana un konfigurācija, nav saskārušies.
- ❑ Līdzīgi kā iepriekš, arī šogad lielākā daļa (54%; +3% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju savas zināšanas un prasmes uzstādīt vai konfigurēt jaunu ierīci vērtēja kopumā pozitīvi, 22% aptaujāto tās raksturoja kā labas, 32% - kā drīzāk labas. Pārliecinoši visbiežāk (vairāk nekā trīs ceturtdaļās gadījumu) 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 43% (-3% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto, 18% tās raksturoja kā sliktas, 25% - kā drīzāk sliktas. Senioru (65 un vairāk gadi) mērķa grupā kritiski savas spējas vērtēja vairāk nekā trīs ceturtdaļas (79%) aptaujāto.
- ❑ Tāpat kā iepriekšējā pētījumā, arī 2025. gada pētījuma rezultāti liecina, ka saskaroties ar tehnoloģiskām problēmām mediju pakalpojumu saņemšanā, programmatūras kļūdām vai problēmām ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumos iedzīvotāji visbiežāk (tā rīkojas 43% respondentu, galvenais risinājums tas ir 37%) mēģina tās risināt paši, izmantojot pašmācību, savas zināšanas, pieredzi un internetā pieejamos resursus. Tradicionāli tie visbiežāk ir gados jaunākie respondenti vecumā līdz 44 gadiem, ar augstāko izglītību un augstu ienākumu līmeni, Rīgas iedzīvotāji. Ievērojami biežāk nekā sievietes (34%) uz saviem spēkiem paļaujas aptaujātie vīrieši (55%).
- ❑ Nozīmīgs respondentu skaits minēja arī šādus risinājumus:
 - ✓ Vēršas pēc palīdzības pie ģimenes locekļiem, kuri ir zinošāki tehnoloģijās (minēja 33% (-6% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto, galvenais risinājums tas ir 23% 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 28% (-7% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto, galvenais risinājums tas ir 15% respondentu).
 - ✓ Izmanto sertificētu profesionāļu pakalpojumus, tehnisko atbalstu (minēja 16% (-7% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto, galvenais risinājums tas ir 8% respondentu).

- ❑ Arī 2025. gada aptaujas rezultāti liecina, ka vairākums (58%; -2% salīdzinājumā ar 2024.g.) cilvēku Latvijas sabiedrībā rūpējas par savu digitālo ierīču programmatūras stāvokli, vienmēr vai bieži tās atjaunojot. 37% iedzīvotāju šim jautājumam nepievērš pienācīgu uzmanību – 27% (+4% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto atzina, ka reti atjauno programmatūru vai tikai tad, ja ir kādas problēmas, vēl 10% (-1% salīdzinājumā ar 2024.g.) 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.
- ❑ Līdzīgi kā iepriekš, arī šogad 14% (-2% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju atzina, ka 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 37% (+8% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto, savukārt 36% (-5% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto iedzīvotāju vienmēr ierobežo piekļuvi personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai.
- ❑ Kādas darbības, lai ierobežotu savu datu izmantošanu mediju lietotnēs, veic nedaudz vairāk par trešdaļu (35%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Pētījuma rezultāti atklāj tendenci – jo gados jaunāki, ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni ir respondenti, jo lielāks ir šo respondentu skaits, jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā sasniedzot pat 60%. Biežāk veiktās darbības, lai ierobežotu savu datu izmantošanu mediju lietotnēs:
 - ✓ Lieto ad-blocker (rīks vai pārlūkprogrammas paplašinājums, kas bloķē reklāmas internetā) – to dara 20% interneta lietotāju;
 - ✓ Lieto VPN (pakalpojums, kas šifrē interneta savienojumu un slēpj lietotāja atrašanās vietu) – 13%.

6. Reģionālo ierobežojumu apiešana internetā

- ❑ Pēdējā gada laikā nav mainījies aptaujāto interneta lietotāju skaits (37%; -1% salīdzinājumā ar 2024.g.), kuri ir saskārušies ar situāciju, kad nevarēja piekļūt noteiktam saturam internetā, jo tas bija ierobežots Latvijā. Visbiežāk ar to saskārušies Rīgas un Rīgas reģiona iedzīvotāji.
- ❑ Mēģinājuši apiet šos ierobežojumus ir 22% respondentu, kuri ir saskārušies ar Latvijā ierobežotu saturu, jeb 8% (+1% salīdzinājumā ar 2024.g.) Latvijas iedzīvotāju. Visbiežāk to darījuši jaunieši, Rīgas iedzīvotāji, vīrieši.
- ❑ Līdzīgi kā iepriekš, arī šogad pārliecinoši populārākā metode, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam, ir VPN (virtuālais privātais tīkls), to izmanto trīs ceturtdaļas (77%; +20% salīdzinājumā ar 2024.g.) Latvijā ierobežotā satura interesentu. 6% respondentu, kuri ir mēģinājuši apiet ierobežojumus, izmantojuši DNS maiņu, vēl 6% izmantoja Proxy serveri.
- ❑ Tāpat kā 2024. gadā, arī šī gada pētījuma rezultāti liecina, ka Latvijā ierobežotam saturam ir piekļuvuši 6% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju. Visbiežāk (17%) to paveikuši jaunieši vecumā līdz 25 gadiem.
- ❑ Vairākums (57%) respondentu, kuri skatās Latvijā ierobežotu saturu, to dara reti, retāk nekā reizi mēnesī. Vismaz reizi mēnesī to dara 26%, vismaz reizi nedēļā – 12% ierobežotā satura lietotāju.

- ❑ Dominējošā daļa (87%; +20% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu, kuri lieto Latvijā ierobežotu saturu, kā labas vai drīzāk labas vērtēja savas tehniskās zināšanas un prasmes, lai piekļūtu un skatītos sev interesējošu saturu internetā, kas Latvijā ir ierobežots. Kritiski savas prasmes vērtēja 9% (-21% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu.
- ❑ Līdzīgi kā iepriekš, arī šogad populārākie iemesli apmeklēt Latvijā ierobežotos interneta resursus ir:
 - ✓ Lai skatītos filmas, seriālus, TV šovus (minēja 48% respondentu, kuri skatās Latvijā ierobežotu saturu; +1% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - ✓ Lai piekļūtu Krievijas mediju saturam (ziņu vietnes, sociālie mediji, blogi u.tml.) (minēja 21% respondentu; +3% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - ✓ Lai spēlētu vai lejuplādētu spēles (datorspēles, azartspēles) (15%; +6% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - ✓ Lai piekļūtu citam Latvijā ierobežotajam mediju saturam (17%; -19% salīdzinājumā ar 2024.g.).
- ❑ Sabiedrība kopumā atbalsta Krievijas mediju ierobežošanu Latvijā. Pozitīvi šo soli vērtēja 47% respondentu, pretējās domās bija 41% aptaujas dalībnieku. Viedokļi krasi atšķiras latviešu un cittautiešu auditorijās. Ja latviešu vidū divas trešdaļas (65%) atbalsta Krievijas mediju ierobežošanu Latvijā, tad cittautiešu vidū 72% aptaujāto ir pret to. Līdzīga situācija ir Latgalē, kur 72% respondentu neatbalsta Krievijas mediju ierobežošanu Latvijā.

7. Mākslīgais intelekts – zināšanas, priekšstatī, prasmes, izmantošana

- ❑ Latvijas sabiedrībā uzlabojas izpratne un zināšanas par mākslīgo intelektu un tā pielietojumu. Vairāk nekā trešdaļa (37%) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju tās raksturoja kā labas vai drīzāk labas un tas ir vairāk nekā iepriekšējā aptaujā (+10% salīdzinājumā ar 2024.g.). Tomēr vēl aizvien lielākā daļa (58%; -10% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu savas zināšanas par mākslīgo intelektu raksturoja kritiski, kā kopumā sliktas. Pētījuma rezultāti atklāj, ka ievērojami augstāks zināšanu līmenis par mākslīgo intelektu un tā pielietojumu ir gados jaunāko respondentu vidū vecumā līdz 34 gadiem, ar augstāko izglītību un augstu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī.
- ❑ Latvijas iedzīvotāju skatījumā mākslīgais intelekts tiek pielietots ļoti dažādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem. Līdzīgi kā iepriekš, arī šogad vairāk nekā trešdaļa aptaujāto uzskata, ka mākslīgais intelekts tiek pielietots:
 - ✓ Reklāmā un mārketingā (minēja 55% aptaujas dalībnieku; +6% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - ✓ Izklaides satura radīšanā (51%; +5% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - ✓ Klientu apkalpošanā (piemēram, tērzētājrobotos jeb čatbotos) (50%; -2% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - ✓ Analītikā un datu apstrādē (43%; +1% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - ✓ Dezinformācijas izplatīšanai (41%; -6% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - ✓ Ziņu radīšanā un apstrādē (35%; +1% salīdzinājumā ar 2024.g.).

- ❑ Sabiedrībā strauji uzlabojas spējas atšķirt, kad saturs ir radīts vai modificēts ar mākslīgā intelekta palīdzību. Šogad jau gandrīz puse (45%) respondentu atbildēja, ka vienmēr vai bieži spēj atpazīt saturu, kas veidots ar mākslīgā intelekta palīdzību un tas ir būtiski vairāk nekā iepriekšējā aptaujā (+18% salīdzinājumā ar 2024.g.). Ievērojami augstāks pašvērtējums vērojams gados jaunāko respondentu vidū vecumā līdz 44 gadiem, ar augstāko izglītību, ar augstu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, kā arī Rīgas iedzīvotāju vidū. 30% (-2% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondents atbildēja, ka mākslīgā intelekta radītu saturu spēj atpazīt reti/dažreiz, 21% (-14% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujāto atzina, ka vispār nespēj atšķirt saturu, kur izmantots mākslīgais intelekts.
- ❑ Sabiedrībā strauji pieaudzis cilvēku skaits ar mākslīgā intelekta lietošanas pieredzi. Pašlaik mākslīgā intelekta rīkus izmanto 44% Latvijas iedzīvotāju un, salīdzinājumā ar laikposmu pirms 12 mēnešiem, viņu skaits ir gandrīz dubultojies (+20% salīdzinājumā ar 2024.g.). Regulāri mākslīgā intelekta rīkus lieto 19% (+7% salīdzinājumā ar 2024.g.), neregulāri – 25% (+13% salīdzinājumā ar 2024.g.). Vēl 14% (-7% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujas dalībnieku norādīja, ka pašlaik vēl mākslīgā intelekta rīkus nelieto, bet ir ieinteresēti tos izmantot nākotnē. 40% (-11% salīdzinājumā ar 2024.g.) 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 – mākslīgā intelekta rīkus visbiežāk izmanto jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, respondenti ar augstāko izglītību un augstu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Rīgas iedzīvotāji.
- ❑ Biežāk minētie mākslīgā interneta rīku izmantošanas nolūki:
 - Gūt atbildes uz interesējošajiem jautājumiem – minēja 80% respondentu, kuri izmanto mākslīgā intelekta rīkus;
 - Tulkošana (46%);
 - Tekstu, prezentāciju veidošana, tekstu uzlabošana (35%);
 - Attēlu, mūzikas un video satura ģenerēšana (fotogrāfijas, māksla, dizaina skices, reklāmas, animācija u.tml.) (27%);
 - Datu apkopošana, dokumentu analīze, atskaišu gatavošana (25%).
- ❑ Līdzīgi kā 2024. gadā, arī šogad pārliecinoši populārākais mākslīgā interneta rīks ir ChatGPT, kuru izmanto gandrīz visi (85%) respondenti, kuri vispār izmanto mākslīgā interneta rīkus. Nākamās vietas populārāko mākslīgā interneta rīku sarakstā ieņem Gemini AI (izmanto 29% mākslīgā intelekta rīku izmantotāju), Google Assistant (17%) un Copilot (15%). Aprēķinot iegūtos rezultātus uz visu izlasi, atklājas, ka ChatGPT pašlaik jau lieto 37% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju un tas ir ievērojami vairāk nekā 2024. gada rudenī (+21% salīdzinājumā ar 2024.g.). Vairāk nekā puse aptaujāto jau lieto ChatGPT šādās sociāli demogrāfiskajās grupās – respondenti vecumā līdz 34 gadiem, ar augstāko izglītību un augstu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Rīgas iedzīvotāji.

- ❑ Sabiedrībā uzlabojas mākslīgā intelekta rīku izmantošanas prasmes. Šogad katrs trešais (33%) aptaujas dalībnieks tās vērtēja kā kopumā labas un tas ir būtiski vairāk nekā pirms 12 mēnešiem (+11% salīdzinājumā ar 2024.g.). Ierasti biežāk tā atbildēja respondenti vecumā līdz 34 gadiem un finansiāli nodrošinātākie iedzīvotāji, šajās grupās mākslīgā intelekta rīku izmantošanas prasmes pozitīvi vērtēja vairākums aptaujāto. Gandrīz divas trešdaļas (63%; -10% salīdzinājumā ar 2024.g.) pētījuma dalībnieku mākslīgā intelekta rīku izmantošanas prasmes vērtēja kritiski, kā sliktas vai drīzāk sliktas.
- ❑ 2025. gada rezultāti par izteikumiem par mākslīgo intelektu, tā rīku izmantošanu un ietekmi uz mediju vidi, būtiski neatšķiras no iepriekšējā pētījuma rezultātiem. Sabiedrībai nav vienota viedokļa par mākslīgā intelekta izmantošanas iespaidu uz medijiem nākotnē, respondentu domas šajos jautājumos dalījās. Par to liecina iegūtie rezultāti par šiem diviem apgalvojumiem:
 - Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana padarīs mediju saturu interesantāku, daudzveidīgāku, labāk pieejamu ikvienai iedzīvotāju grupai – izteikumam piekrita 41% (+7% salīdzinājumā ar 2024.g.), nepiekrita 40% (-2% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - Padarīs mediju saturu vienvērtīgu, neinteresantu, jo mākslīgajam intelektam “trūkst jaunrades spēju” – izteikumam piekrita 40% (+2% salīdzinājumā ar 2024.g.) un nepiekrita arī 40% (+4% salīdzinājumā ar 2024.g.).
- ❑ Mākslīgā intelekta rīku pielietojums rada bažas par satura ticamību un drošības riskus. Mākslīgā intelekta rīku izmantošanai ir arī savas priekšrocības, tie palīdzēs novērst valodu barjeras, veikt kādas sarežģītas analīzes un efektīvāk uzrunāt lietotāju auditoriju. 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 71% respondentu; +3% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana radīs lielus drošības riskus mediju pakalpojumu saņēmējiem (piekrita 64%; rezultāts nav mainījies);
 - Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana radīs papildu sarežģījumus un/vai problēmas medijiem un to lietotājiem (piekrita 58%; +2% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana ļaus veikt ļoti sarežģītas analīzes vai uzdevumus un katram mediju lietotājam piegādāt viņam precīzi atbilstošu saturu (piekrita 56%; +1% salīdzinājumā ar 2024.g.);
 - Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana pilnībā likvidēs valodu barjeru elektronisko mediju patērētājiem (piekrita 53% aptaujas dalībnieku; +4% salīdzinājumā ar 2024.g.).

- ❑ Vairākums interneta lietotāju biežāk piekrita nekā nepiekrita arī šādiem izteikumiem par mākslīgo intelektu:
 - Būtiski uzlabos mediju produktivitāti, efektivitāti (piekrita 47% (+4% salīdzinājumā ar 2024.g.), nepiekrita 35% (+5% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu);
 - Izdzīvos tikai tie Latvijas mediji, kuri spēs ātri un efektīvi izmantot mākslīgā intelekta rīkus savā darbā (piekrita 46% (-3% salīdzinājumā ar 2024.g.), nepiekrita 30% (+8% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu);
 - Mākslīgais intelekts un tā pieejamība, izmantojamie rīki tiks pareizi regulēti globālā mērogā un līdz ar to izmantoti cilvēces attīstībai līdzīgi kā kodolreaktori ražo elektrību (piekrita 38% (-2% salīdzinājumā ar 2024.g.), nepiekrita 29% (+4% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu).
- ❑ Pētījuma dalībnieku vairākums noraidīja izteikumus:
 - Žurnālistu profesija “kļūs lieka”, jo mākslīgais intelekts aizstās žurnālistus (nepiekrita 64% (+7% salīdzinājumā ar 2024.g.) respondentu);
 - Mākslīgā intelekta attīstība iznīcinās Latvijas medijus, Latvijas mediju vidi, jo Latvijas mediji nespēs konkurēt ar starptautiskajiem elektroniskajiem masu medijiem (nepiekrita 54% (+9% salīdzinājumā ar 2024.g.) aptaujas dalībnieku).

8. Dažādu ierīču pieejamība mājsaimniecībās

- ❑ Kopumā Latvijas mājsaimniecības ir labi aprīkotas ar dažādām ierīcēm, kas ir paredzēta mediju un informācijas resursu lietošanai. Līdzīgi kā 2024. gadā, arī šogad visizplatītākā ierīce ir viedtālrunis, kas ir sastopams gandrīz visās (87%) mājsaimniecībās. Vairākumā Latvijas mājsaimniecību ir pieejams arī portatīvais dators (67%) un Smart TV (televizors ar interneta pieslēgumu) (63%). Retāk mājsaimniecībās pieejamas tādas ierīces kā planšetdators (42%), stacionārais (galda) dators (36%), parastais televizors (29%), viedais pulkstenis (28%), spēļu konsoles (18%) un viedais skaļrunis\balss palīgu ierīce, piemēram, Alexa\HomePod\Google Home (ir 6% mājsaimniecību).
- ❑ Raksturīgi, ka minētās ierīces (izņemot parasto televizoru) kopumā biežāk ir pieejamas aktīvāko interneta tehnoloģiju lietotāju mājsaimniecībās – gados jaunāko respondentu vidū, ar augstāku iegūtās izglītības un ienākumu līmeni, strādājošo un Rīgas iedzīvotāju vidū.

III. APTAUJAS REZULTĀTI

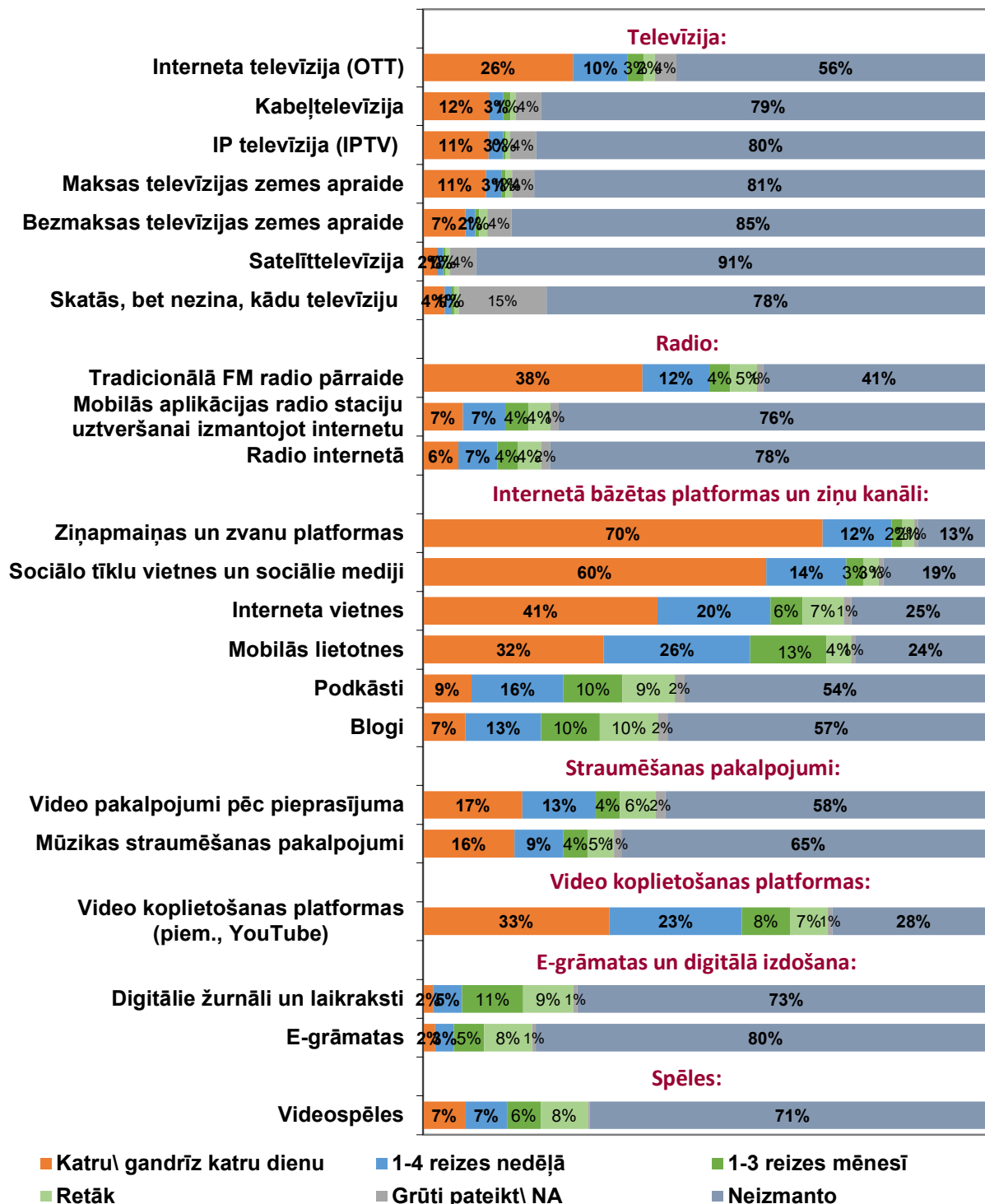
1. Dažādu tehnoloģiju izmantošana elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai

Aptaujas jautājums:

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

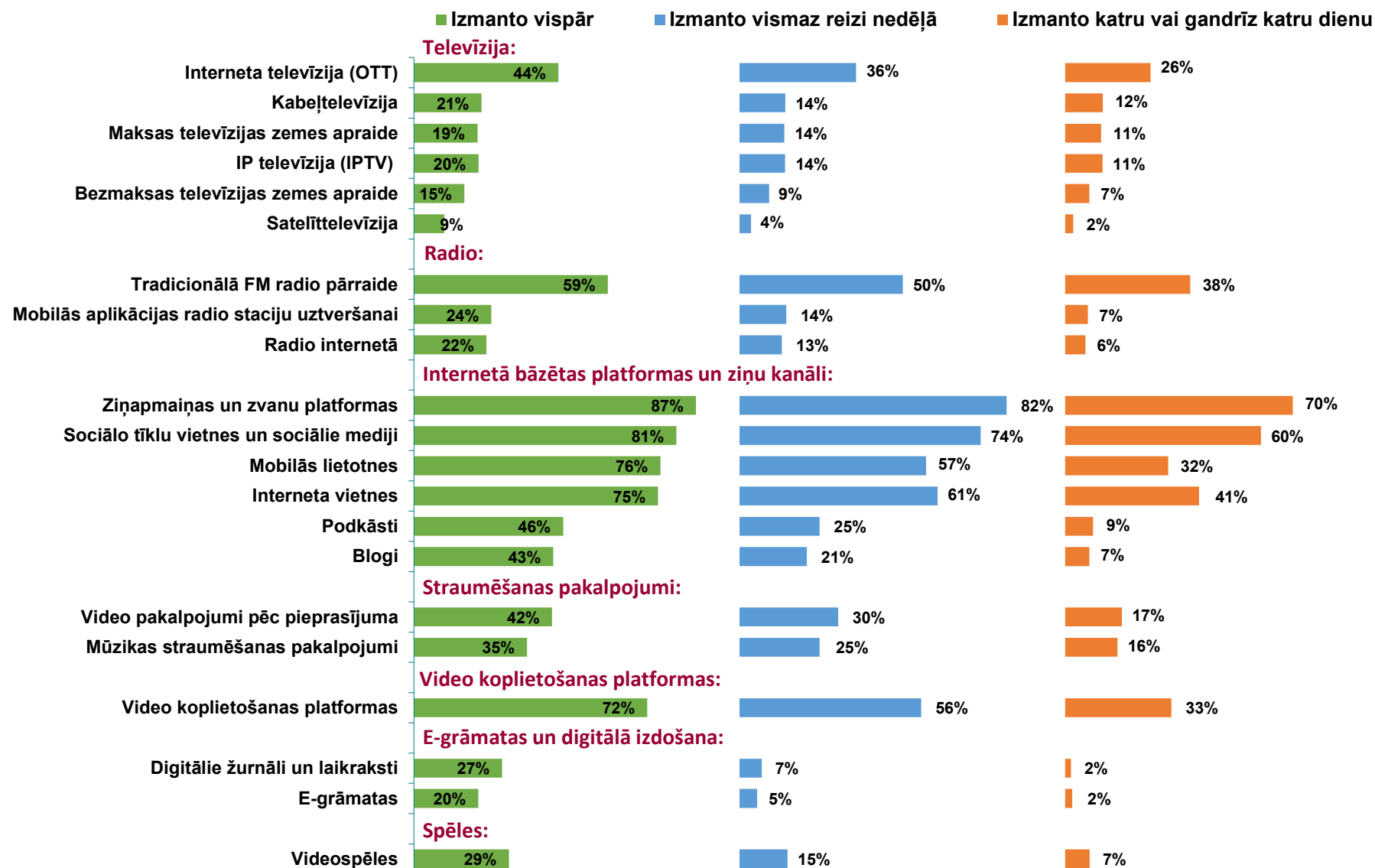
Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat šīs tehnoloģijas šo elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai?

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



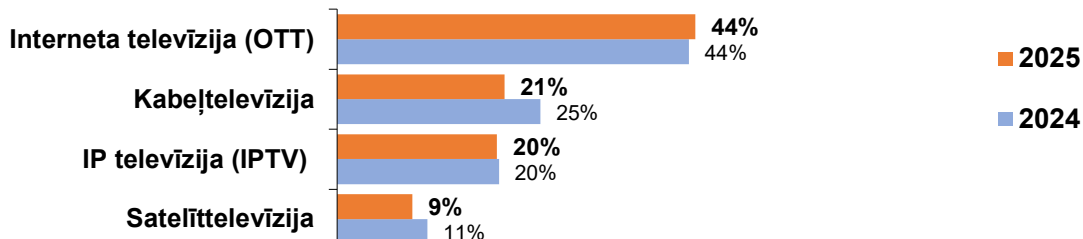
Dažādu tehnoloģiju izmantošana elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; N=1354)

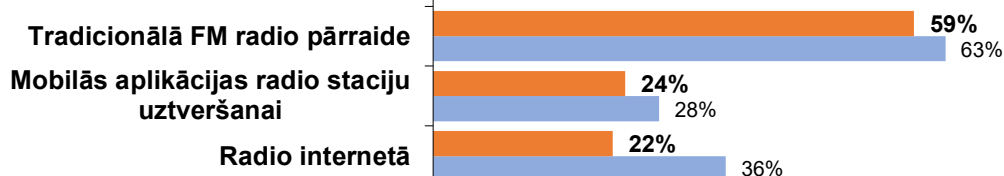


Vispār izmanto šīs tehnoloģijas:
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)

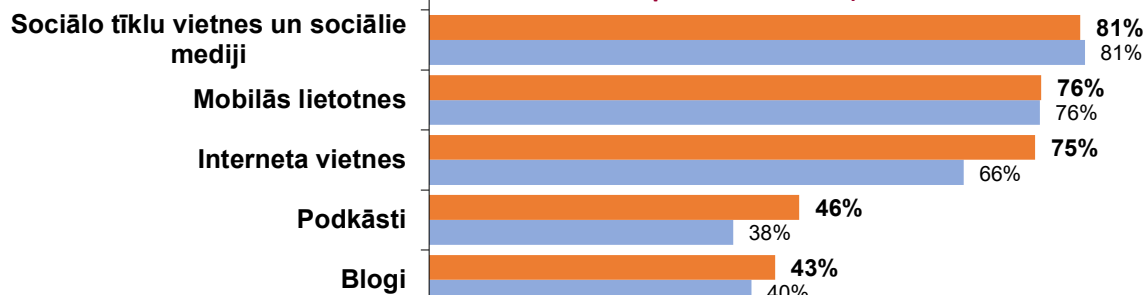
Televīzija:



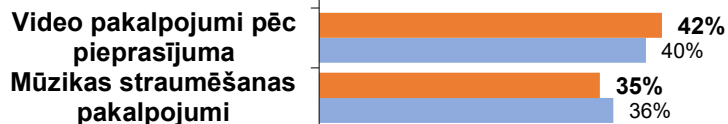
Radio:



Internetā bāzētas platformas un ziņu kanāli:



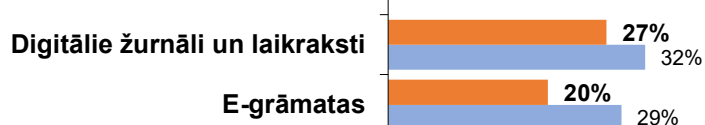
Straumēšanas pakalpojumi:



Video koplietošanas platformas:



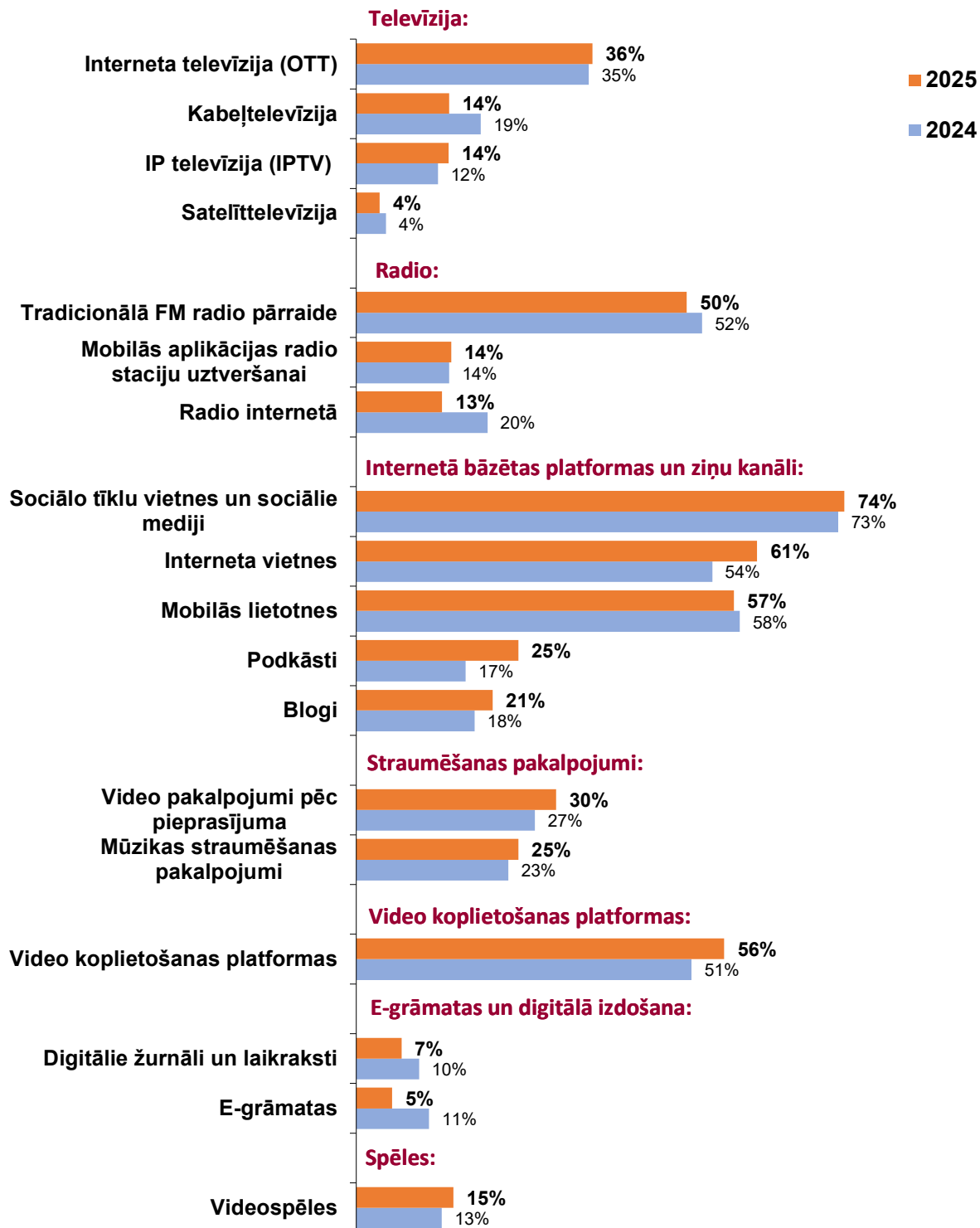
E-grāmatas un digitālā izdošana:



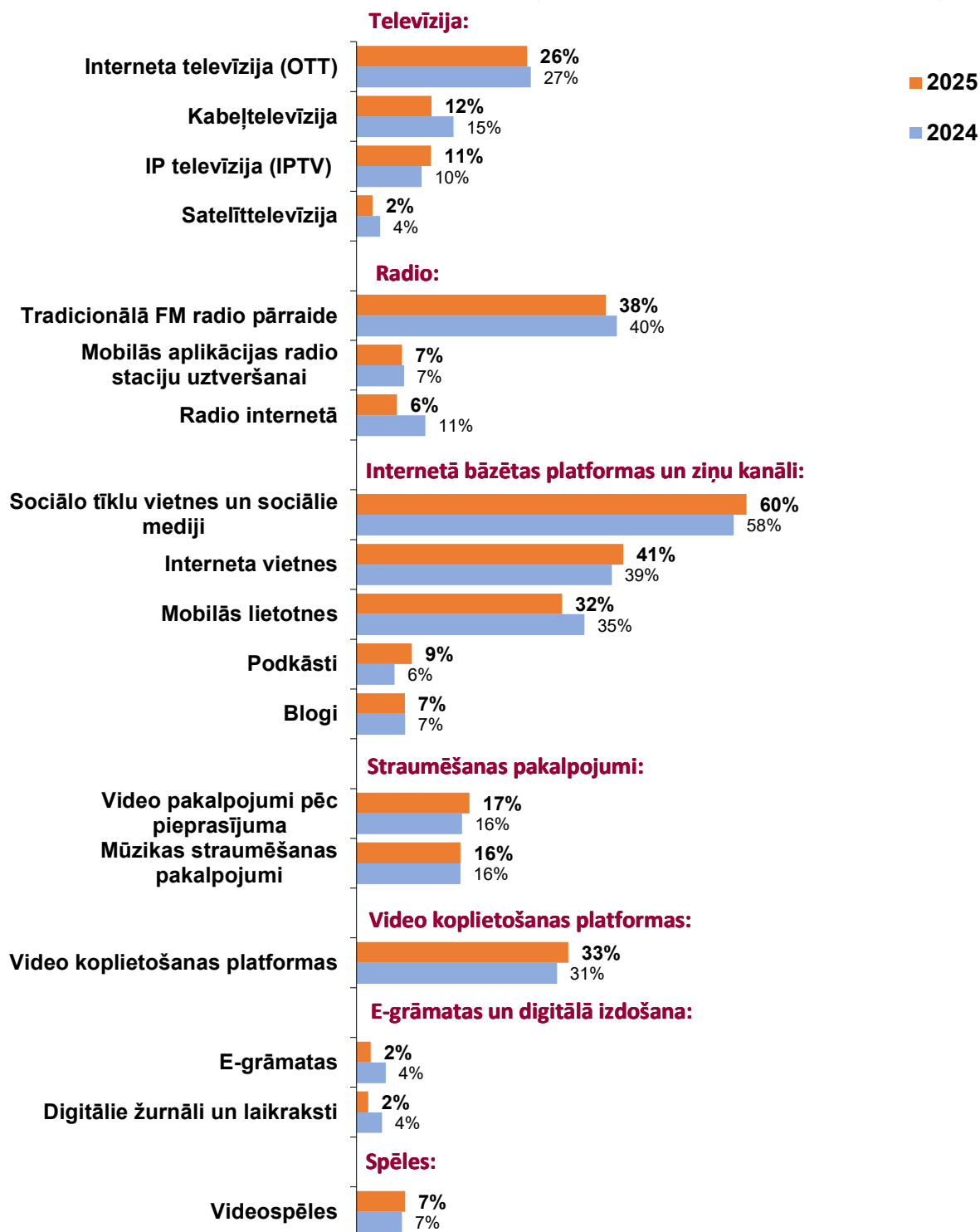
Spēles:



Izmanto šīs tehnoloģijas vismaz reizi nedēļā:
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



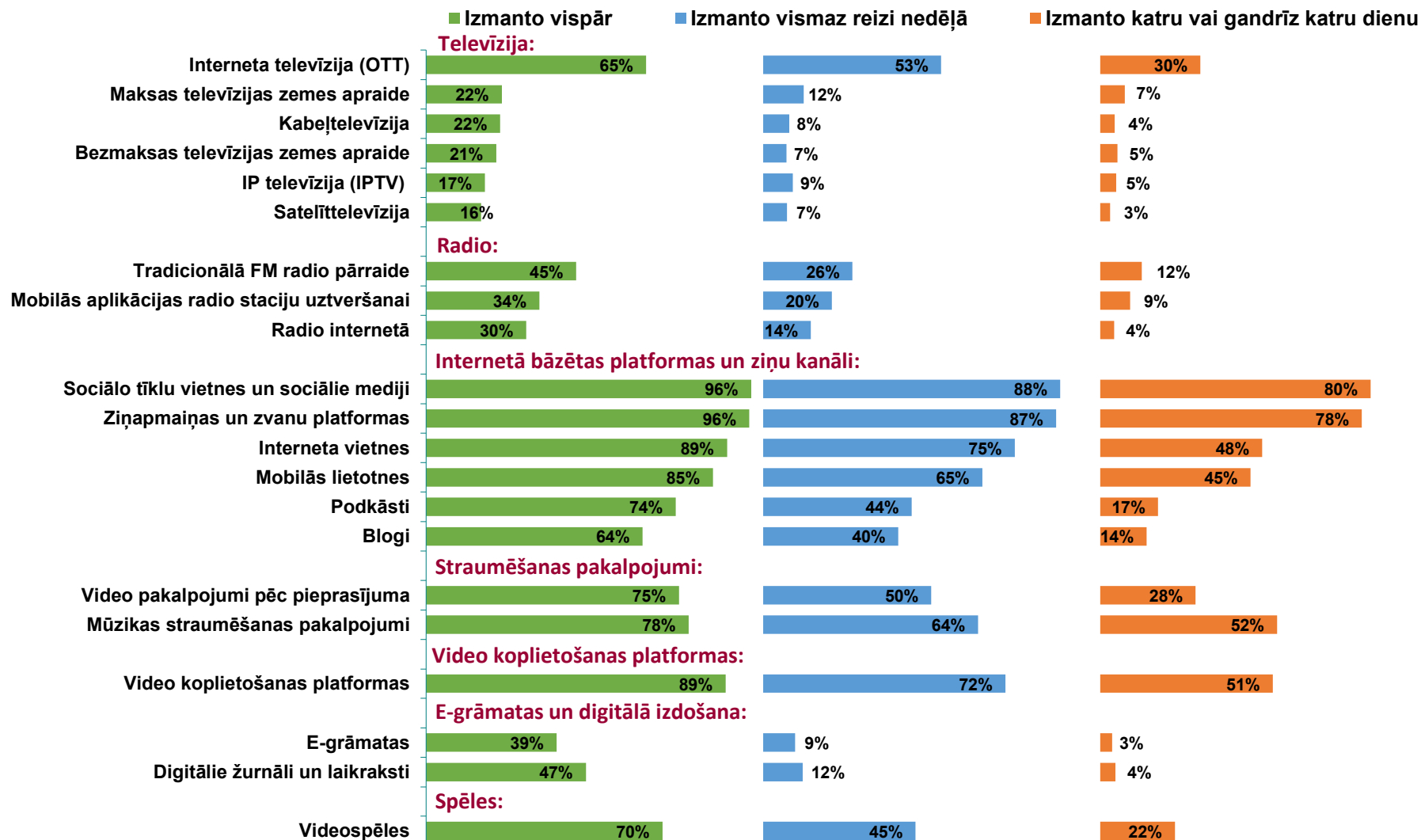
Izmanto šīs tehnoloģijas katru vai gandrīz katru dienu:
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



Pētījuma rezultāti jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā:

Dažādu tehnoloģiju izmantošana elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai

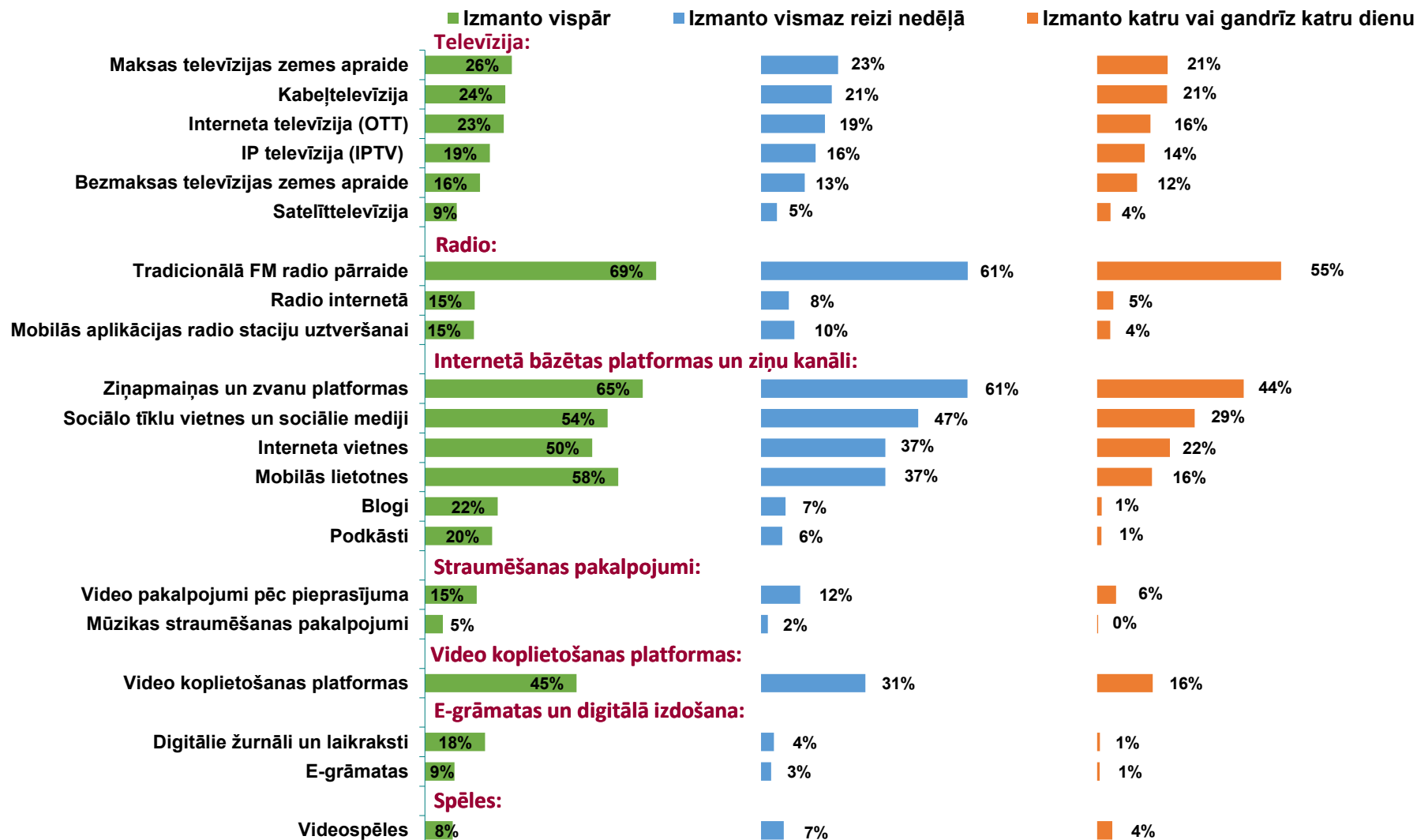
(Bāze = mērķa grupa - jaunieši (15-25 gadi); n=145)



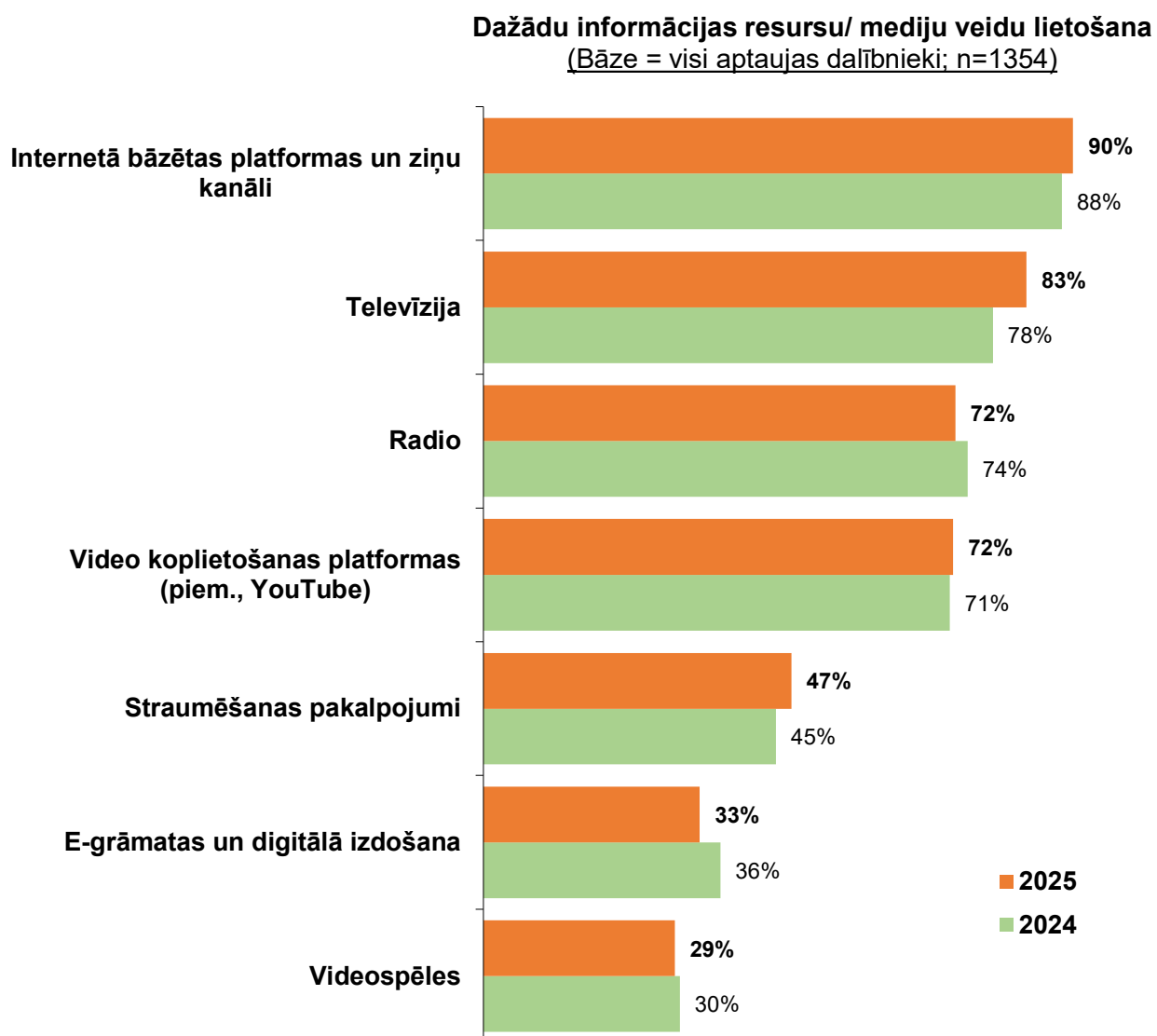
Pētījuma rezultāti senioru (65+ gadi) mērķa grupā:

Dažādu tehnoloģiju izmantošana elektronisko mediju pakalpojumu saņemšanai

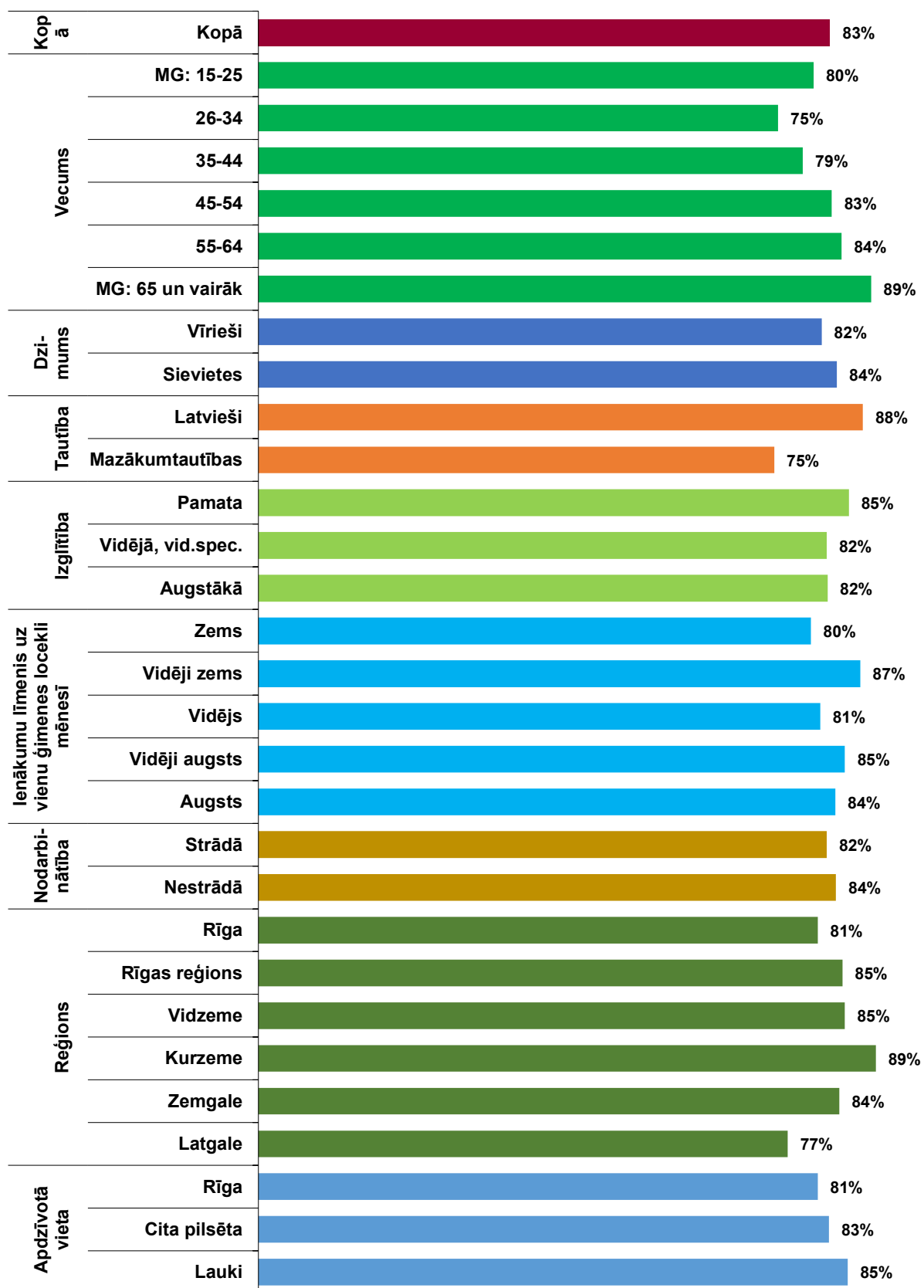
(Bāze = mērķa grupa - seniori (65+ gadi); n=326)



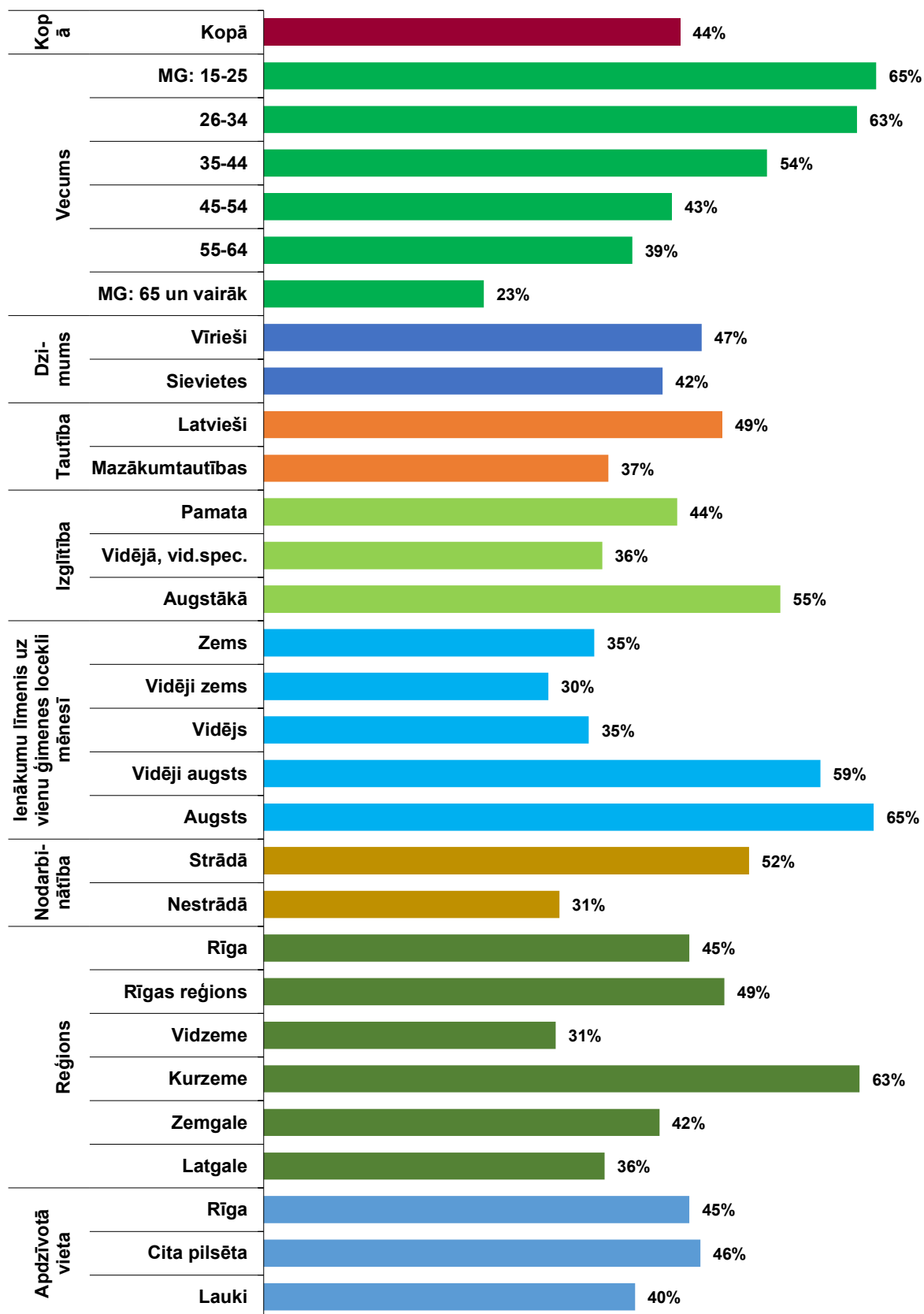
Rezultātu apkopojums par dažādu informācijas resursu/ mediju veidu lietošanu:



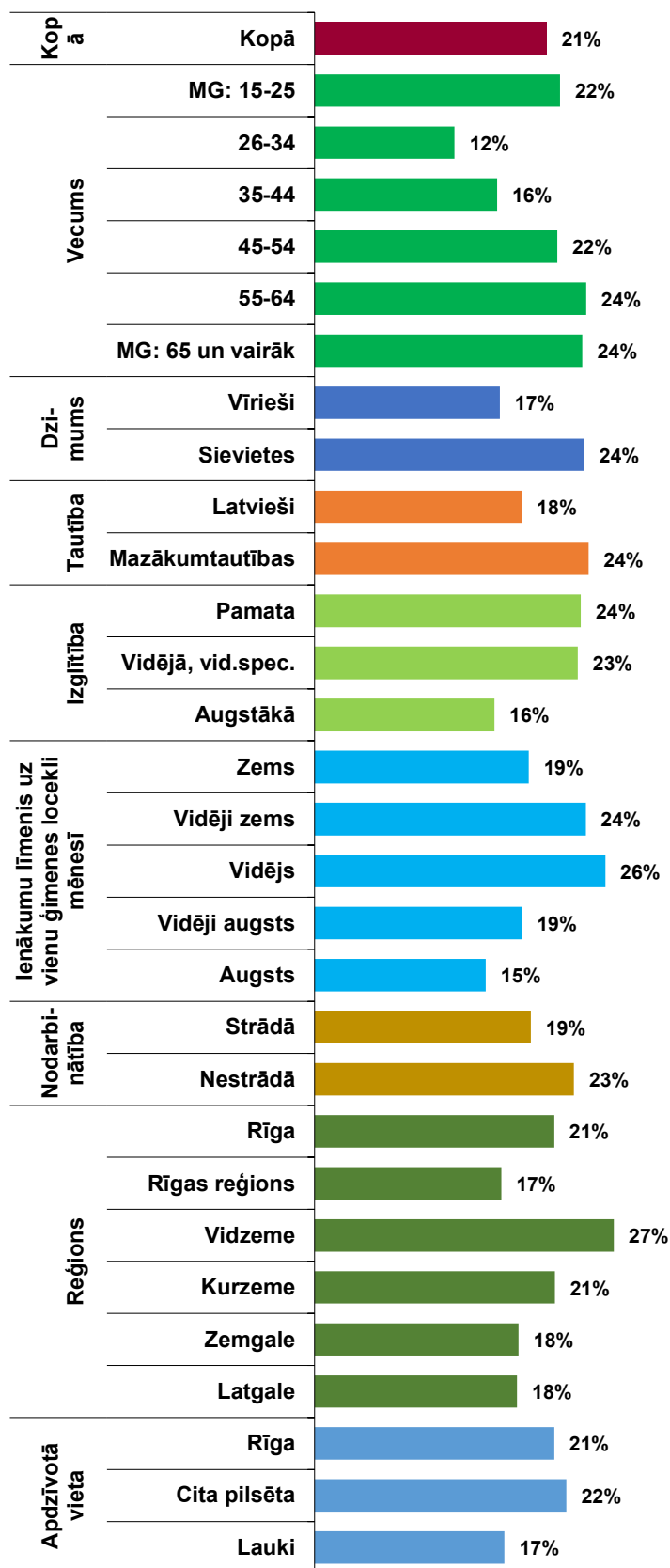
Skatās televīziju (zemes televīzija, kabeļtelevīzija, IP televīzija, interneta televīzija, satelīttelevīzija)
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



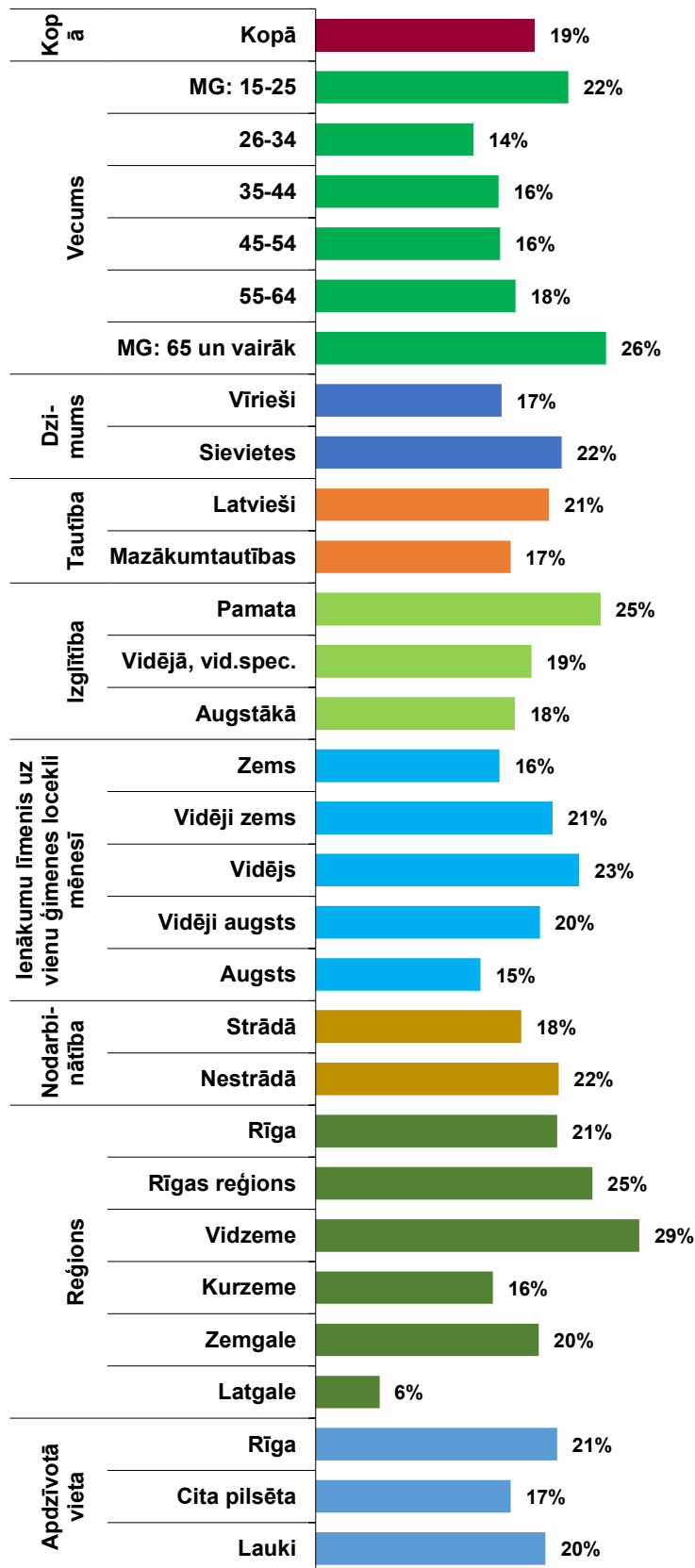
Lieto televīziju, izmantojot tehnoloģiju
Interneta televīzija
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



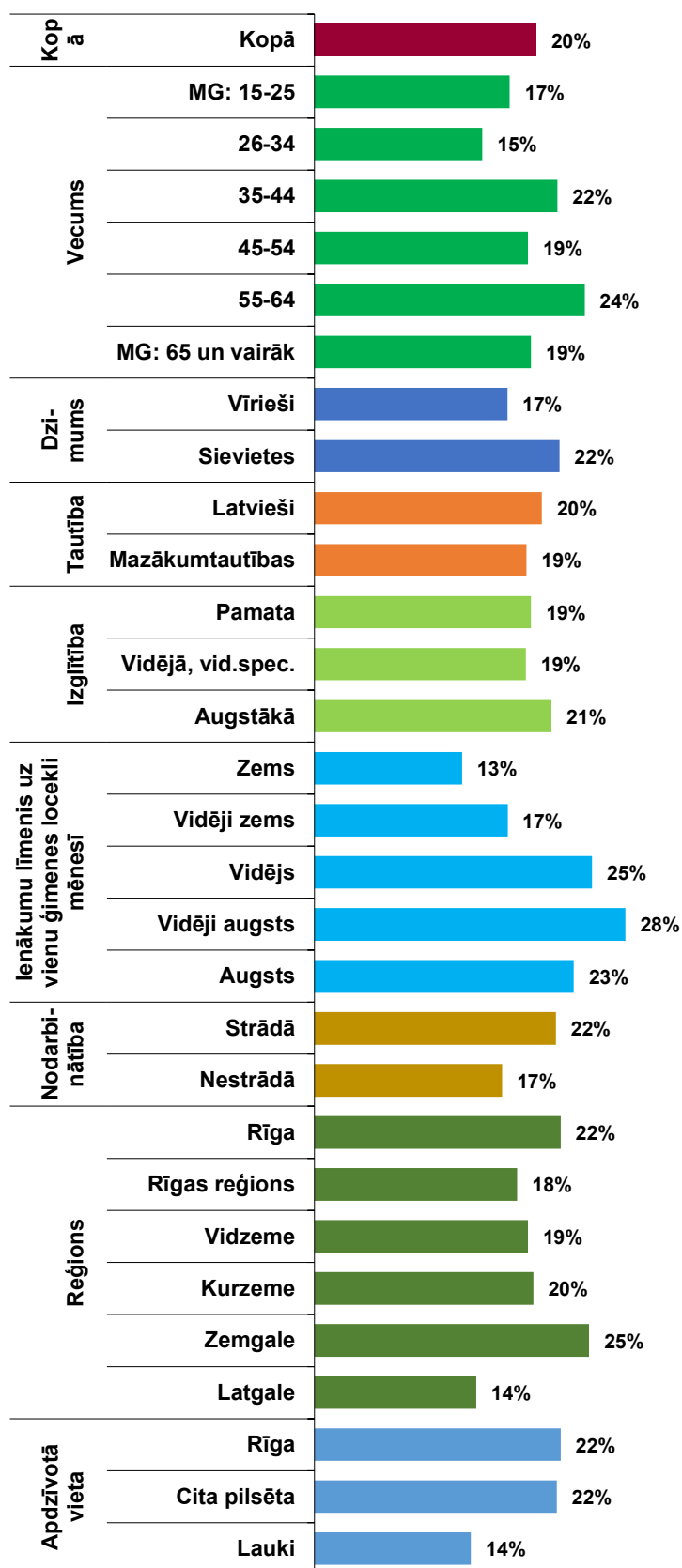
Lieto televīziju, izmantojot tehnoloģiju
Kabeļtelevīzija
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



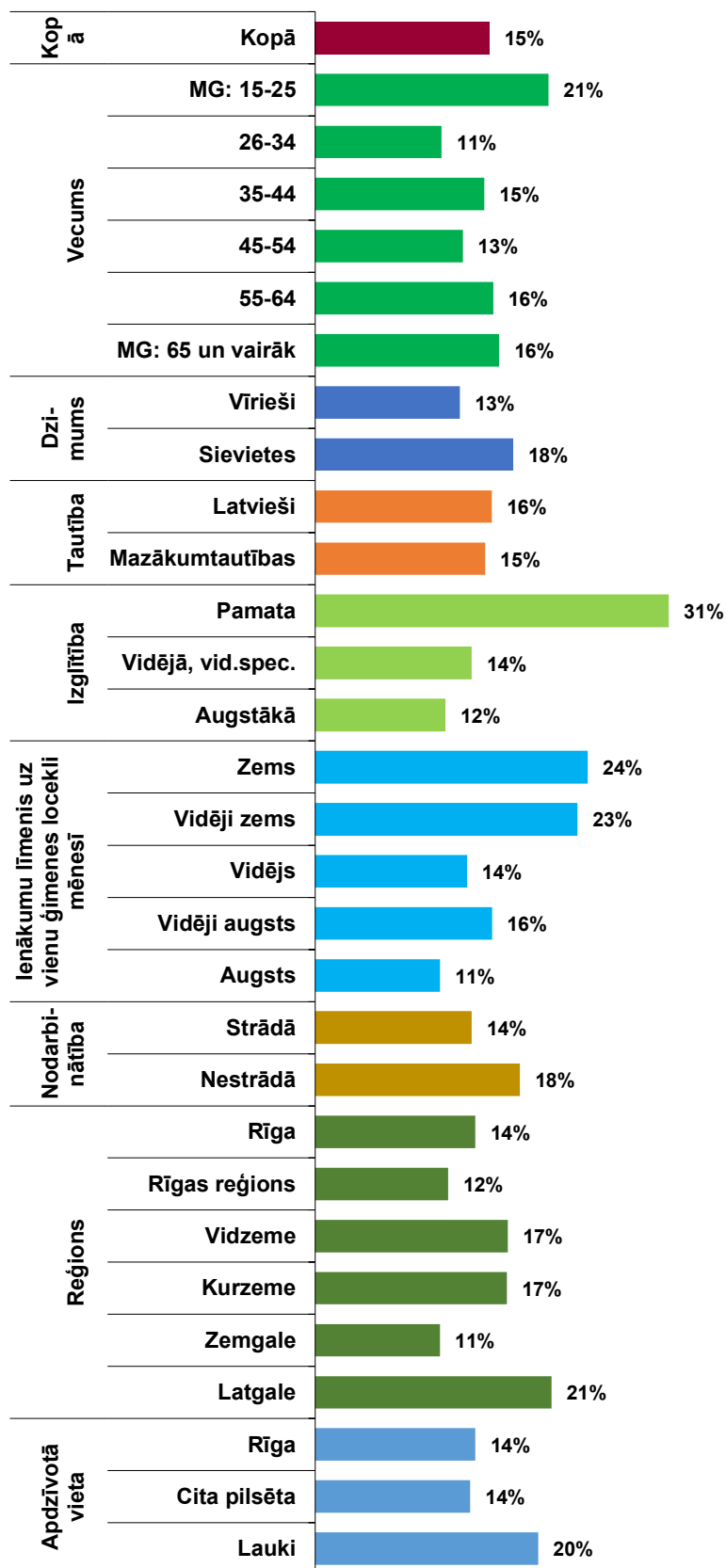
Lieto televīziju, izmantojot tehnoloģiju
Maksas televīzijas zemes apraide
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



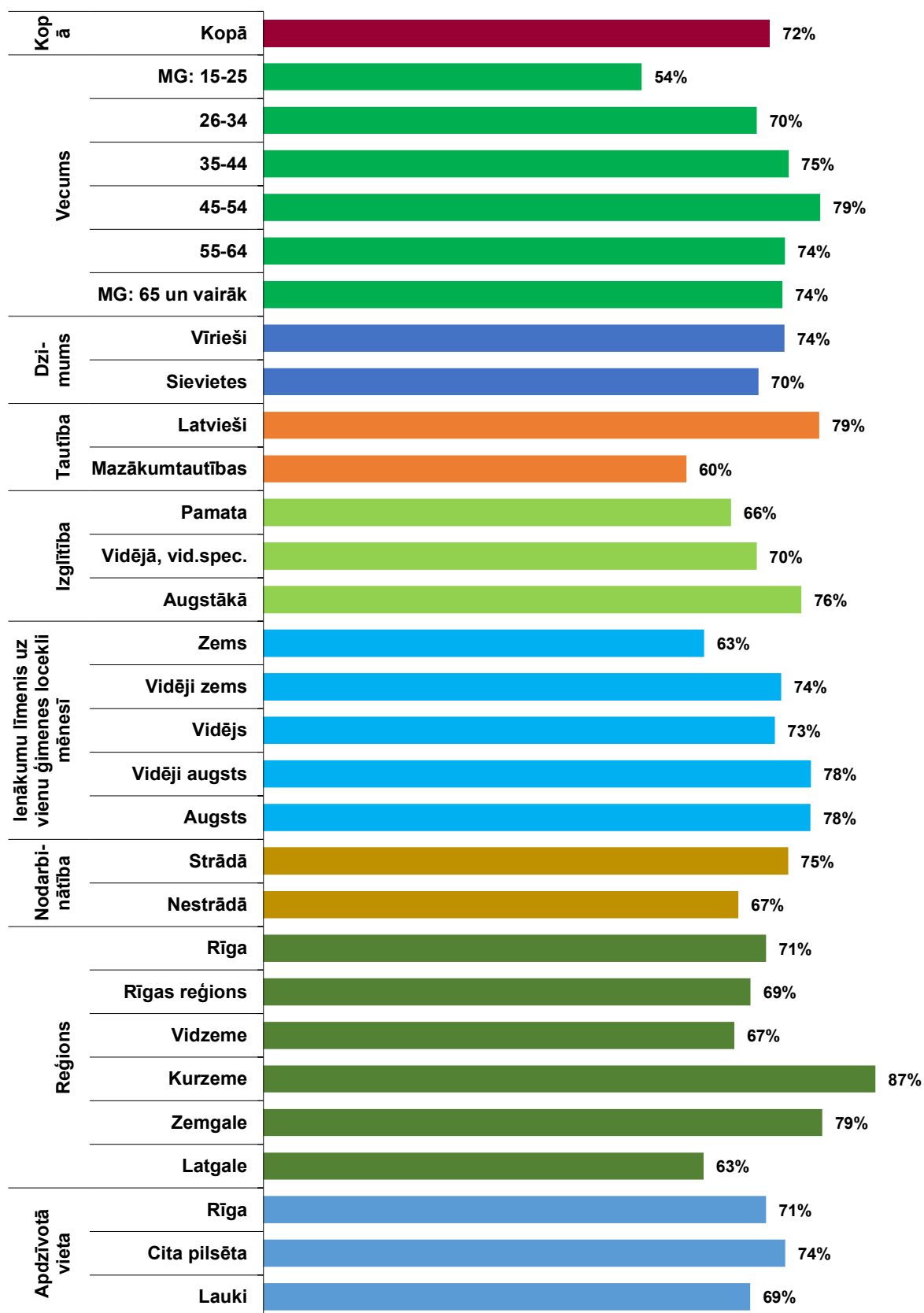
Lieto televīziju, izmantojot tehnoloģiju
IP televīzija
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



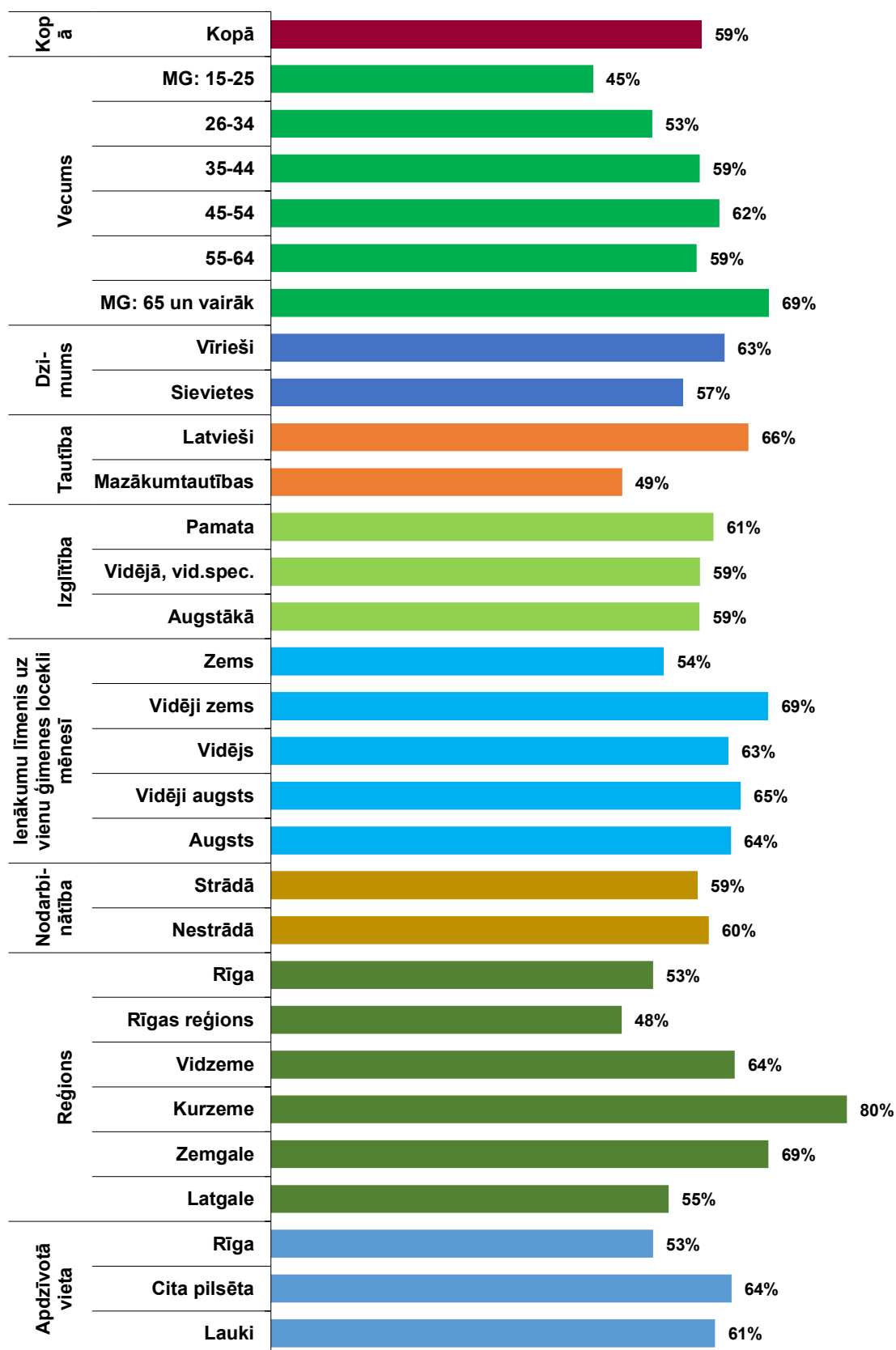
Lieto televīziju, izmantojot tehnoloģiju
Bez maksas televīzijas zemes apraide
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



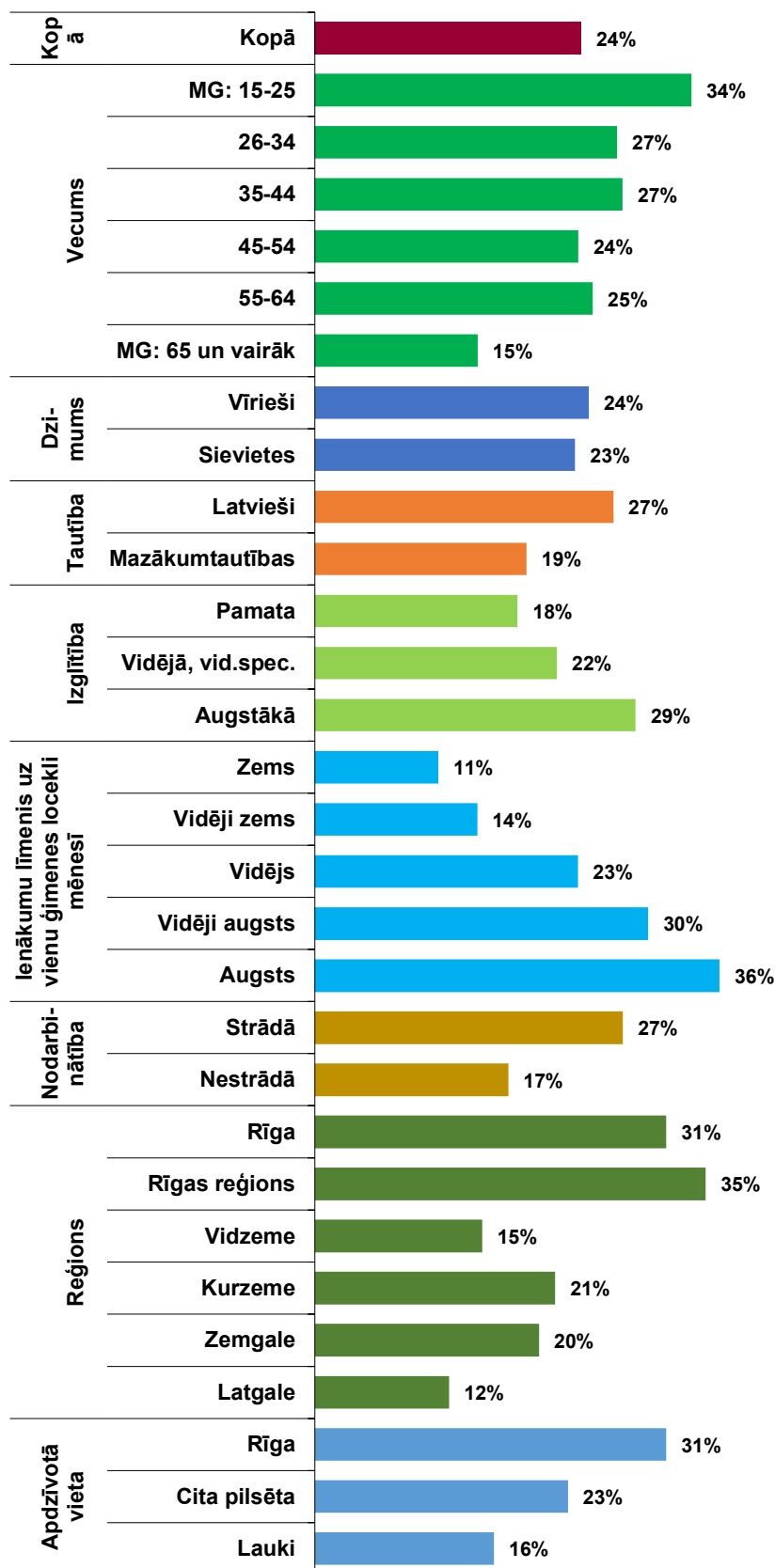
Klausās radio (tradicionālā FM radio apraide, radio internetā, mobilās aplikācijas radio staciju uztveršanai)
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



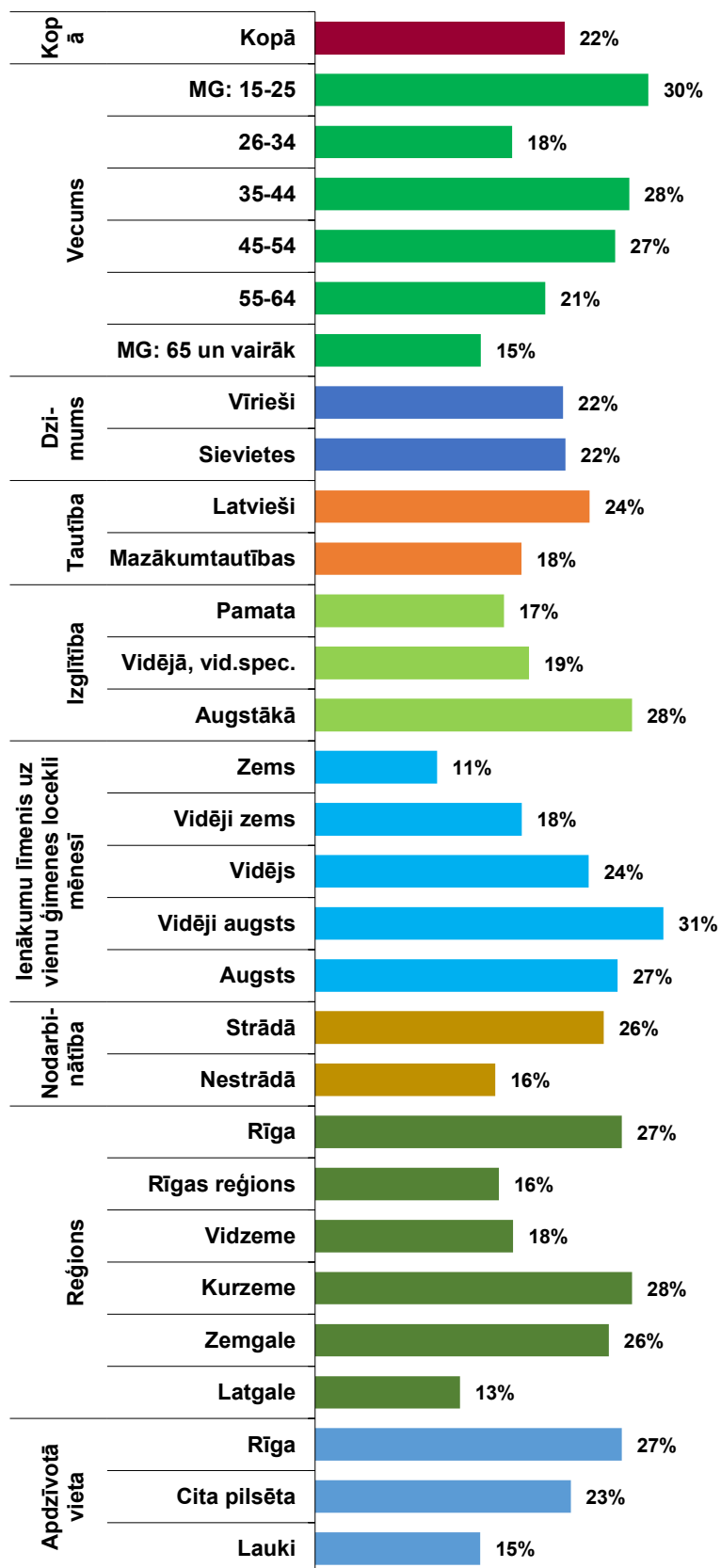
Lieto radio, izmantojot tehnoloģiju
Tradicionālā FM radio pārraide
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



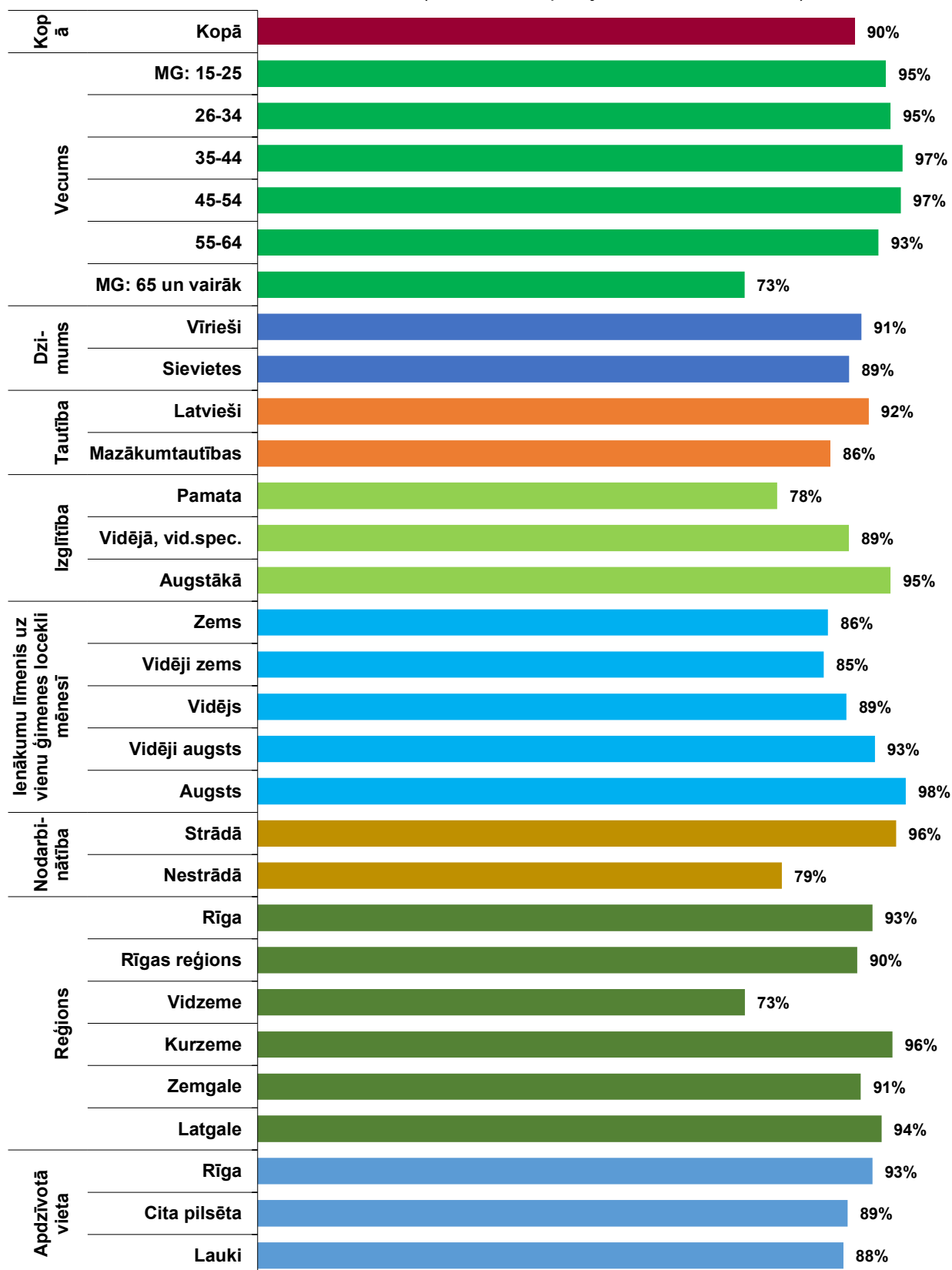
Lieto radio, izmantojot tehnoloģiju
Mobilās aplikācijas radio staciju uztveršanai izmantojot internetu
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



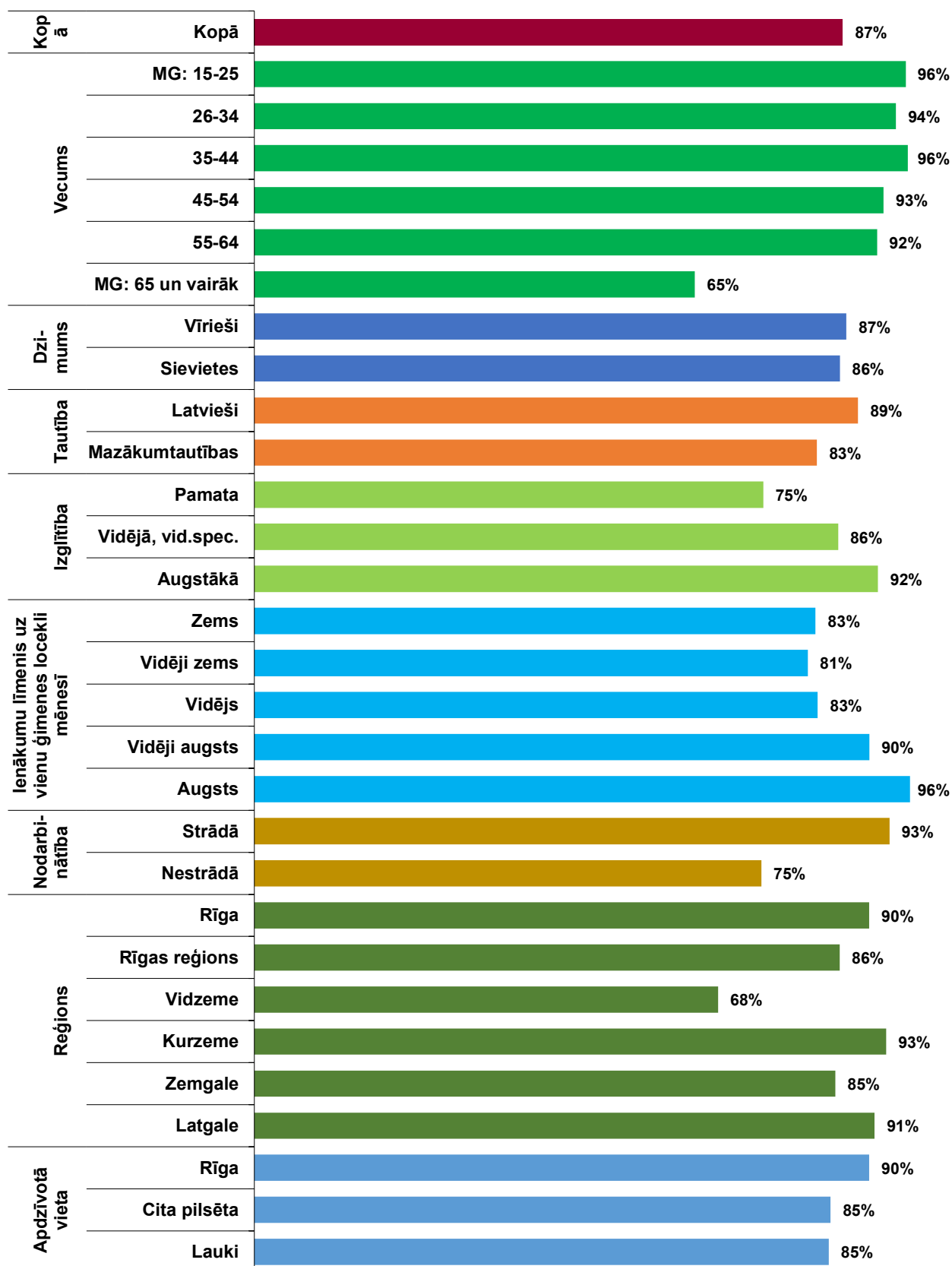
Lieto radio, izmantojot tehnoloģiju
Radio internetā
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



Lieto internetā bāzētas platformas un ziņu kanālus (interneta vietnes, sociālie mediji, ziņapmaiņas un zvanu platformas, blogi, podkāsti, mobilās lietotnes/ aplikācijas)
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



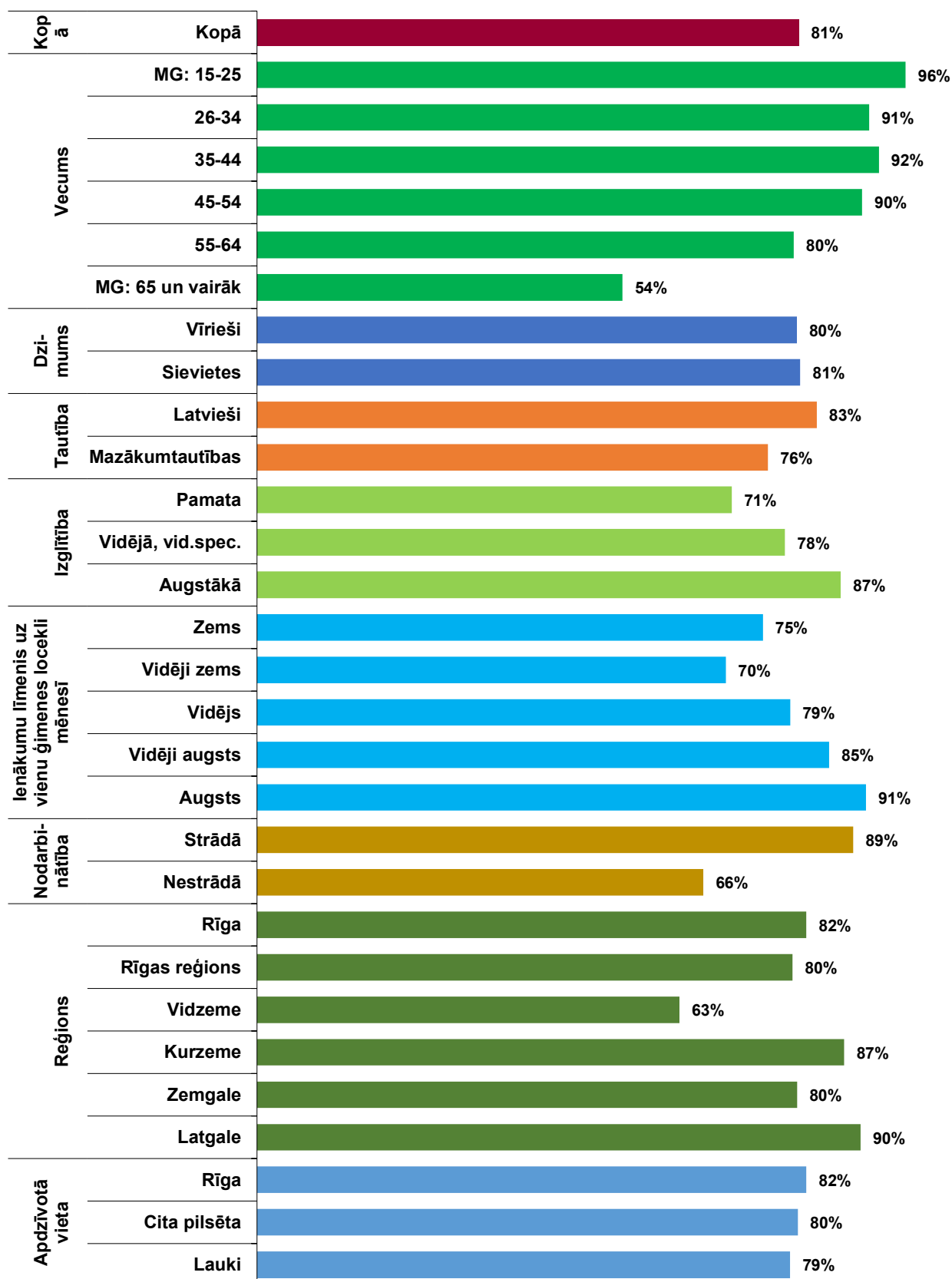
Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:
Ziņapmaiņas un zvanu platformas
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



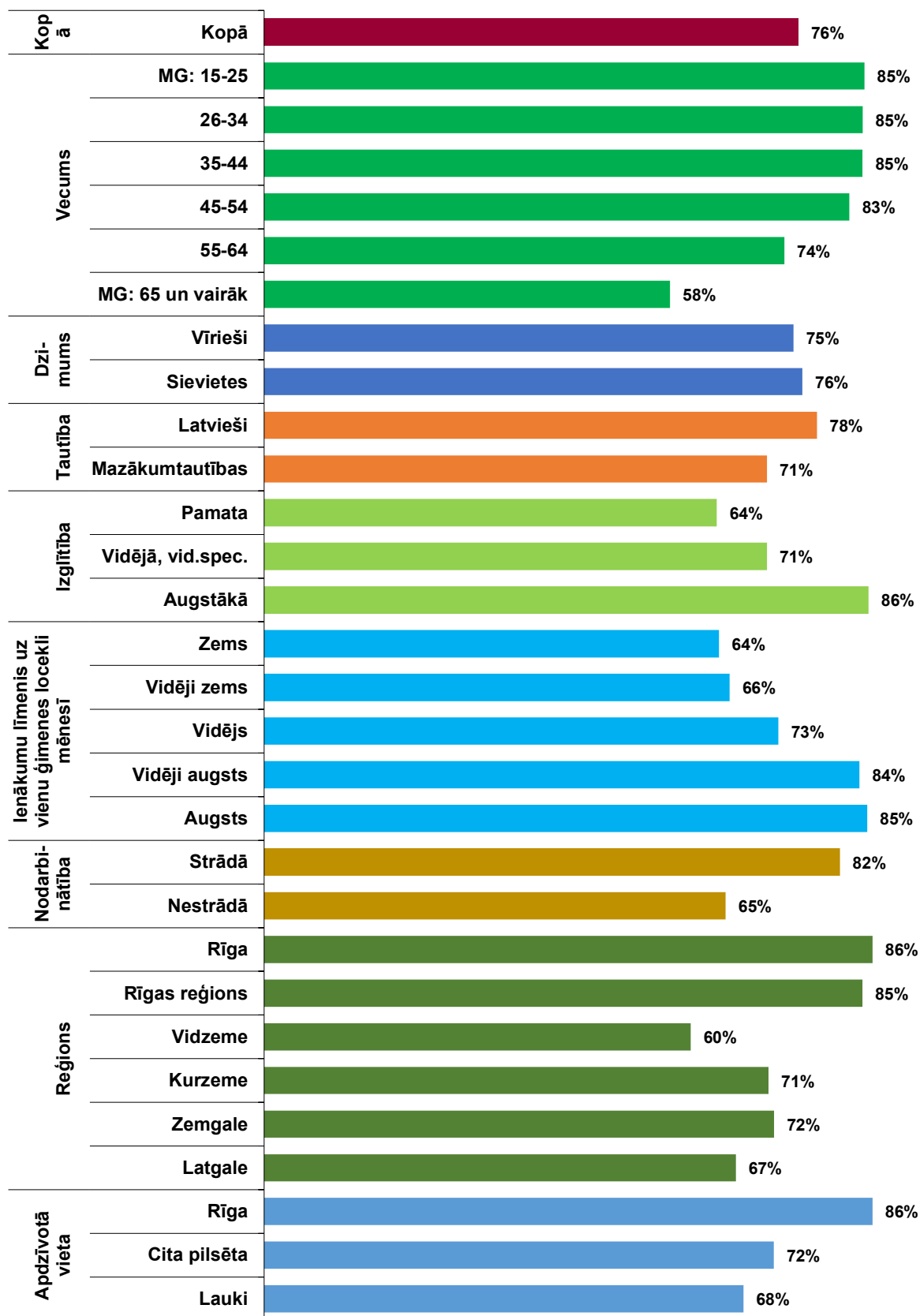
Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:

Sociālie mediji

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



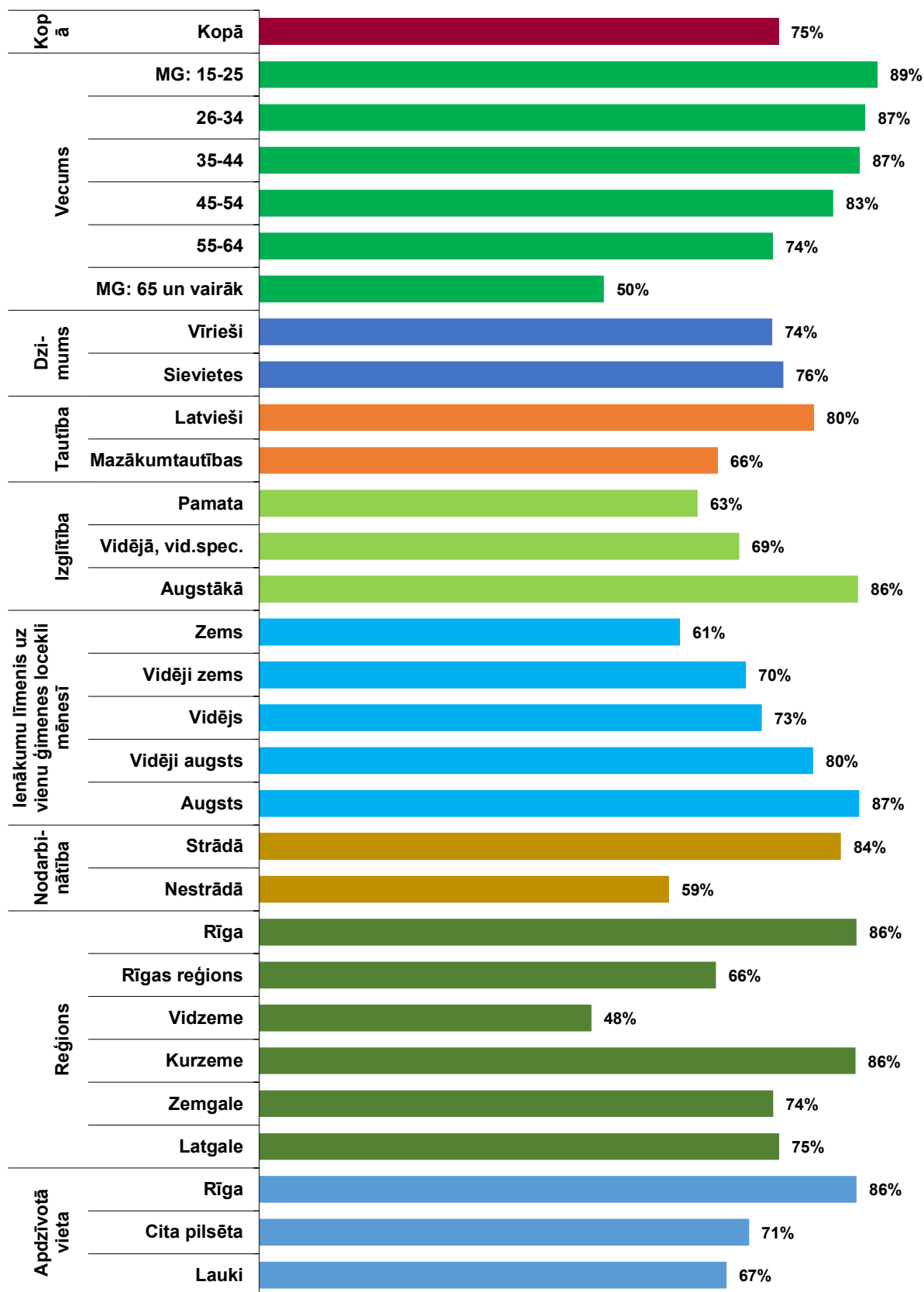
Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:
Mobilās lietotnes
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:

Interneta vietnes

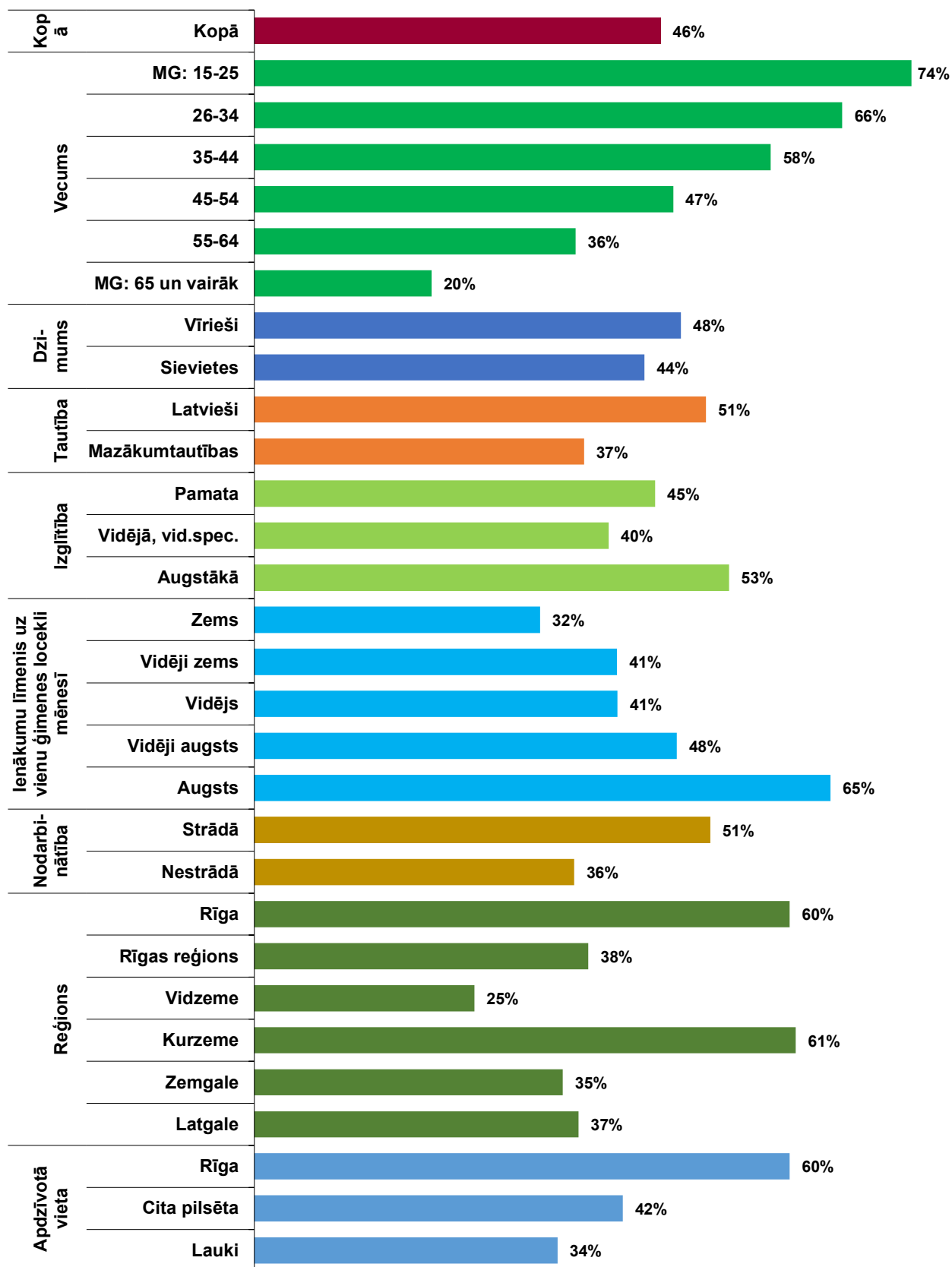
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:

Podkāsti

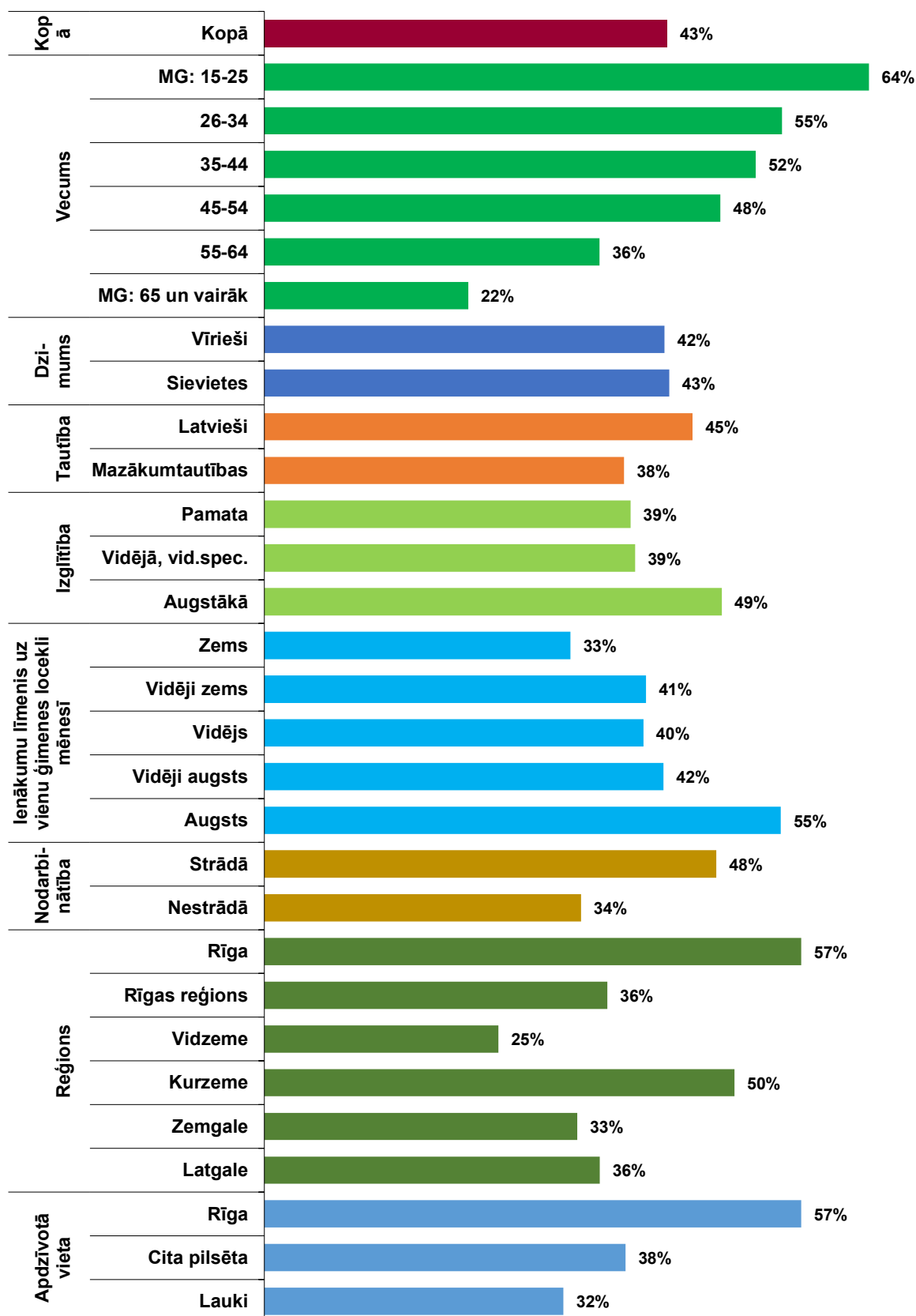
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



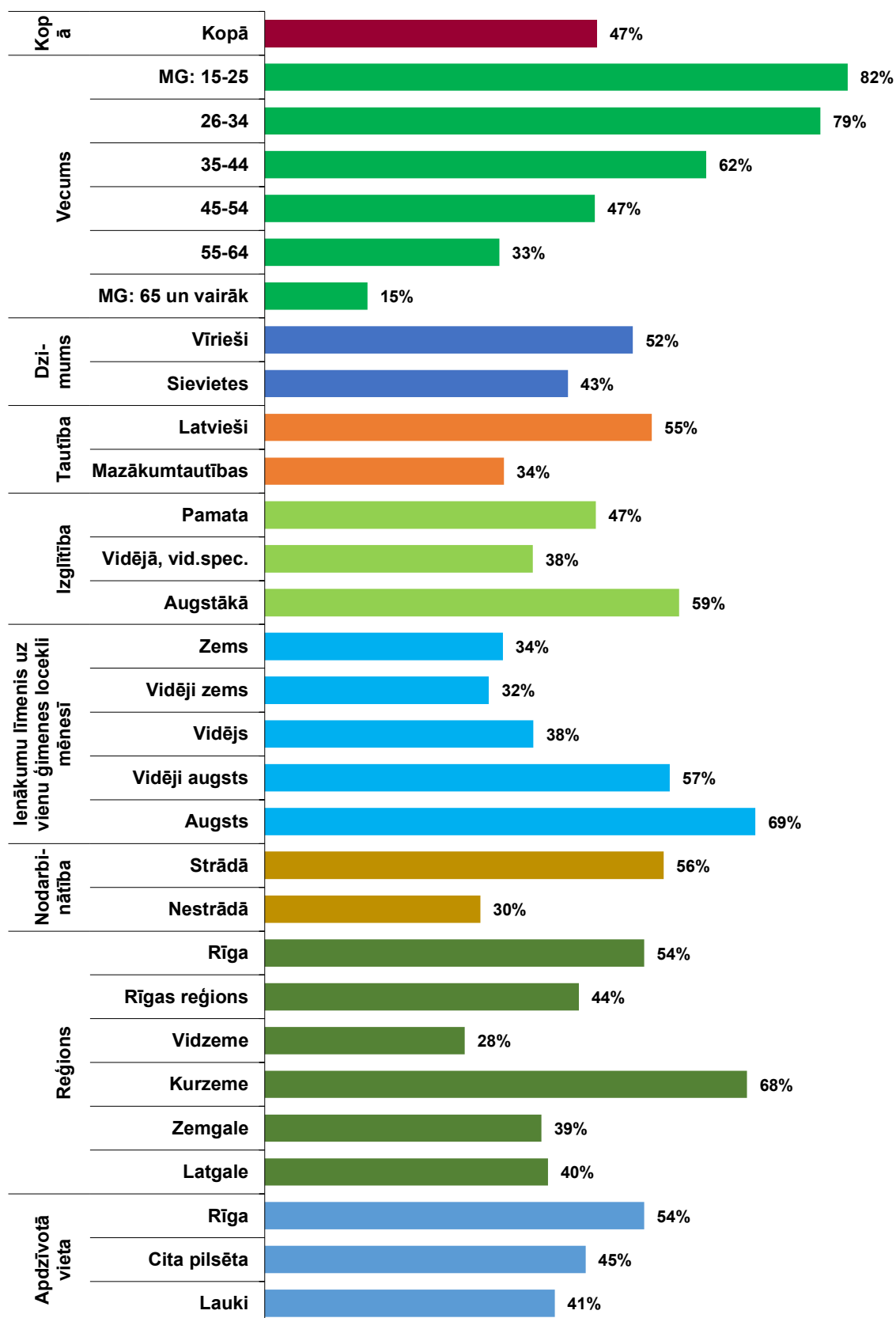
Lieto internetā bāzētās platformas un ziņu kanālus:

Blogi

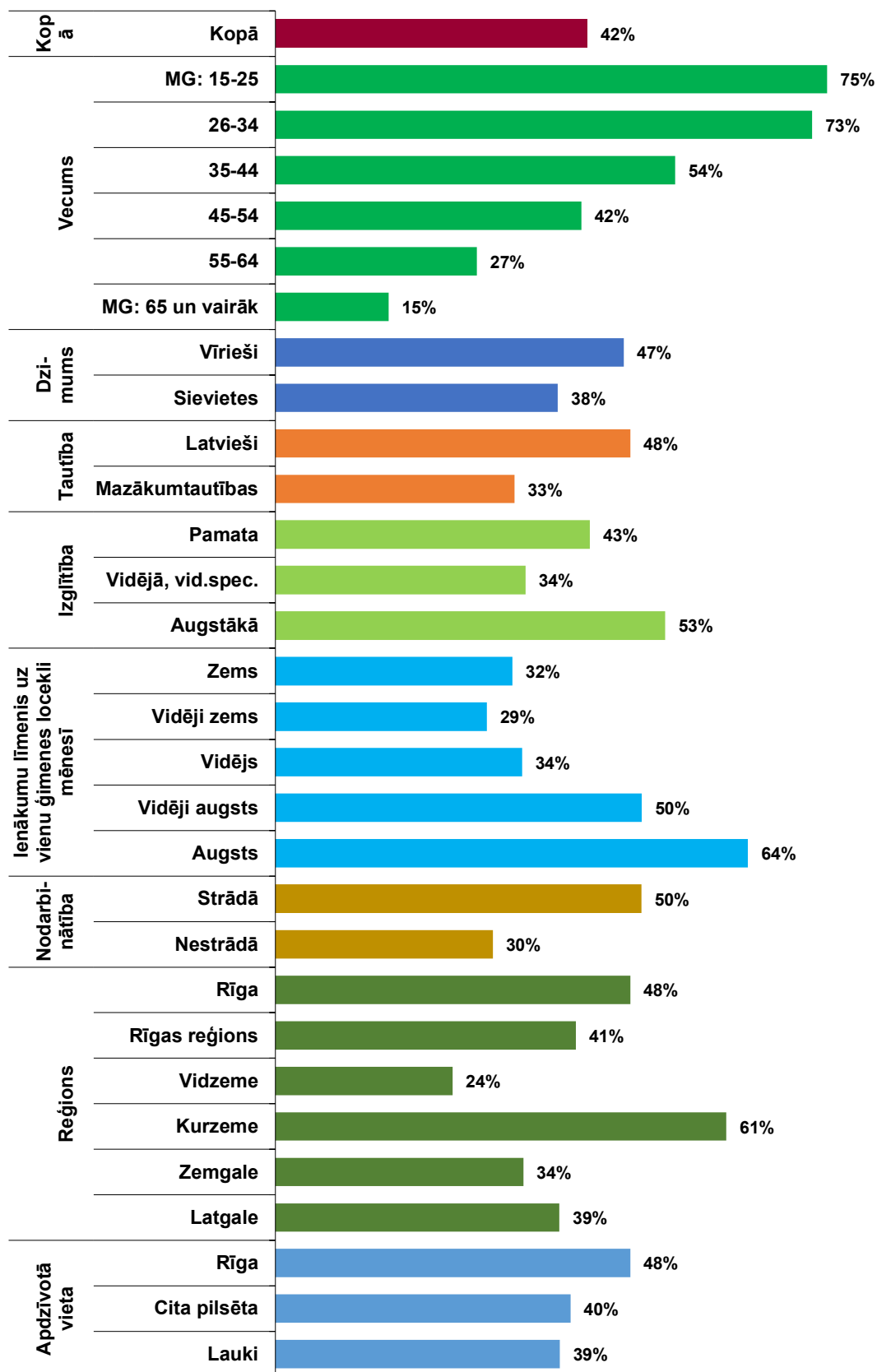
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



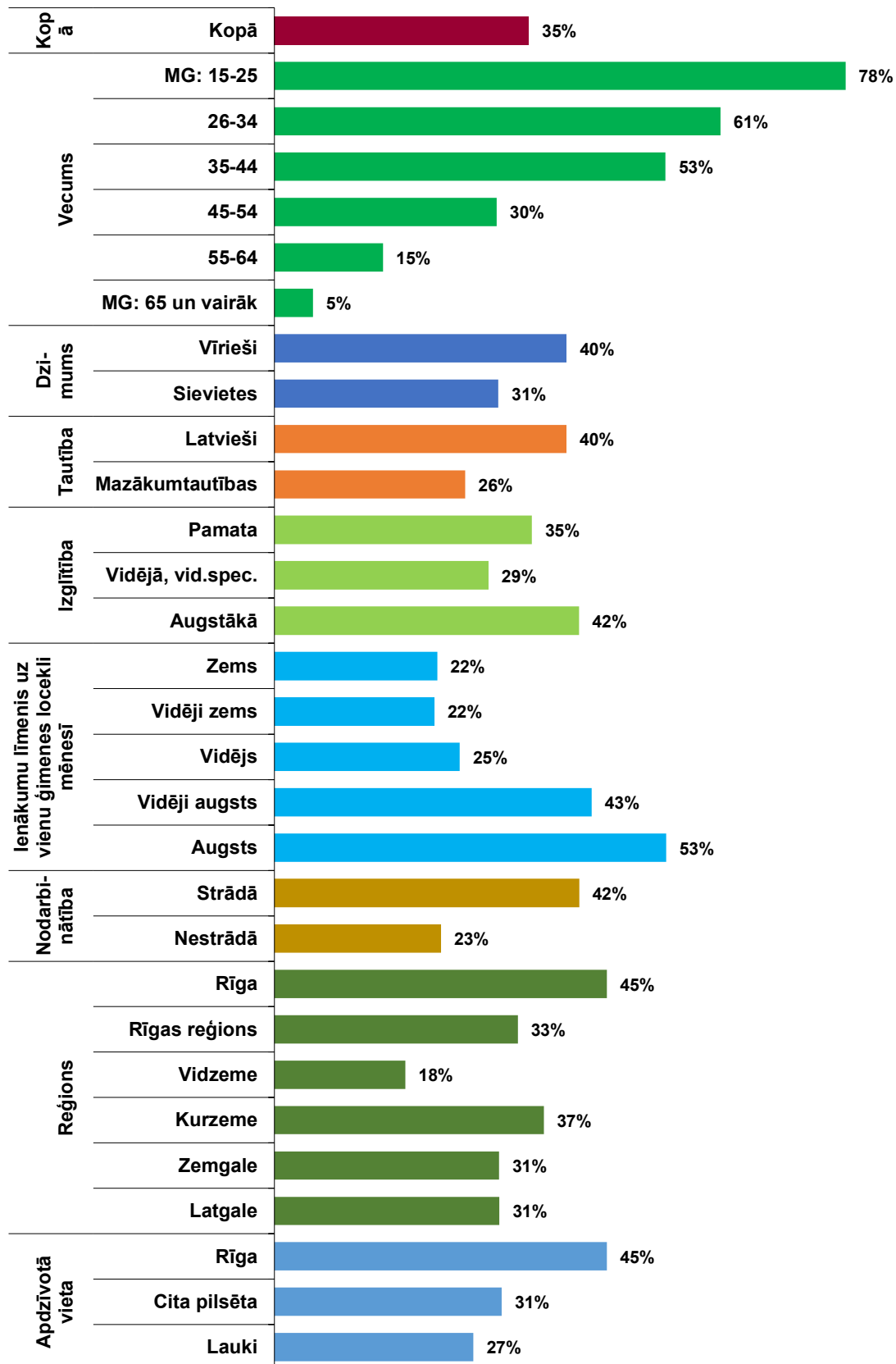
Izmanto straumēšanas pakalpojumus (video pakalpojumi pēc pieprasījuma,
mūzikas straumēšanas pakalpojumi)
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



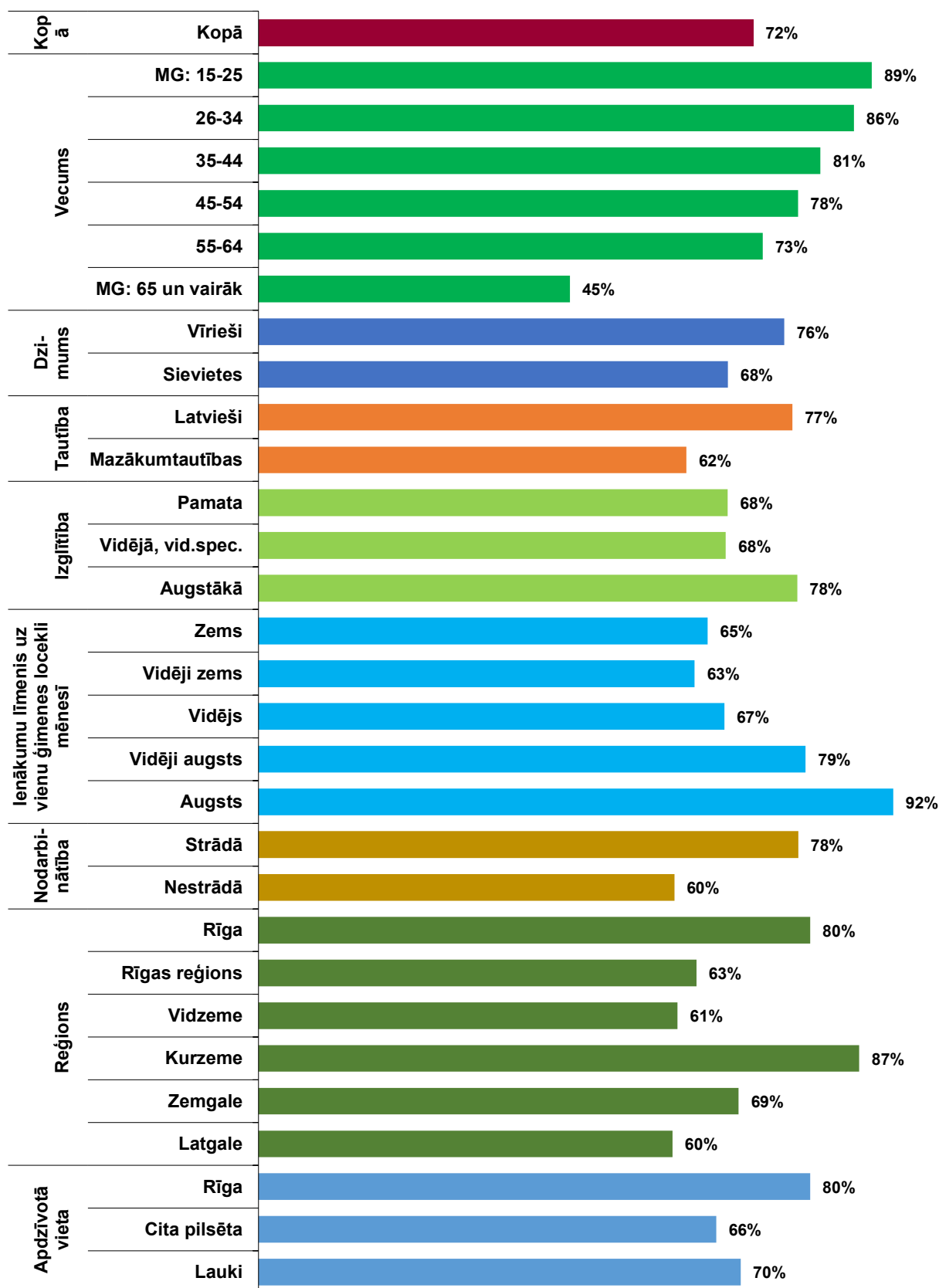
Lieto straumēšanas pakalpojumus:
Video pakalpojumi pēc pieprasījuma
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



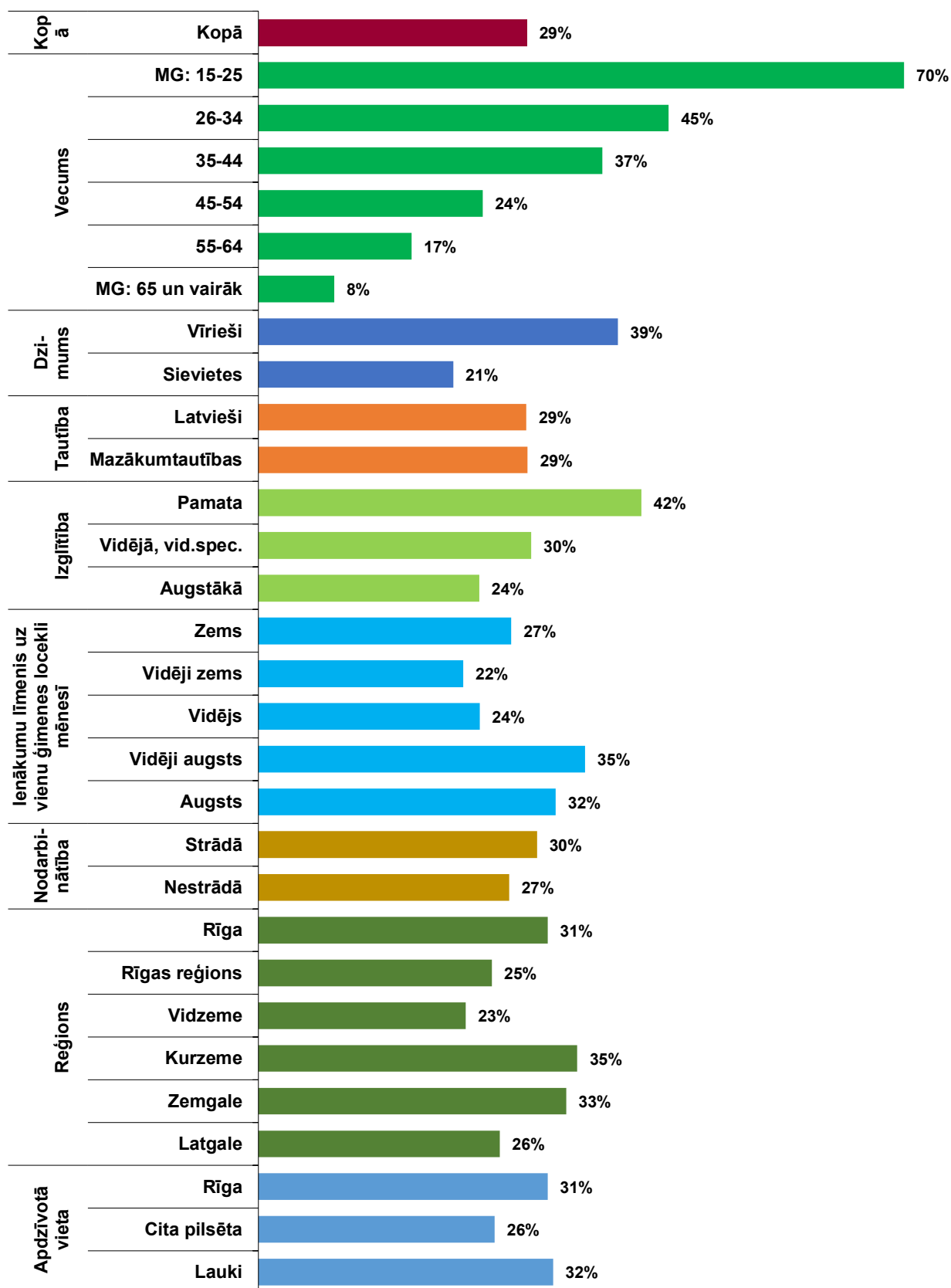
Lieto straumēšanas pakalpojumus:
Mūzikas straumēšanas pakalpojumi
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



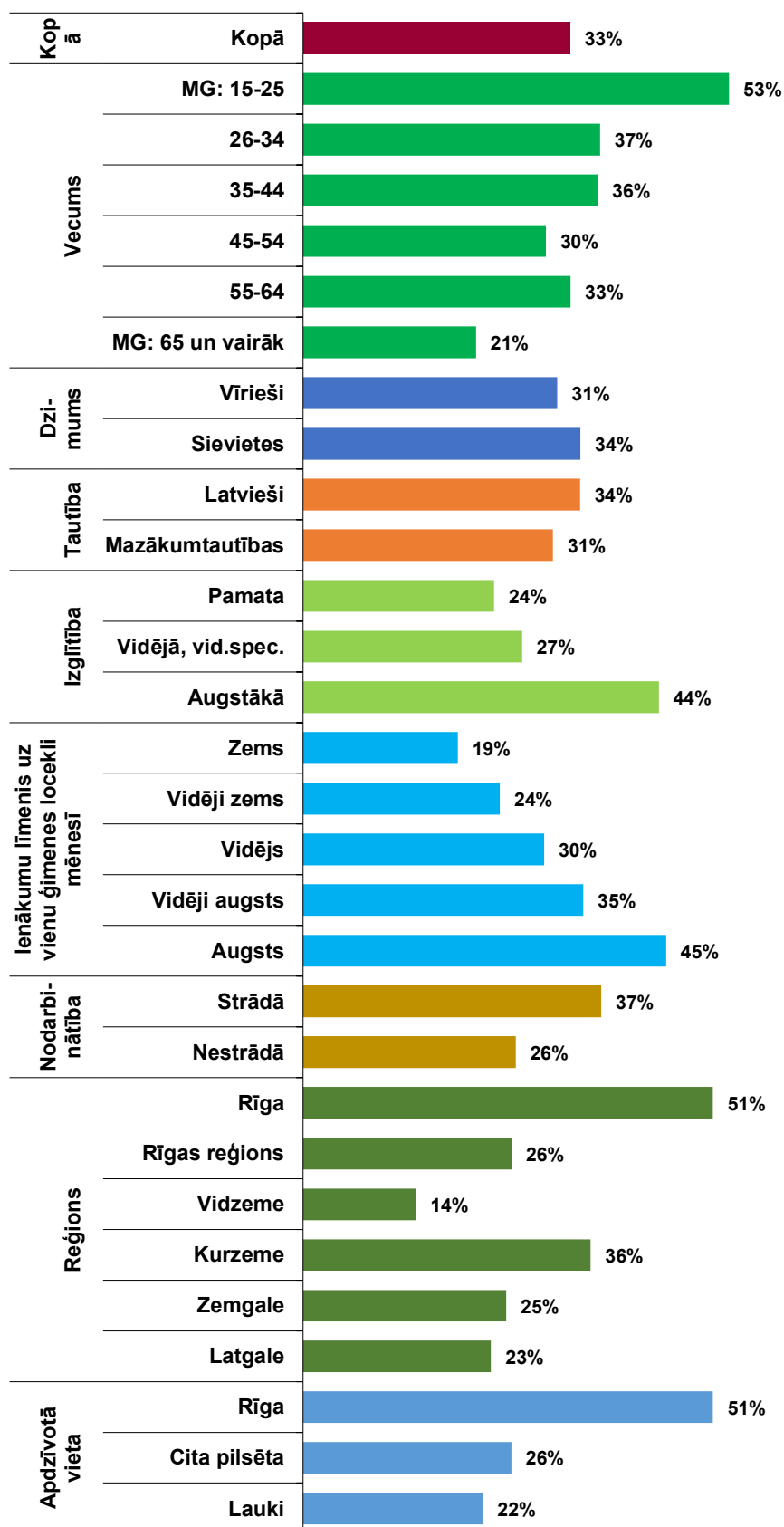
Lieto:
Video koplietošanas platformas, piem., YouTube
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



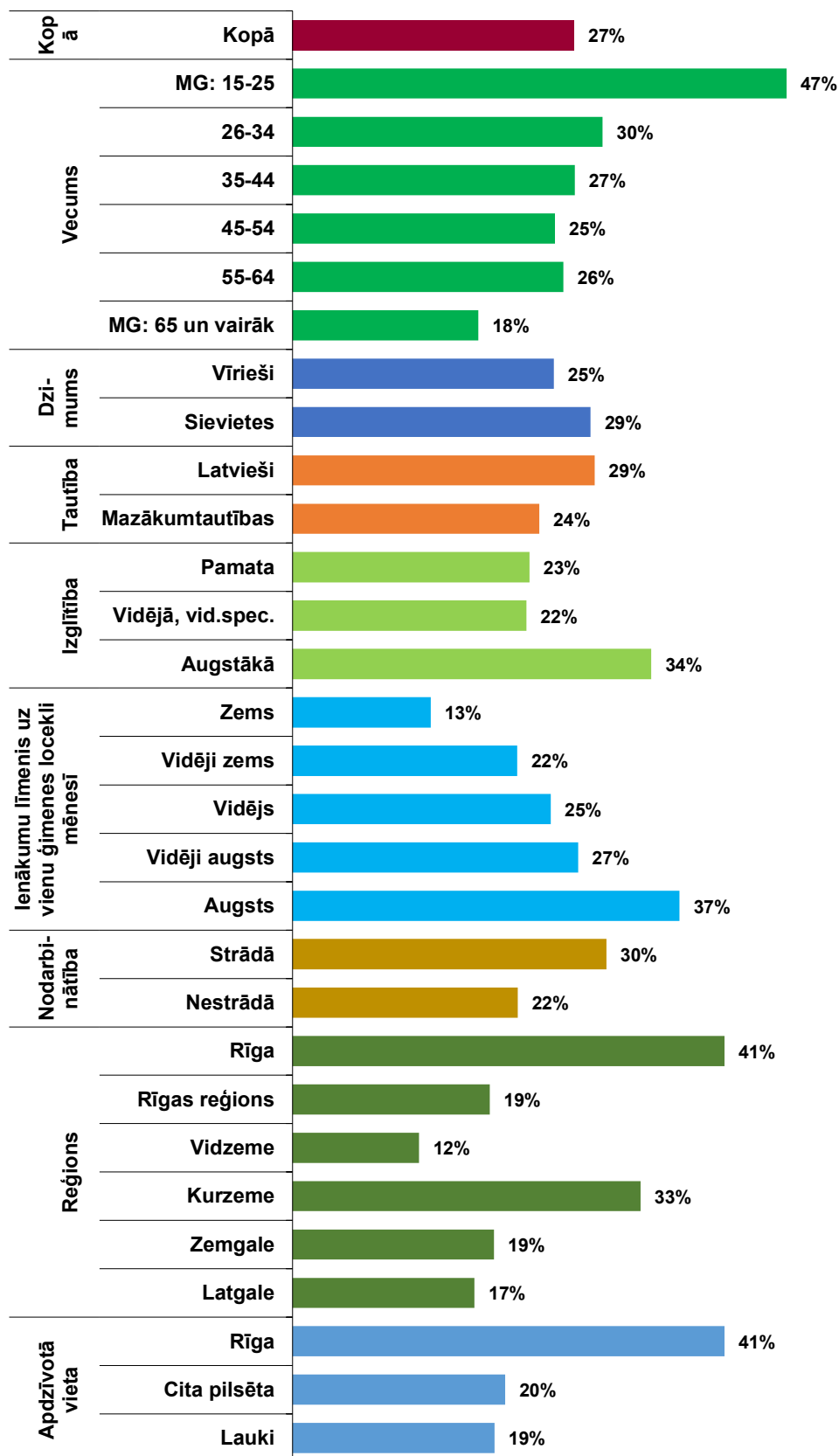
Lieto:
Videospēles
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



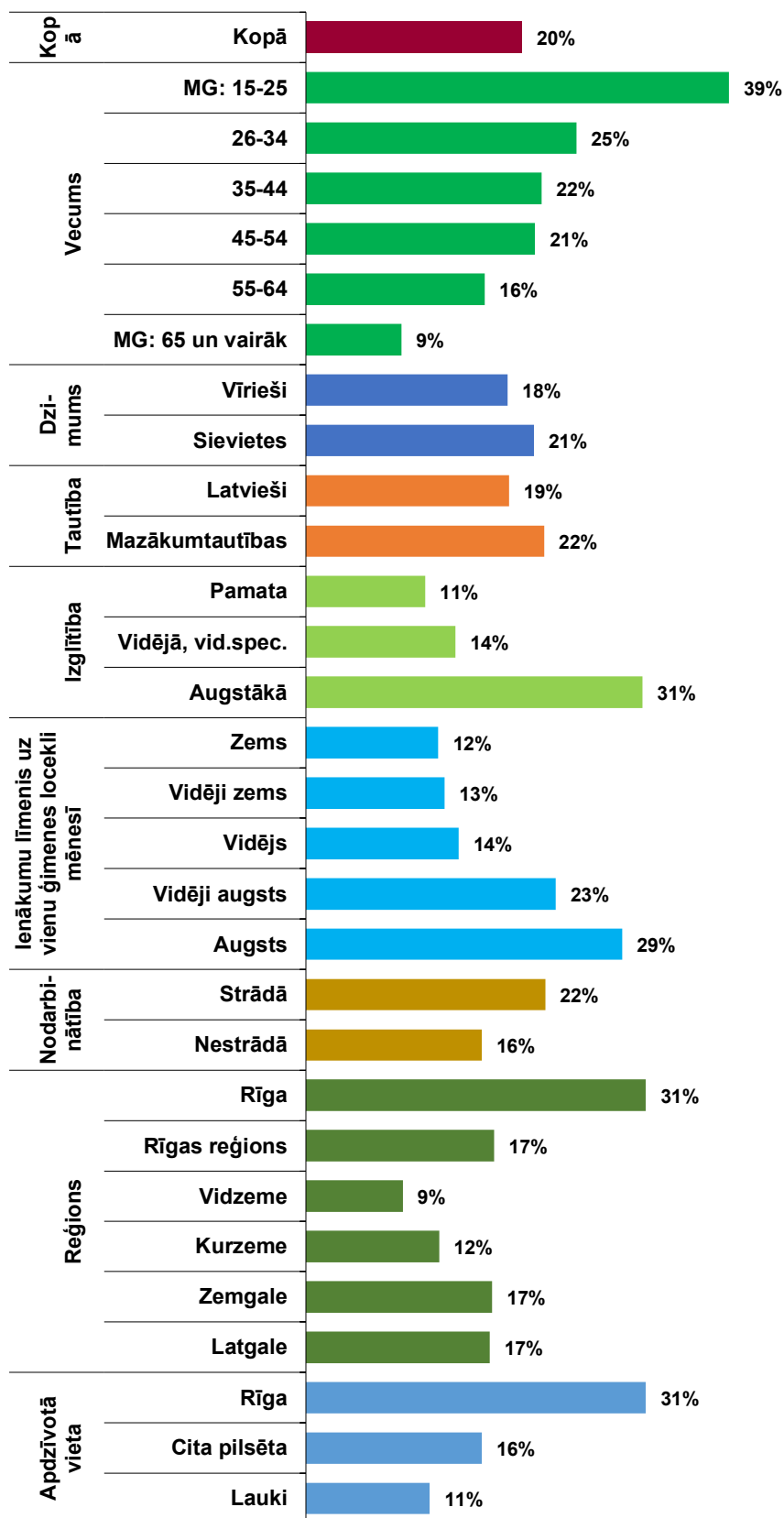
Lasa e-grāmatas un digitālos izdevumus (digitālie žurnāli un laikraksti)
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



Lieto:
Digitālie žurnāli un laikraksti
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



Lieto:
E-grāmatas
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



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

Aptaujas jautājums:

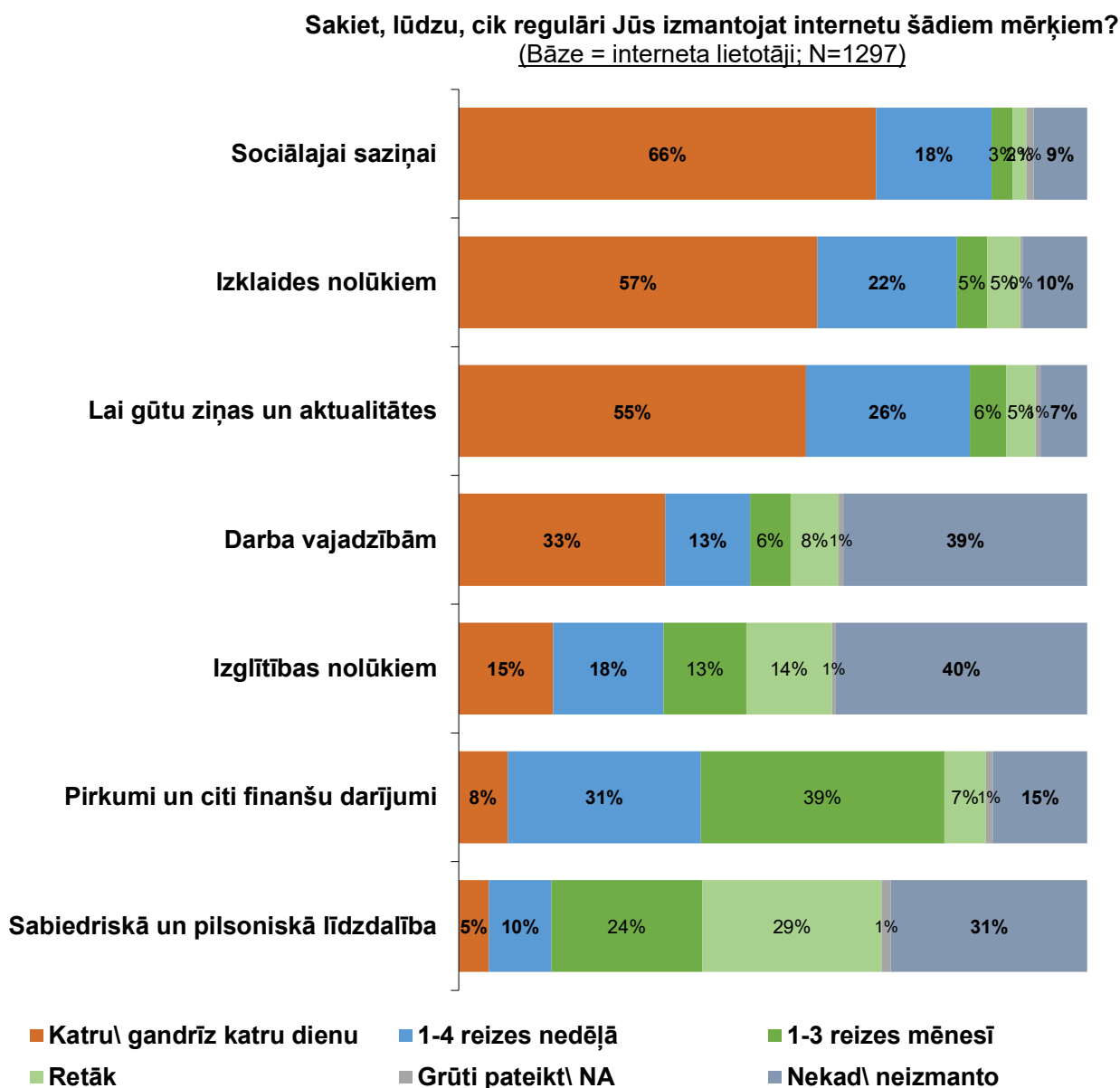
- “Vai Jūs vispār lietojat internetu?”



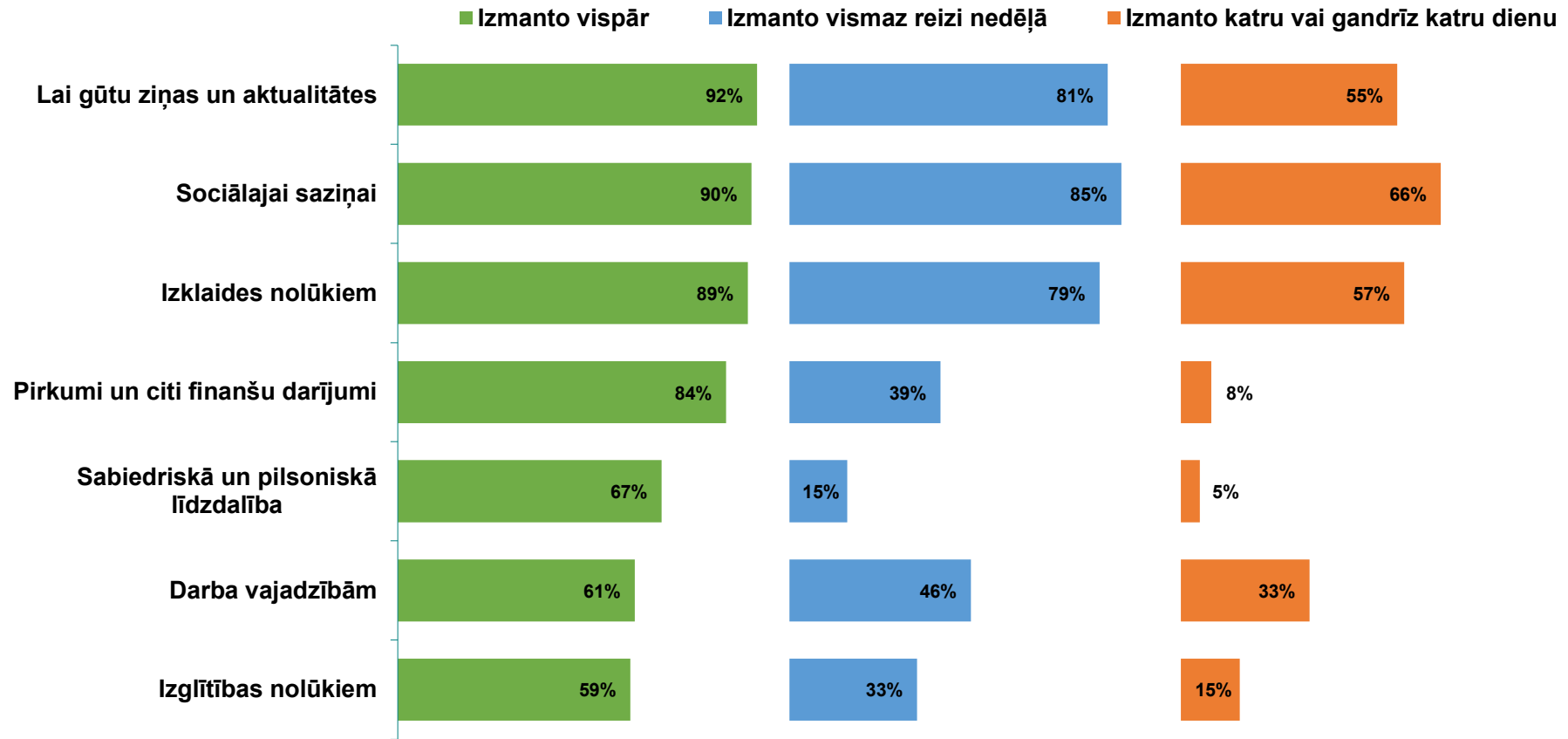
Turpmākie aptaujas jautājumi tika uzdoti tikai tiem respondentiem (1297), kuri lieto internetu.

Aptaujas jautājums:

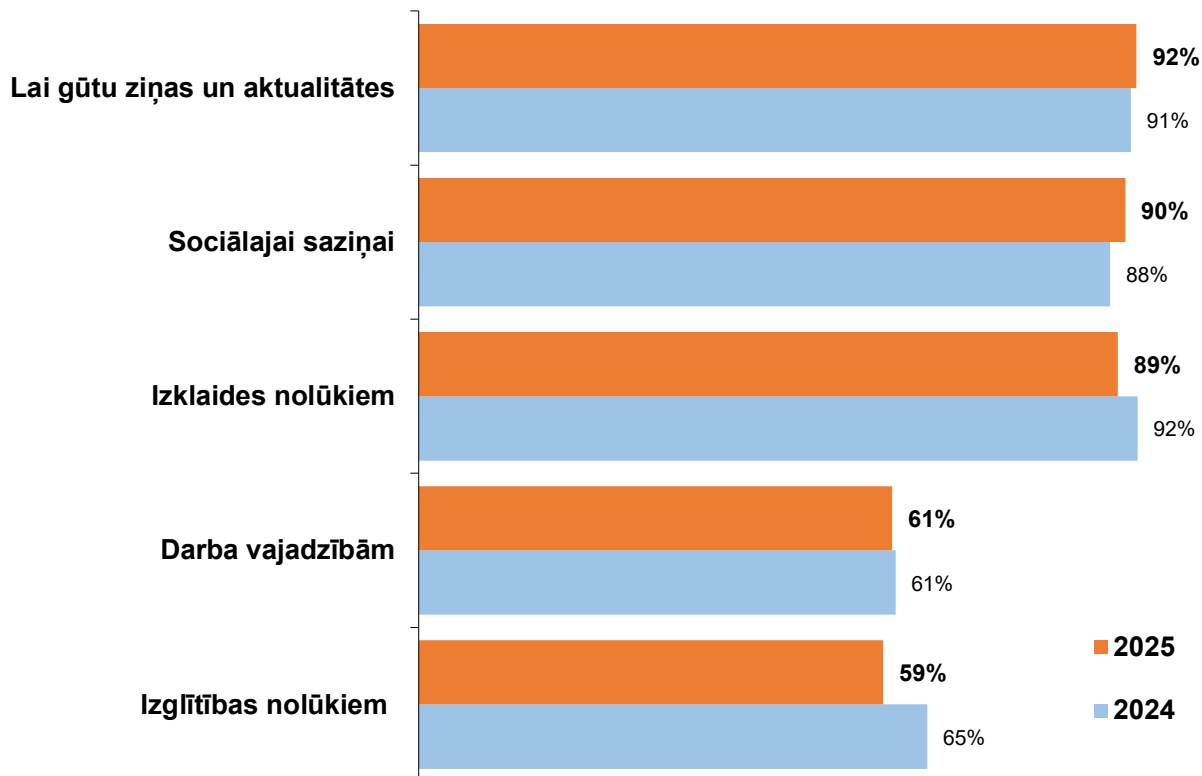
- “Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat internetu šādiem mērķiem?”



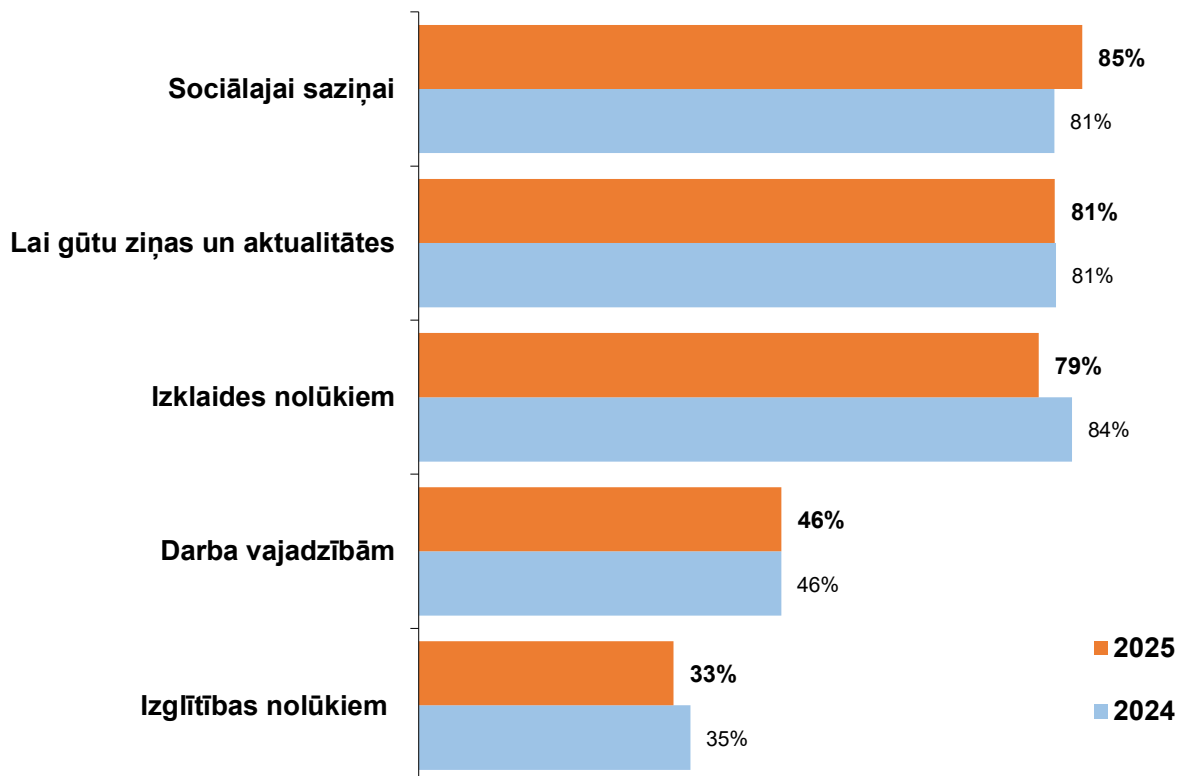
Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat internetu šādiem mērķiem?
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



Vispār izmanto internetu šādiem mērķiem:
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki)

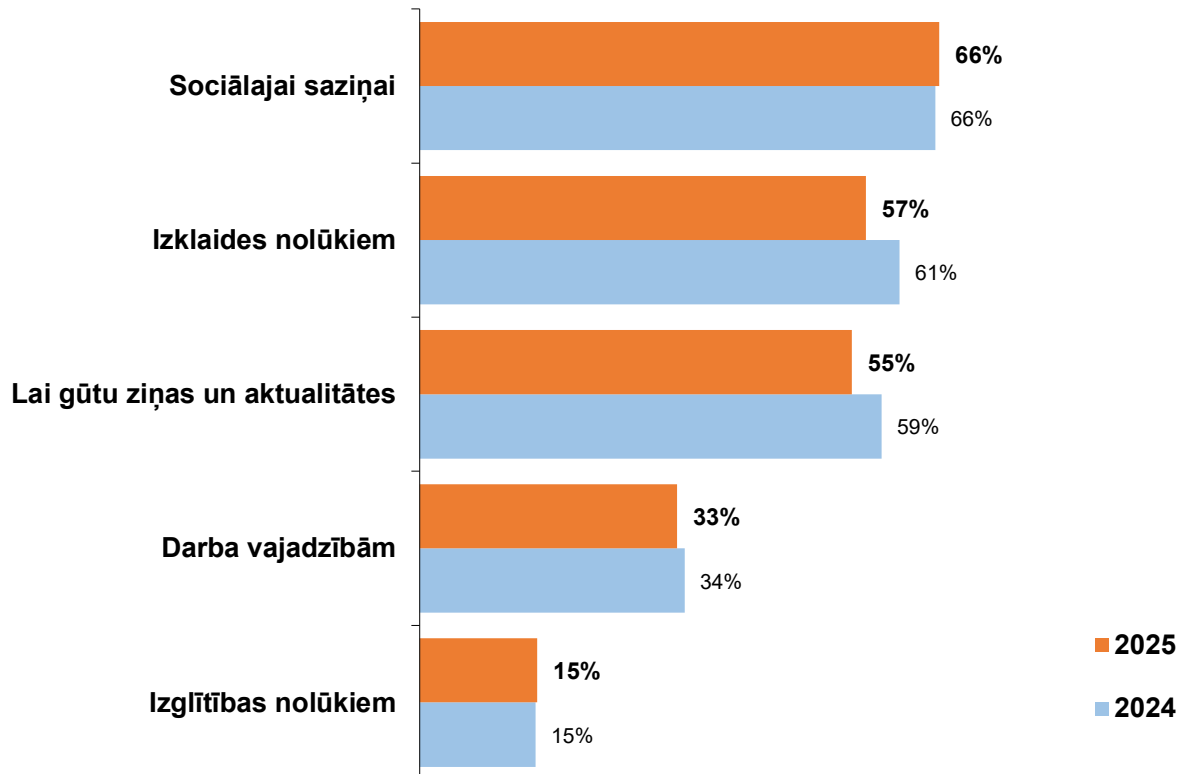


Vismaz rezi nedēļā izmanto internetu šādiem mērķiem:
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki)

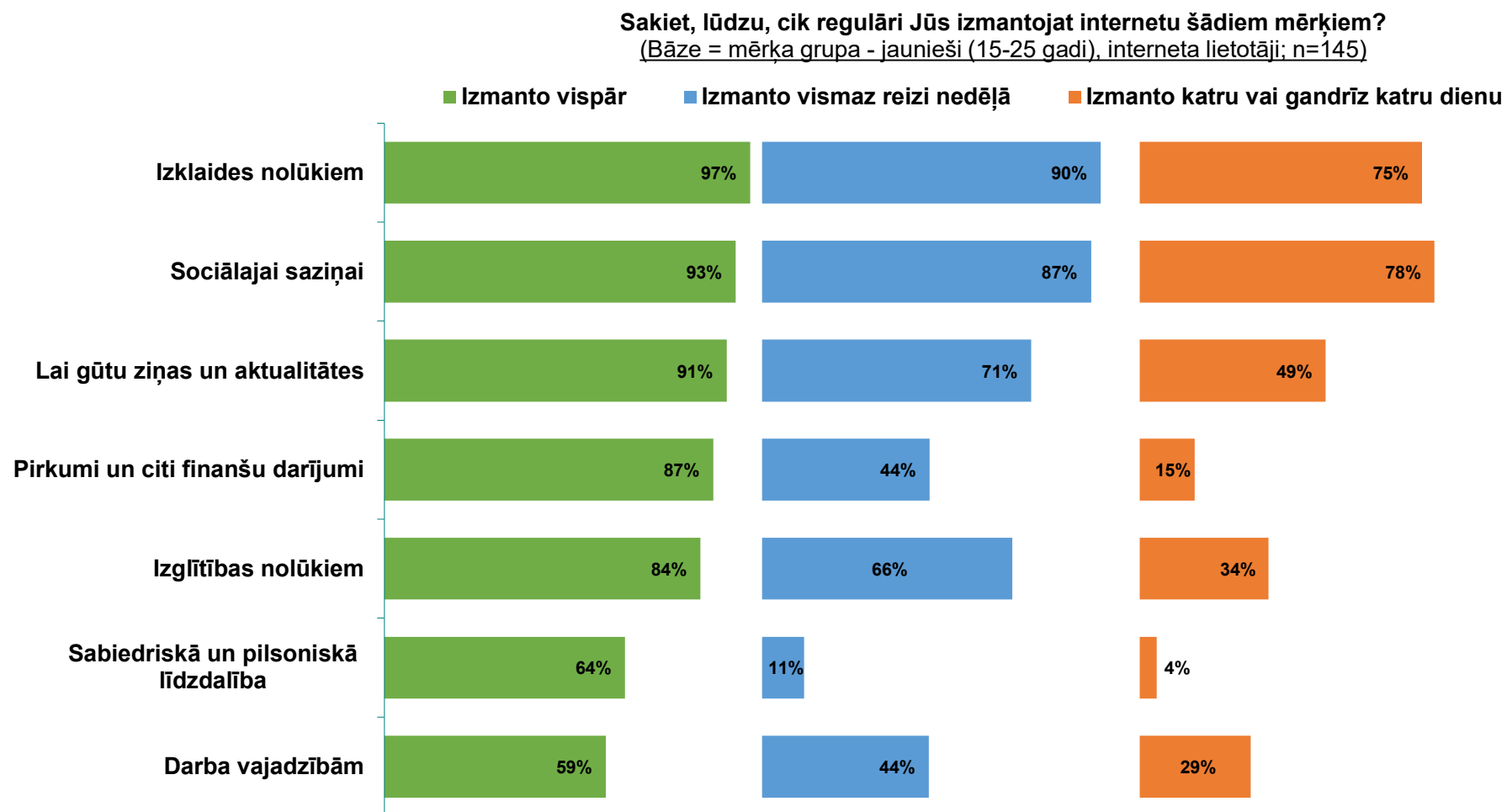


Vismaz rezi nedēļā izmanto internetu šādiem mērķiem:

(Bāze = visi aptaujas dalībnieki)



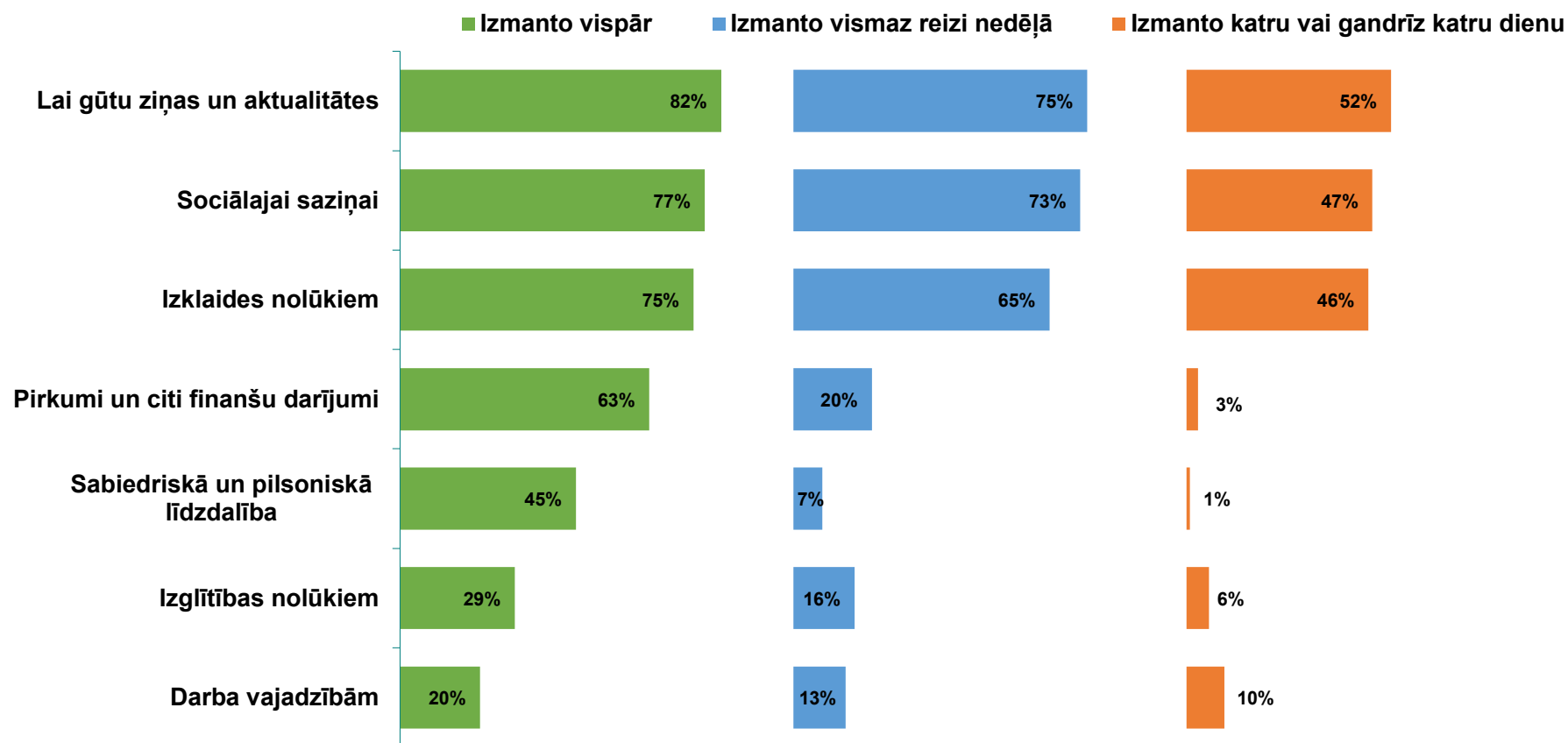
Pētījuma rezultāti jauniešu (15-25 gadi) mērķa grupā:



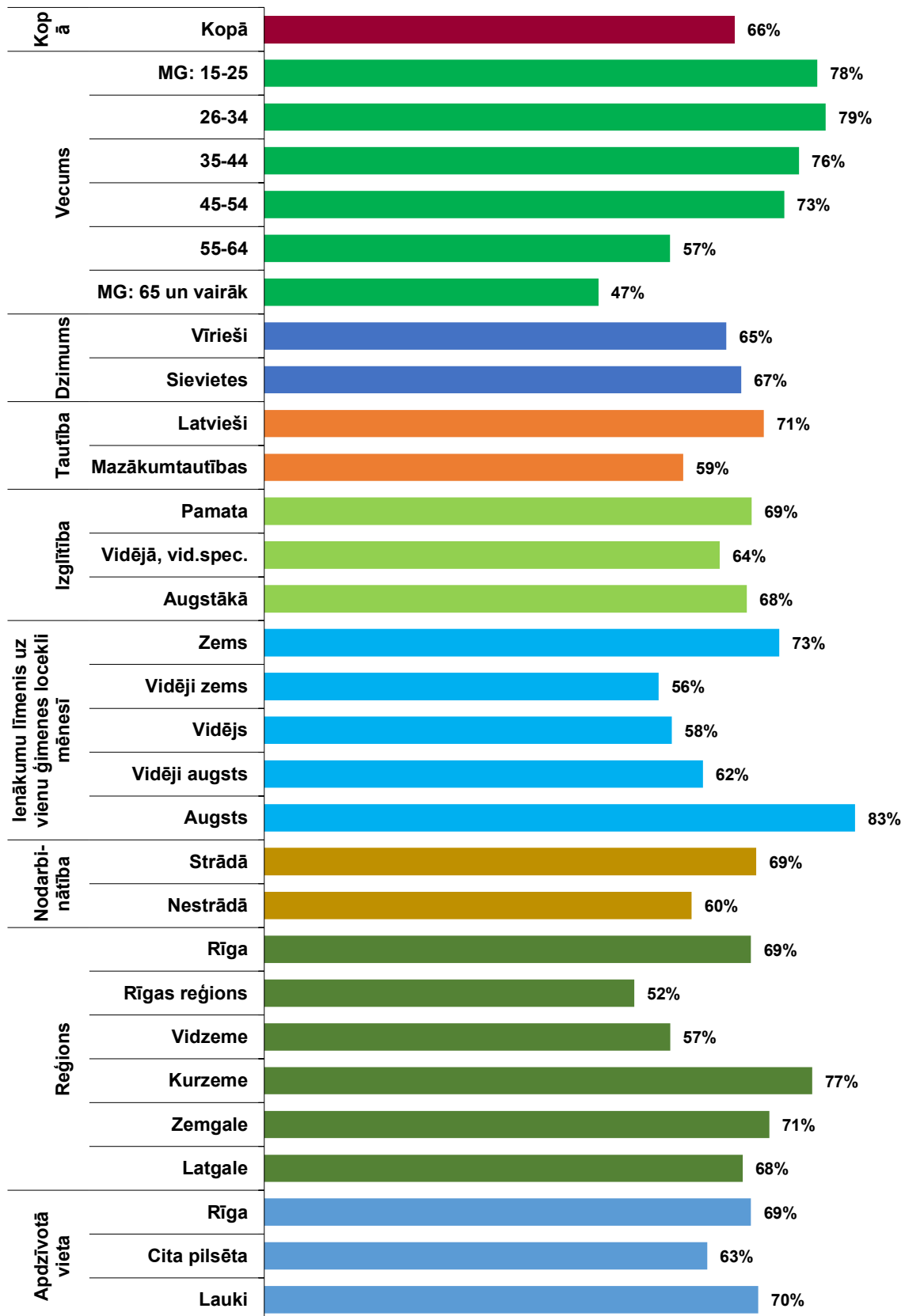
Pētījuma rezultāti senioru (65+ gadi) mērķa grupā:

Sakiet, lūdzu, cik regulāri Jūs izmantojat internetu šādiem mērķiem?

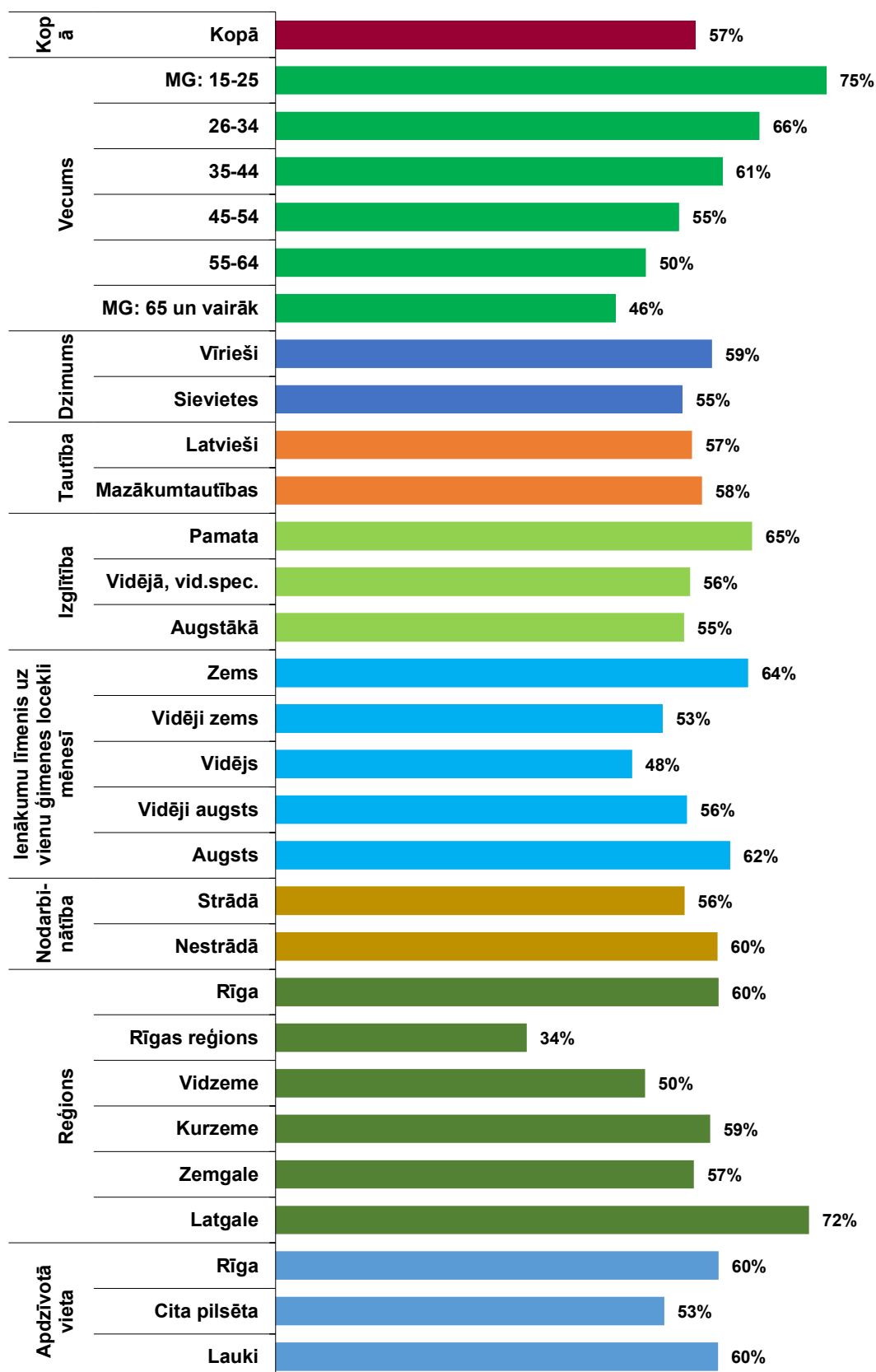
(Bāze = mērķa grupa - seniori (65+ gadi), interneta lietotāji; n=281)



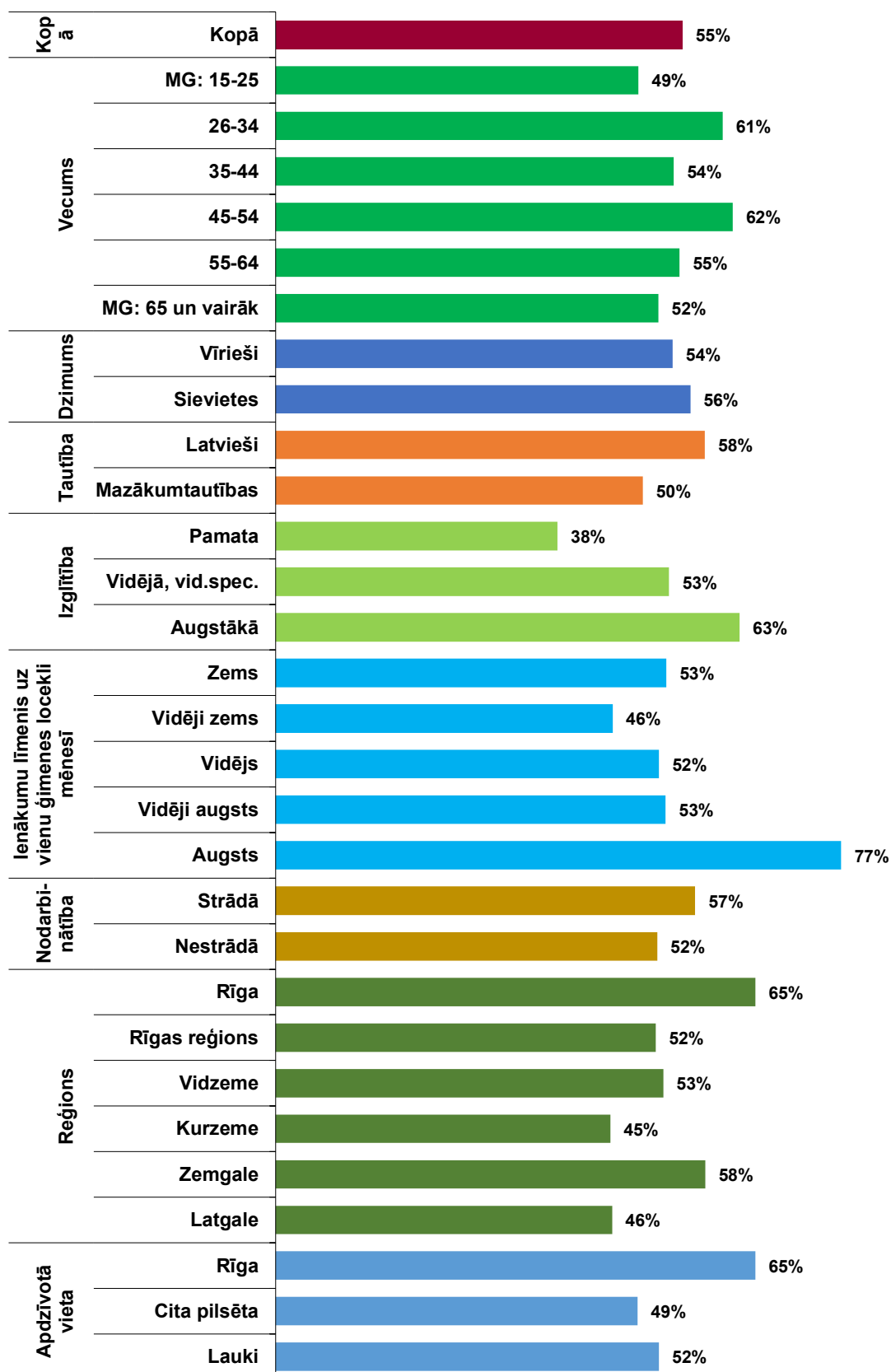
Katru\ gandrīz katru dienu izmanto internetu:
Sociālajai saziņai
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



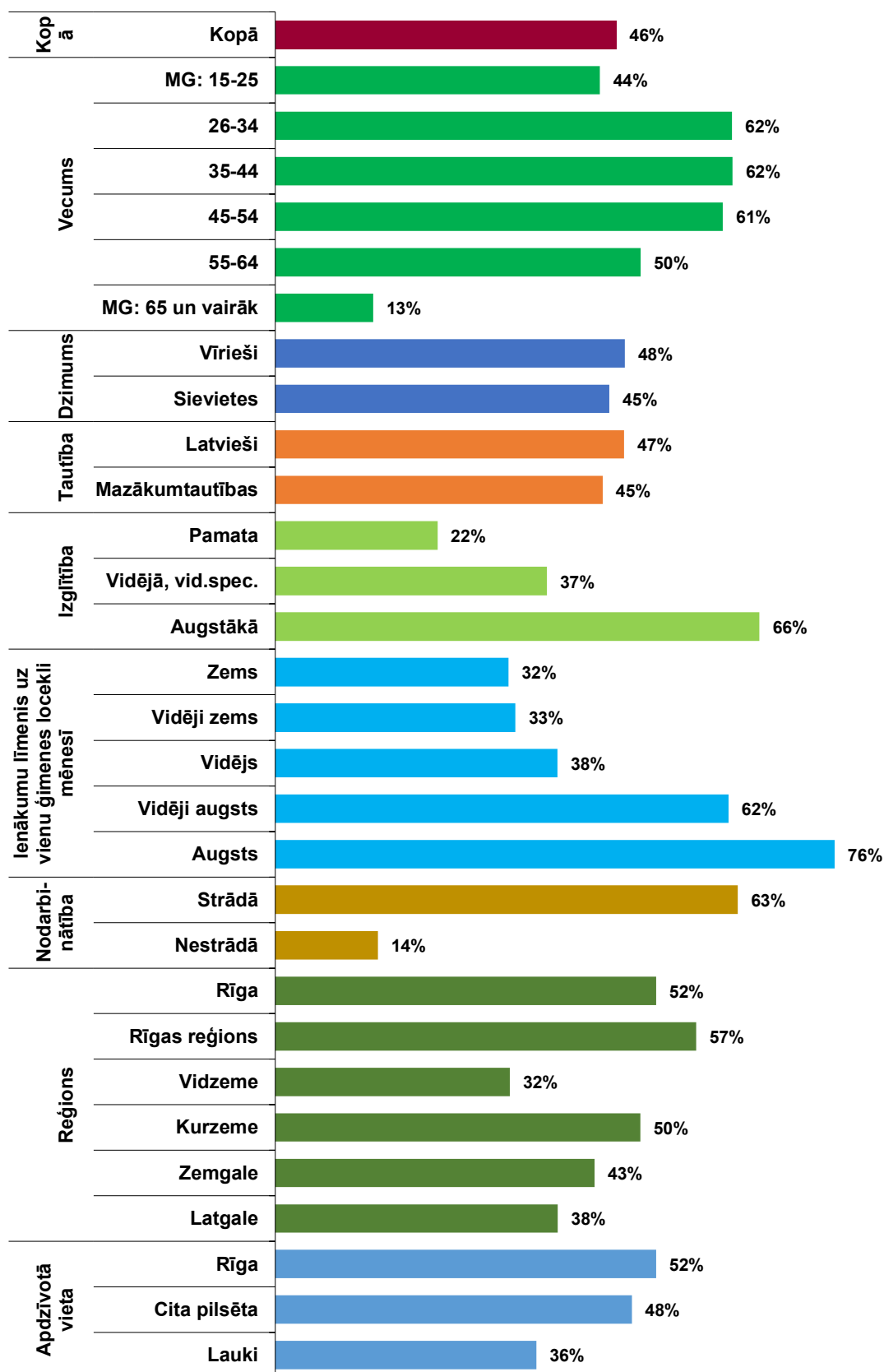
**Katru\ gandrīz katru dienu izmanto internetu:
Izklaides nolūkiem (filmas, mūzika, spēles utml.)**
(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



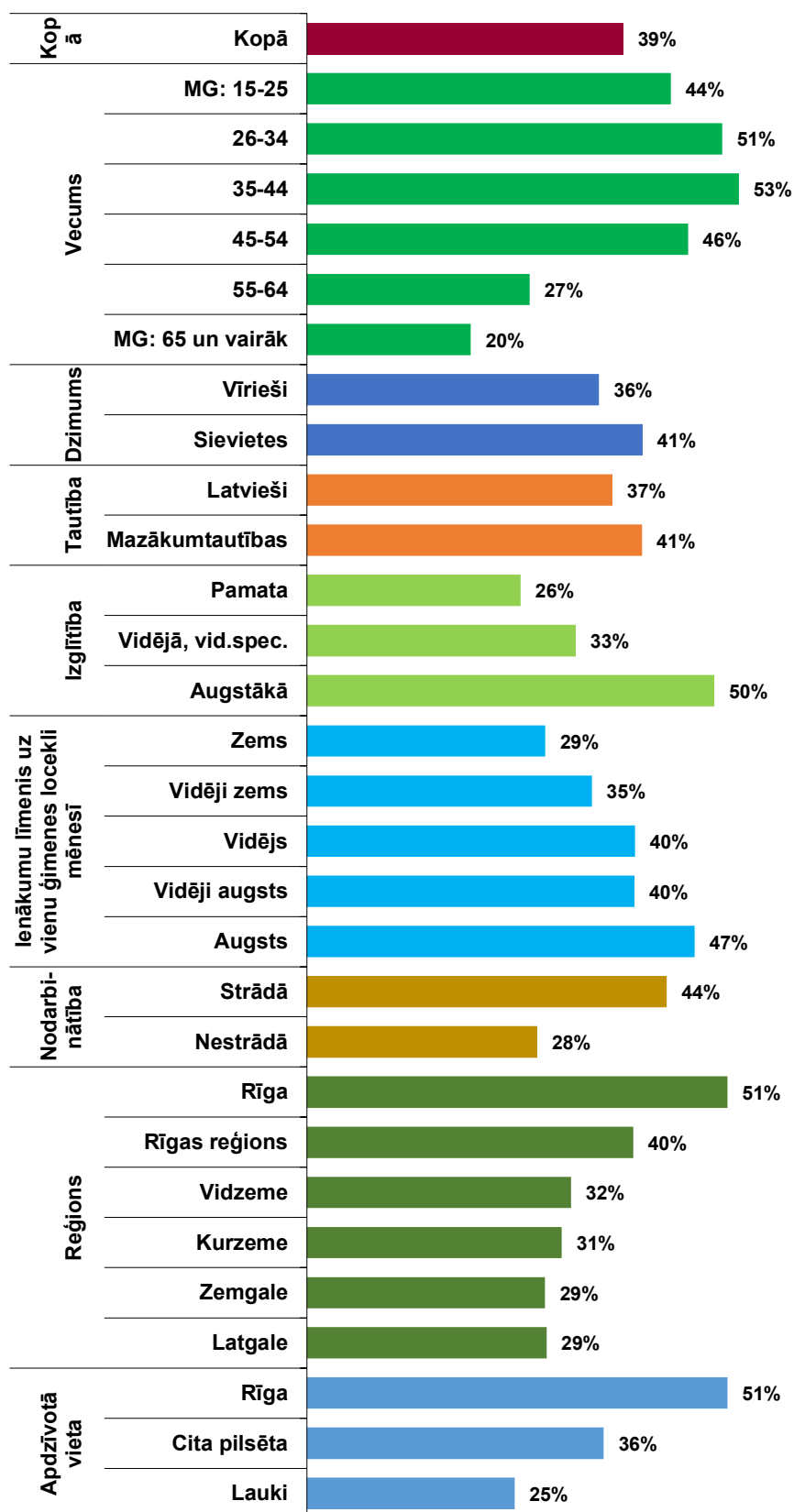
Katru\ gandrīz katru dienu izmanto internetu:
Lai gūtu ziņas un aktualitātes
(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



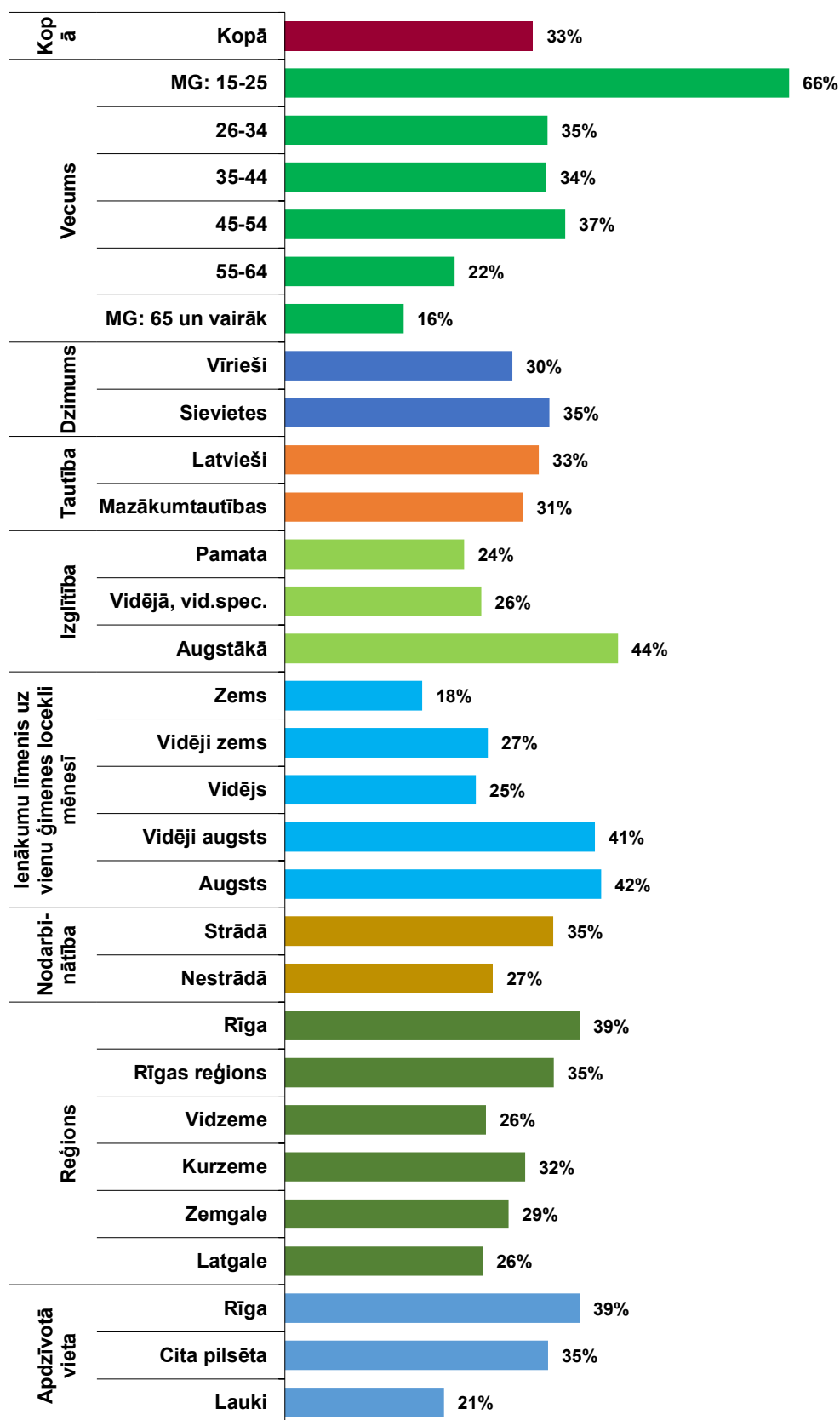
**Vismaz reizi nedēļā izmanto internetu:
Darba vajadzībām**
(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



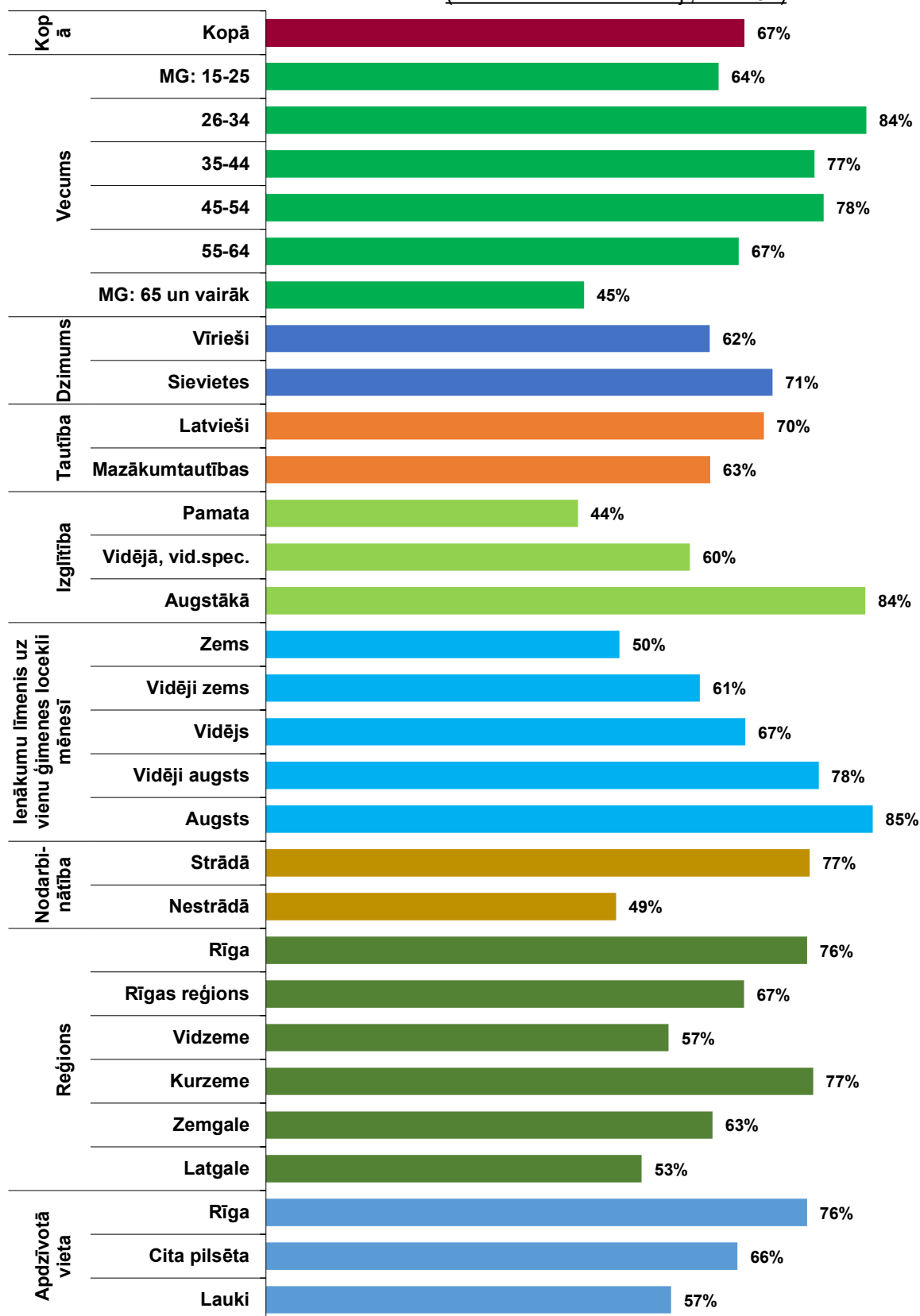
**Vismaz reizi nedēļā izmanto internetu:
Pirkumiem un citiem finanšu darījumiem (pasūtīt un pirkt preces,
iegādāties biļetes uz kultūras pasākumiem, samaksāt rēķinus utt.)
(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)**



**Vismaz reizi nedēļā izmanto internetu:
Izglītības nolūkiem**
(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



Izmanto internetu:
Sabiedriskā un pilsoniskā līdzdalība (saziņa ar iestādēm, e-pakalpojumi,
atbalsts kādām iniciatīvām, piem., manabalss.lv utt.)
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1297)

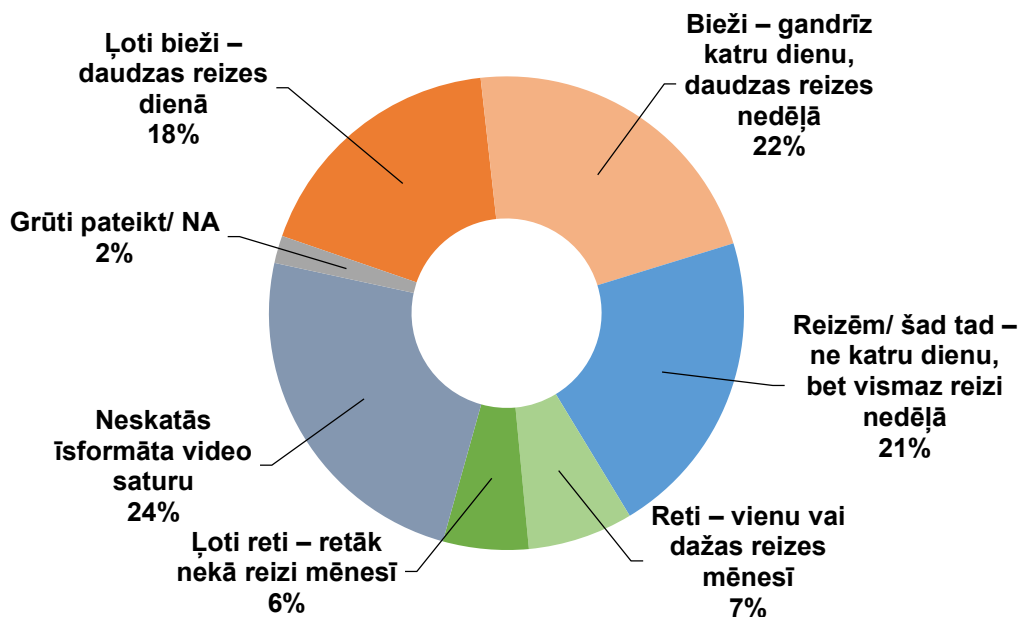


Aptaujas jautājums:

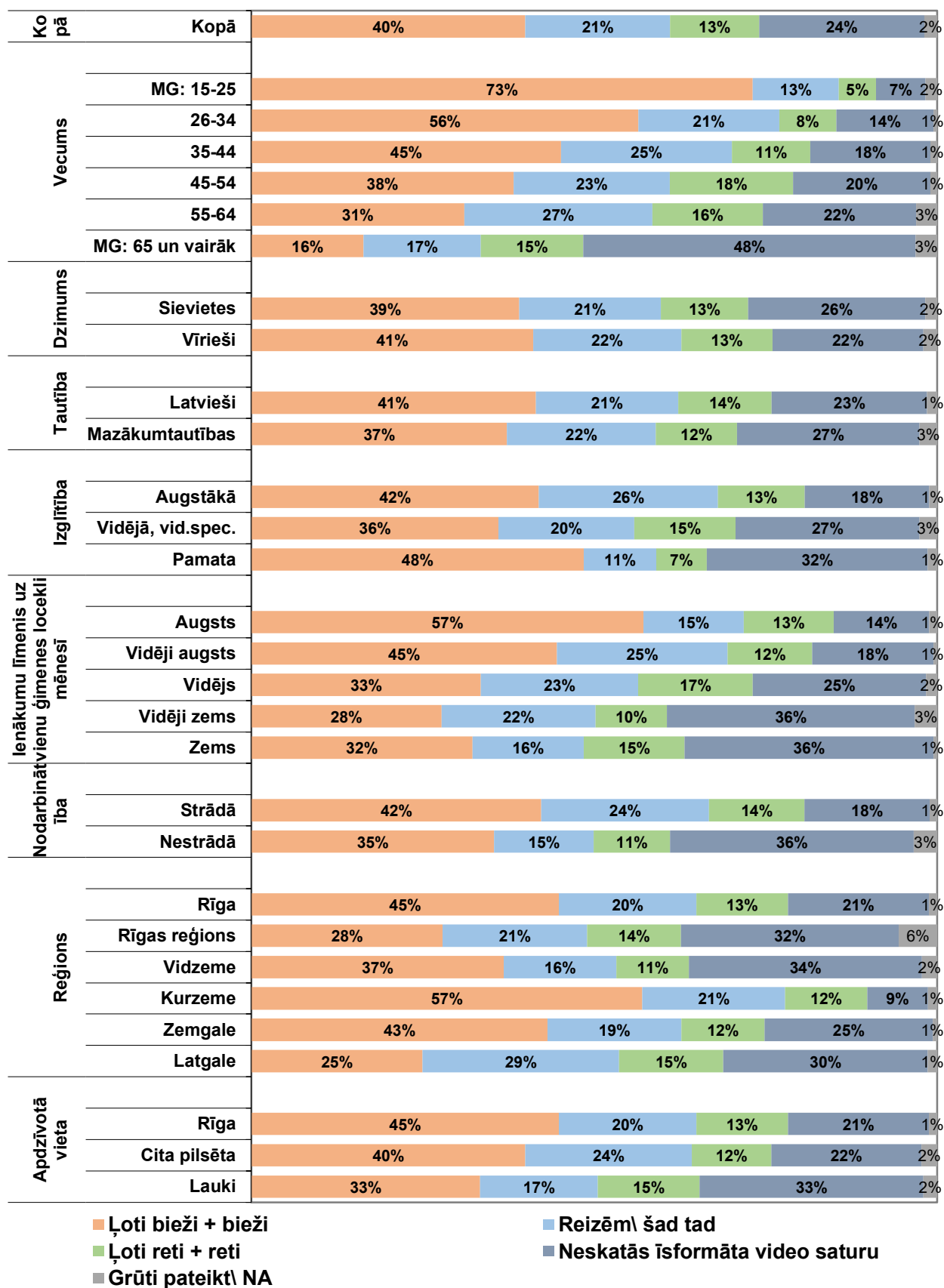
- “Cik bieži Jūs ikdienā skatāties īsformāta video (15-20 sekundes, minūti vai nedaudz garākus video) platformās TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts un Facebook Reels, Snapchat Spotlight, X (Twitter) video, u.c.?”

Cik bieži Jūs ikdienā skatāties īsformāta video (15-20 sekundes, minūti vai nedaudz garākus video) platformās TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts un Facebook Reels, Snapchat Spotlight, X (Twitter) video, u.c.?

(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



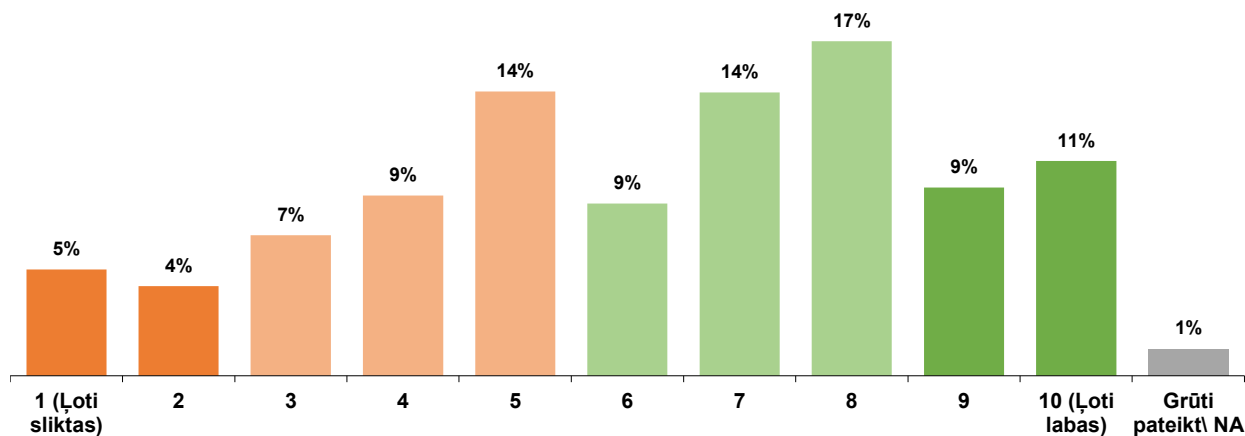
Cik bieži Jūs ikdienā skatāties īsformāta video (15-20 sekundes, minūti vai nedaudz garākus video) platformās TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts un Facebook Reels, Snapchat Spotlight, X (Twitter) video, u.c.?
(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



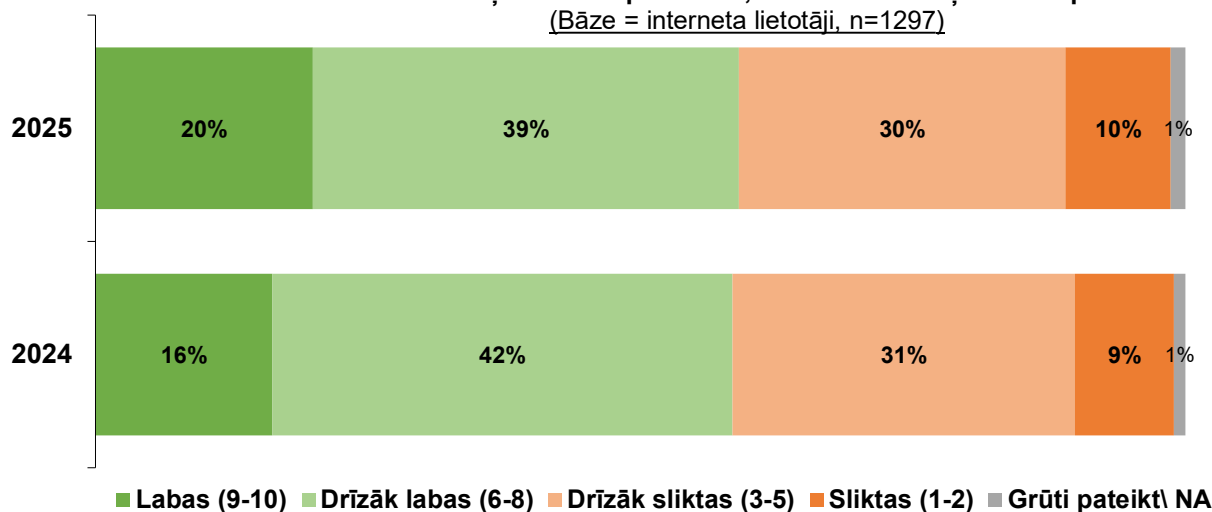
Aptaujas jautājums:

- “Kā Jūs novērtētu savas prasmes 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””

Kā Jūs novērtētu savas prasmes 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”
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



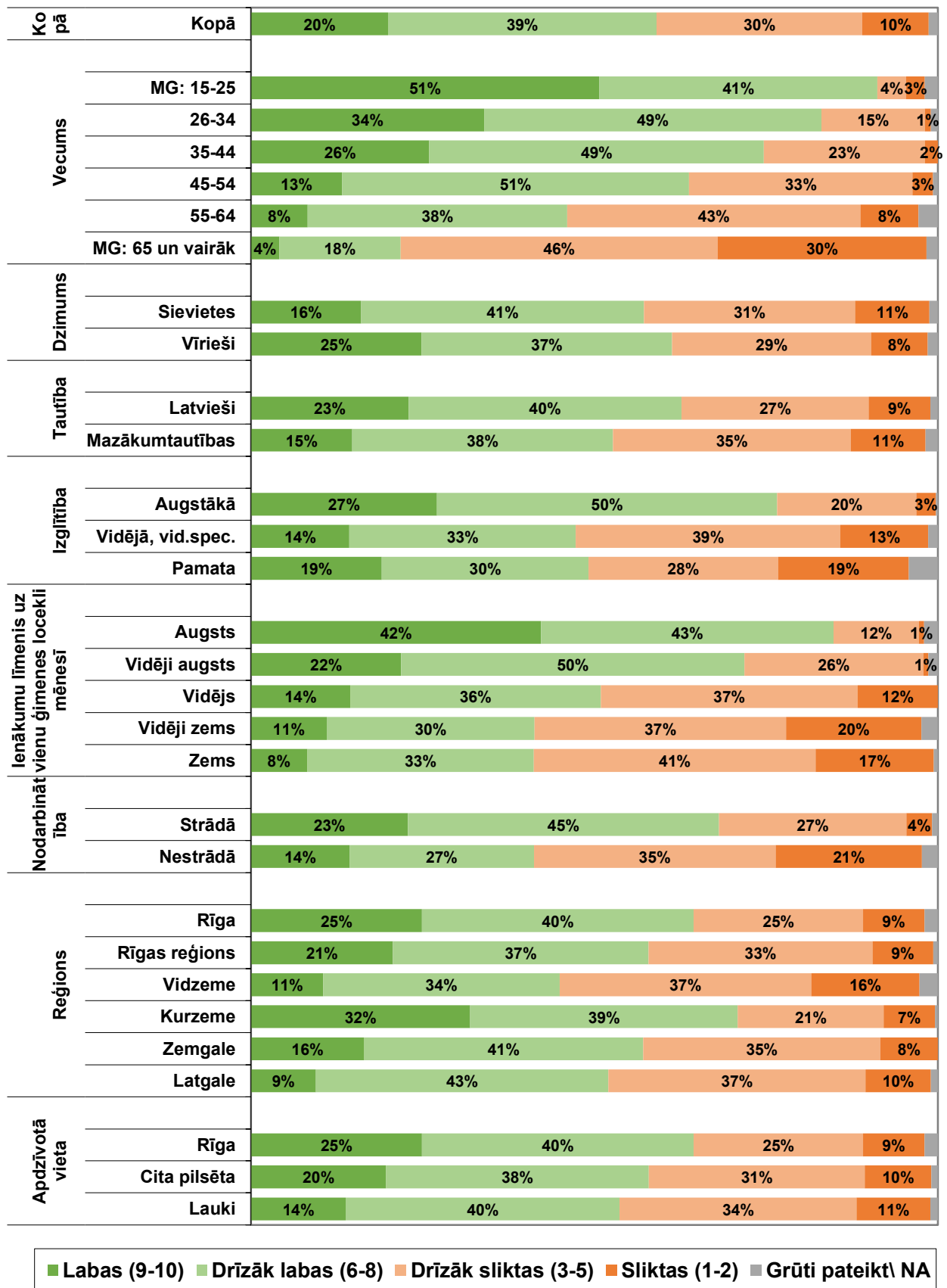
Kā Jūs novērtētu savas prasmes izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus? Vērtējumam lūdzu izmantot 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē - "ļoti sliktas prasmes", bet 10 nozīmē "ļoti labas prasmes".
(Bāze = interneta lietotāji, n=1297)



Vidējais vērtējums 10 punktu skalā,
kur 1 nozīmē - "ļoti sliktas prasmes", bet 10 nozīmē "ļoti labas prasmes"
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

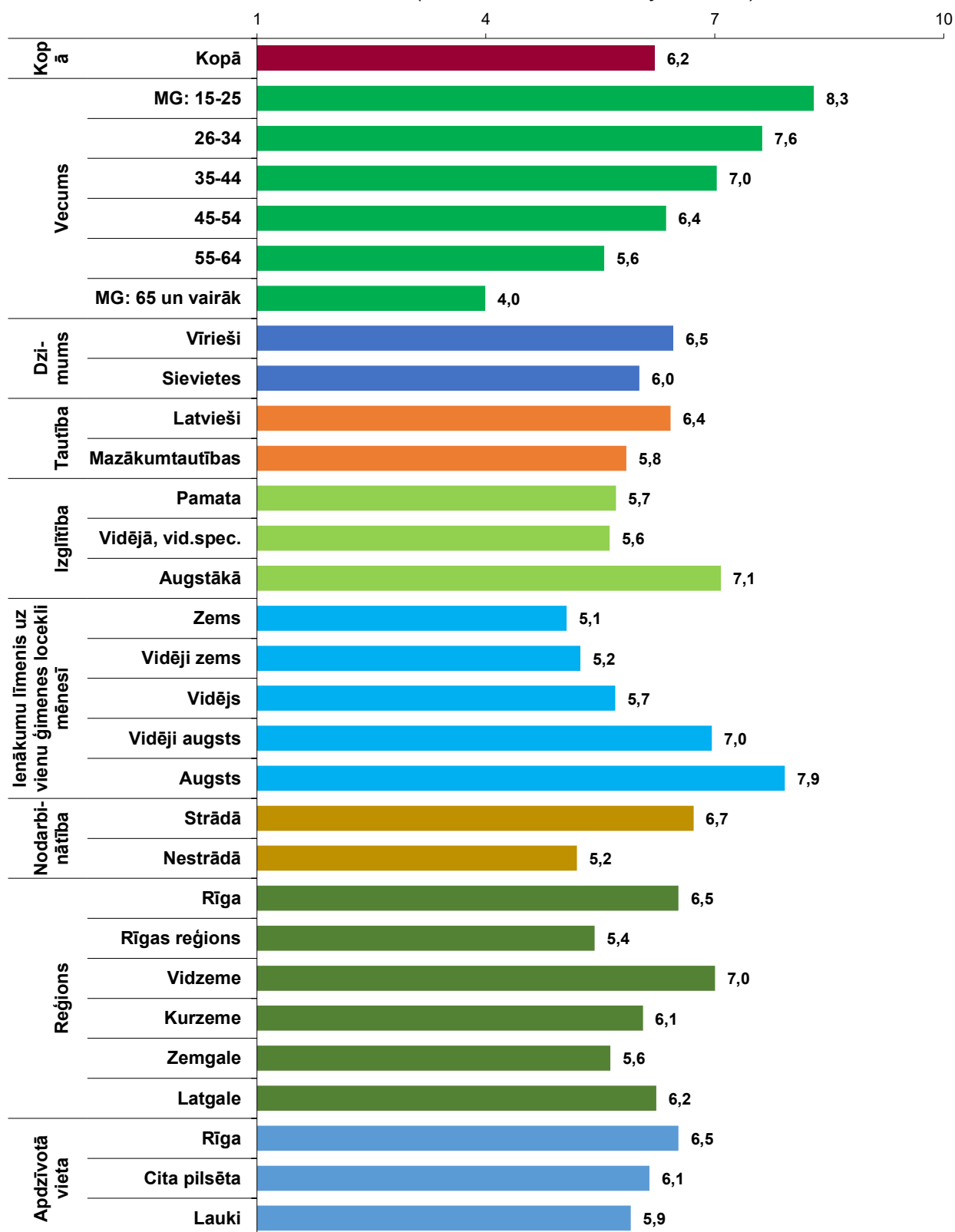


Kā Jūs novērtētu savas prasmes izmantot interneta tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus? Vērtējumam lūdzu izmantot 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē - “ļoti sliktas prasmes”, bet 10 - “ļoti labas prasmes”
(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



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

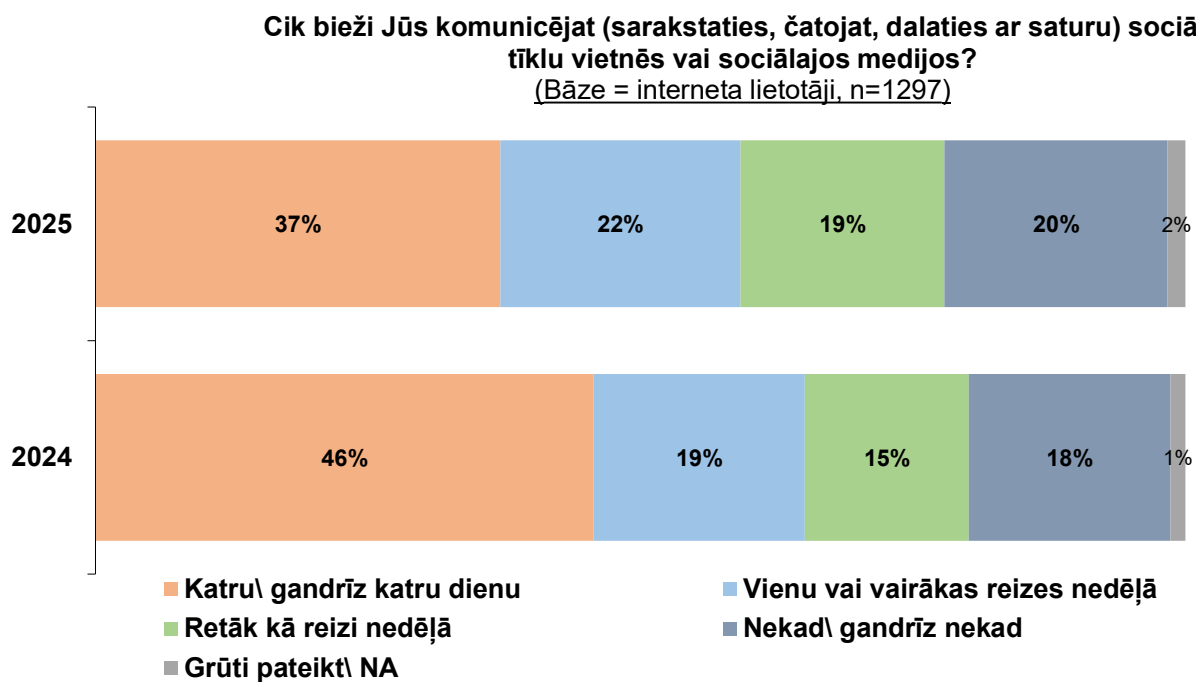
Vidējais vērtējums 10 punktu skalā,
kur 1 nozīmē - "ļoti sliktas prasmes", bet 10 nozīmē "ļoti labas prasmes"
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



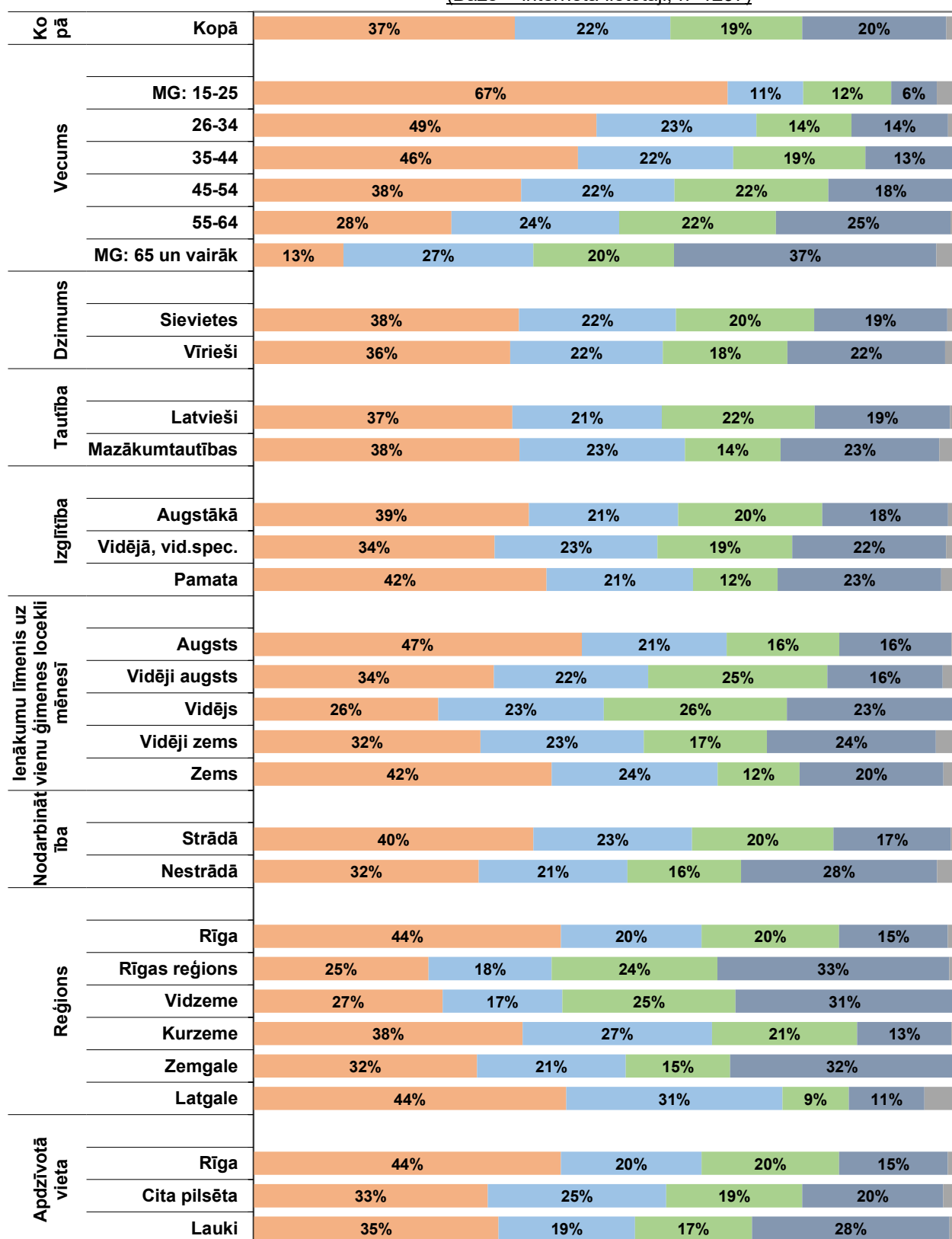
3. Sociālās prasmes un komunikācijas intensitāte tiešsaistē

Aptaujas jautājums:

- “Cik bieži Jūs komunicējat (sarakstaties, čatojat, dalāties ar saturu) sociālo tīklu vietnēs vai sociālajos medijos?”



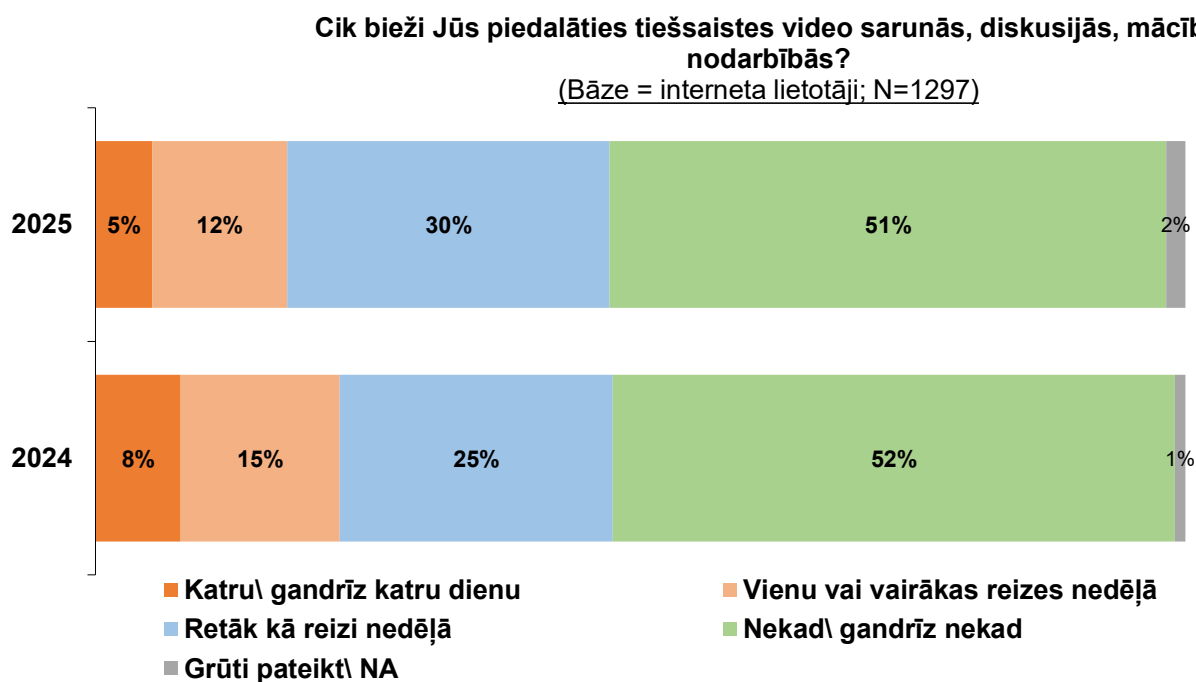
Cik bieži Jūs komunicējat (sarakstīties, čatojat, dalāties ar saturu) sociālo tīklu vietnēs vai sociālajos medijos?
(Bāze = interneta lietotāji, n=1297)



■ Katru\ gandrīz katru dienu ■ Vienu vai vairākas reizes nedēļā
■ Retāk kā reizi nedēļā ■ Nekad\ gandrīz nekad
■ Grūti pateikt\ NA

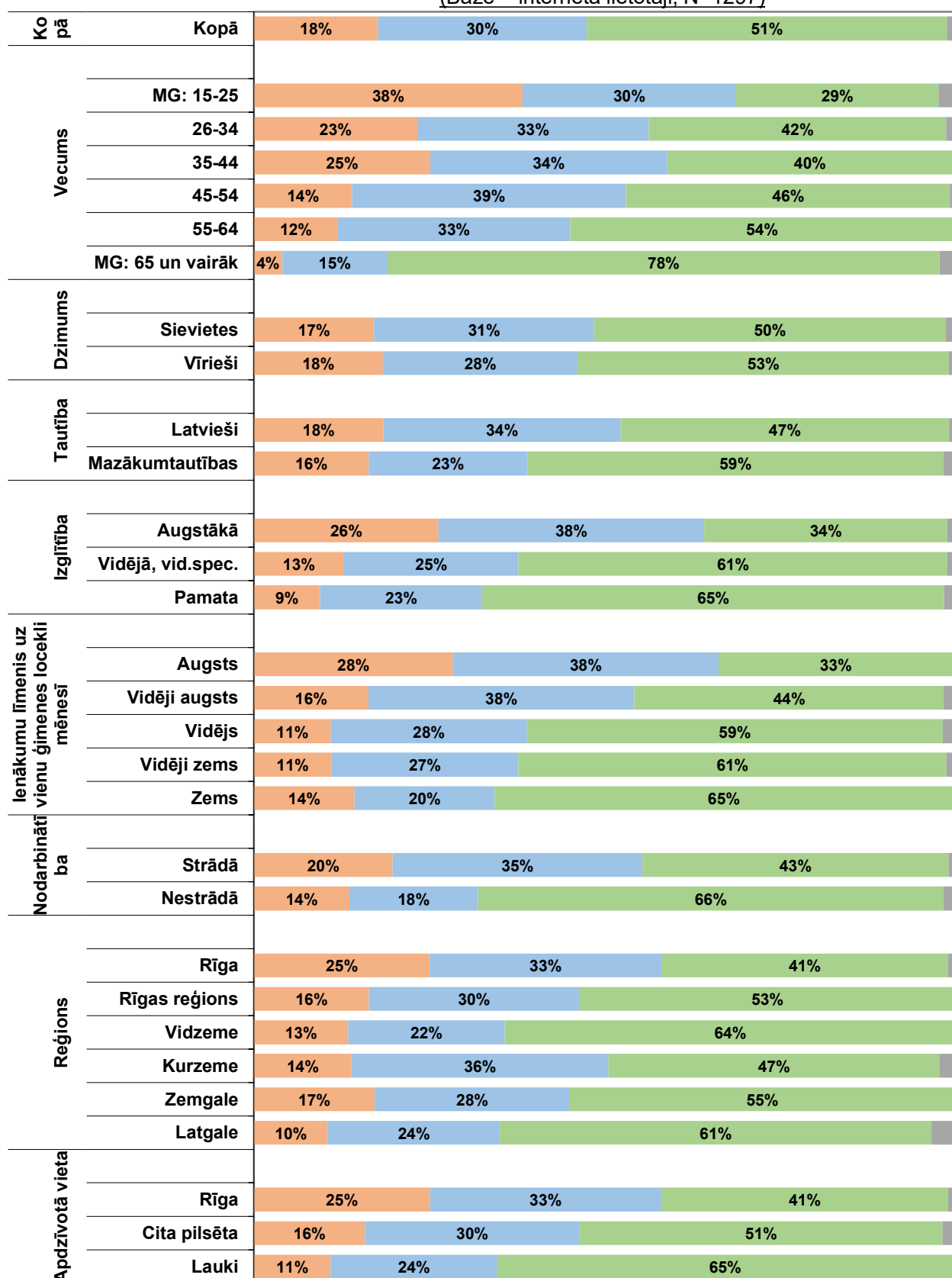
Aptaujas jautājums:

- “Cik bieži Jūs piedalāties tiešsaistes video sarunās, diskusijās, mācību nodarbībās?”



Cik bieži Jūs piedalāties tiešsaistes video sarunās, diskusijās, mācību nodarbībās?

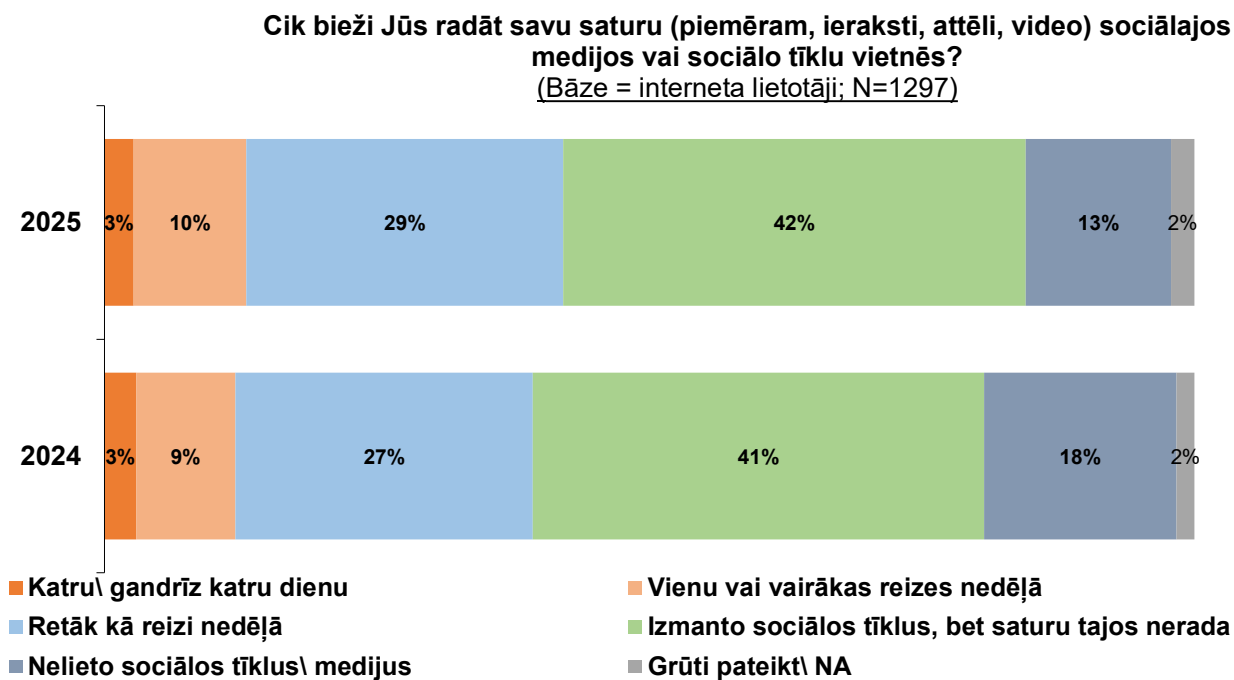
(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



■ Vismaz reizi nedēļā ■ Retāk kā reizi nedēļā ■ Nekad\ gandrīz nekad ■ Grūti pateikt\ NA

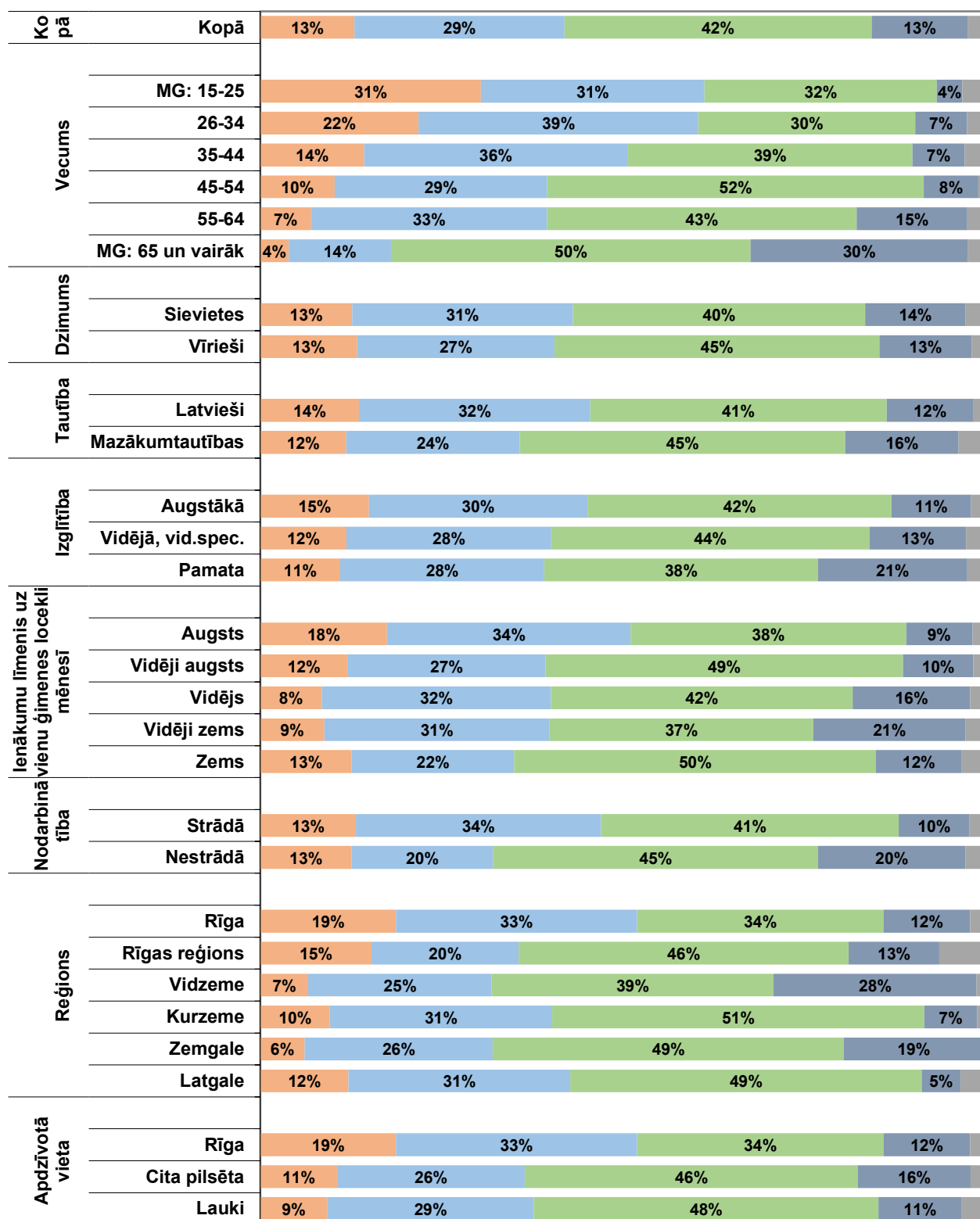
Aptaujas jautājums:

- “Cik bieži Jūs radāt savu saturu (piemēram, ieraksti, attēli, video) sociālajos medijos vai sociālo tīklu vietnēs?”



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

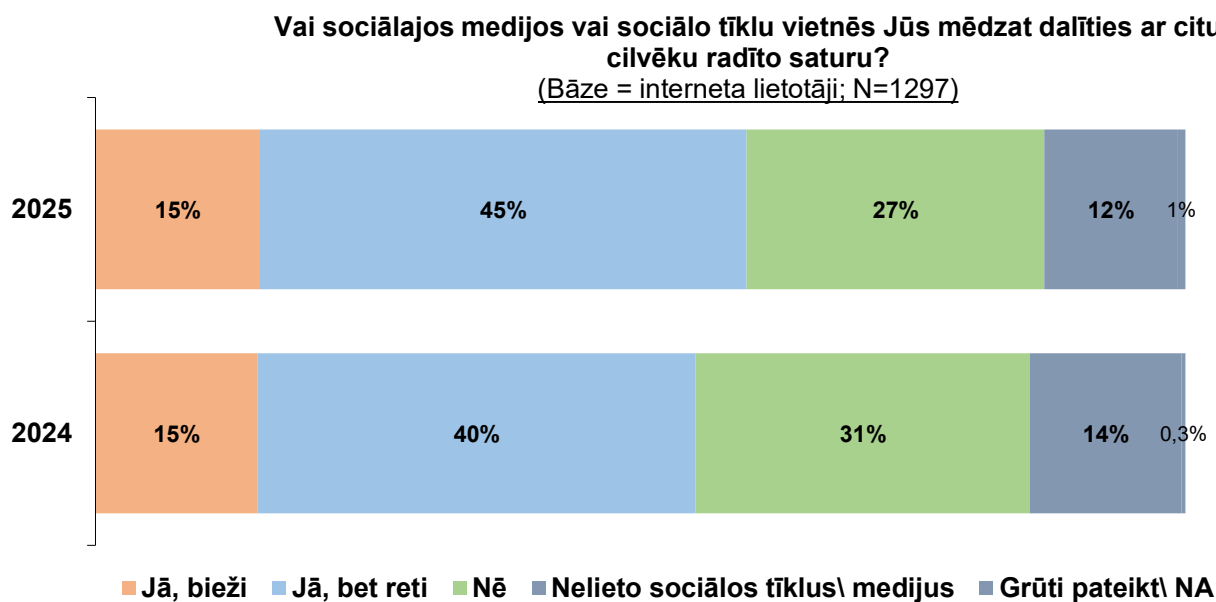
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



- Vismaz reizi nedēļā
- Retāk kā reizi nedēļā
- Izmanto sociālos tīklus, bet saturu tajos nerada
- Nelieto sociālos tīklus\ medijus
- Grūti pateikt\ NA

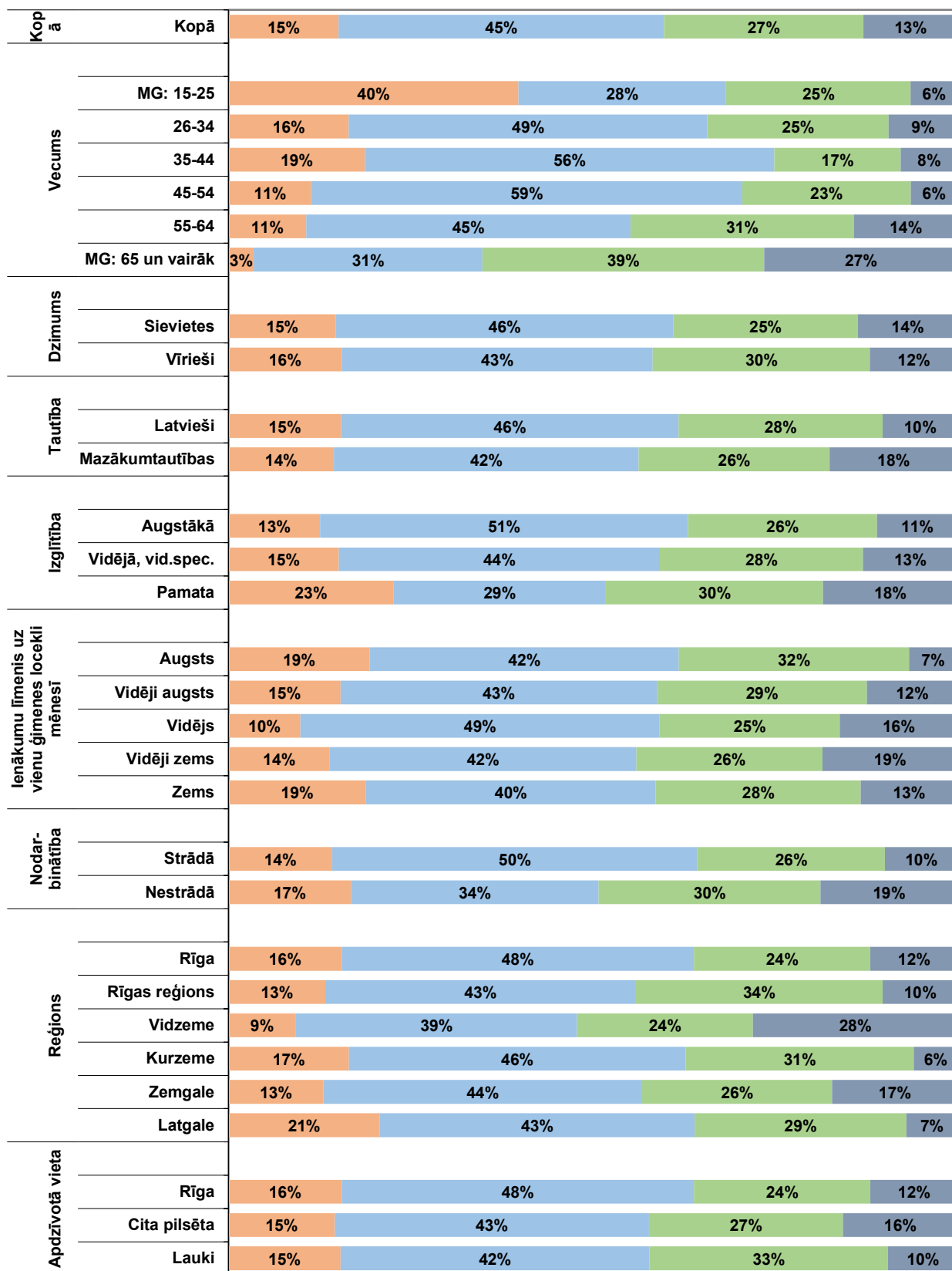
Aptaujas jautājums:

- “Vai sociālajos medijos vai sociālo tīklu vietnēs Jūs mēdzat dalīties ar citu cilvēku radīto saturu?”



Vai sociālajos medijos vai sociālo tīklu vietnēs Jūs mēdzat dalīties ar citu cilvēku radīto saturu?

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



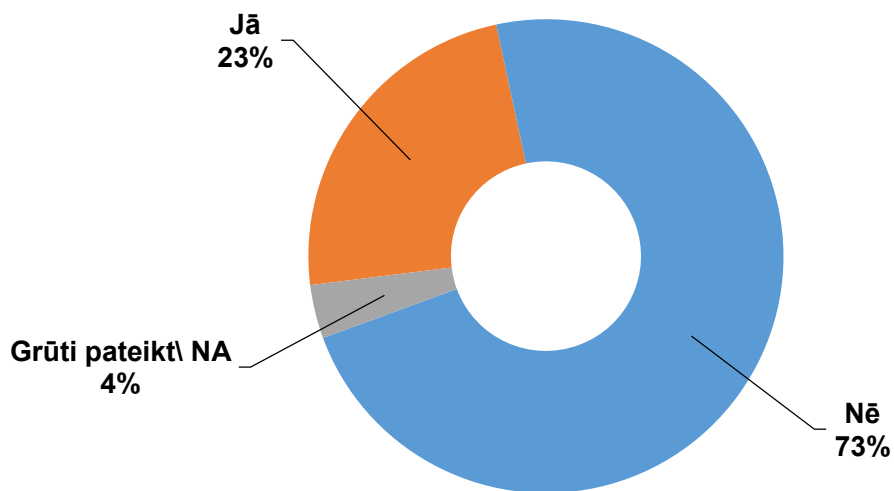
■ Jā, bieži ■ Jā, bet reti ■ Nē ■ Nelieto sociālos tīklus/ medijus/ NA

Aptaujas jautājums respondentiem, kuri spēlē videospēles:

- “Vai Jūs izmantojat datortīklu spēles kā sociālo tīklu vietnes, lai komunikētu savā starpā, dalītos ar saturu?”

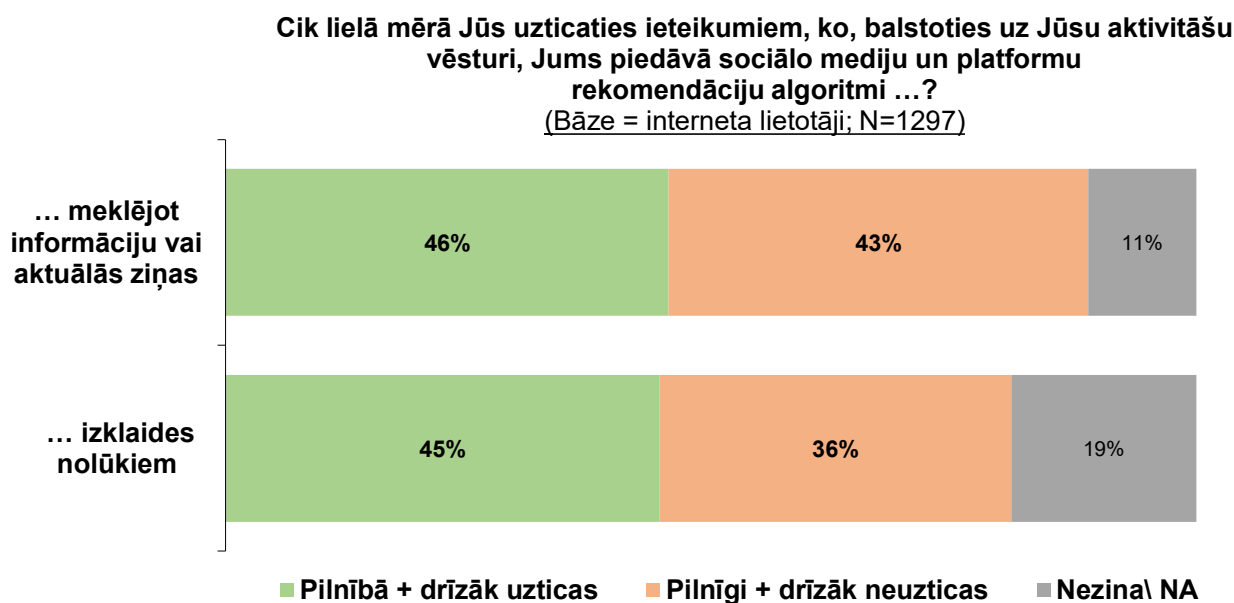
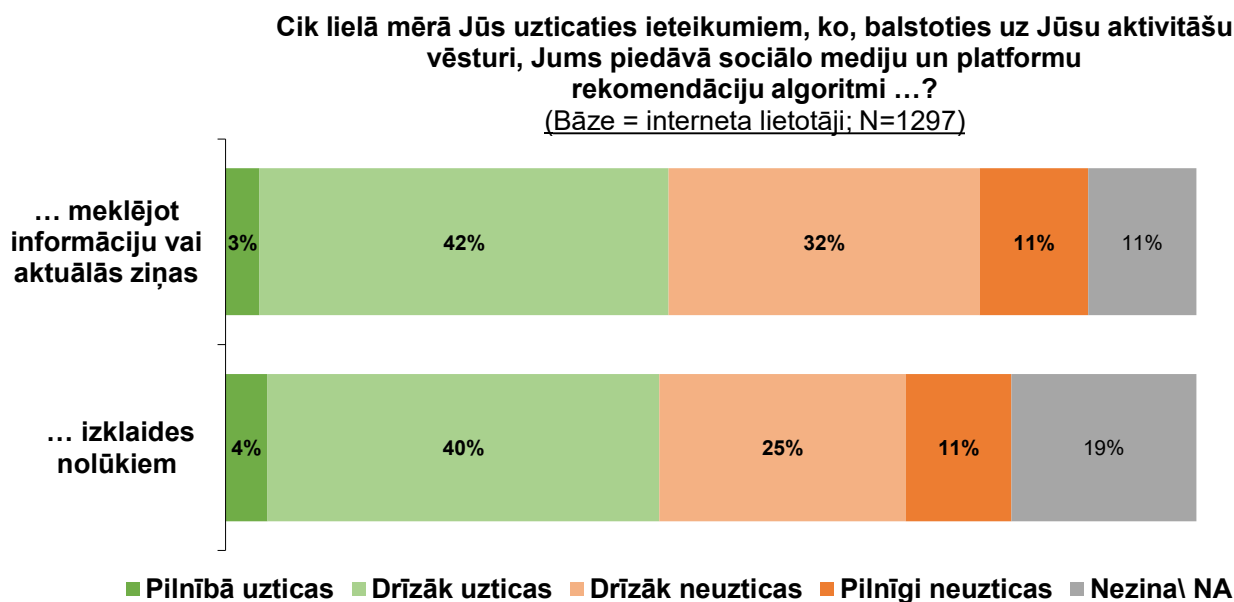
Vai Jūs izmantojat datortīklu spēles kā sociālo tīklu vietnes, lai komunikētu savā starpā, dalītos ar saturu?

(Bāze = interneta lietotāji, kuri spēlē datorspēles; N=381)

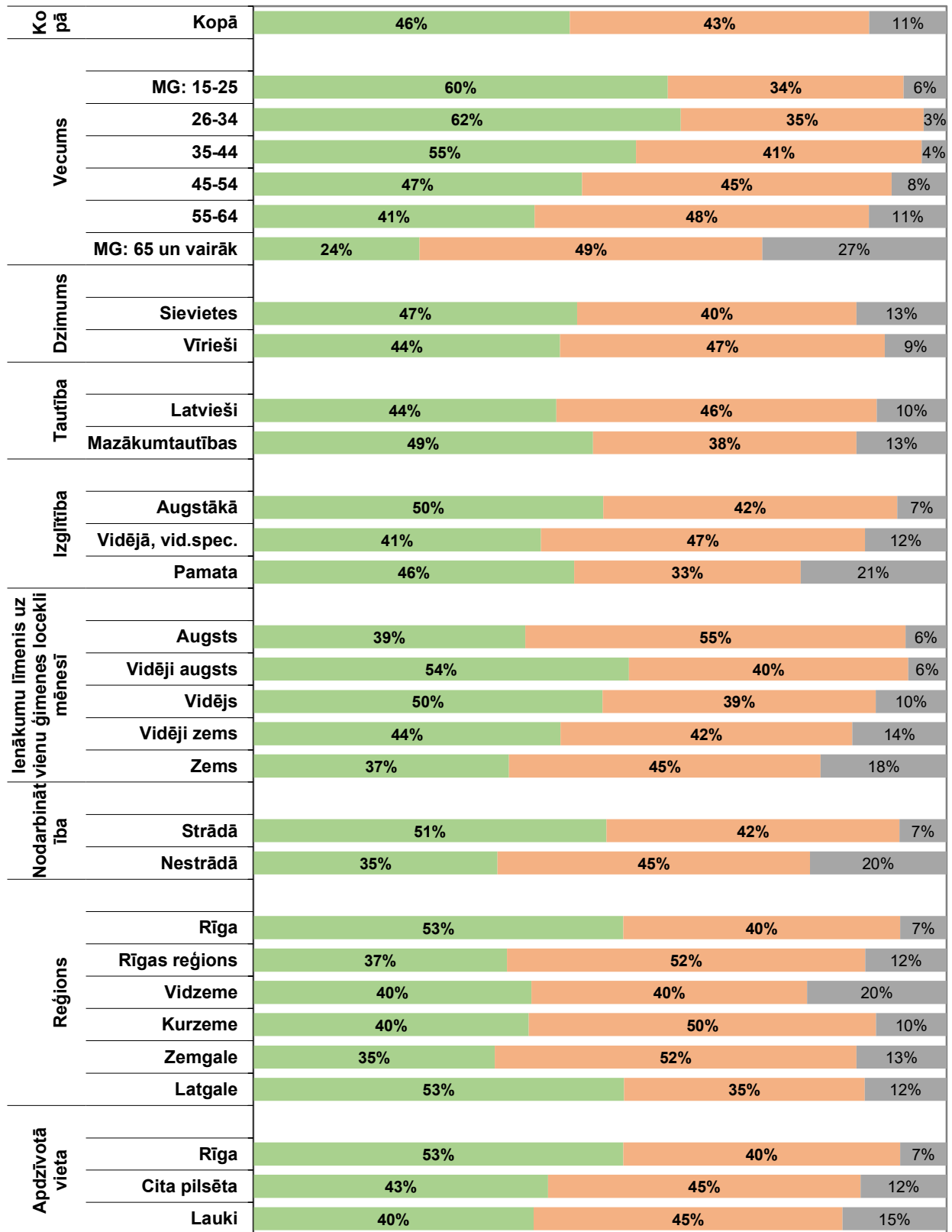


Aptaujas jautājums respondentiem, kuri spēlē videospēles:

- “Cik lielā mērā Jūs uzticaties ieteikumiem, ko, balstoties uz Jūsu aktivitāšu vēsturi, Jums piedāvā sociālo mediju un platformu rekomendāciju algoritmi ... ?
- 1. ... meklējot informāciju vai aktuālās ziņas
- 2. ... izklaides nolūkiem (piemēram Netflix Top 10, YouTube nākamā video ieteikums, Facebook Reels, Spotify personalizētā playliste)”

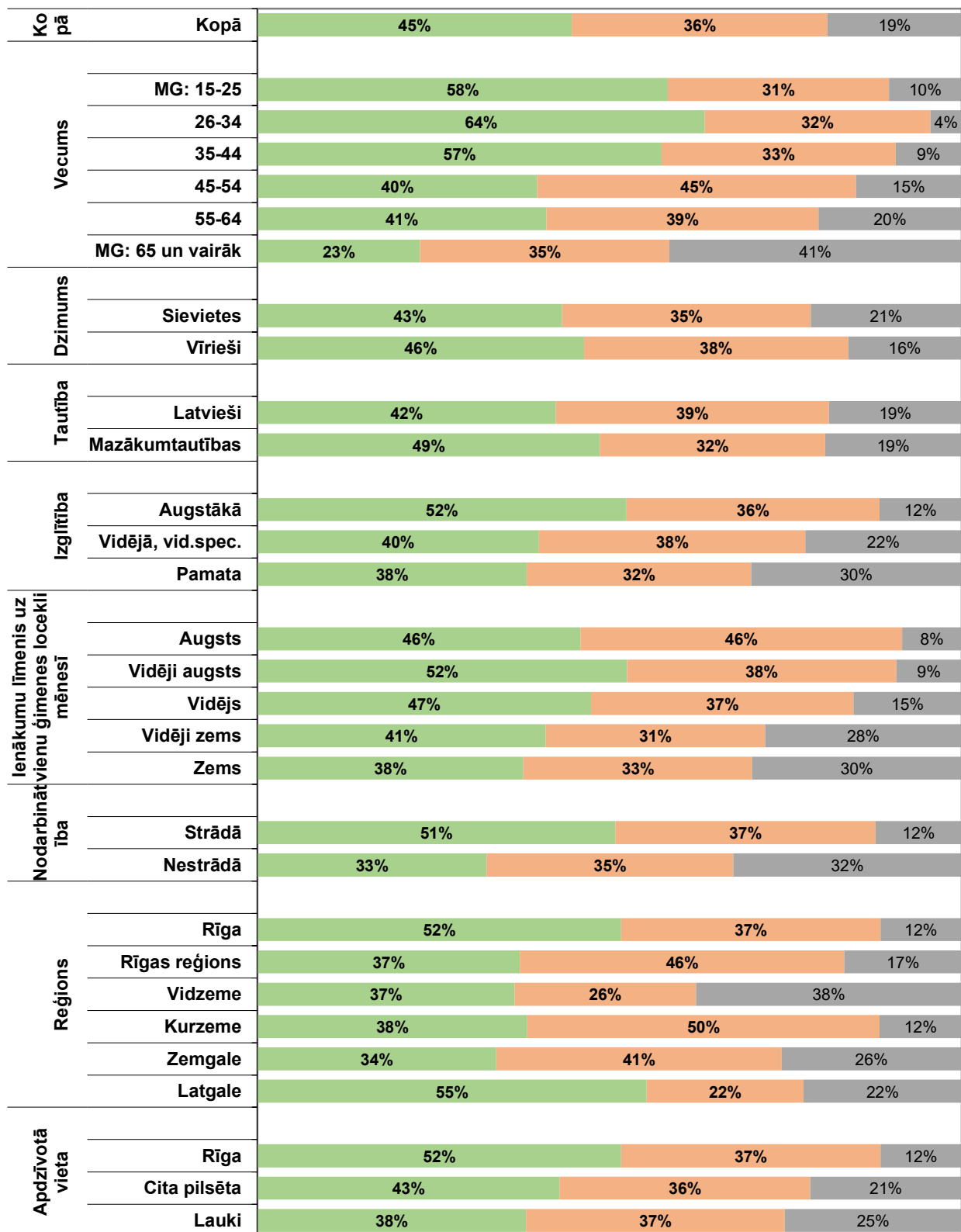


Cik lielā mērā Jūs uzticiaties ieteikumiem, ko, balstoties uz Jūsu aktivitāšu vēsturi, Jums piedāvā sociālo mediju un platformu rekomendāciju algoritmi ...?
... meklējot informāciju vai aktuālās ziņas
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



■ Pilnībā + drīzāk uzticas ■ Pilnīgi + drīzāk neuzticas ■ Nezina\ NA

Cik lielā mērā Jūs uzticaties sociālo mediju un platformu rekomendāciju
algoritmiem ...?
... izklaides nolūkiem (piemēram Netflix Top 10, YouTube nākamā video
ieteikums, Facebook Reels, Spotify personalizētā playliste)
(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)



■ Pilnībā + drīzāk uzticas ■ Pilnīgi + drīzāk neuzticas ■ Nezina\ NA

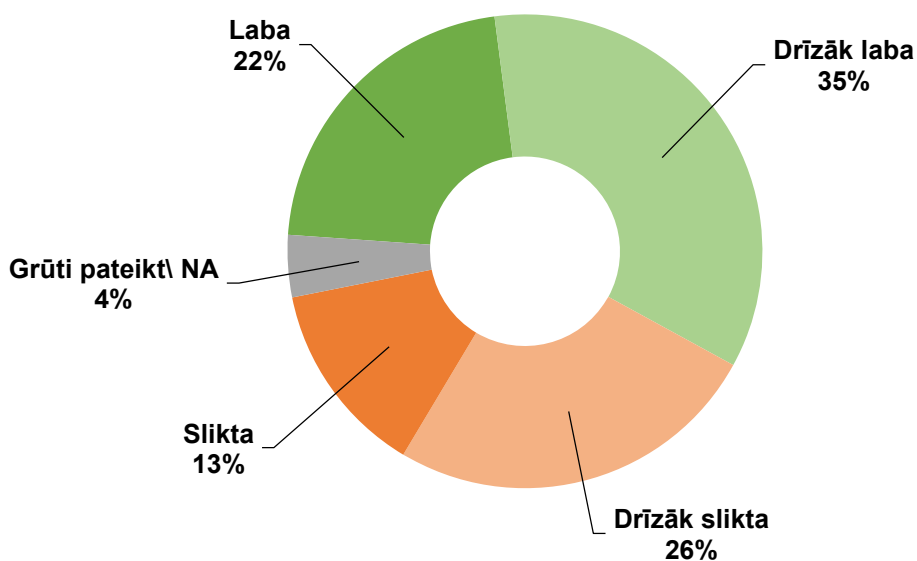
4. Jaunās mediju un komunikācijas tehnoloģijas – spēja tās apgūt un nozīmīgākie informācijas avoti

Aptaujas jautājums:

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

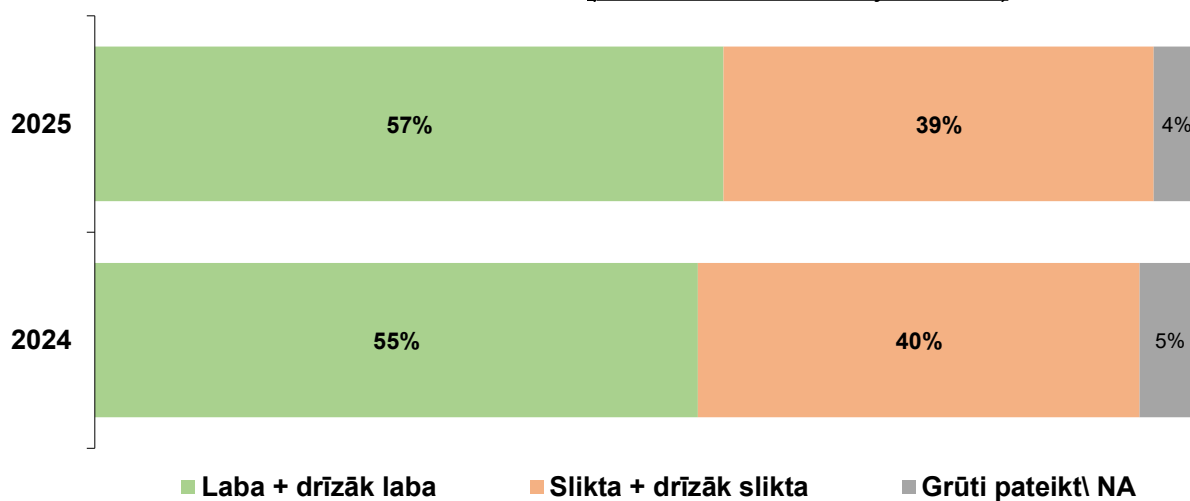
Kā Jūs raksturotu savu spēju apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus?

(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)

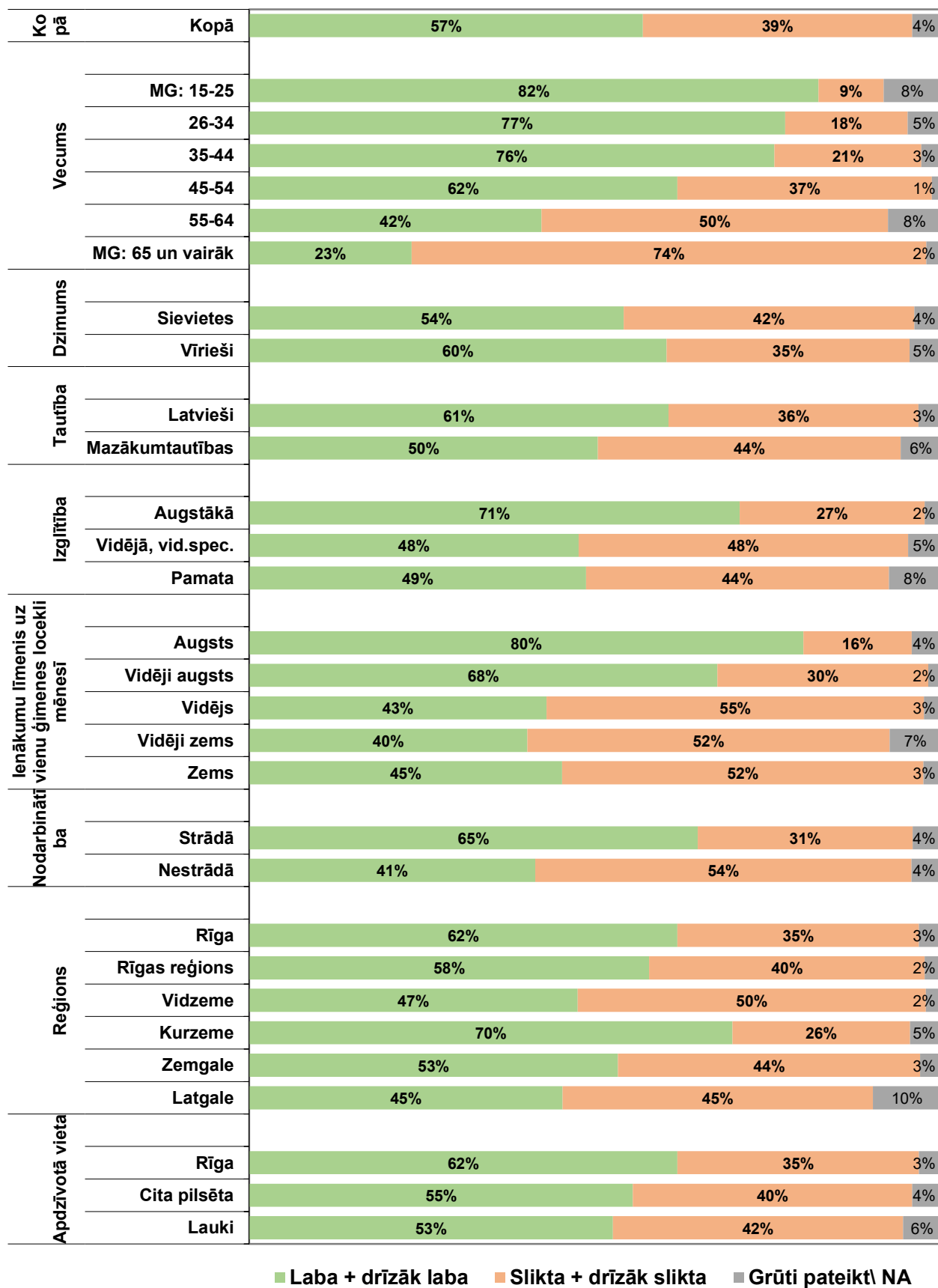


Kā Jūs raksturotu savu spēju apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīkus?

(Bāze = interneta lietotāji; N=1297)

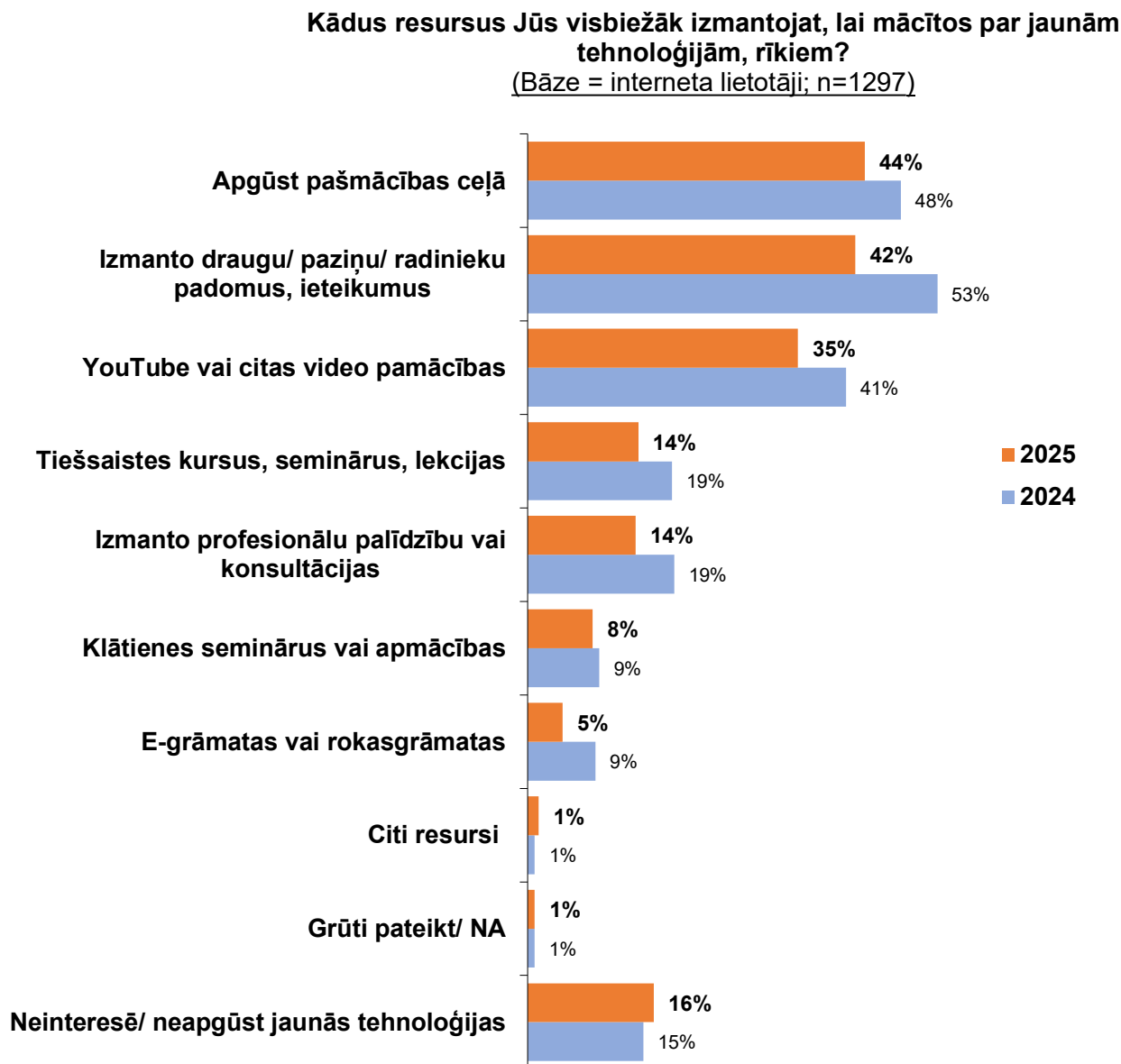


Kā Jūs raksturotu savu spēju apgūt un patērēt jaunas mediju un komunikācijas platformas, tehnoloģijas un rīku?
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



Aptaujas jautājums:

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

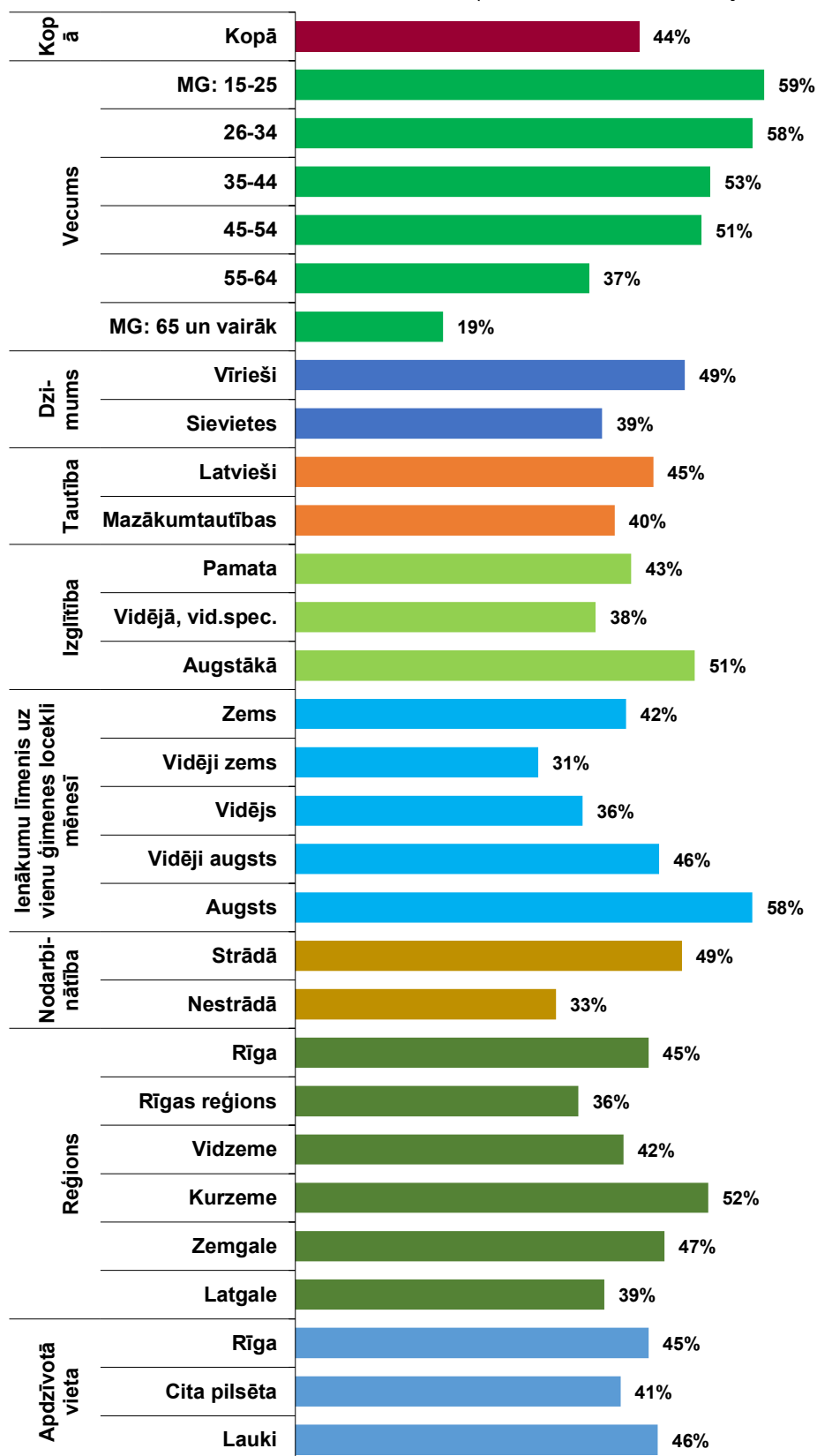


Kā citi resursi (grafikā) tika minēti:

- Mākslīgo intelektu;
- Interneta vietnes/sociālos medijus (neprecizēts);
- Skola;
- Aplikācija telefonā (neprecizēts);
- Izstrādātāju, autoru, preču ražotāju informāciju.

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

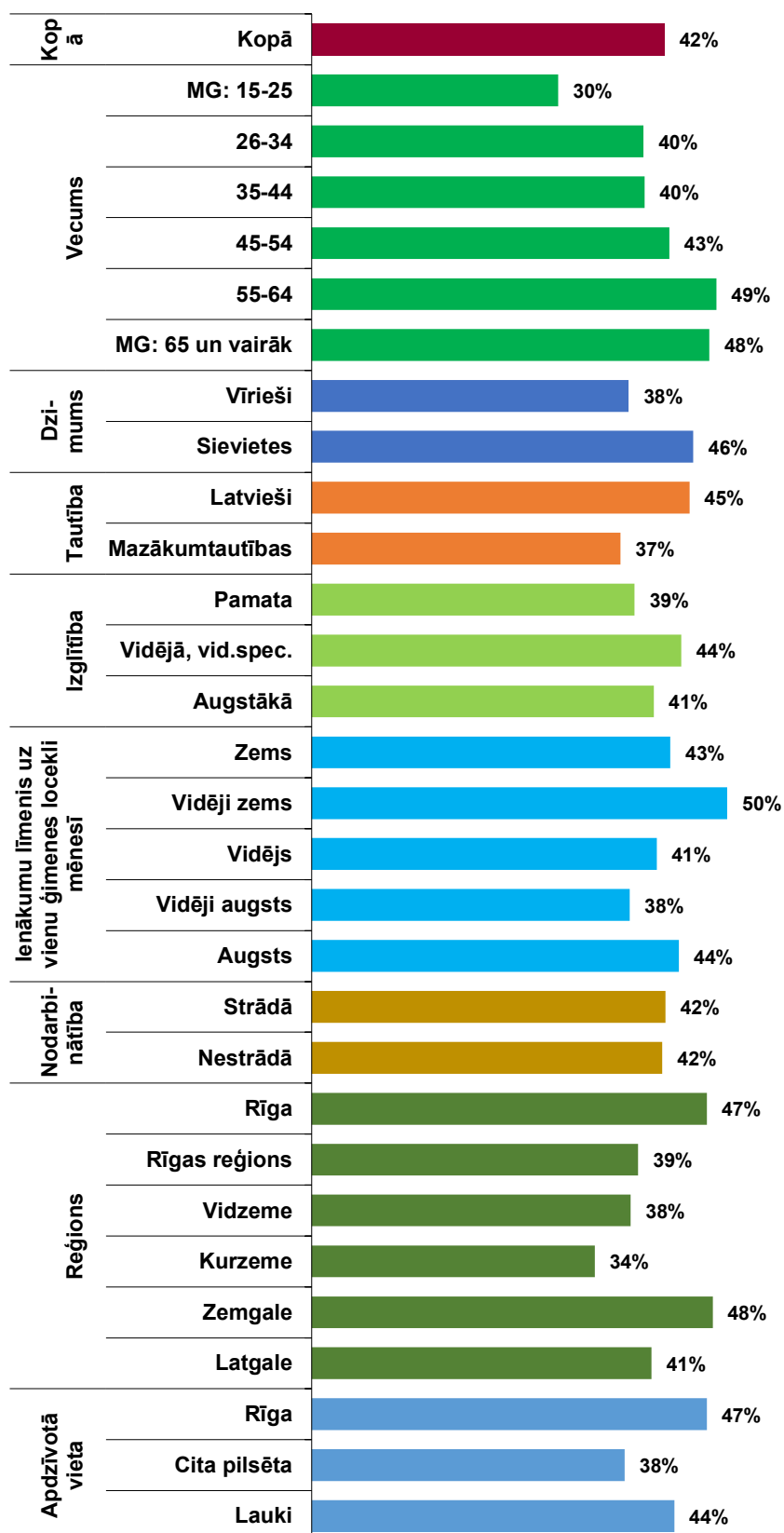
Apgūst pašmācības ceļā
(Bāze = interneta lietotāji; N=n=1297)



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

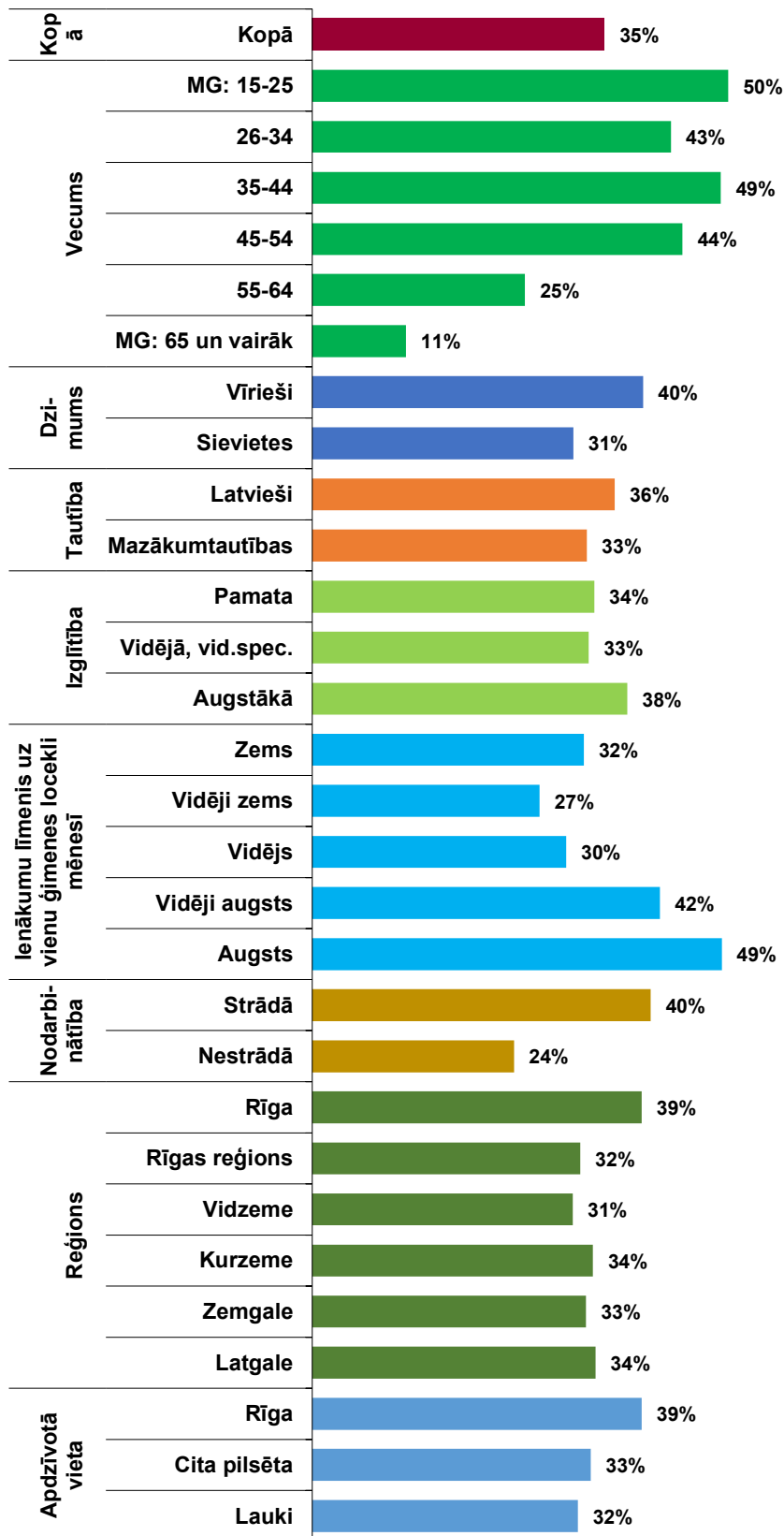
Izmanto draugu\ paziņu\ radnieku padomus, ieteikumus

(Bāze = interneta lietotāji; N=n=1297)



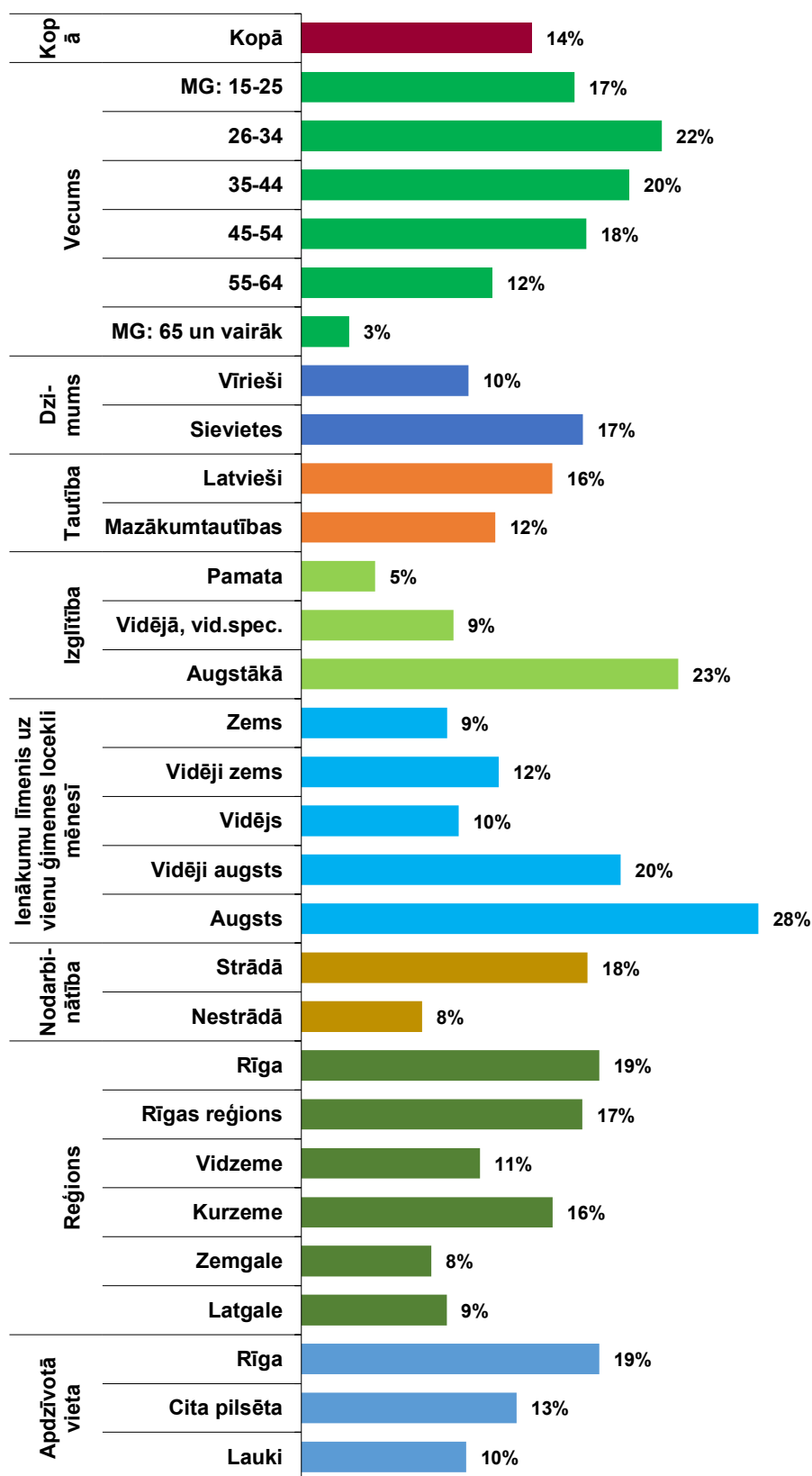
Kādus resursus Jūs visbiežāk izmantojat, lai mācītos par jaunām tehnoloģijām, rīkiem?

YouTube vai citas video pamācības
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



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

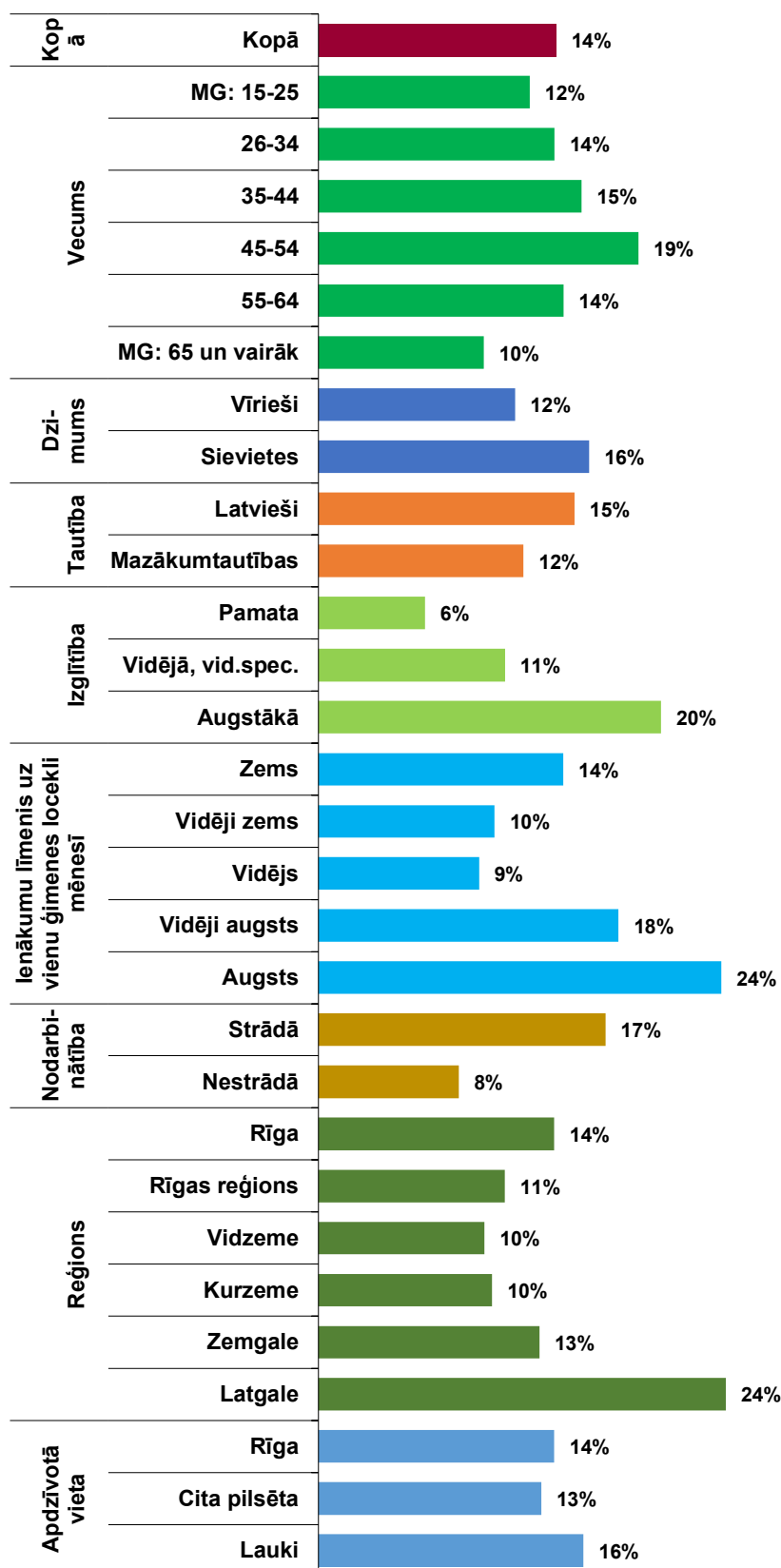
Tiešsaistes kursus, seminārus, lekcijas
(Bāze = interneta lietotāji; N=1521)



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

Izmanto profesionālu palīdzību vai konsultācijas

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



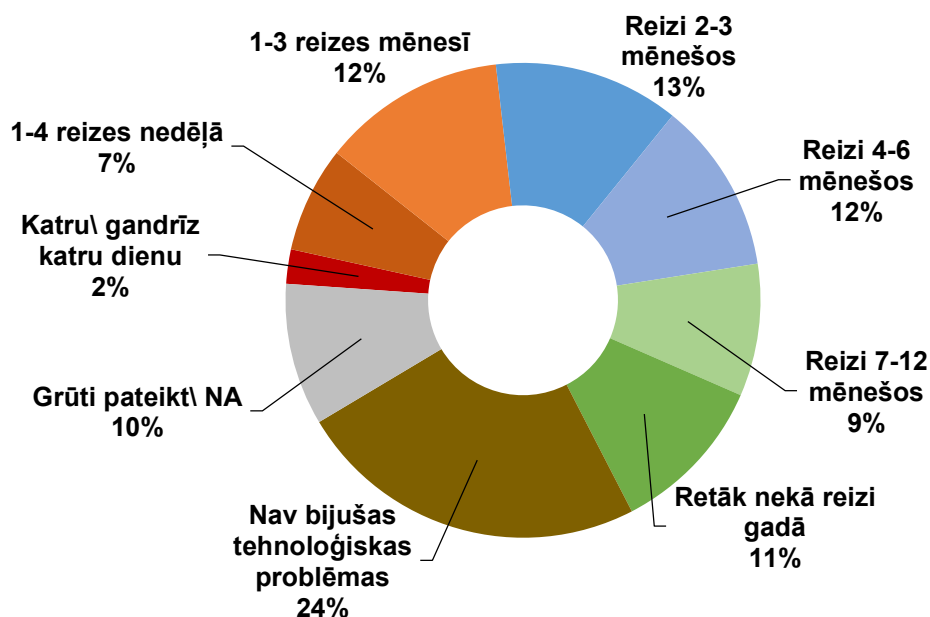
5. Prasmes rūpēties par digitālo drošību, risināt problēmas, konfigurēt ierīces

Aptaujas jautājums:

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

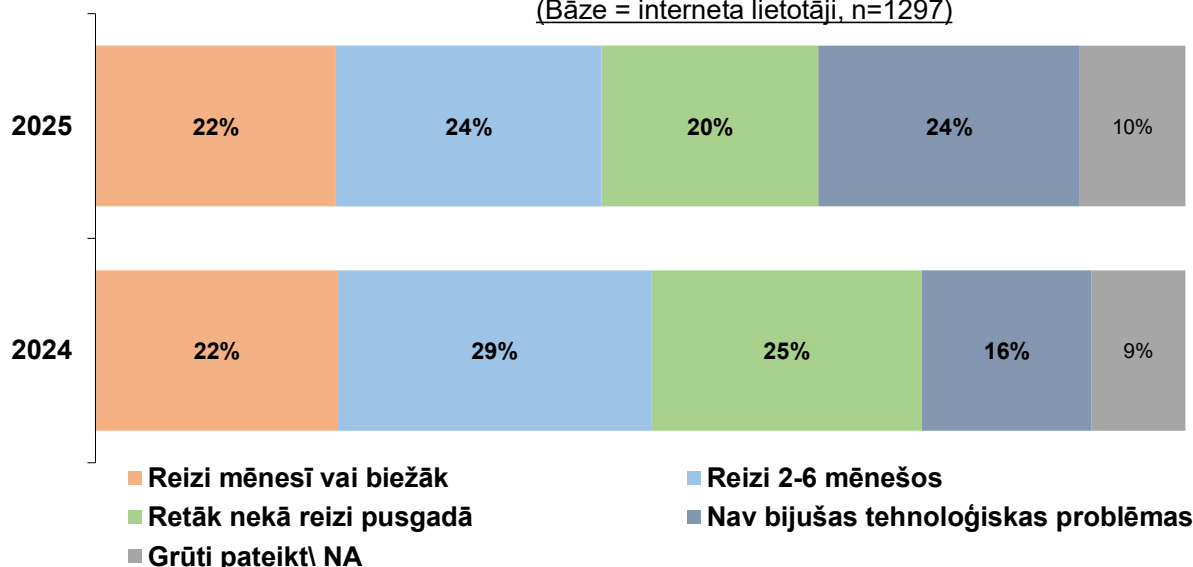
Cik bieži, izmantojot tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, Jūs saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām, piem., programmatūras kļūdām vai ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumiem?

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

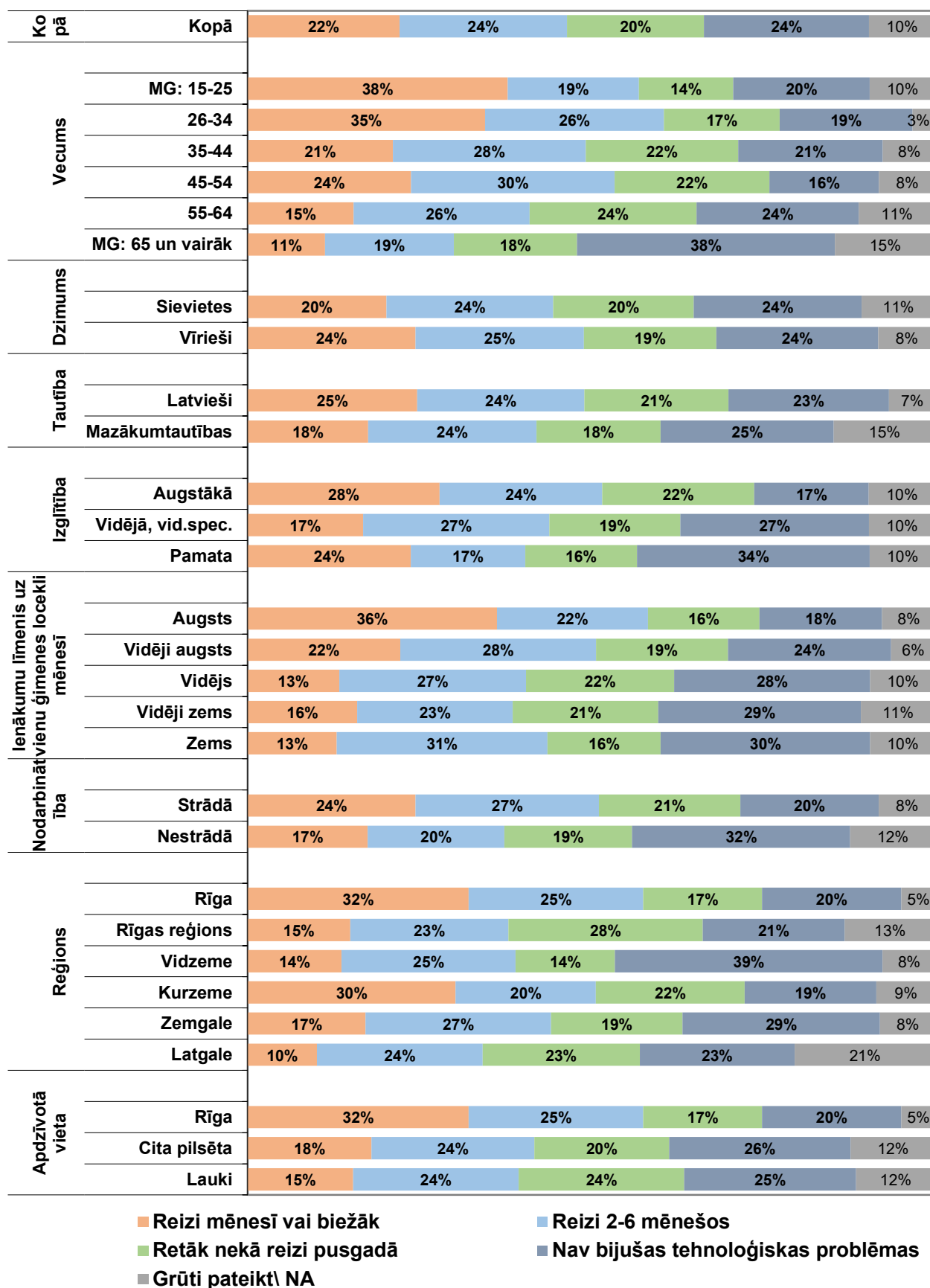


Cik bieži, izmantojot tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, Jūs saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām, piem., programmatūras kļūdām vai ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumiem?

(Bāze = interneta lietotāji, n=1297)



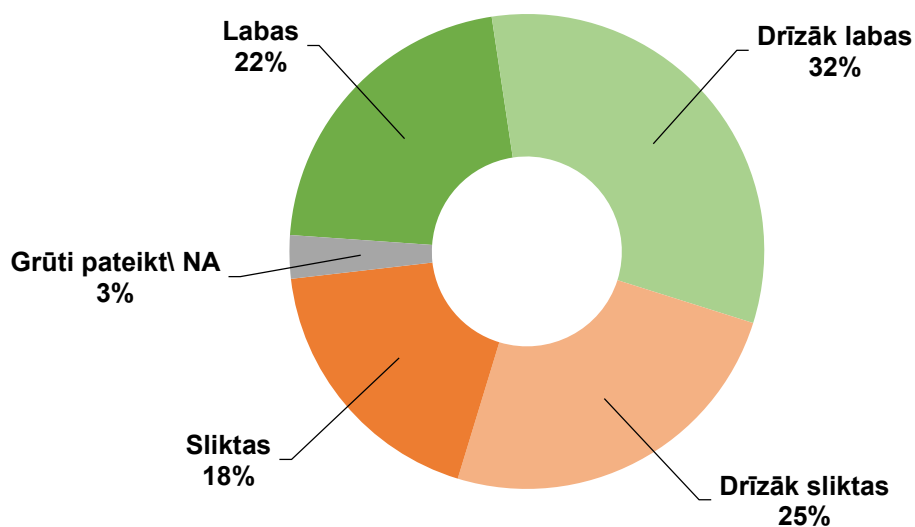
**Cik bieži, izmantojot tehnoloģijas, lai saņemtu mediju pakalpojumus, Jūs
saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām?**
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



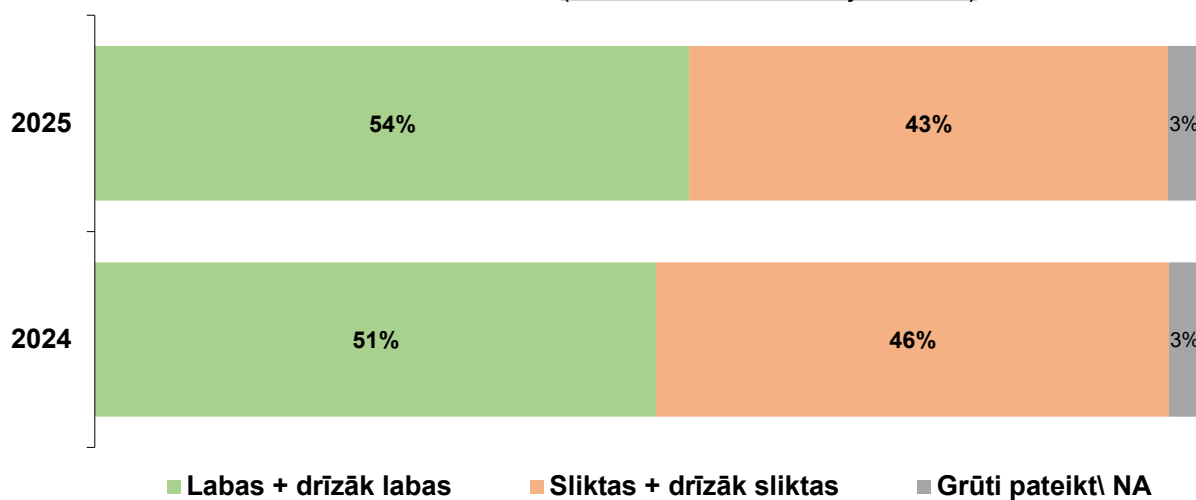
Aptaujas jautājums:

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

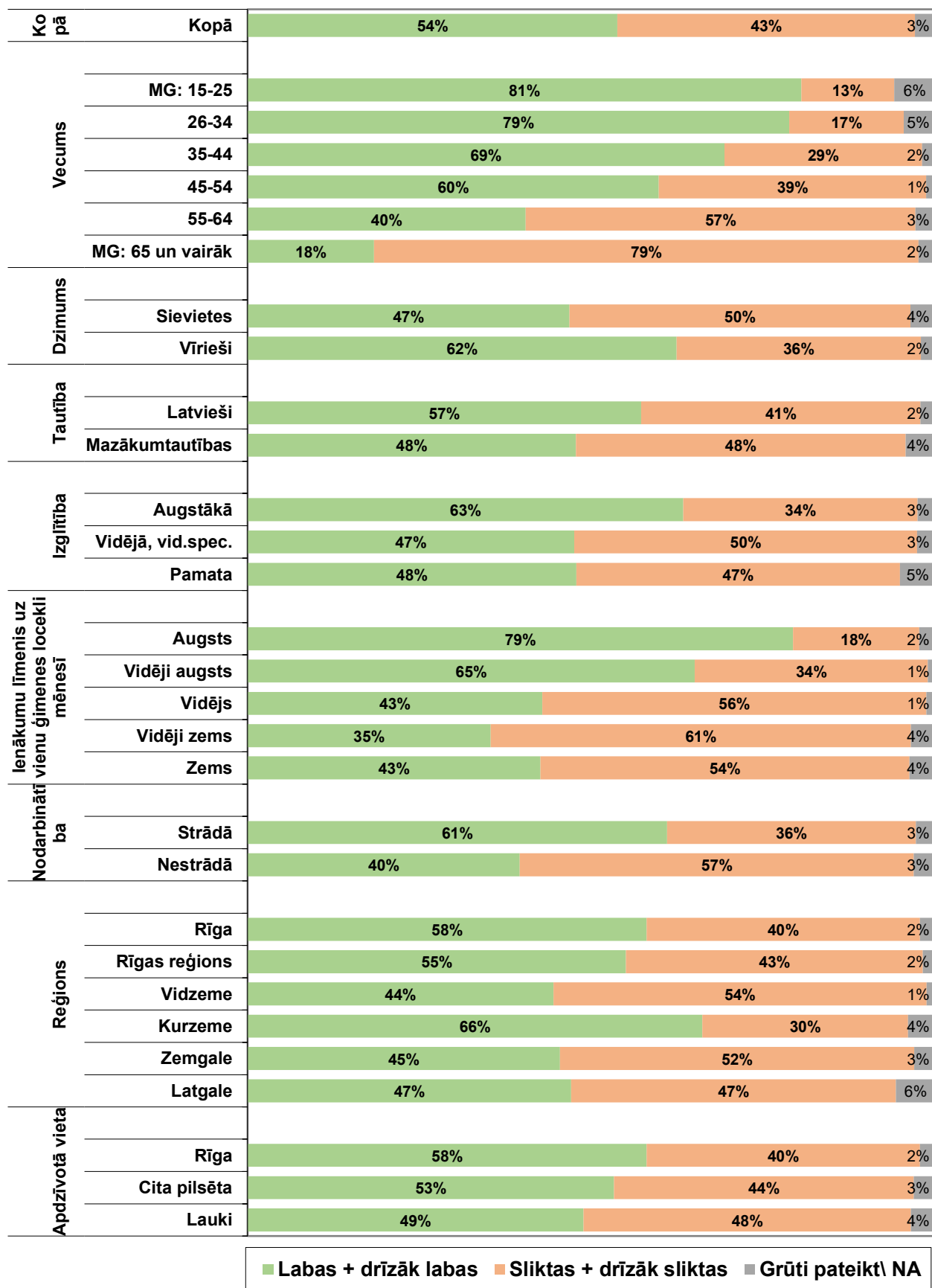
Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes uzstādīt jaunu ierīci vai mainīt tās iestatījumus?
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes uzstādīt jaunu ierīci vai mainīt tās iestatījumus?
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes uzstādīt jaunu ierīci vai mainīt tās iestatījumus?
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

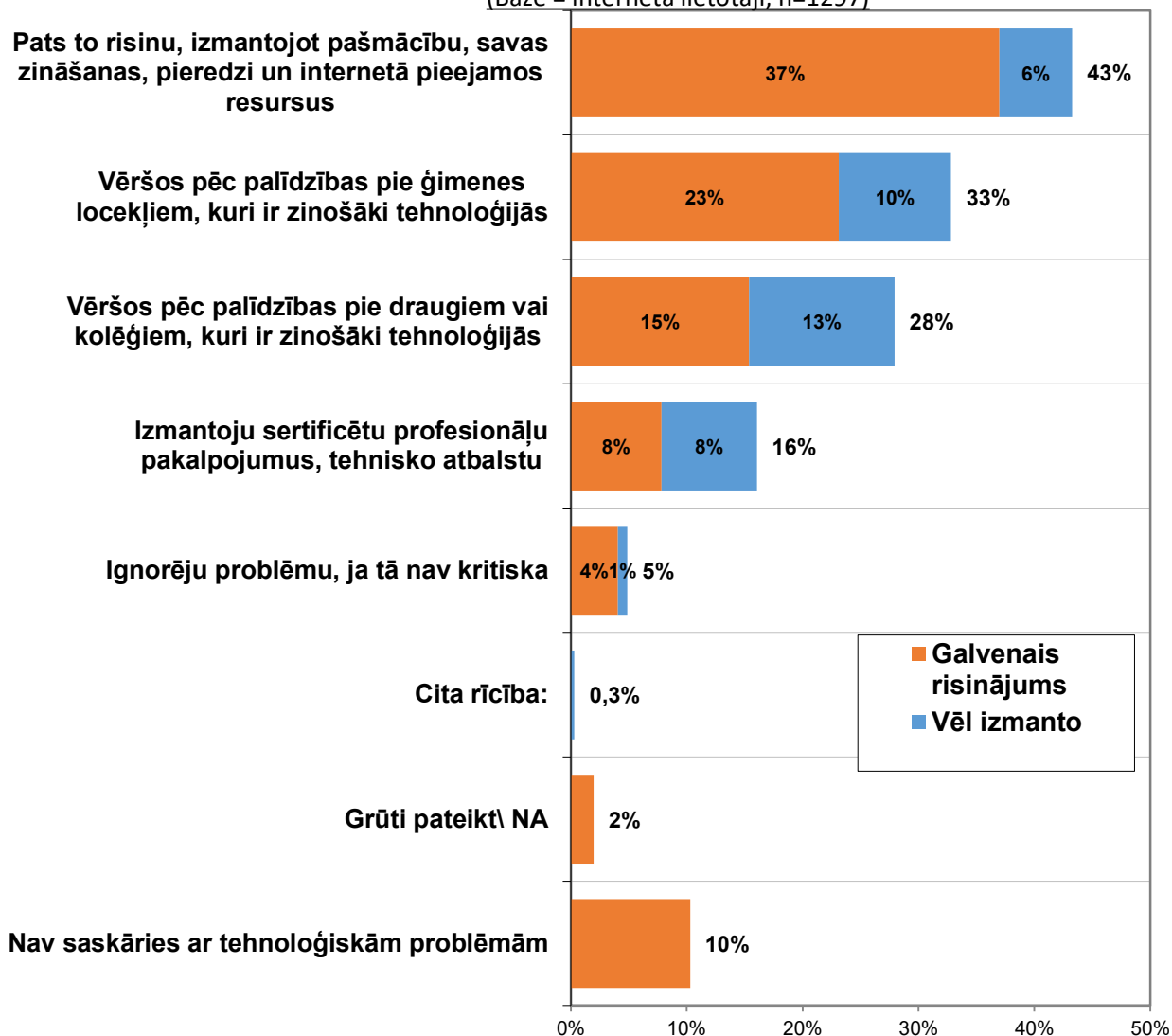


Aptaujas jautājums:

- “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=1297)

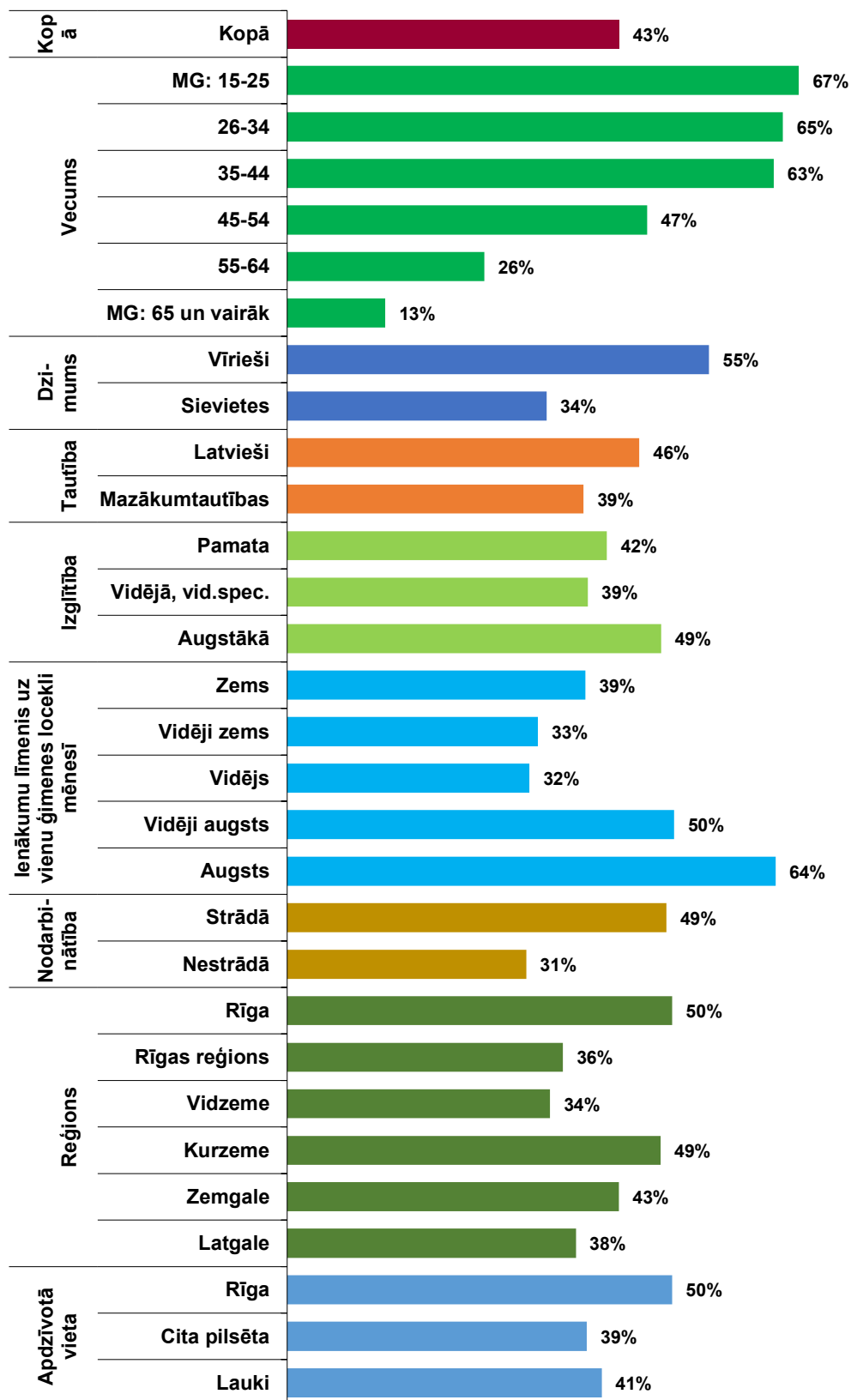


Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām mediju pakalpojumu saņemšanā, programmatūras kļūdām vai problēmām ierīču uzstādīšanas un konfigurācijas jautājumos?

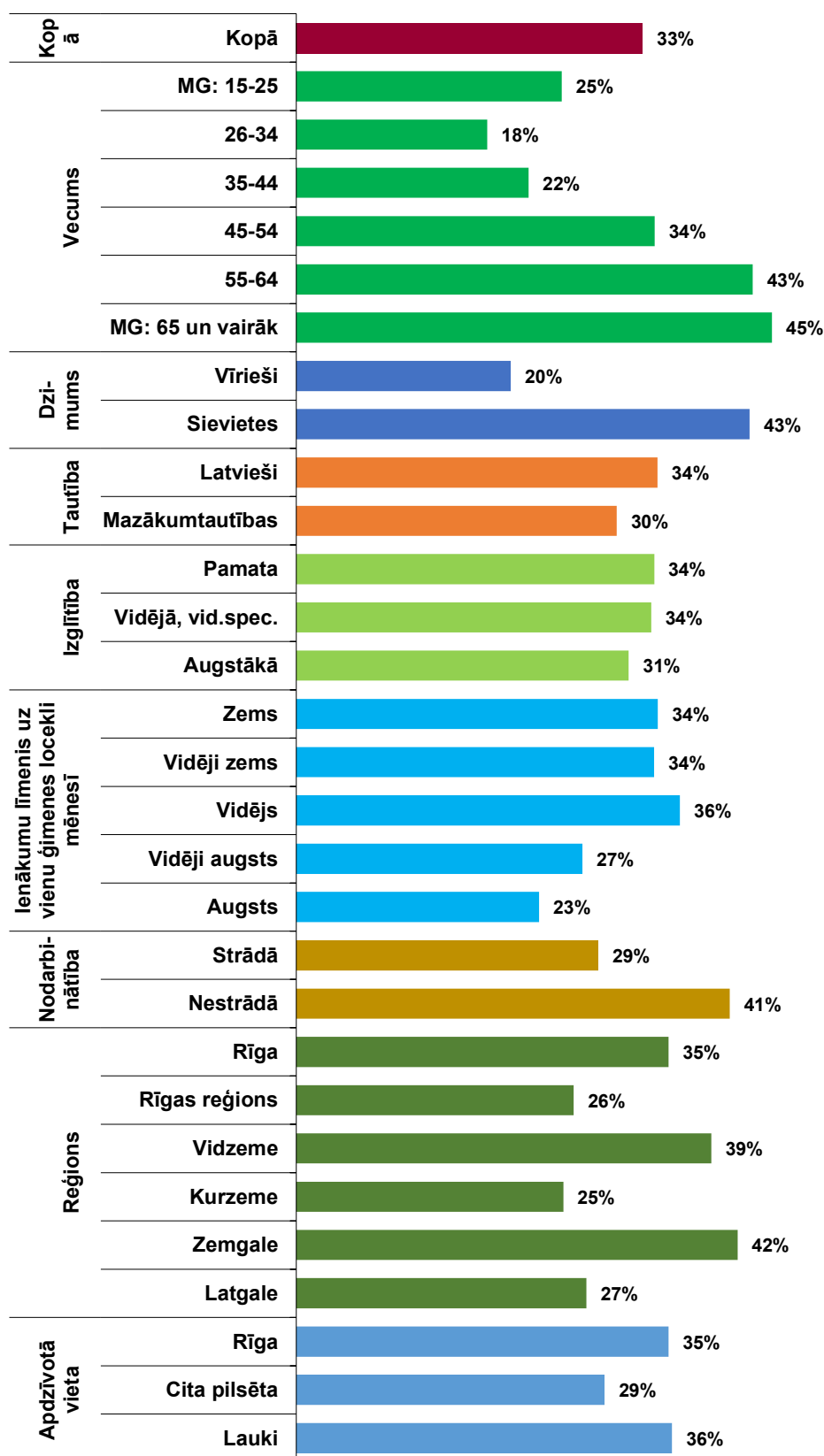
VISAS MINĒTĀS ATBILDES
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



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=1297)

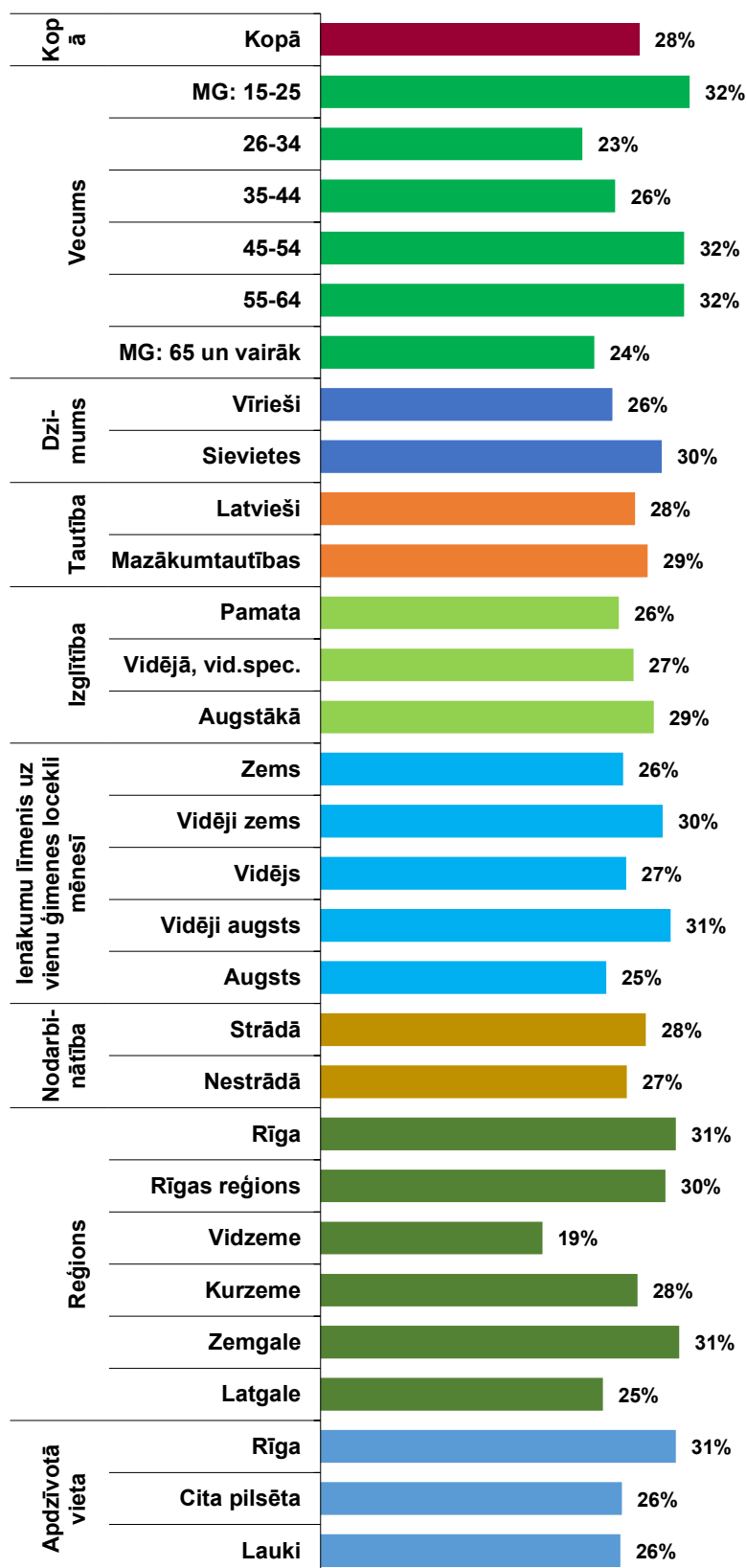


Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām?
Vēršos pēc palīdzības pie ģimenes locekļiem, kuri ir zinošāki tehnoloģijās
 (Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

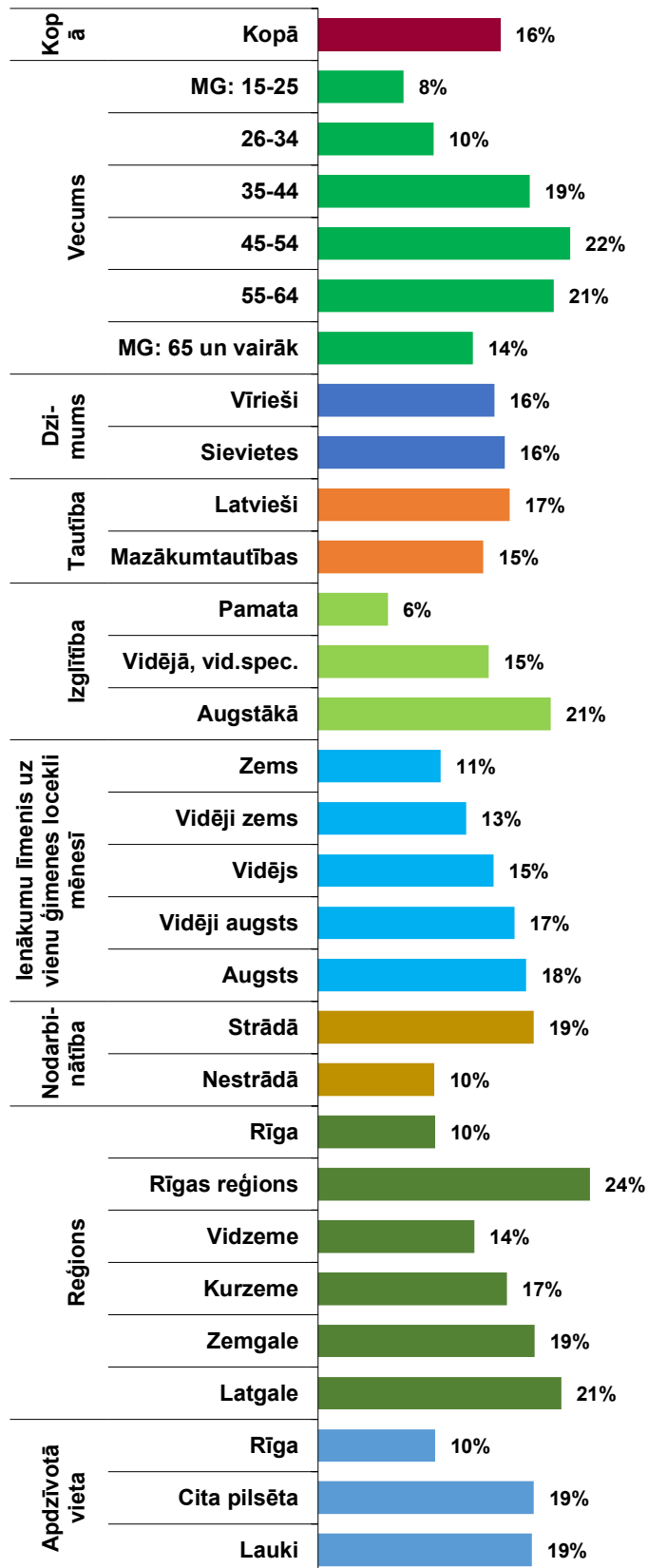


Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām?
Vēršos pēc palīdzības pie draugiem vai kolēģiem, kuri ir zinošāki tehnoloģijās

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

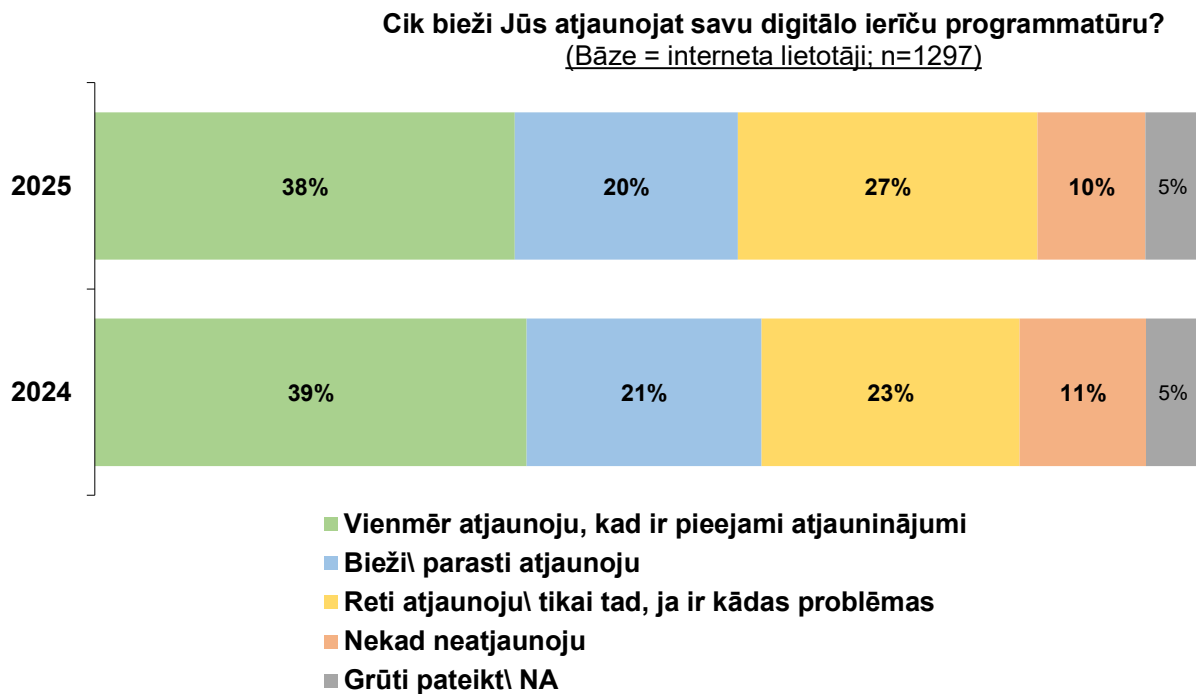


Kā Jūs parasti rīkojaties, kad saskaraties ar tehnoloģiskām problēmām?
Izmantoju sertificētu profesionāļu pakalpojumus, tehnisko atbalstu
 (Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

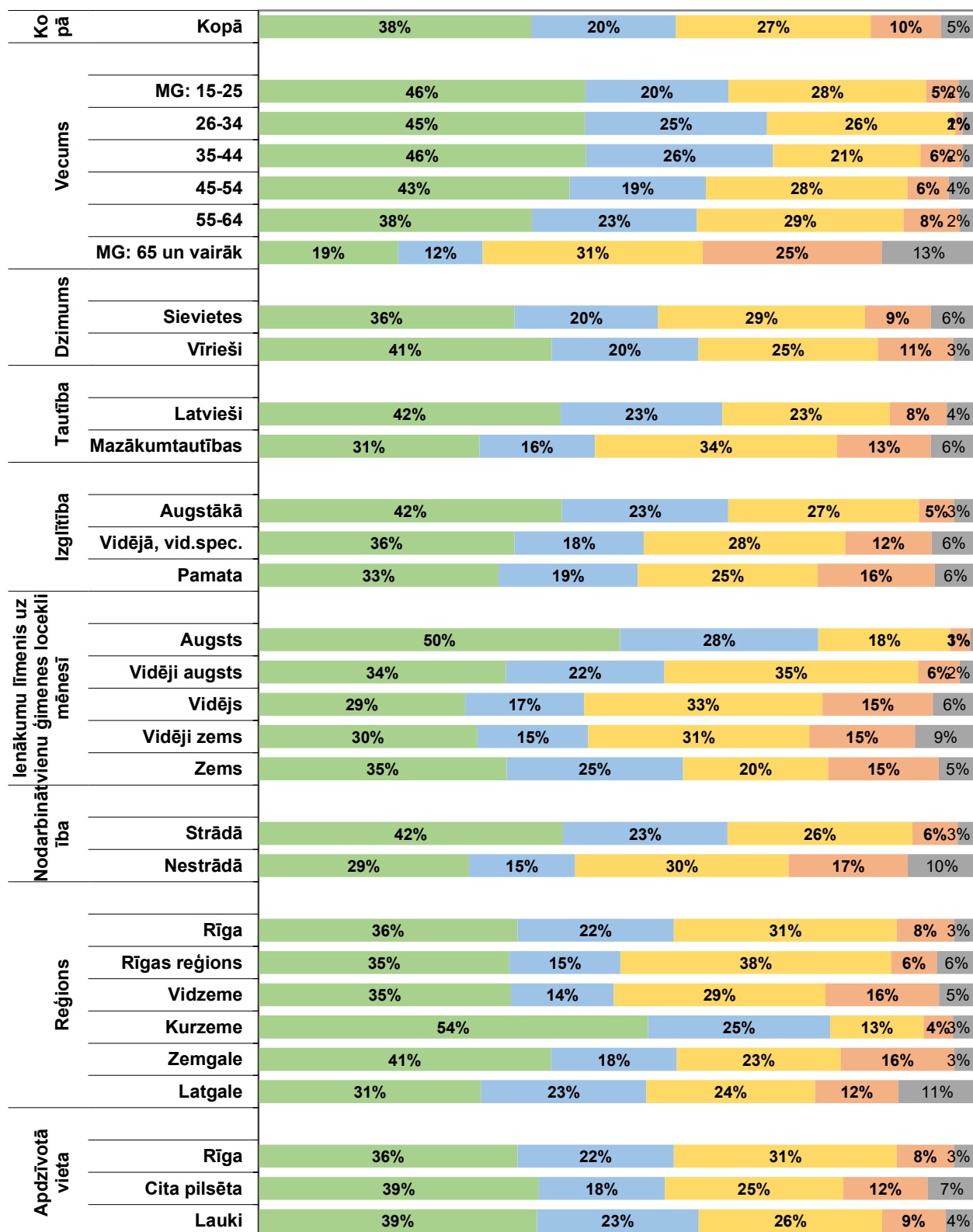


Aptaujas jautājums:

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



Cik bieži Jūs atjaunojat savu digitālo ierīču programmatūru?
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



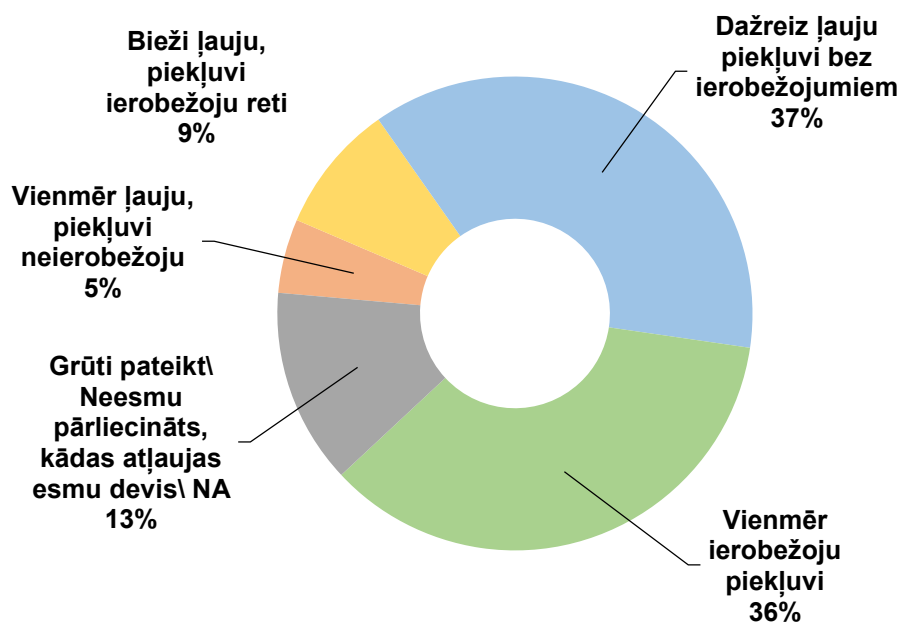
- Vienmēr atjaunoju, kad ir pieejami atjauninājumi
- Bieži\ parasti atjaunoju
- Reti atjaunoju\ tikai tad, ja ir kādas problēmas
- Nekad neatjaunoju
- Grūti pateikt\ NA

Aptaujas jautājums:

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

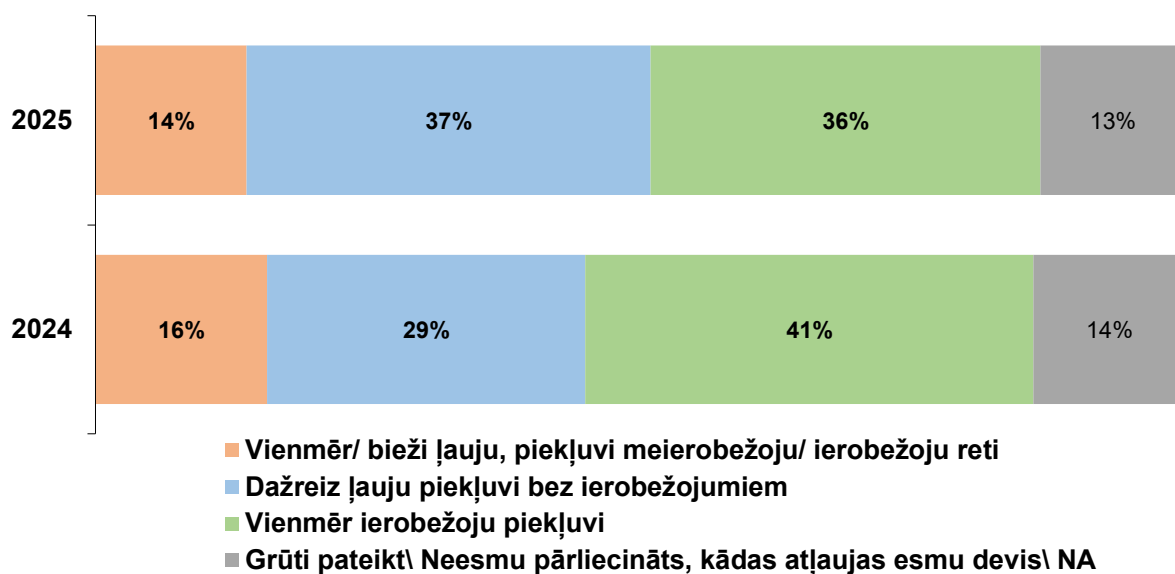
Vai Jūs ļaujat mobilo ierīču aplikācijām piekļūt Jūsu personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai?

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

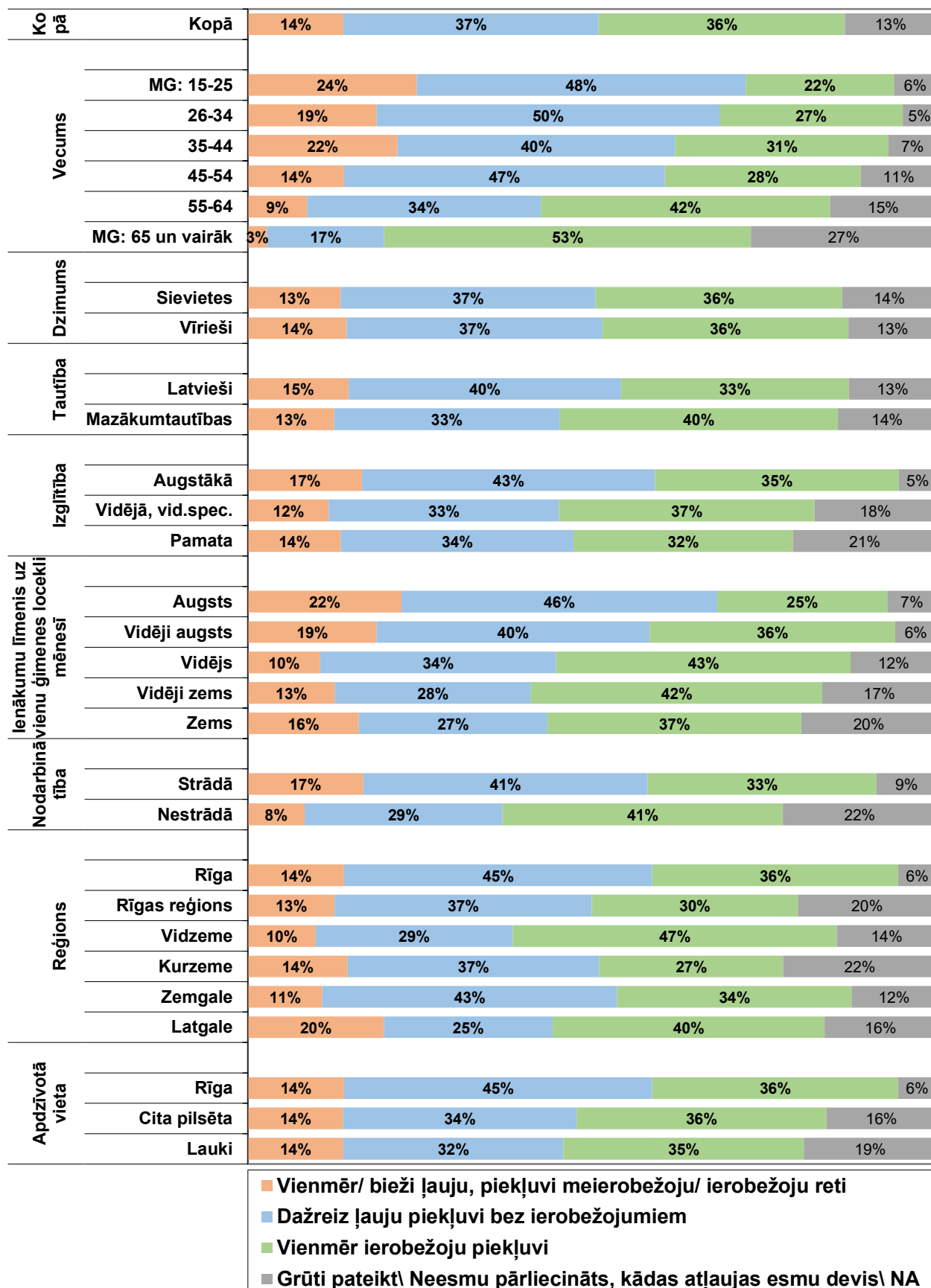


Vai Jūs ļaujat mobilo ierīču aplikācijām piekļūt Jūsu personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai?

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

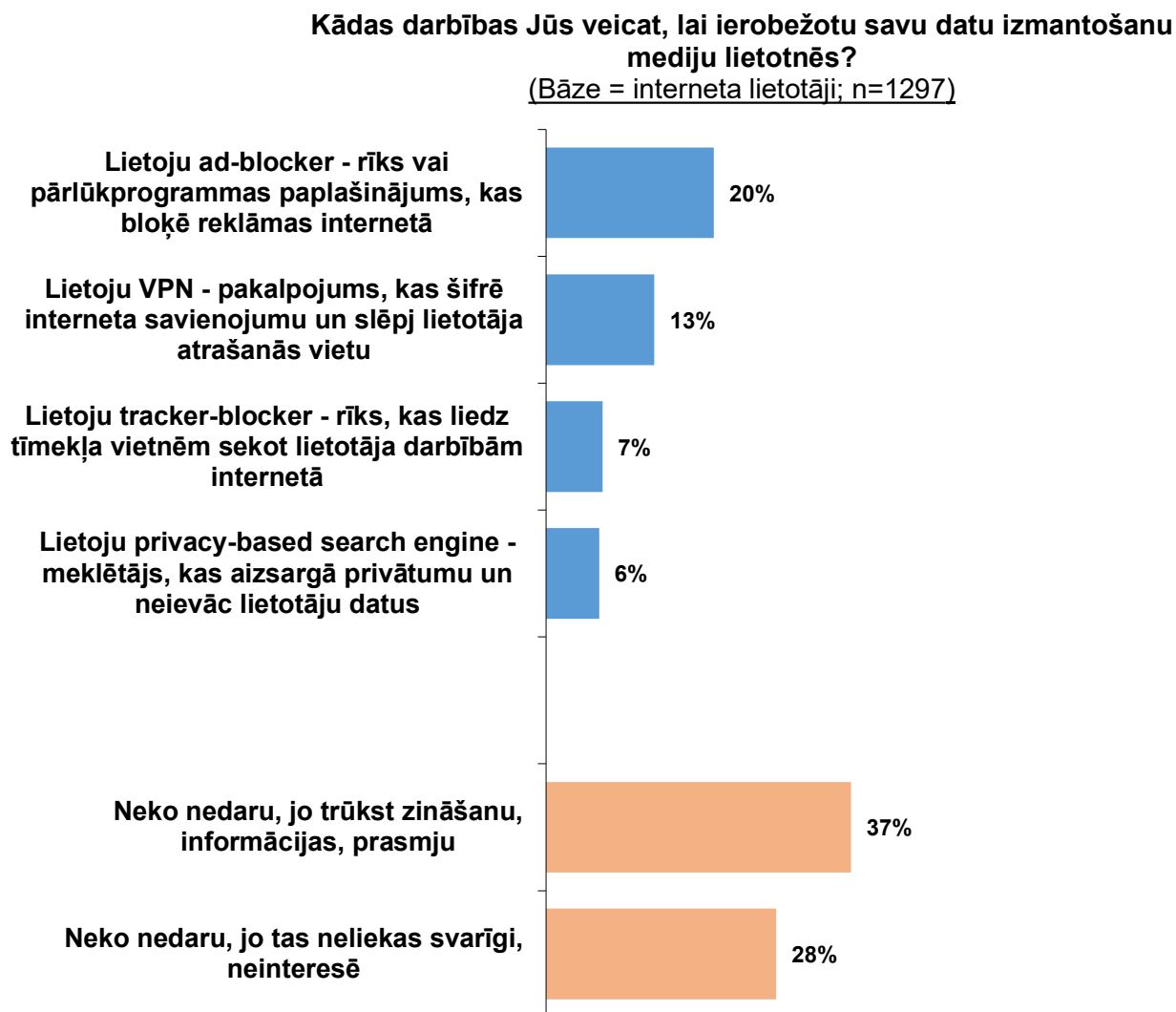


Vai Jūs ļaujat mobilo ierīču aplikācijām piekļūt Jūsu personīgajiem dokumentiem, fotogrāfijām vai atrašanās vietai?
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



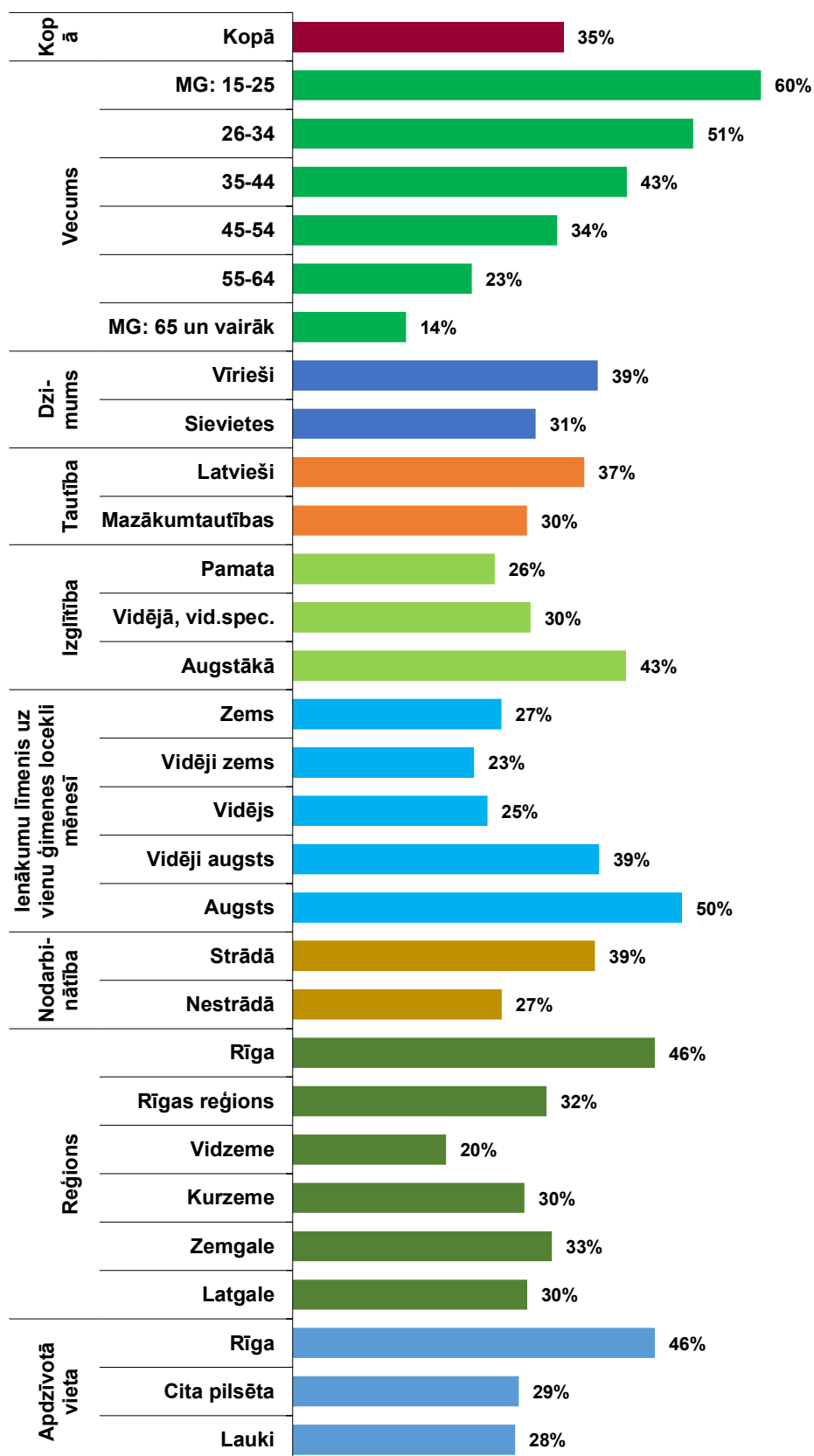
Aptaujas jautājums:

- “Kādas darbības Jūs veicat, lai ierobežotu savu datu izmantošanu mediju lietotnēs?”



Ir veikuši kādas darbības, lai ierobežotu savu datu izmantošanu mediju lietotnēs

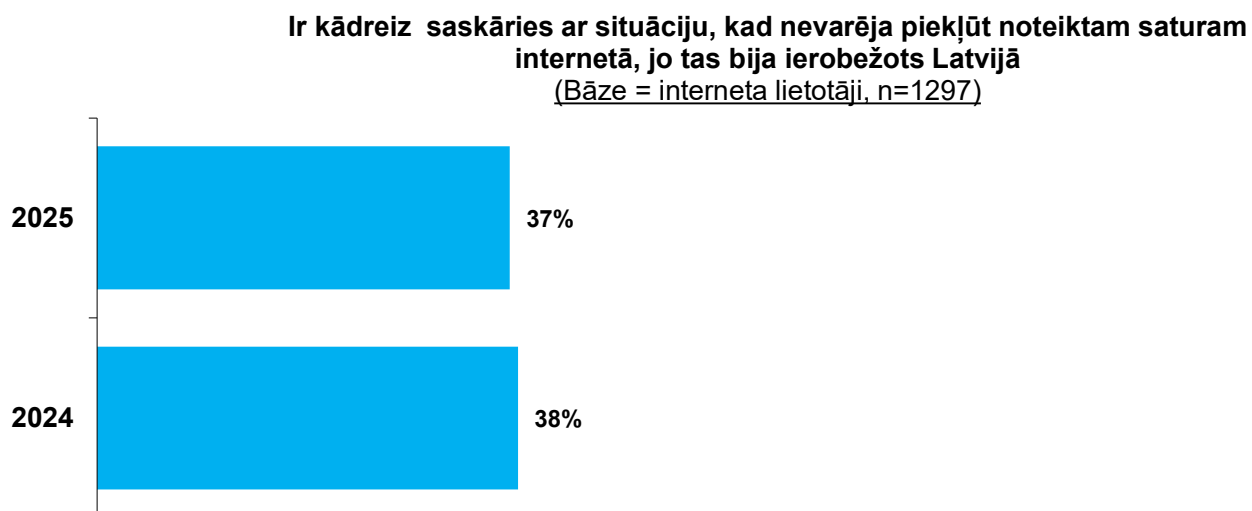
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



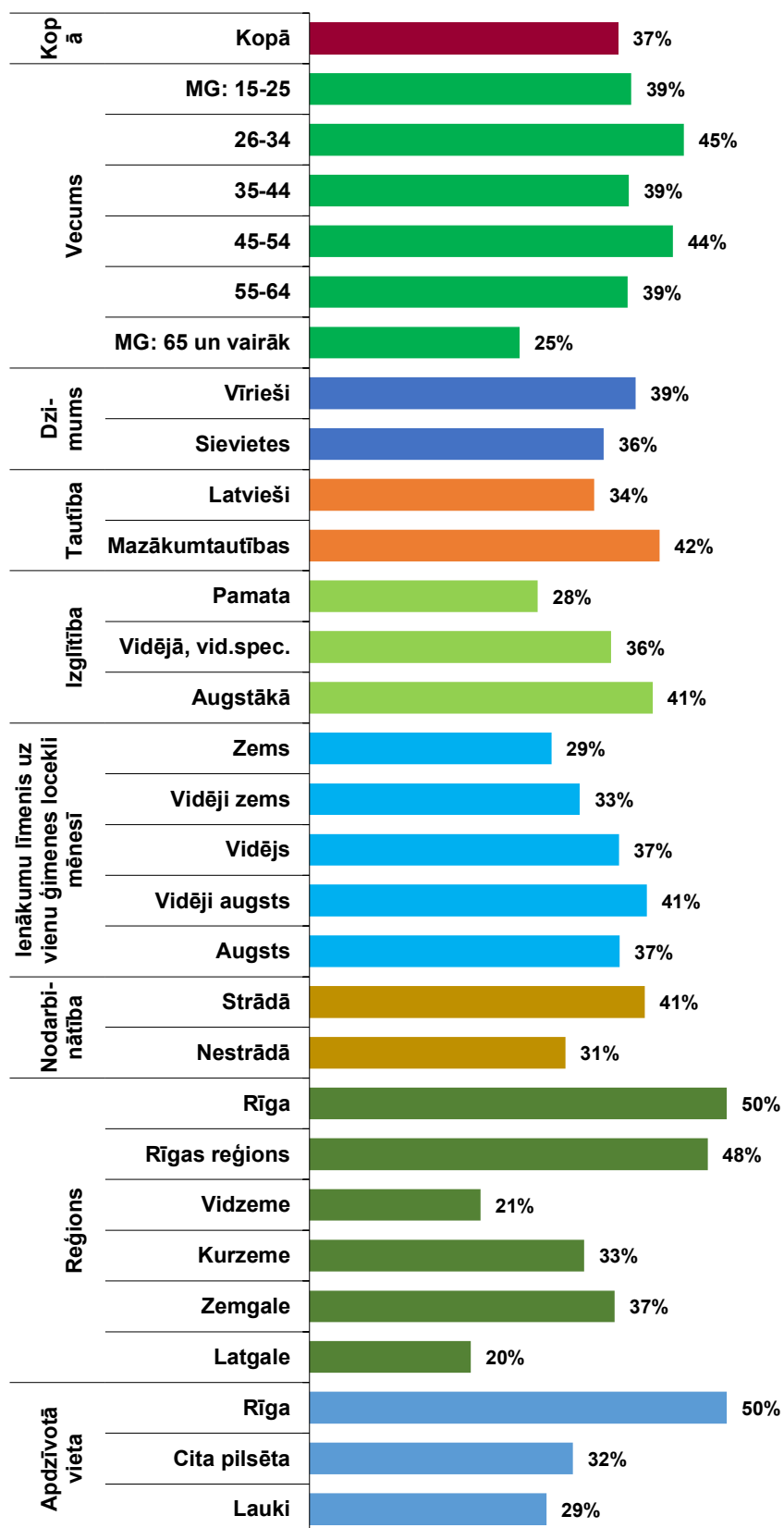
6. Reģionālo ierobežojumu apiešana internetā

Aptaujas jautājums:

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

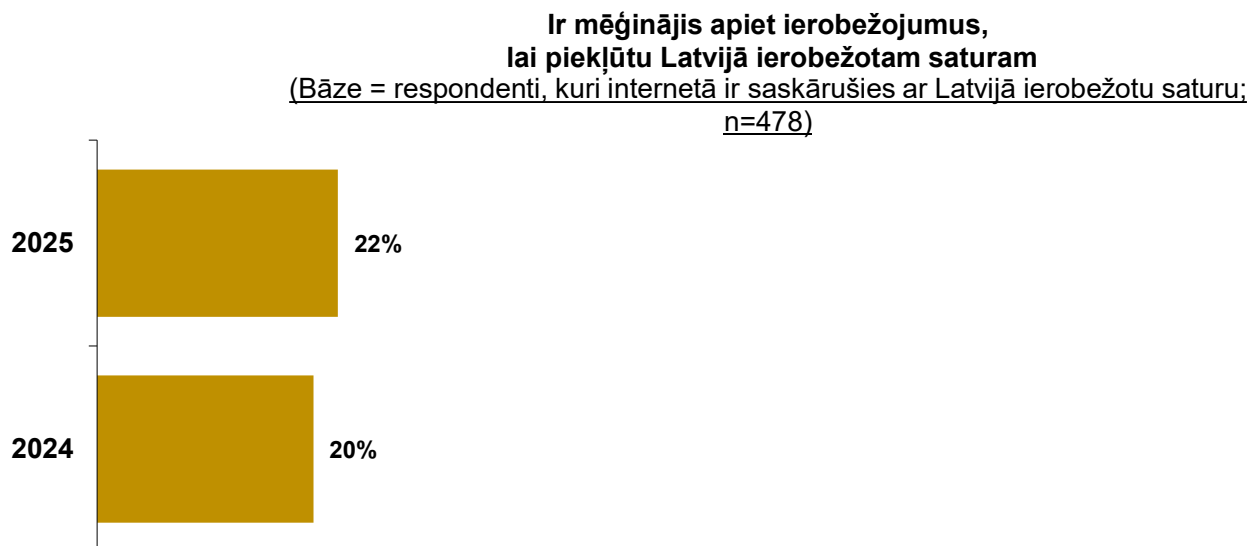


**Ir kādreiz saskāries ar situāciju, kad nevarēja piekļūt noteiktam saturam
internetā, jo tas bija ierobežots Latvijā**
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

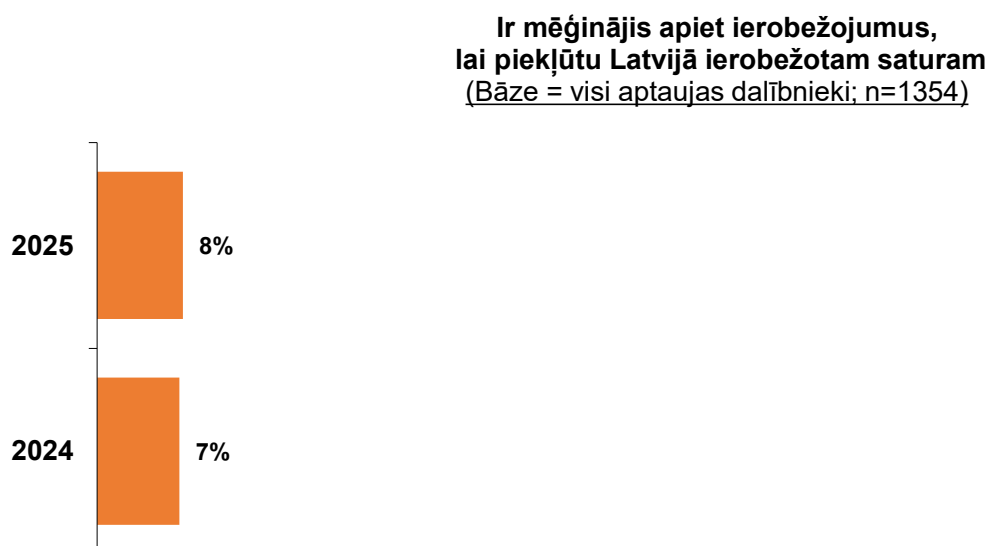


Aptaujas jautājums respondentiem, kuri internetā ir saskārušies ar Latvijā ierobežotu saturu:

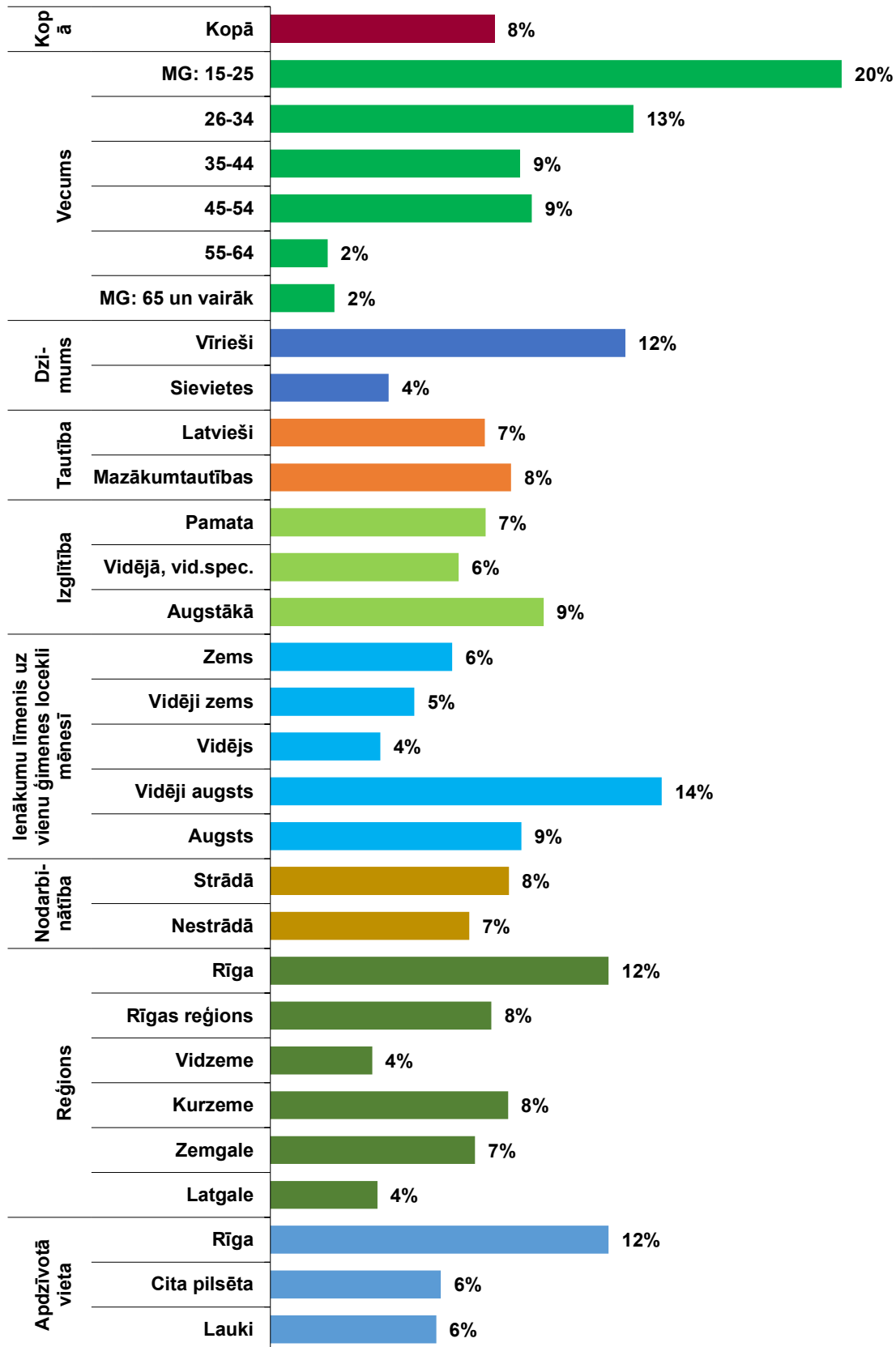
- “Vai Jūs esat mēģinājis apiet šos ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam?”



Aprēķinot iegūtos rezultātus uz visu izlasi, atklājas, ka apiet esošos ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam, mēģinājuši 8% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.

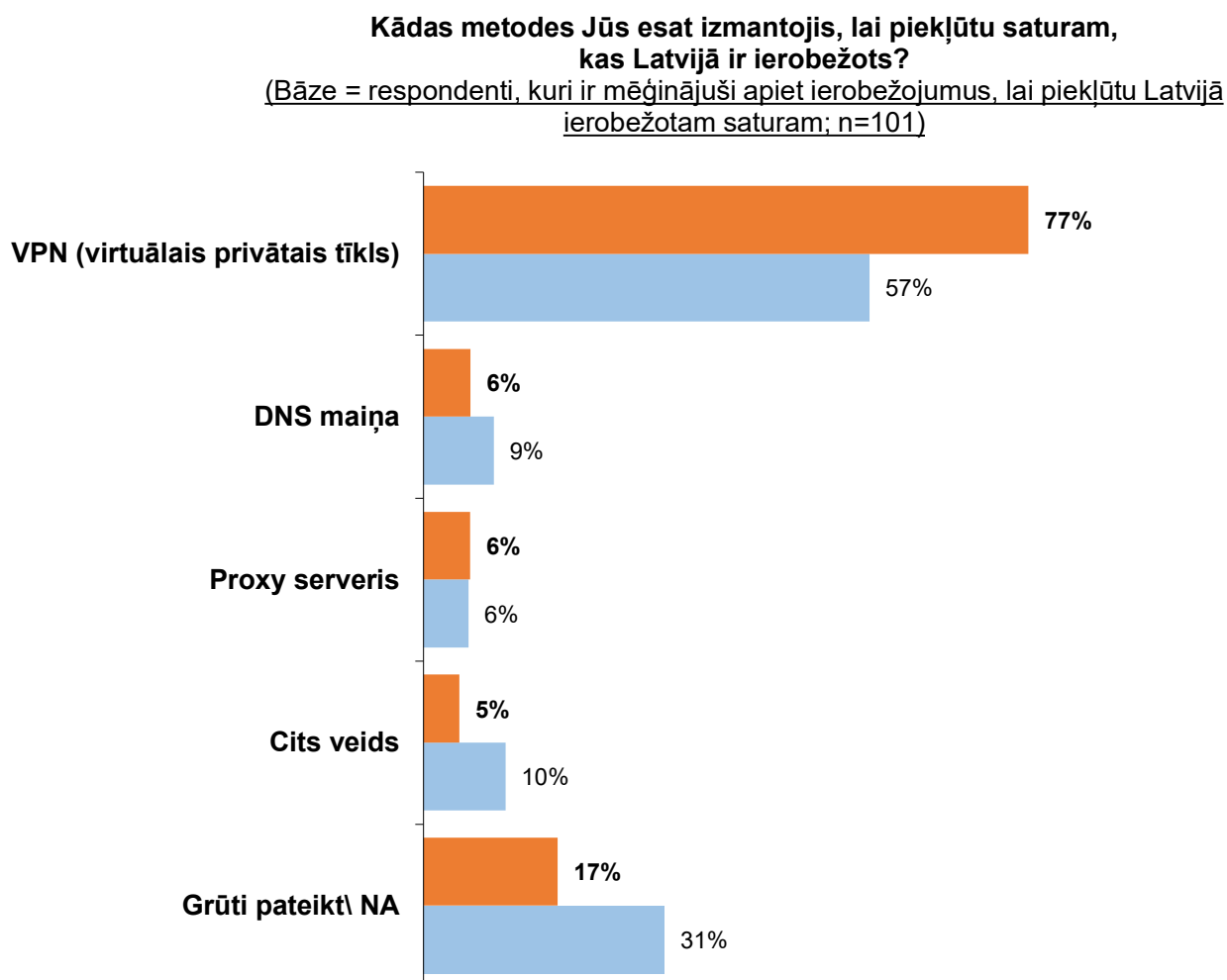


**Ir mēģinājis apiet ierobežojumus,
lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam**
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



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?”

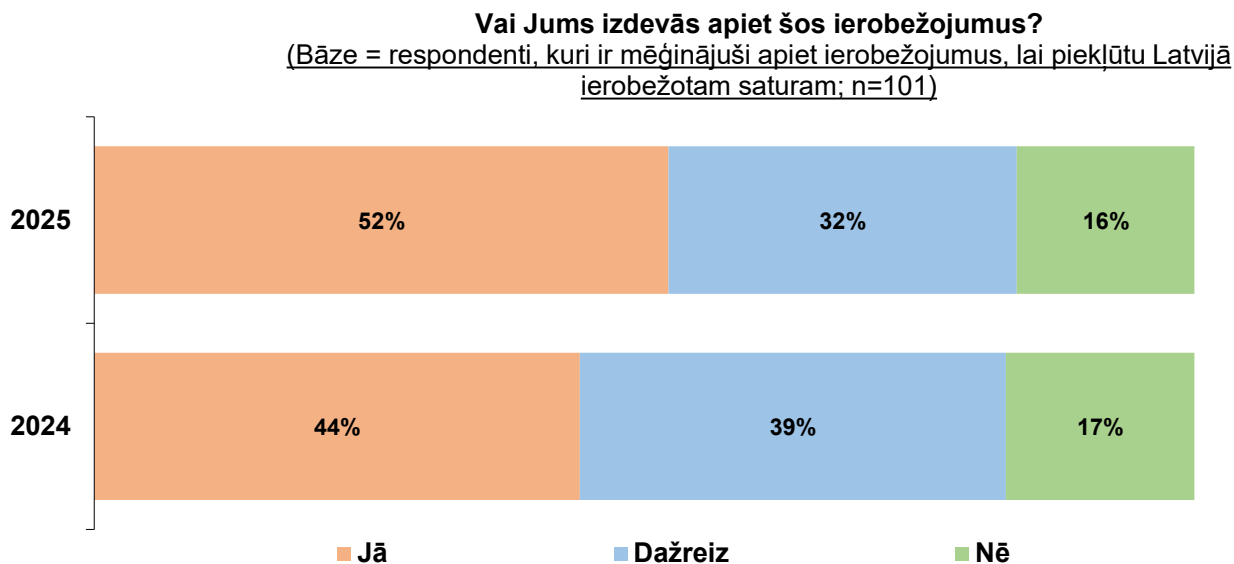


Kā citi veidi (grafikā) tika minēti:

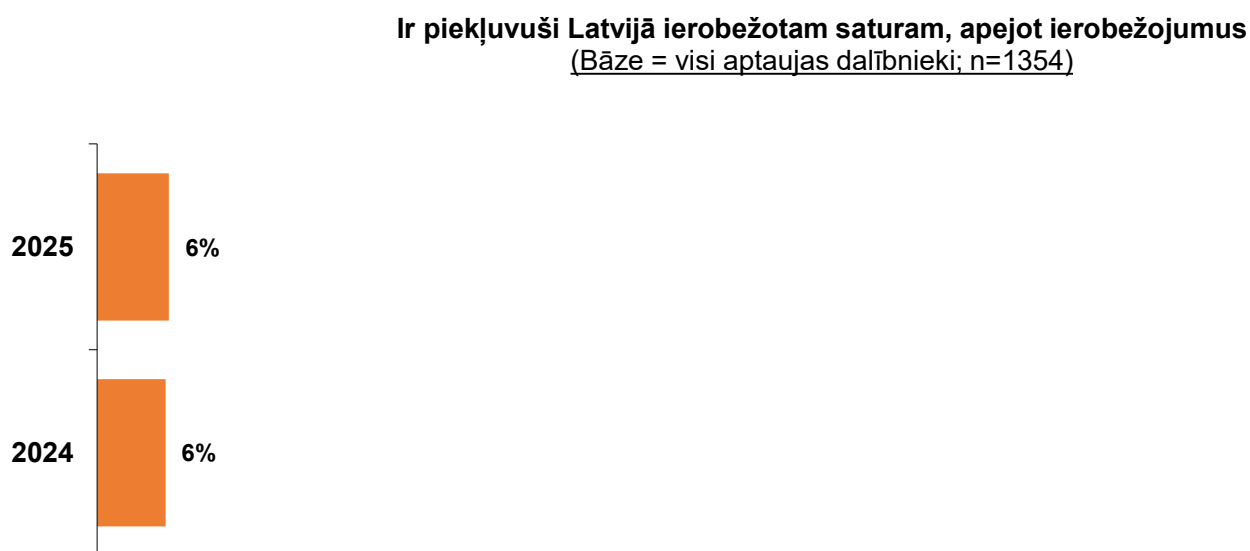
- Meklēja saturu citos avotos;
- Mainīja iestatījumus (neprecizēts);
- Konsultējās ar speciālistiem.

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

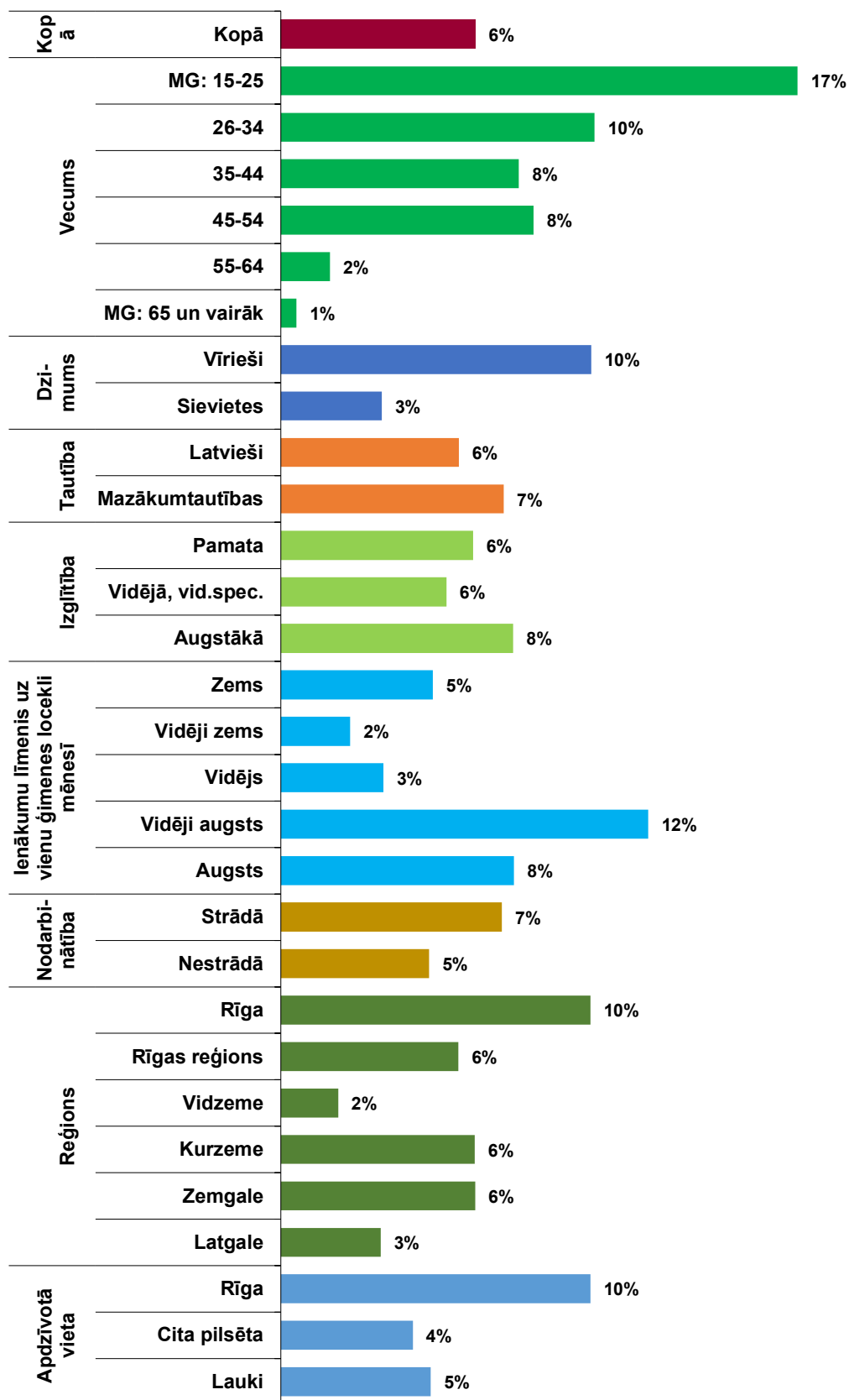
- “Vai Jums izdevās apiet šos ierobežojumus?”



Līdzīgi kā 2024. gadā, arī šogad iegūto rezultātu aprēķins uz visu izlasi atklāj, ka apiet Latvijas ieviestos ierobežojumus un piekļūt Latvijā ierobežotam saturam ir izdevies 6% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju.



**Ir izdevies apiet ierobežojumus,
lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam**
(Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)

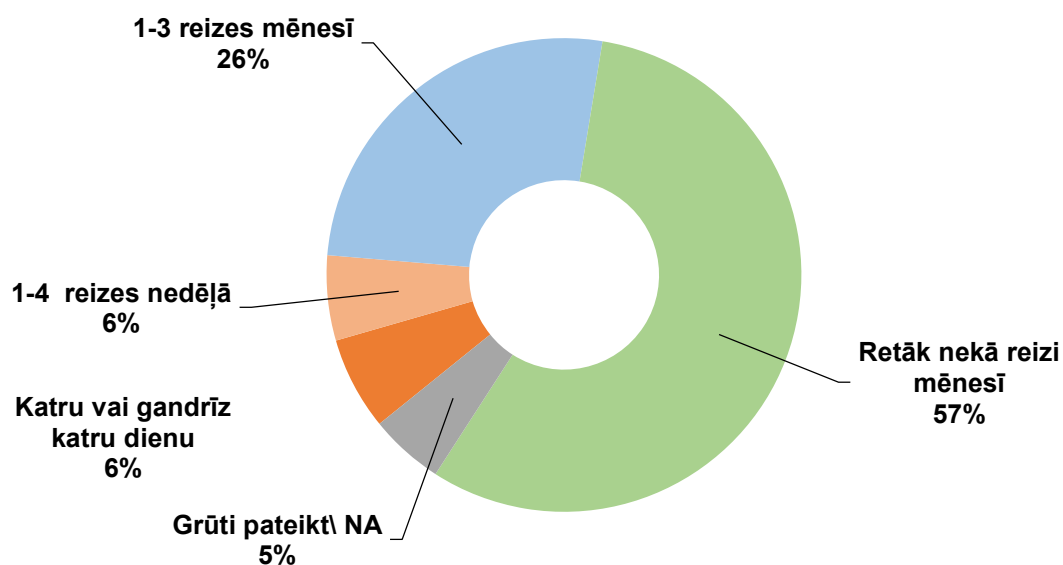


Aptaujas jautājums respondentiem, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam:

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

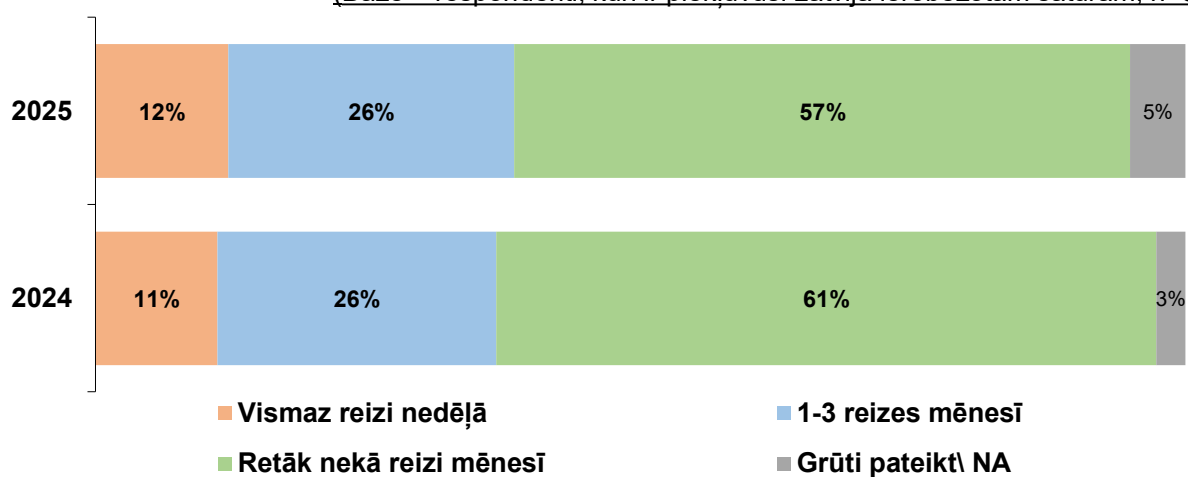
Cik bieži Jūs izmantojat šīs metodes, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam?

(Bāze = respondenti, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam; n=84)



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

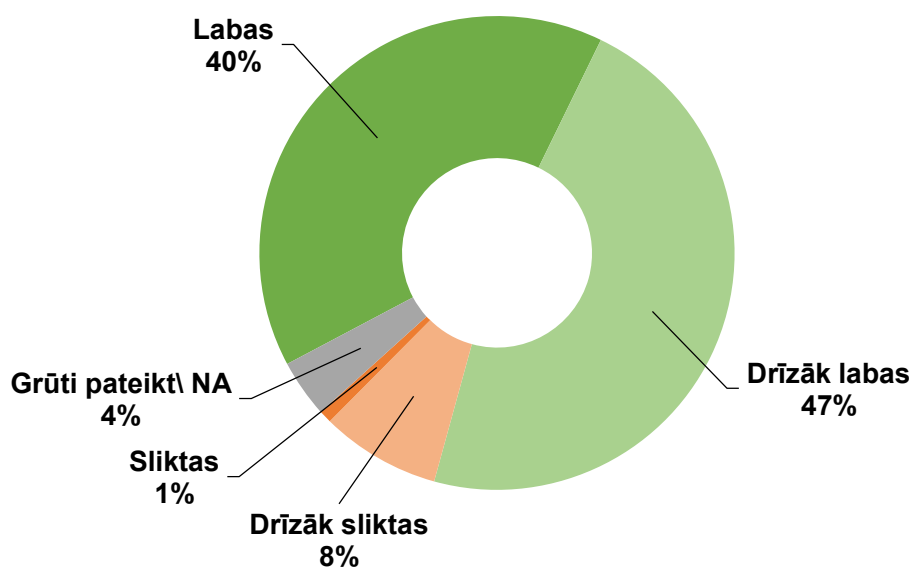
(Bāze = respondenti, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam; n=84)



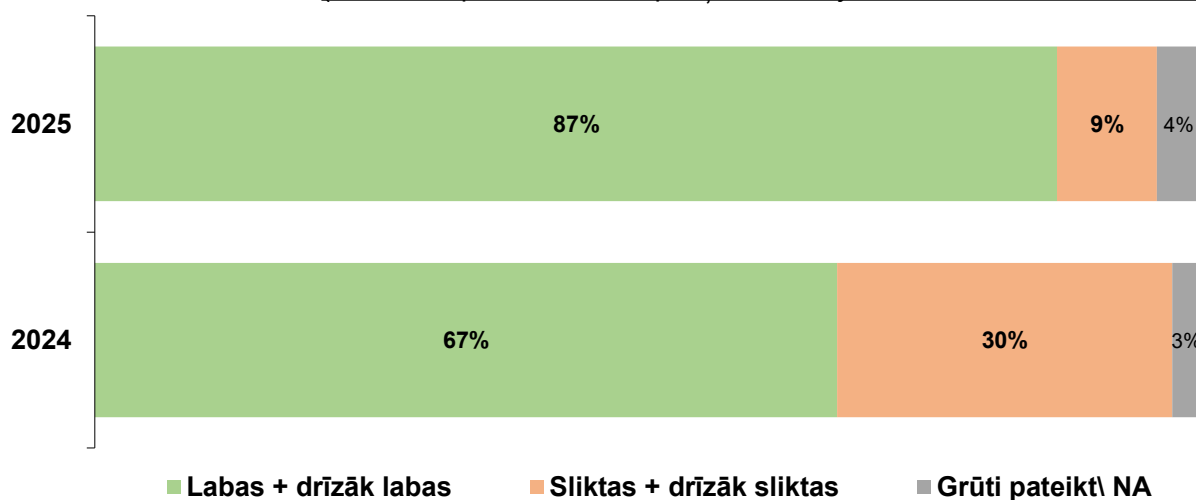
Aptaujas jautājums respondentiem, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam:

- “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=84)

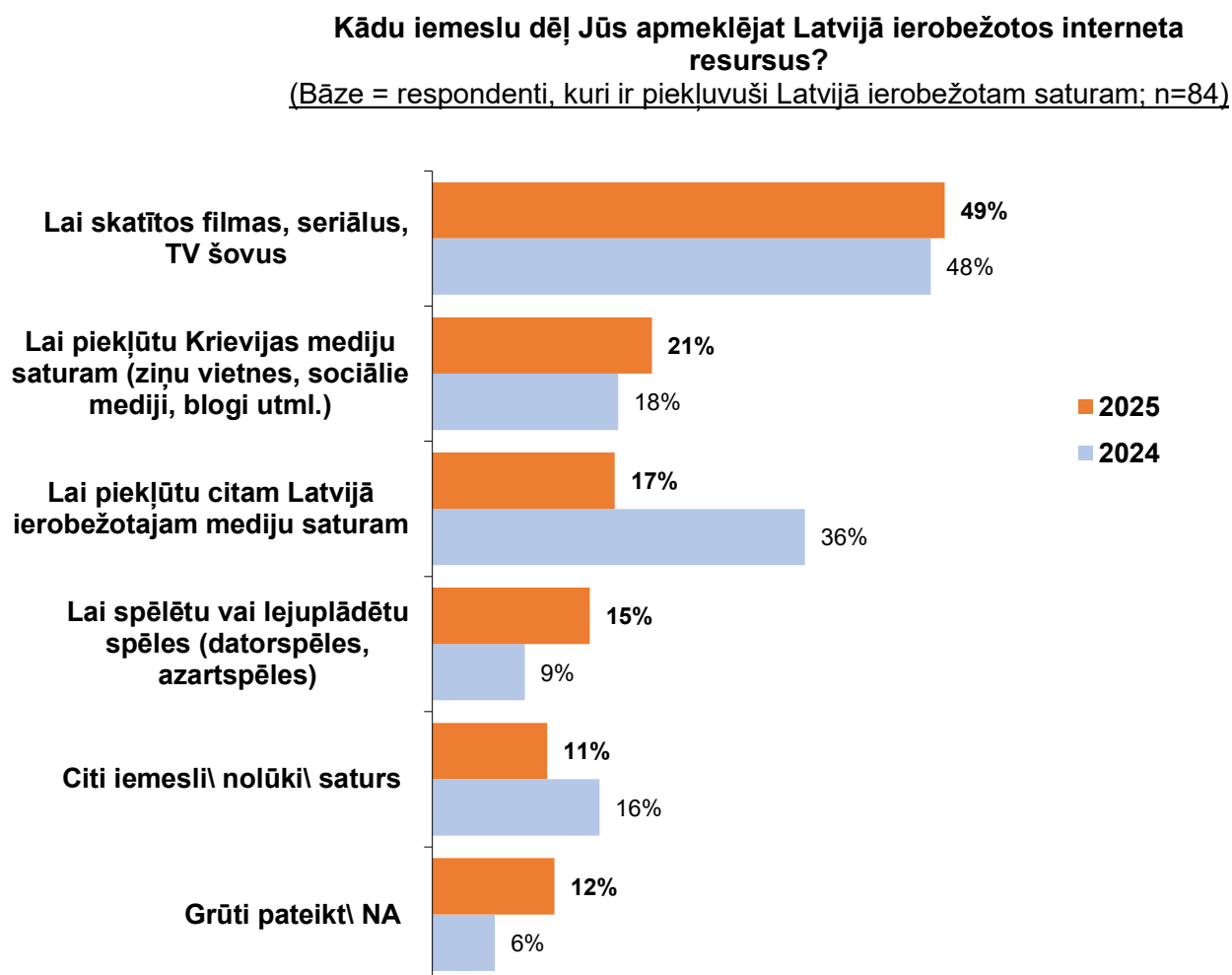


Kā Jūs raksturotu savas tehniskās zināšanas un prasmes, lai piekļūtu un skatītos sev interesējošu saturu internetā, kas Latvijā ir ierobežots?
(Bāze = respondenti, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam; n=84)



Aptaujas jautājums respondentiem, kuri ir piekļuvuši Latvijā ierobežotam saturam:

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



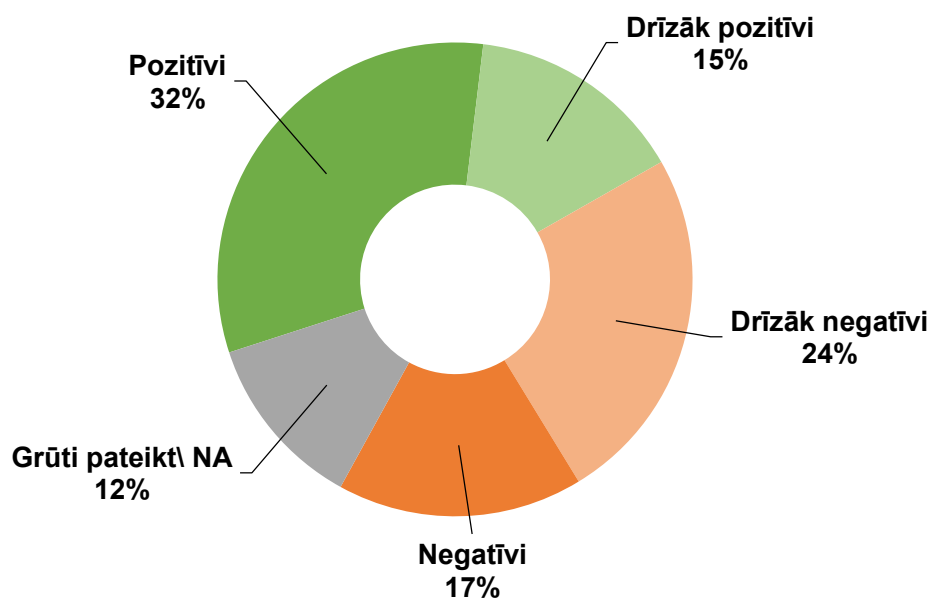
Kā citi iemesli/ nolūki/ saturs (grafikā) tika minēti:

- Ar tehniku saistīts saturs/tehnisks saturs;
- Nepieciešams darbam;
- Lai piekļūtu mūzikai;
- Nav īpašs nolūks;
- Lai pārbaudītu ierobežojumu darbību.

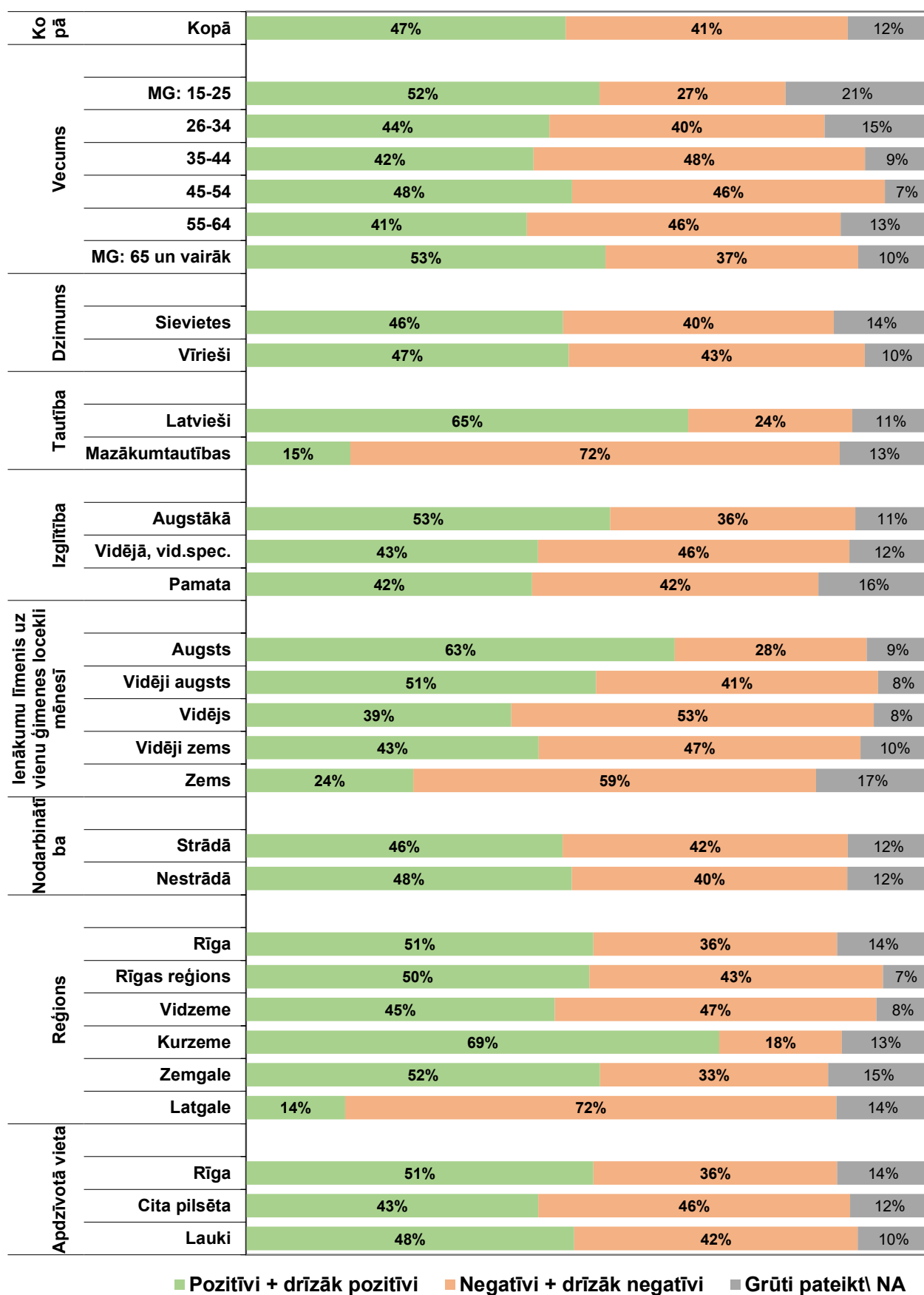
Aptaujas jautājums:

- “Kā Jūs vērtējat to, ka Latvijā tiek ierobežots Krievijas mediju saturs?”

Kā Jūs vērtējat to, ka Latvijā tiek ierobežots Krievijas mediju saturs?
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



Kā Jūs vērtējat to, ka Latvijā tiek ierobežots Krievijas mediju saturs?
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



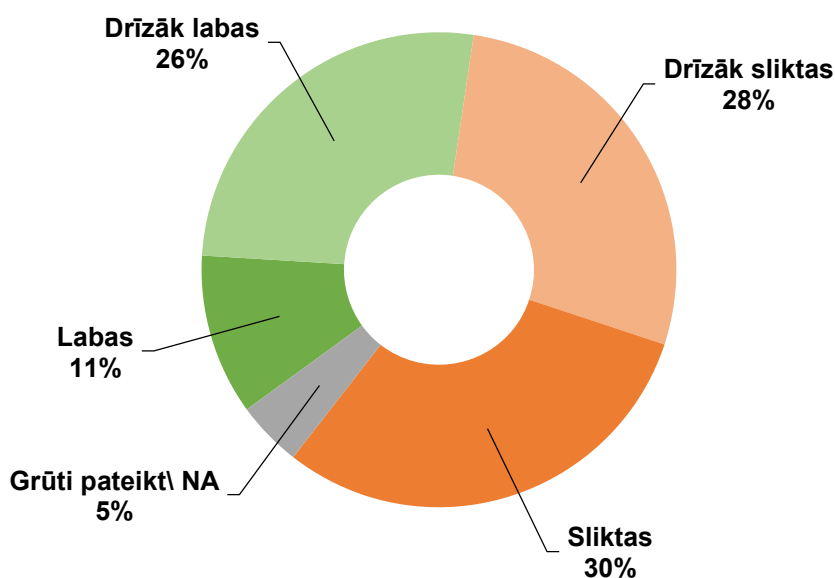
7. Mākslīgais intelekts – zināšanas, priekšstati, prasmes, izmantošana

Aptaujas jautājums:

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

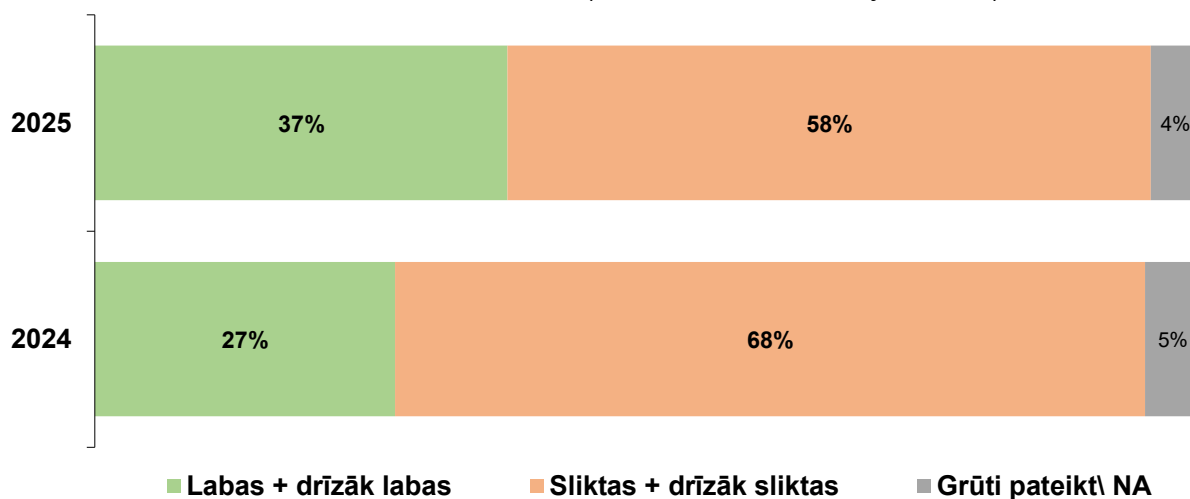
Kā Jūs raksturotu savas zināšanas par mākslīgo intelektu un tā pielietojumu?

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



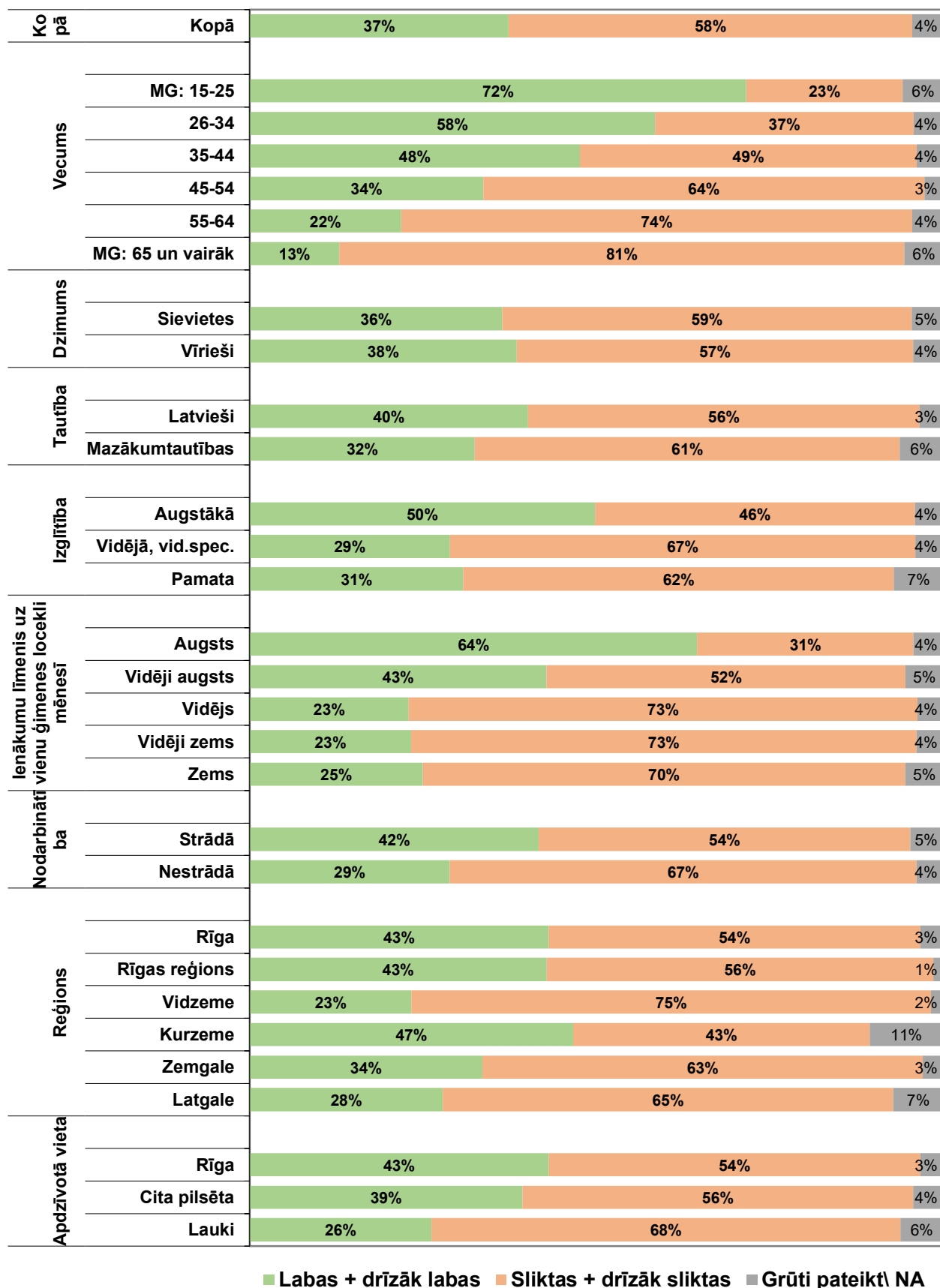
Kā Jūs raksturotu savas zināšanas par mākslīgo intelektu un tā pielietojumu?

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



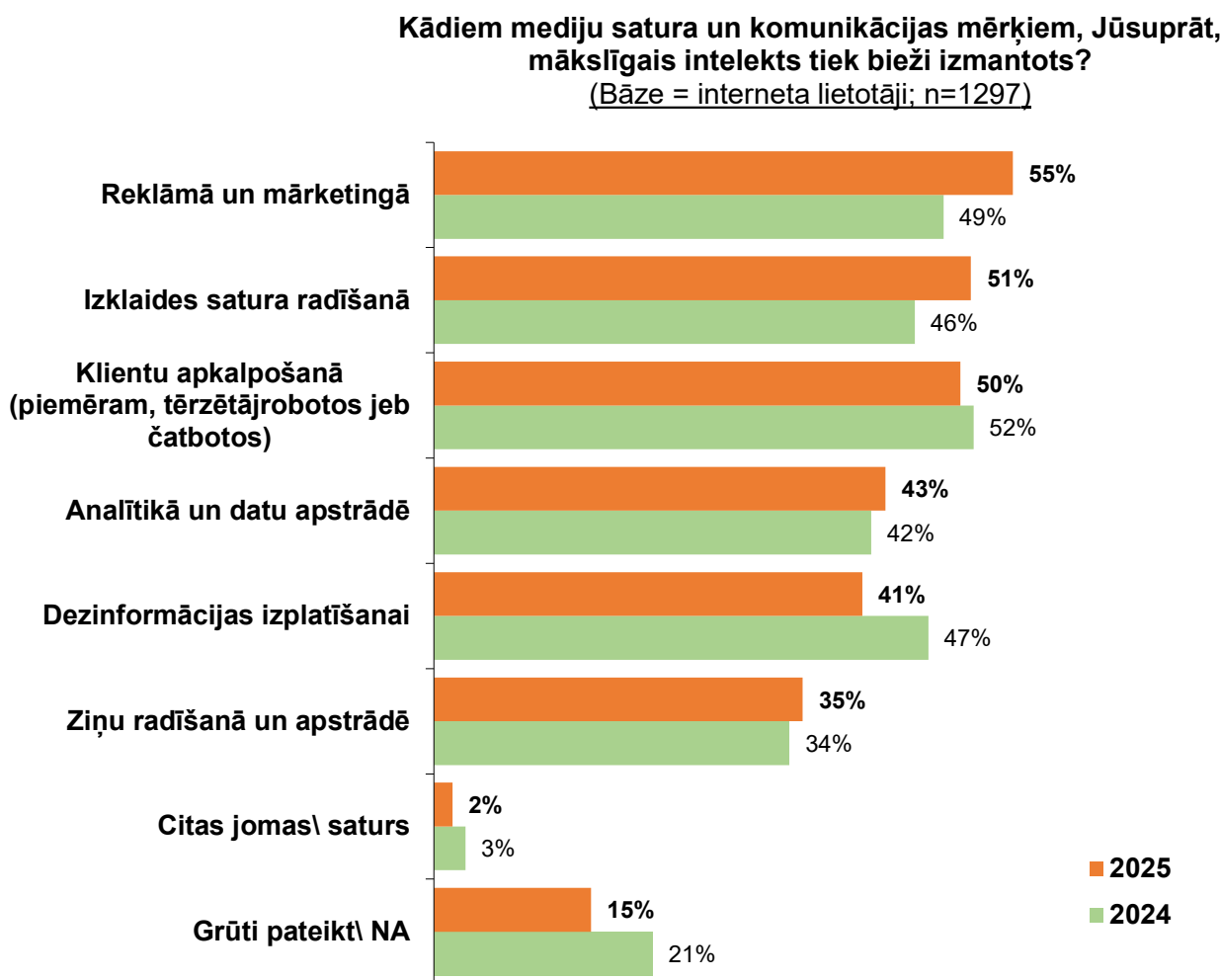
Kā Jūs raksturotu savas zināšanas par mākslīgo intelektu un tā pielietojumu?

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



Aptaujas jautājums:

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



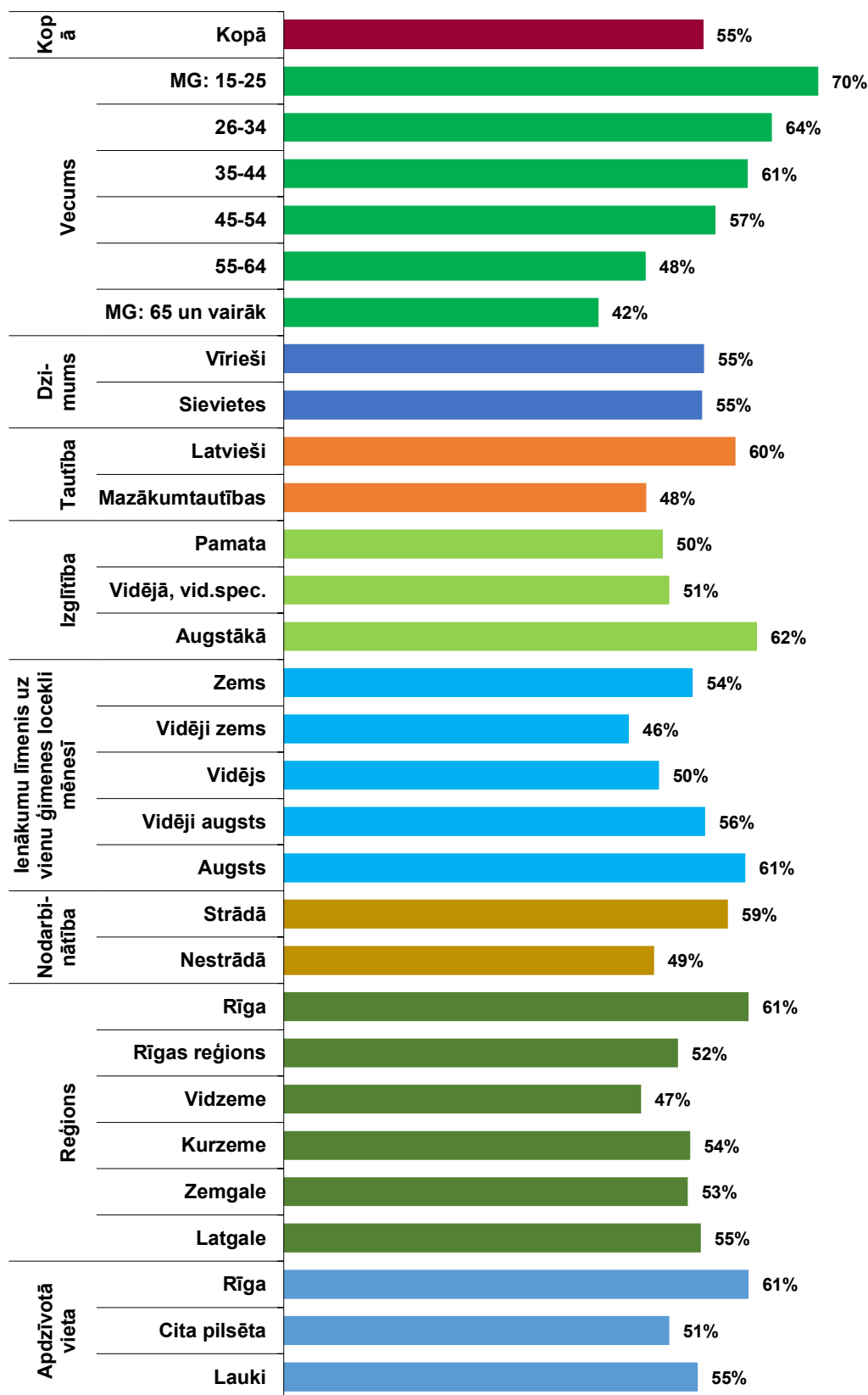
Kā citas jomas/ saturs (grafikā) tika minēts:

- Informācijas meklēšanā;
- Mācību vajadzībām;
- Krāpnieciskos nolūkos;
- Sadzīvīgu problēmu risināšanai;
- Dizainam;
- Aptauju veidošanā;
- Sportošanas vajadzībām;
- Darba vajadzībām;
- Dokumentu izveidošanai, apstrādei;
- Veselības jautājumiem.

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

Reklāmā un mārketingā

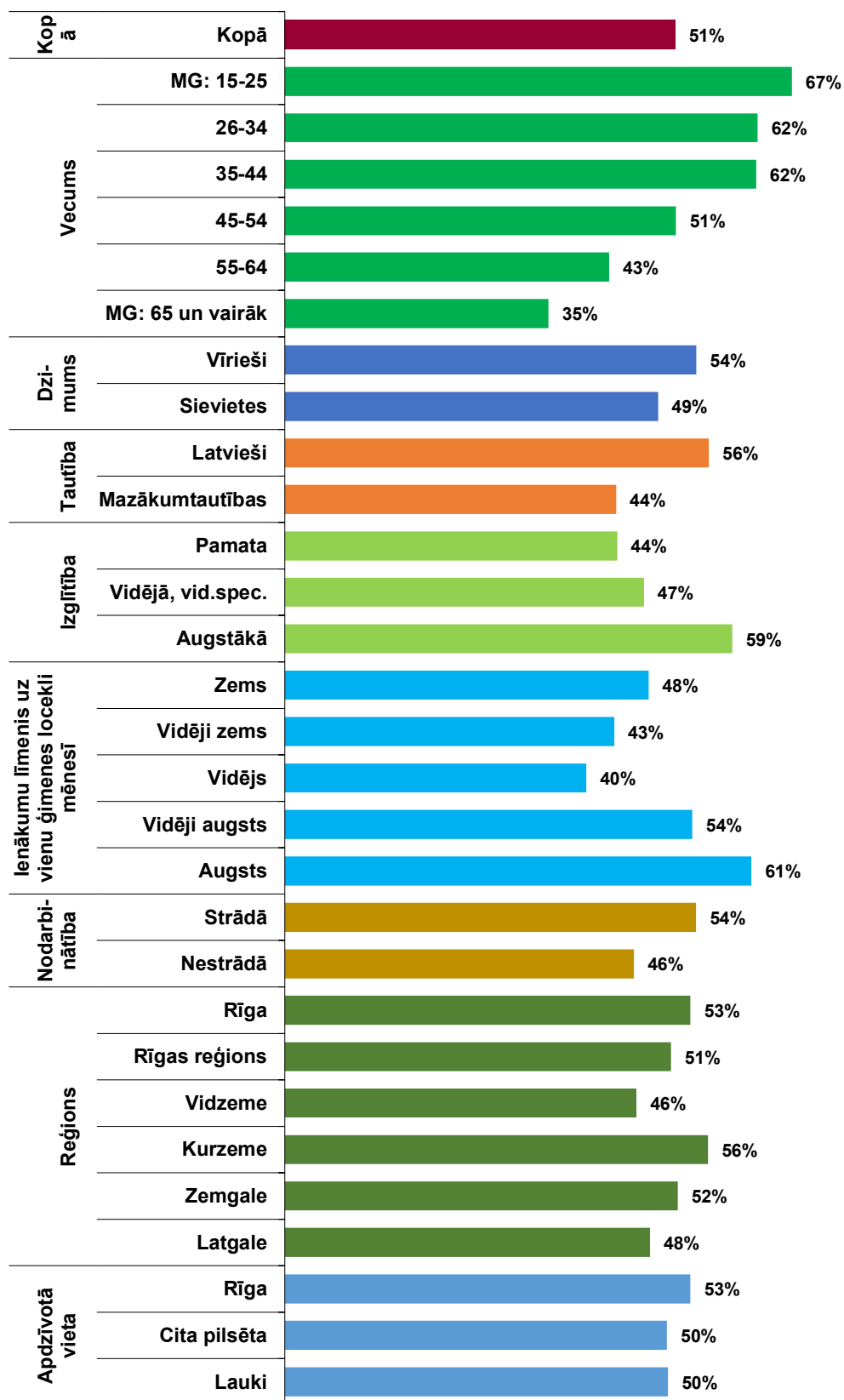
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



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

Izklāides satura radīšanā

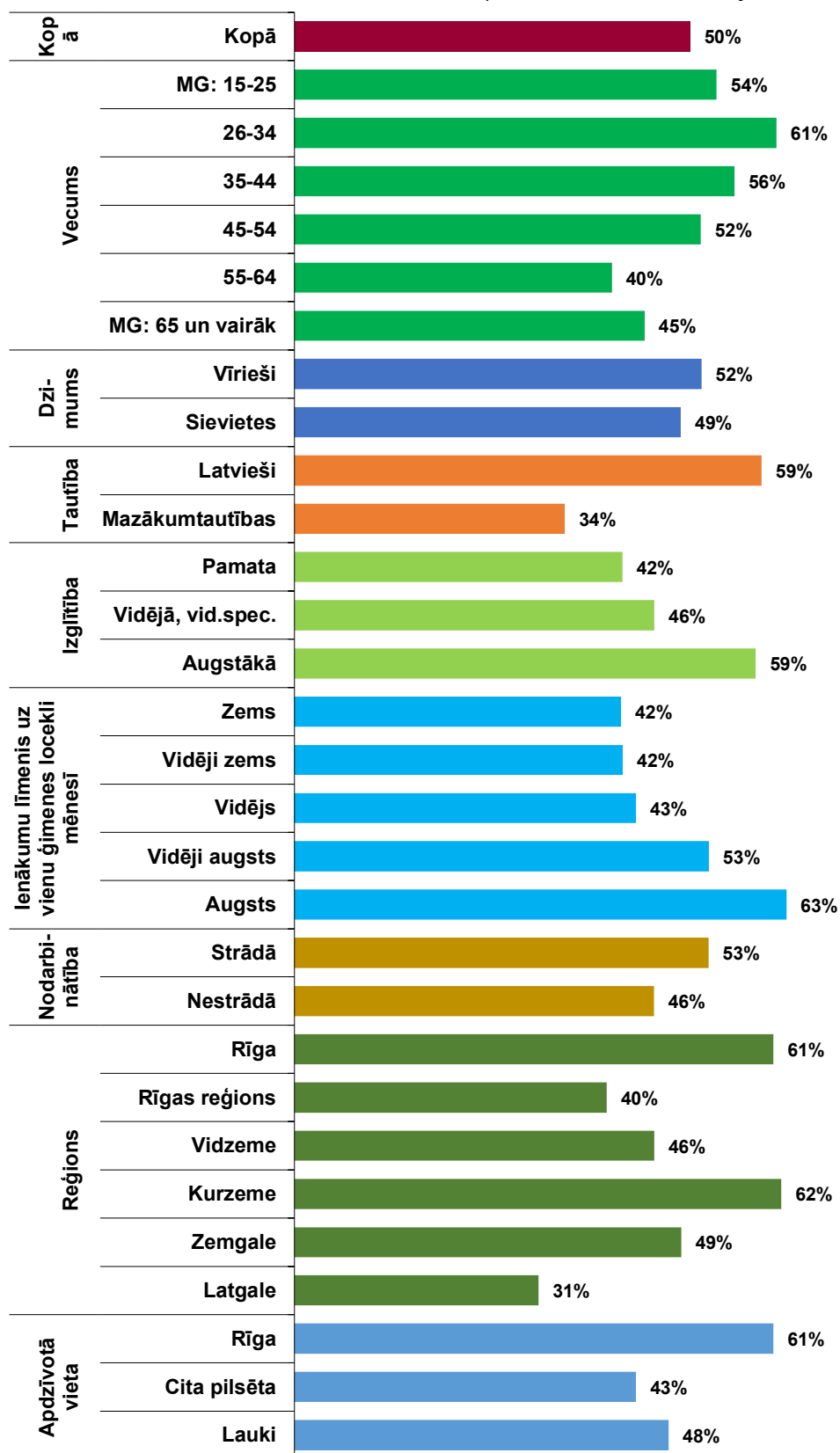
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



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

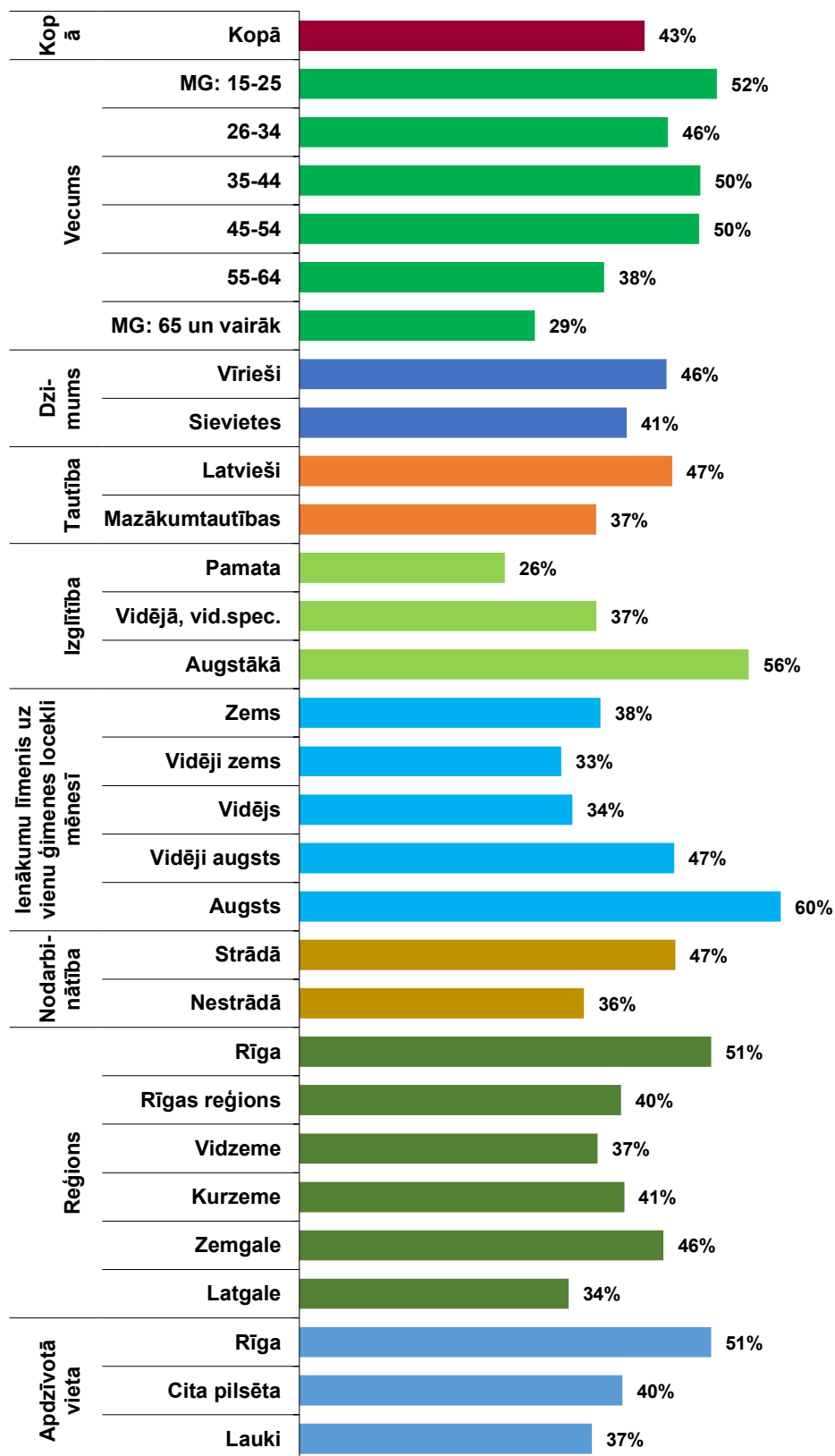
Klientu apkalpošanā (piemēram, tērzētājrobotos jeb čatbotos)

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



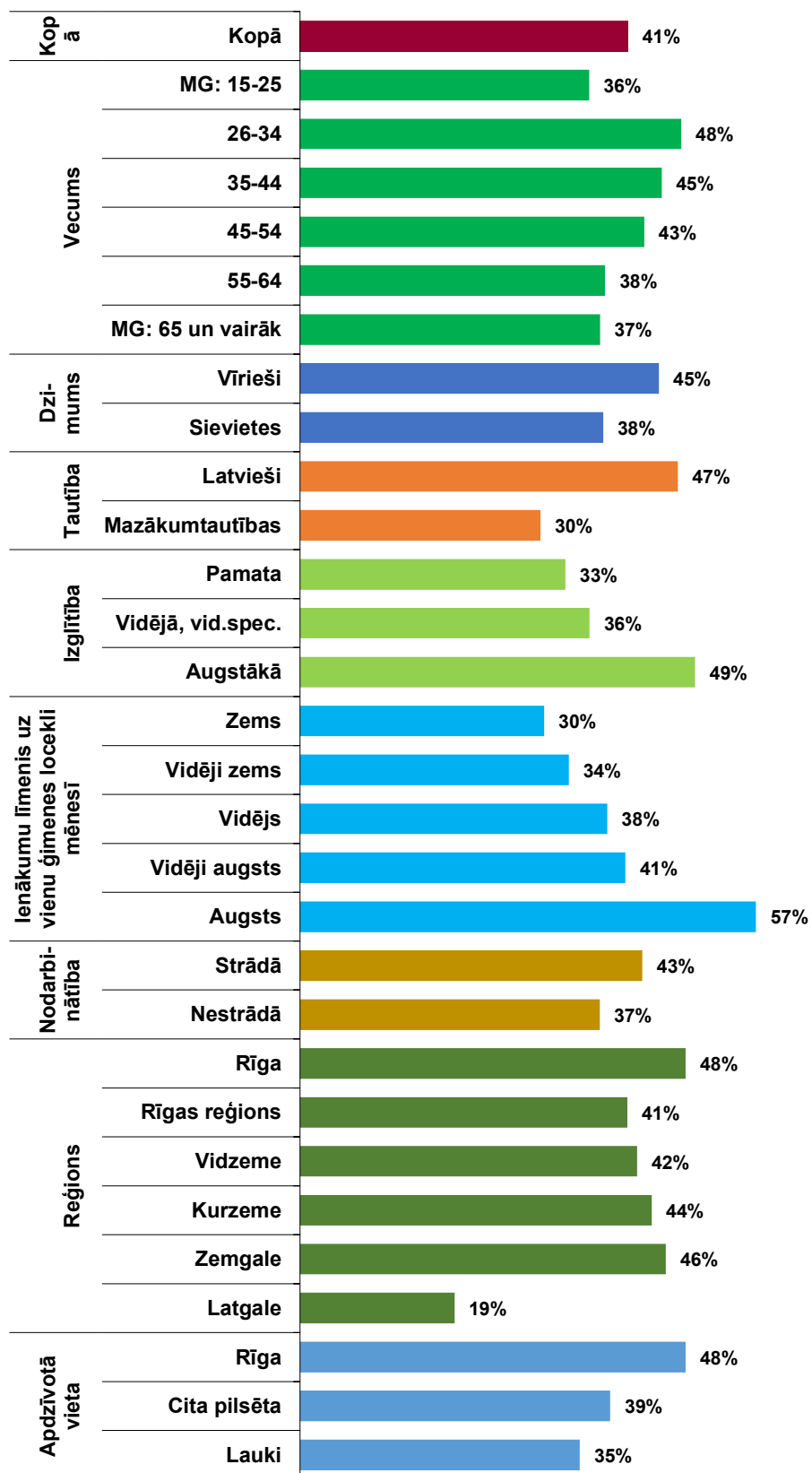
Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?

Analītikā un datu apstrādē
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



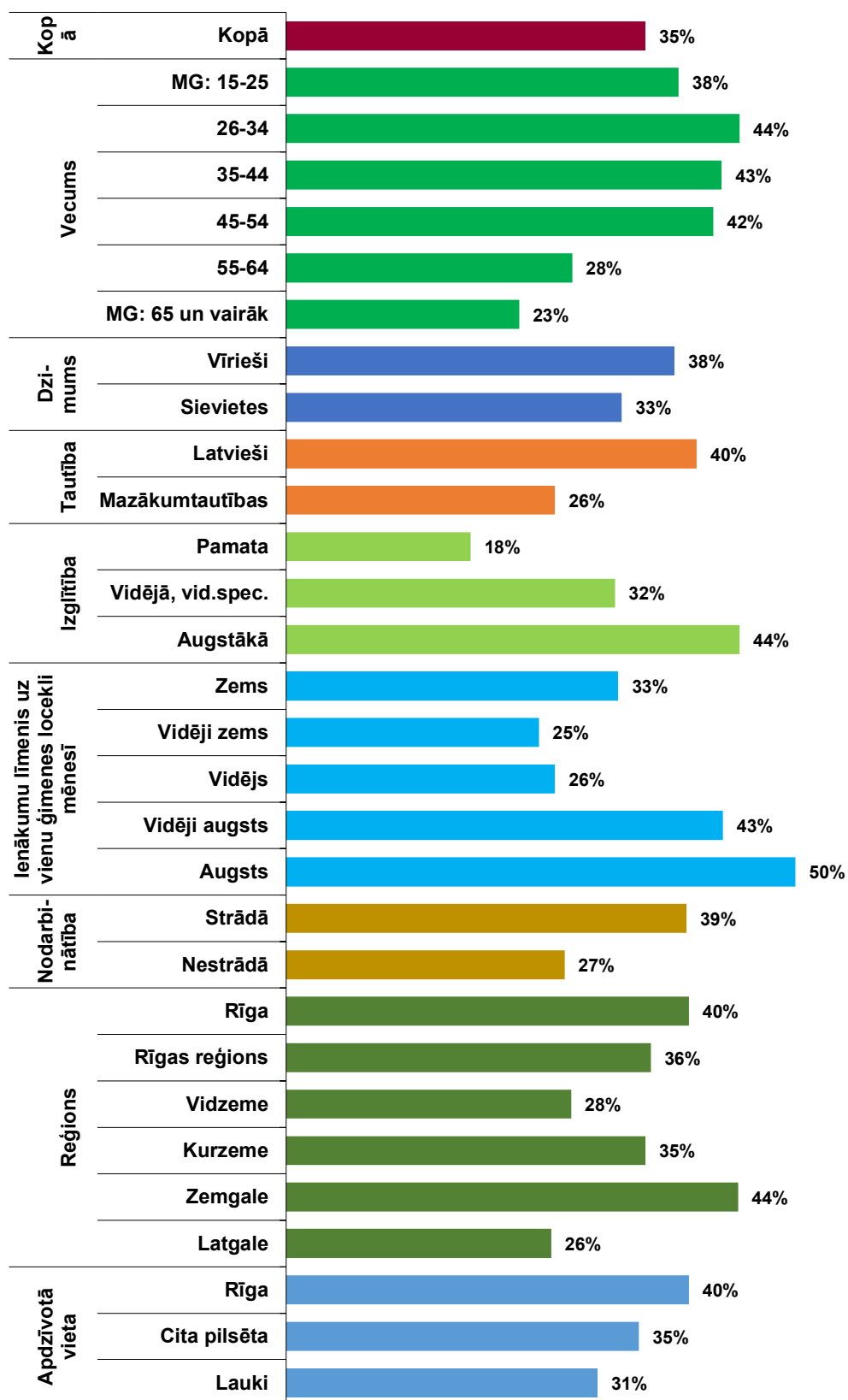
Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?

Dezinformācijas izplatīšanai (Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



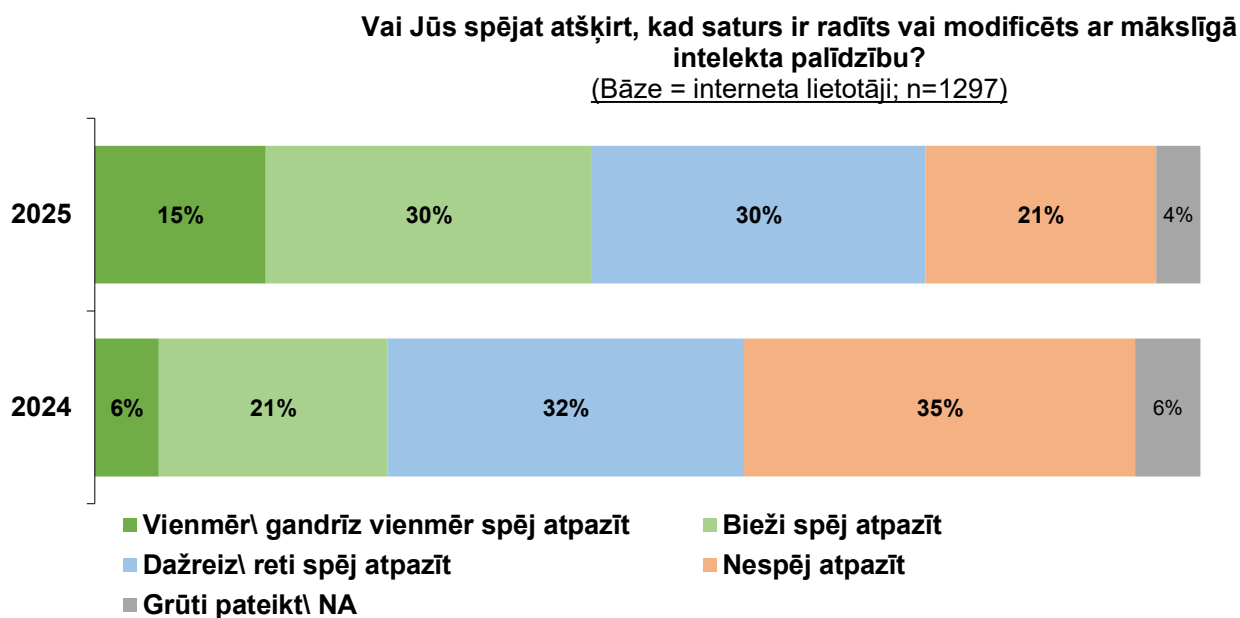
Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsaprāt, mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots?

Ziņu radīšanā un apstrādē
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



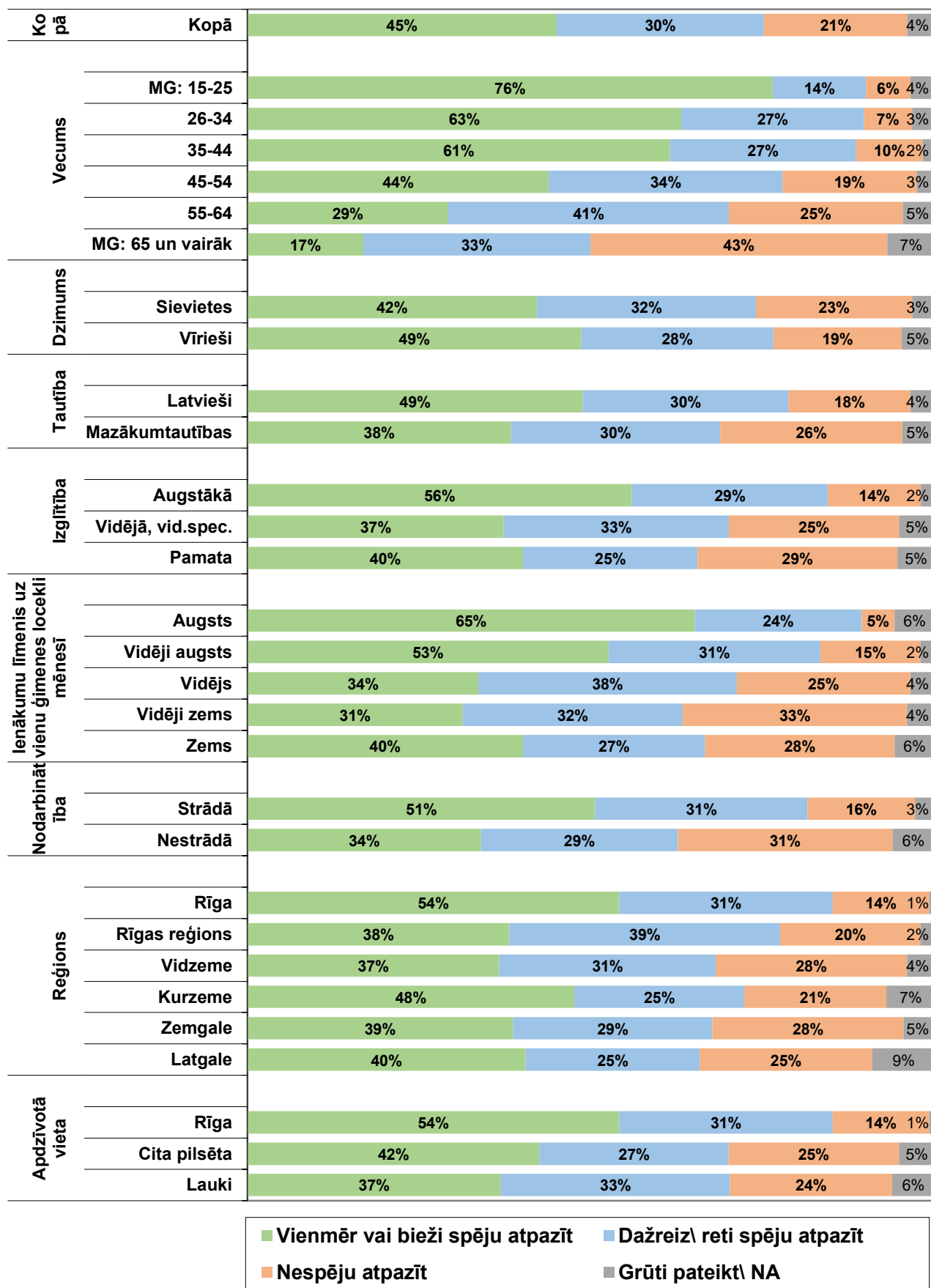
Aptaujas jautājums:

- “Vai Jūs spējat atšķirt, kad saturs (teksti, attēli, audio, video) ir radīts vai modificēts ar mākslīgā intelekta palīdzību?”



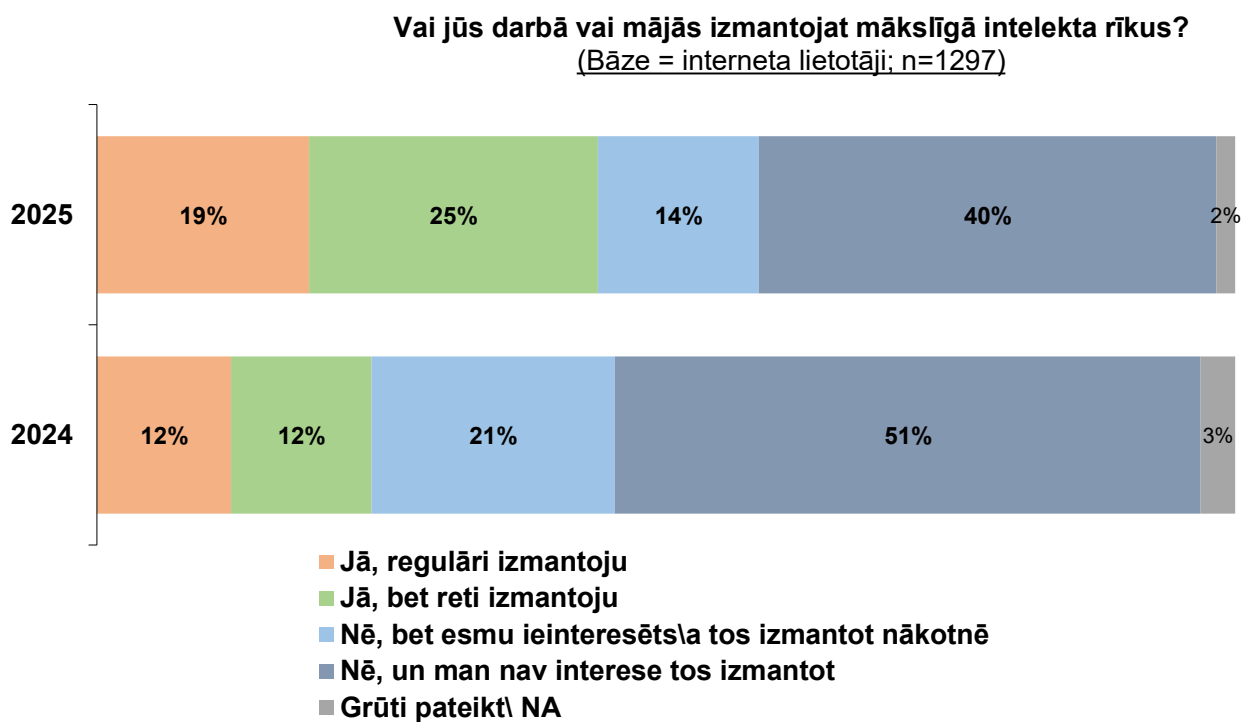
Vai Jūs spējat atšķirt, kad saturs ir radīts vai modificēts ar mākslīgā intelekta palīdzību?

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

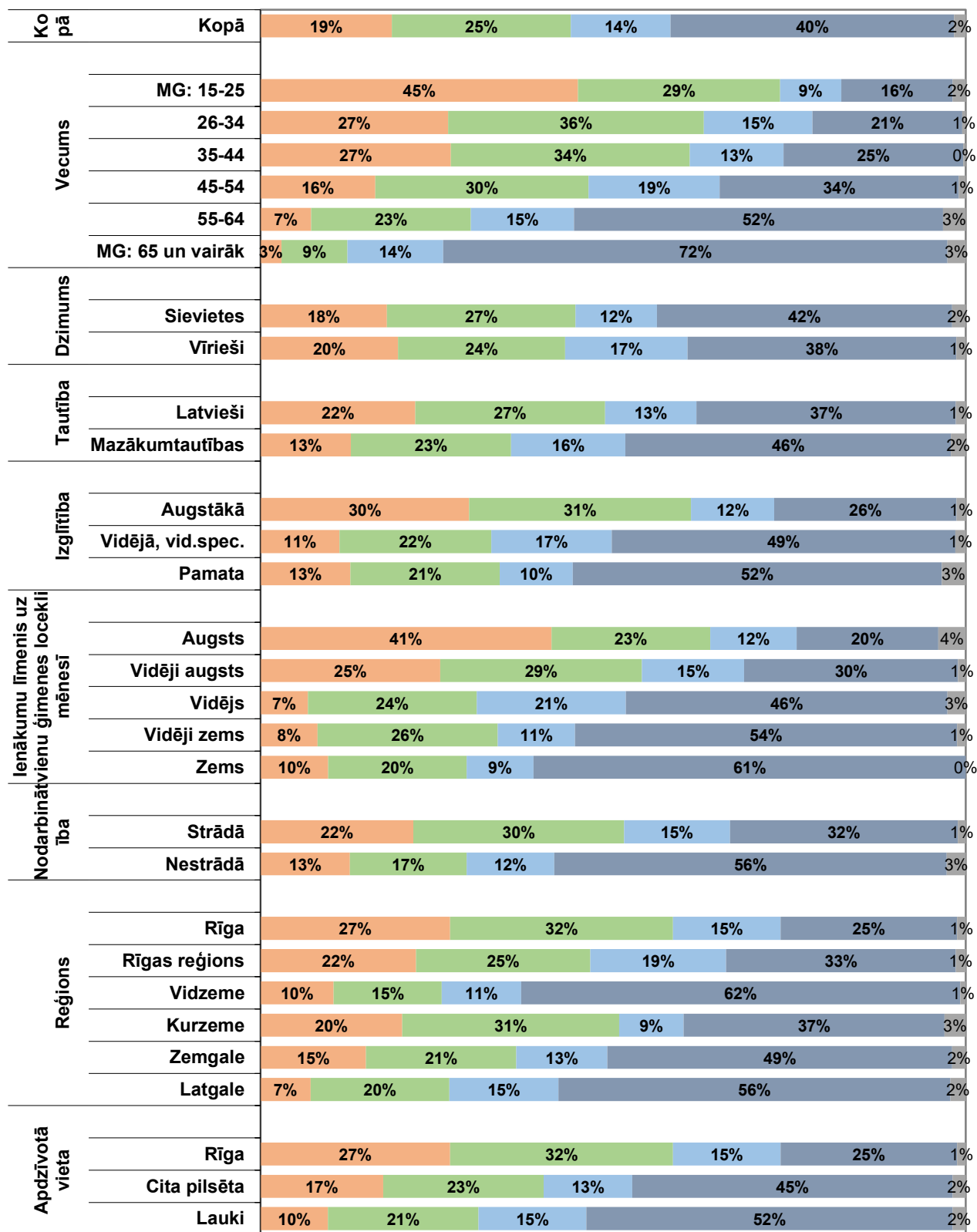


Aptaujas jautājums:

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



Vai jūs darbā vai mājās izmantojat mākslīgā intelekta rīkus?
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



- Jā, regulāri izmantoju
- Jā, bet reti izmantoju
- Nē, bet esmu ieinteresēts/a tos izmantot nākotnē
- Nē, un man nav interese tos izmantot
- Grūti pateikt/NA

Aptaujas jautājums respondentiem, kuri izmanto mākslīgā interneta rīkus:

- “Kādiem nolūkiem Jūs izmantojat mākslīgā interneta rīkus?”

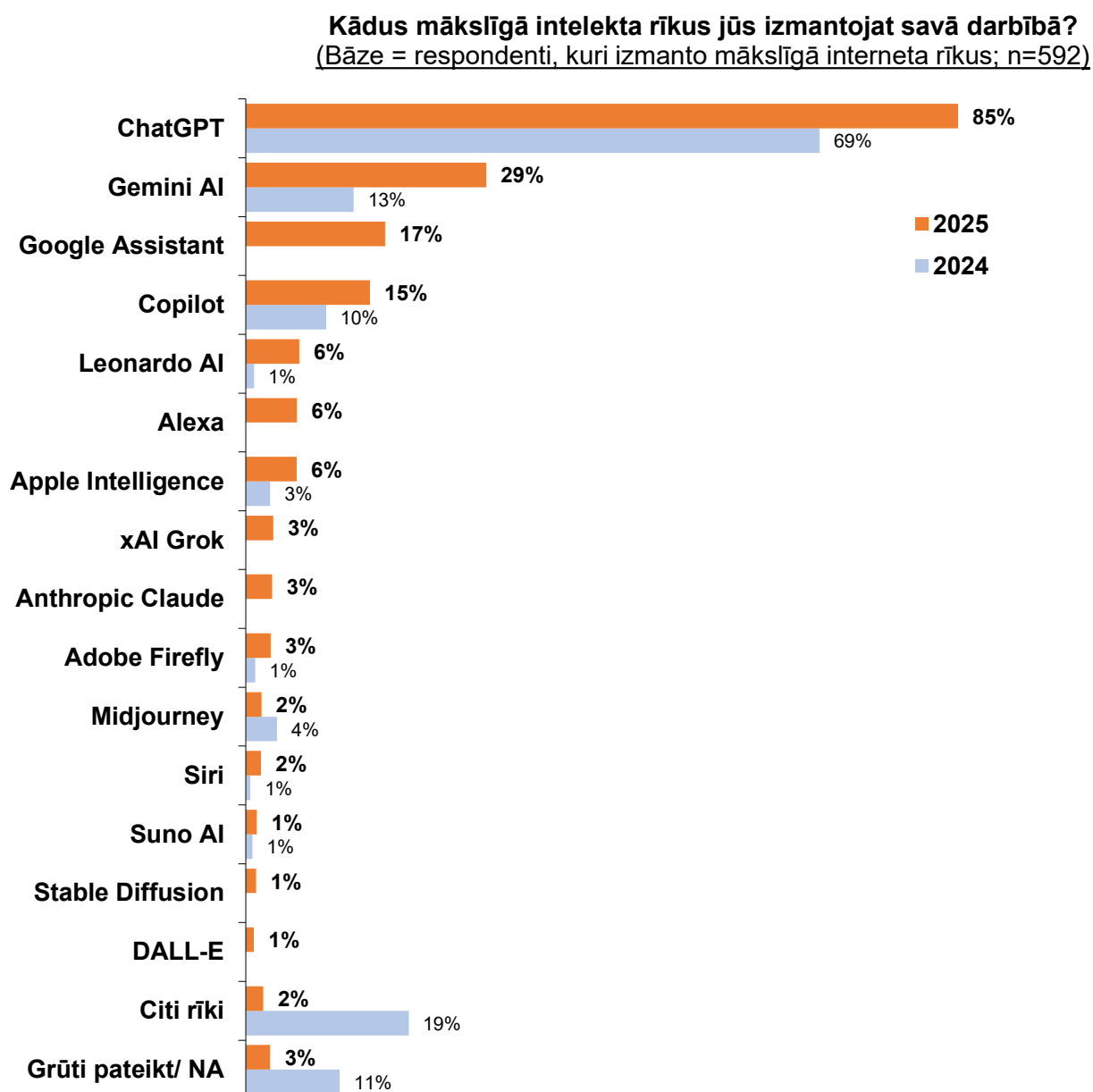


Kā citi nolūki tika minēti:

- Palīdzība celtniecībā, automašīnu remontā;
- Situāciju analīzei\cilvēku analīzei;
- Apskatīt normatīvo aktu regulējumu ietekmi uz dažādiem jautājumiem;
- Ceļojumu plānošanā;
- Tehniskais atbalsts;
- Lai paātrinātu vienkāršu uzdevumu izpildi;
- Receptu izveidei.

Aptaujas jautājums respondentiem, kuri izmanto mākslīgā interneta rīkus:

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



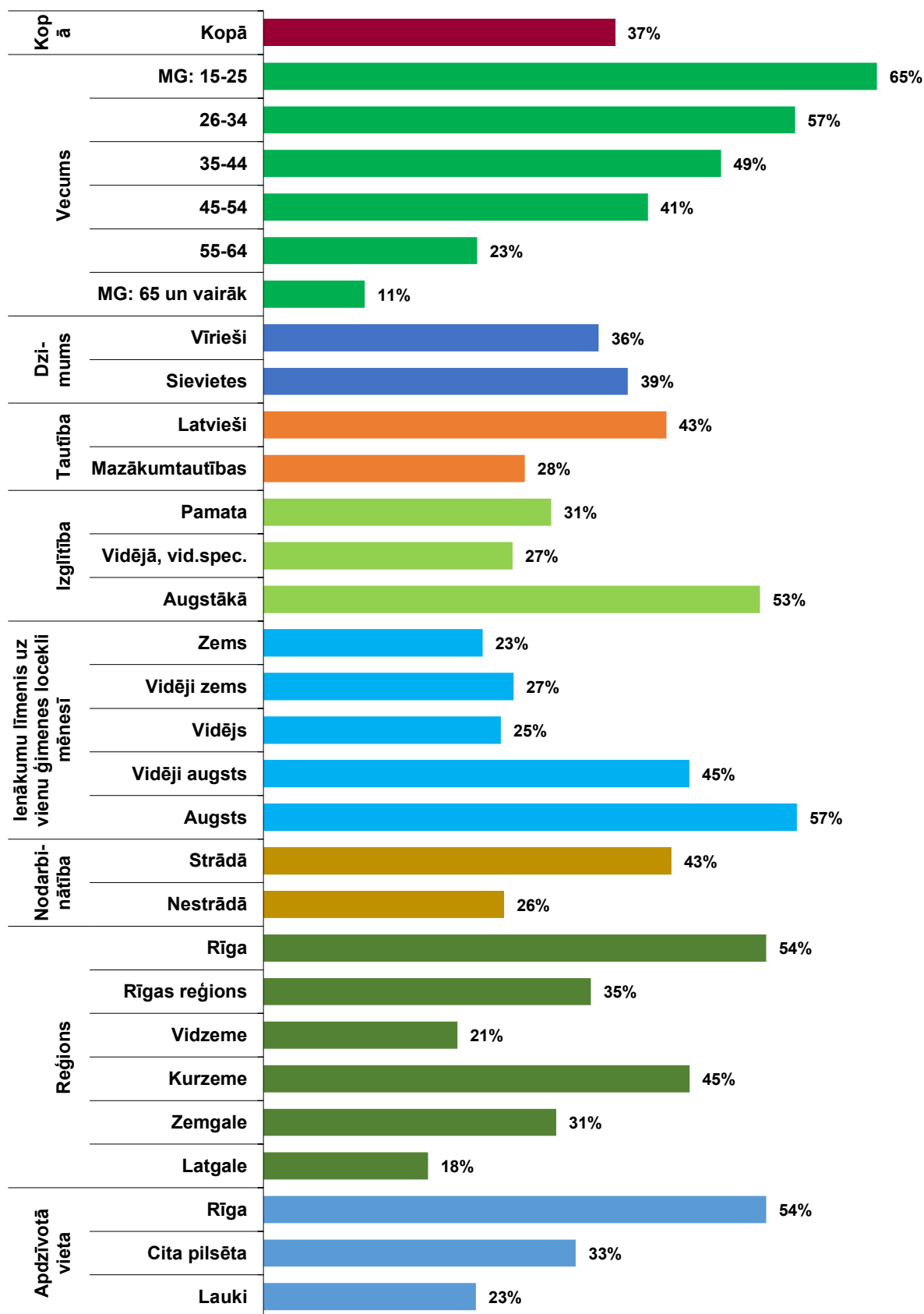
Kā citas atbildes tika minētas:

- Airbrush AI;
- DeepSeek;
- Gamma;
- Sora;
- Opera AI;
- Consensus;
- Perplexity AI;
- Notebook.ai;
- Swedbank internetbankā;
- TalkAI.

Kādus mākslīgā intelekta rīkus jūs izmantojat savā darbībā?

ChatGPT

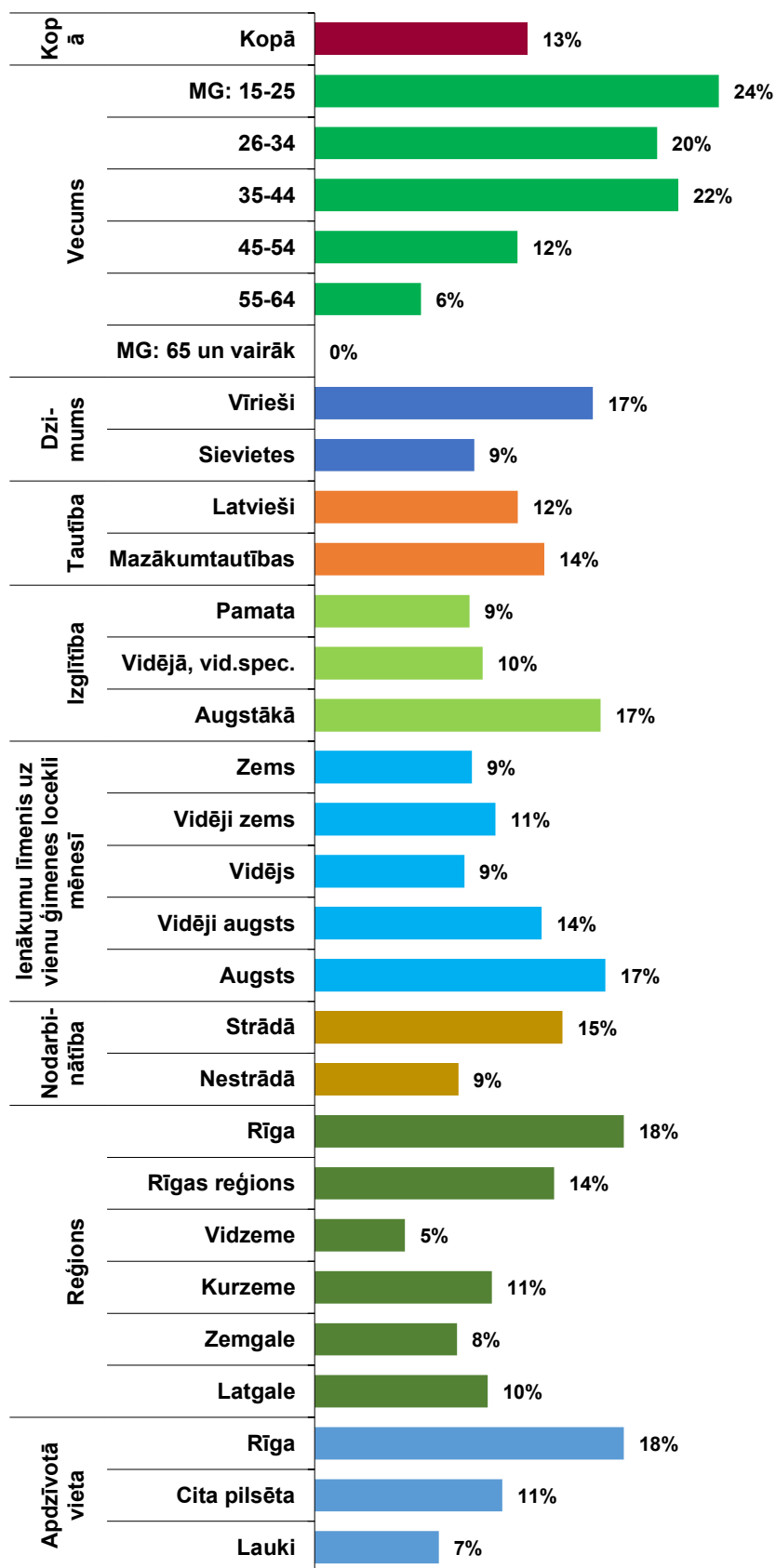
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



Kādus mākslīgā intelekta rīkus jūs izmantojat savā darbībā?

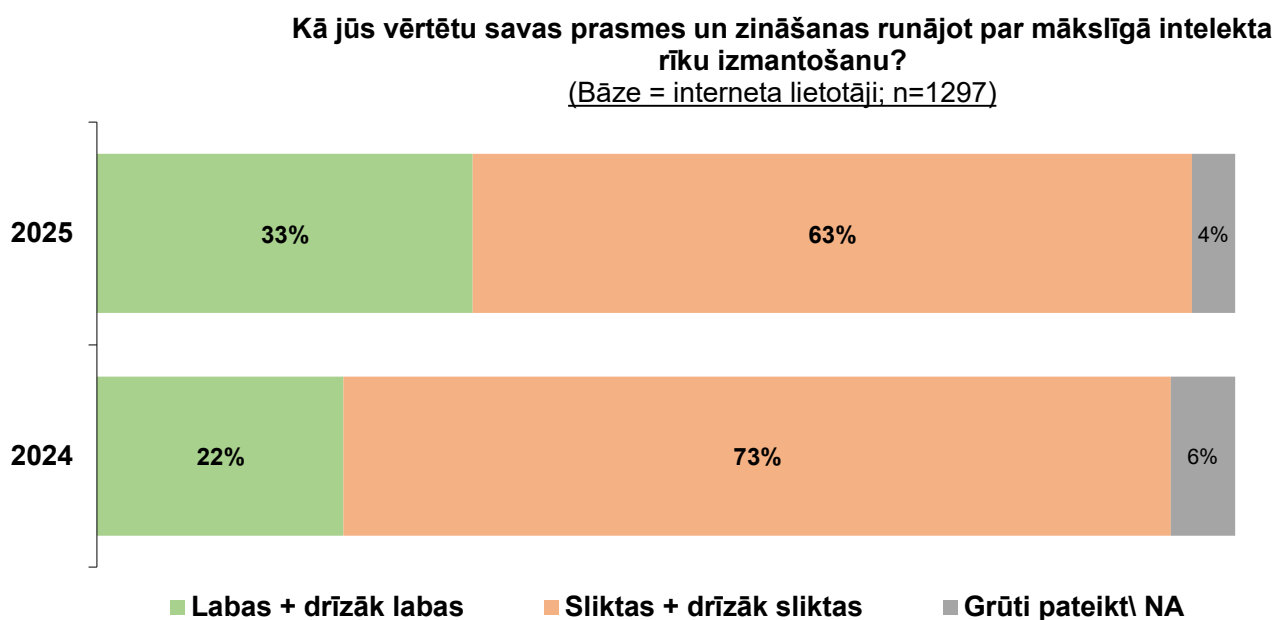
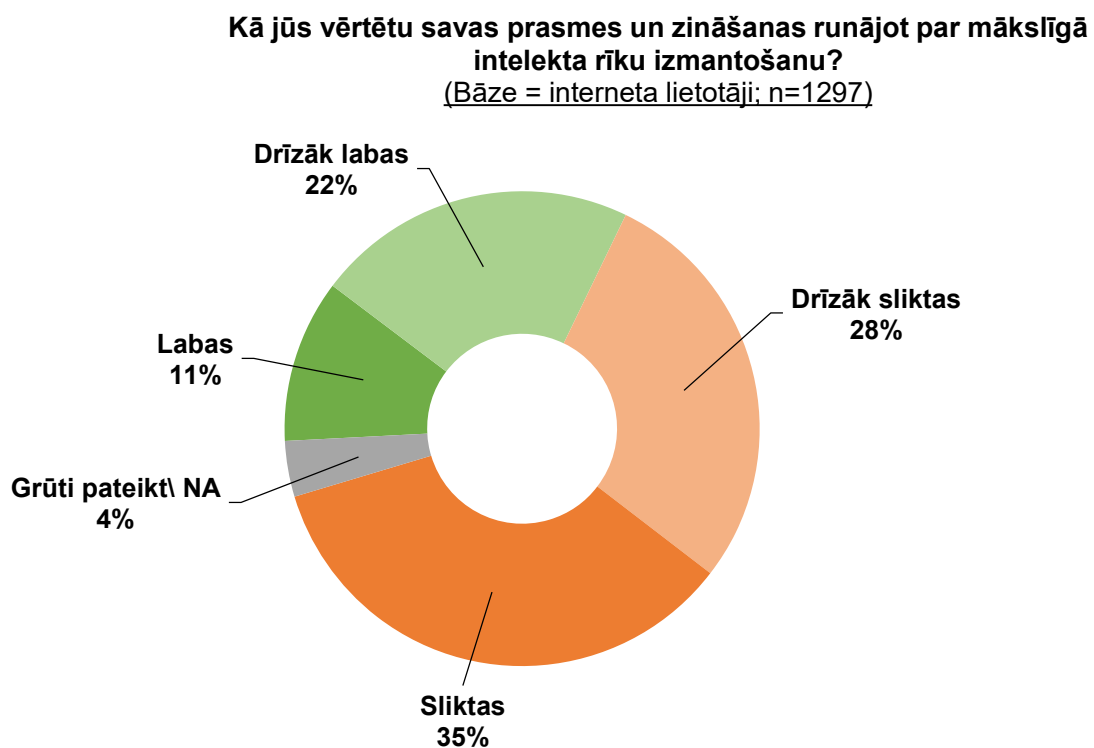
Gemini AI

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



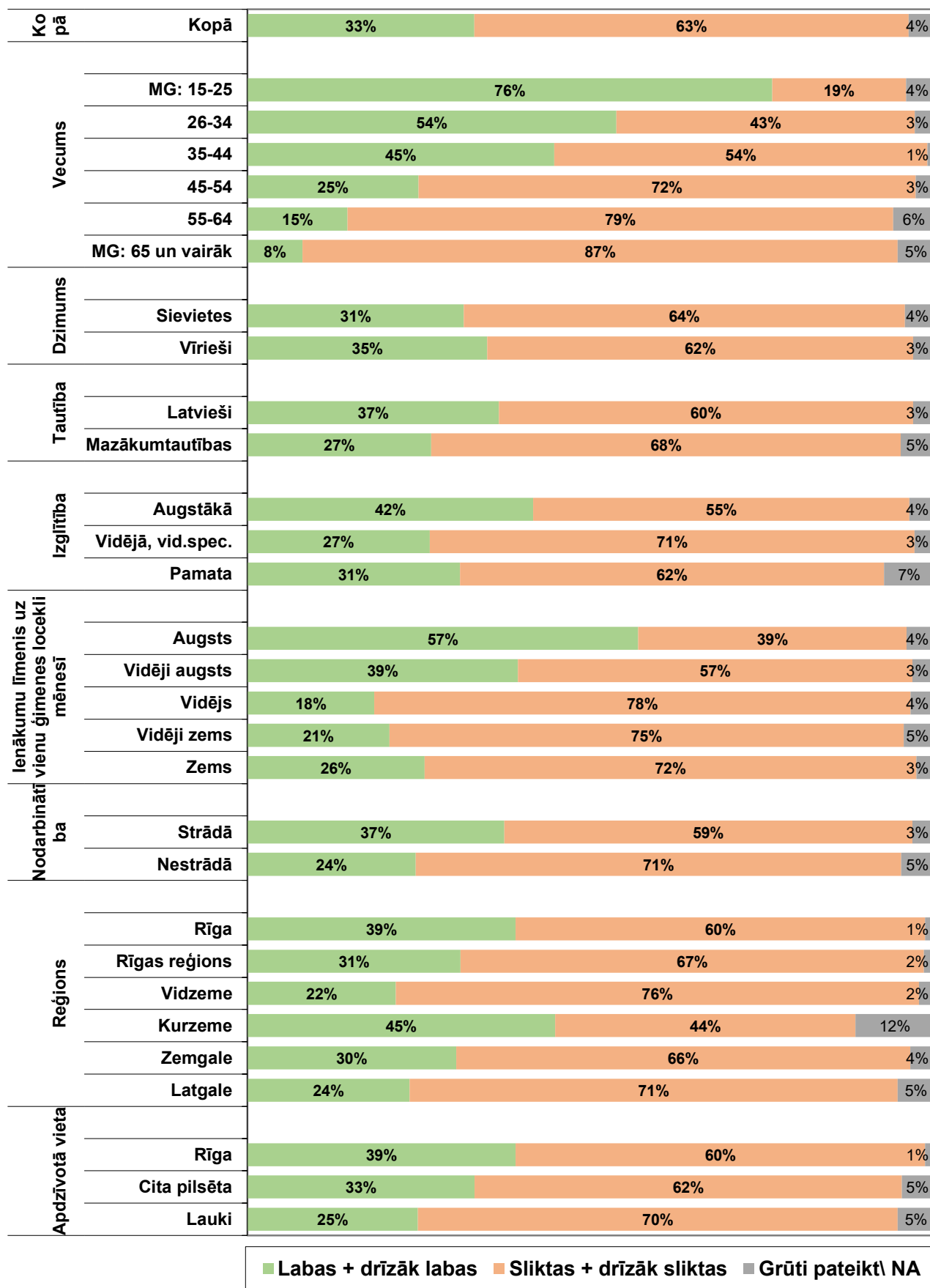
Aptaujas jautājums:

- “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=1297)



Aptaujas jautājums:

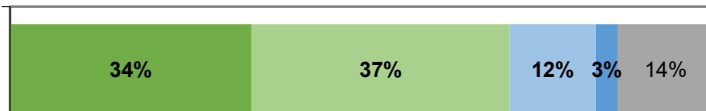
- “Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādiem izteikumiem par mākslīgo intelektu, tā rīku izmantošanu un ietekmi uz mediju vidi?”

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

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

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

Radīs uzticamības krīzi jebkādai informācijai, jo ar mākslīgā intelekta palīdzību varēs jebko viltot un nekam nevarēs ticēt



Radīs lielus drošības riskus mediju pakalpojumu saņēmējiem



Radīs papildu sarežģījumus un/vai problēmas medijiem un to lietotājiem



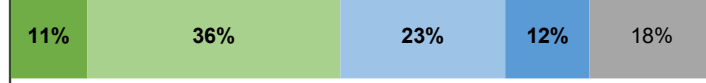
Ļaus veikt ļoti sarežģītas analīzes vai uzdevumus un katram mediju lietotājam piegādāt viņam precīzi atbilstošu saturu



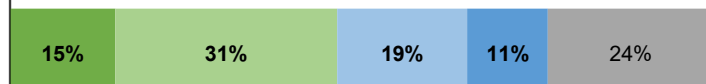
Pilnībā likvidēs valodu barjeru elektronisko mediju patērētājiem



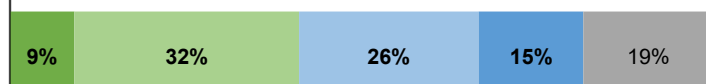
Būtiski uzlabos mediju produktivitāti, efektivitāti



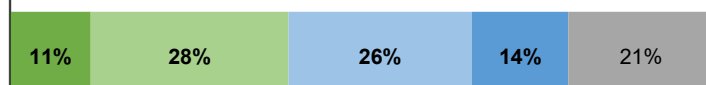
Izdzīvos tikai tie Latvijas mediji, kuri spēs ātri un efektīvi izmantot mākslīgā intelekta rīkus savā darbā



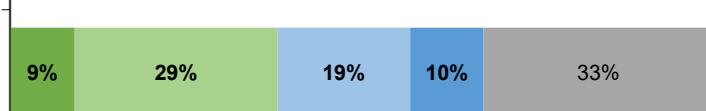
Padarīs mediju saturu interesantāku, daudzveidīgāku, labāk uztveramu ikvienai iedzīvotāju grupai



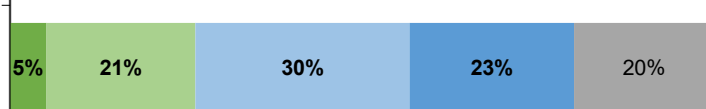
Padarīs mediju saturu vienkāršu, neinteresantu, jo mākslīgajam intelektam “trūkst jaunrades spēju”



MI, tā pieejamība, rīki tiks pareizi regulēti globālā mērogā un izmantoti cilvēces attīstībai līdzīgi kā kodolreaktori ražo elektrību



MI attīstība iznīcinās Latvijas medijus, mediju vidi, jo tie nespēs konkurēt ar starptautiskajiem elektroniskajiem masu medijiem



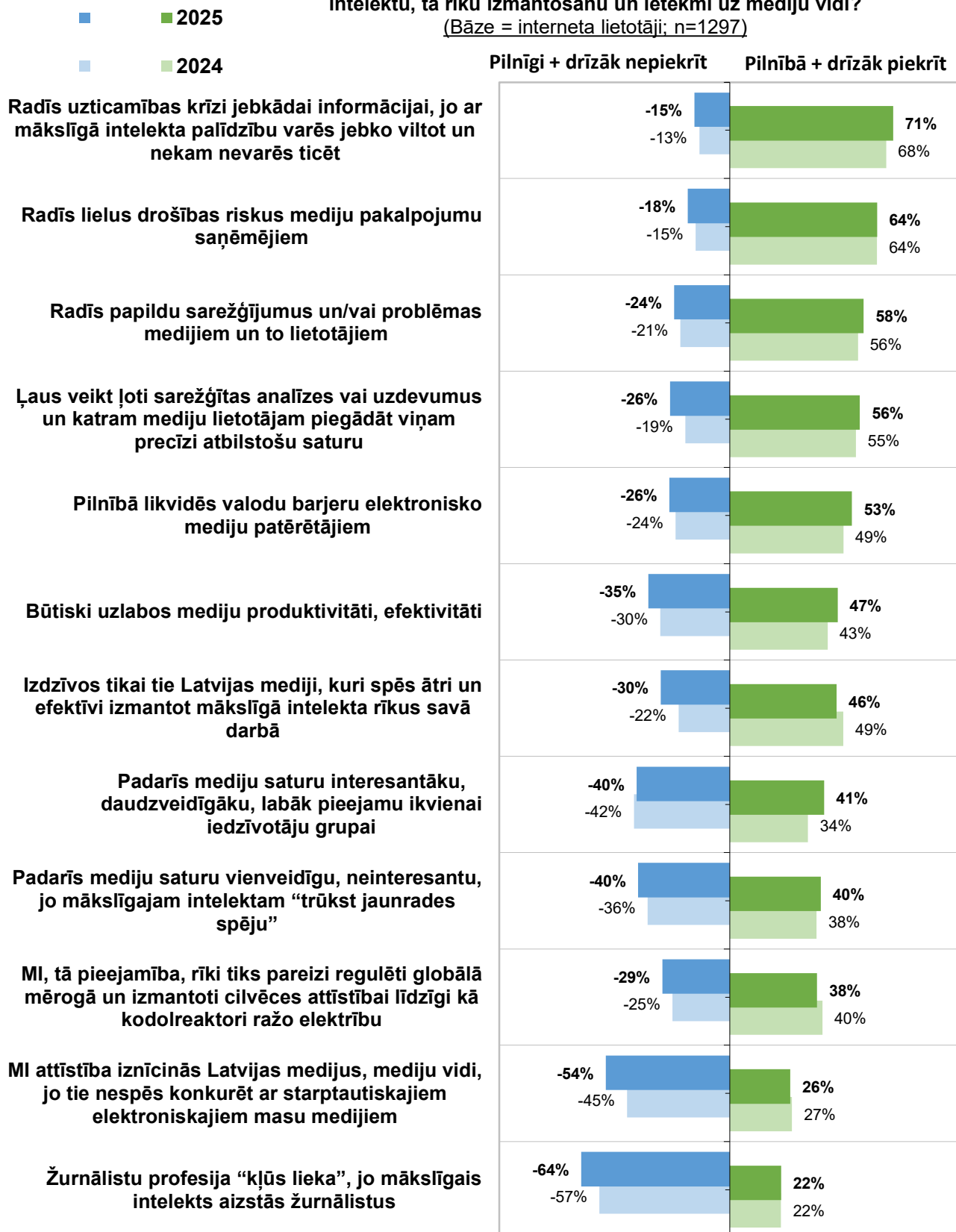
Žurnālistu profesija “kļūs lieka”, jo mākslīgais intelekts aizstās žurnālistus



■ Pilnībā piekrīt ■ Drīzāk piekrīt ■ Drīzāk nepiekrīt ■ Pilnīgi nepiekrīt ■ Nezina\ 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=1297)

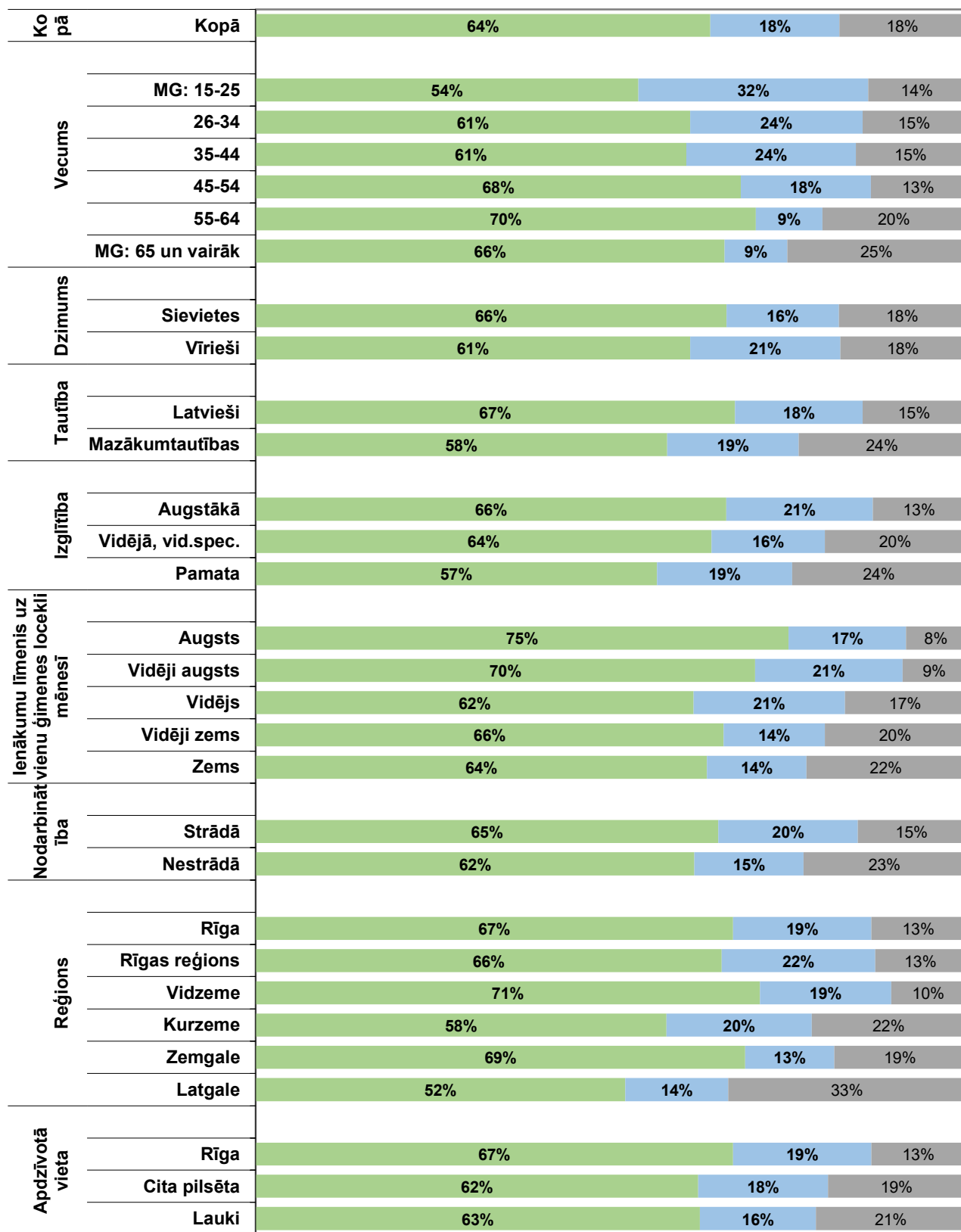


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?
Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana radīs uzticamības krīzi
jebkāдай informācijai, jo ar mākslīgā intelekta palīdzību varēs jebko viltot
un nekam nevarēs ticēt
 (Bāze = interneta lietotāji; N=1521)

Ko pā	Kopā	71%	15%	14%
Vecums	MG: 15-25	69%	25%	6%
	26-34	72%	19%	9%
	35-44	68%	21%	10%
	45-54	76%	14%	10%
	55-64	72%	12%	16%
	MG: 65 un vairāk	70%	6%	24%
Dzimums	Sievietes	72%	14%	13%
	Vīrieši	69%	17%	14%
Tautība	Latvieši	74%	15%	11%
	Mazākumtautības	66%	16%	18%
Izglītība	Augstākā	74%	18%	8%
	Vidējā, vid.spec.	68%	14%	18%
	Pamata	72%	12%	17%
Ienākumu līmenis uz nodarbināt vienu ģimenes locekli mēnesī	Augsts	74%	19%	8%
	Vidēji augsts	76%	18%	7%
	Vidējs	68%	20%	12%
	Vidēji zems	67%	12%	21%
	Zems	73%	11%	16%
Nodarbinātība	Strādā	72%	17%	11%
	Nestrādā	68%	12%	20%
Reģions	Rīga	72%	18%	10%
	Rīgas reģions	69%	19%	11%
	Vidzeme	77%	12%	11%
	Kurzeme	74%	14%	13%
	Zemgale	74%	11%	15%
	Latgale	61%	14%	25%
Apdzīvotā vieta	Rīga	72%	18%	10%
	Cita pilsēta	70%	15%	14%
	Lauki	70%	12%	18%

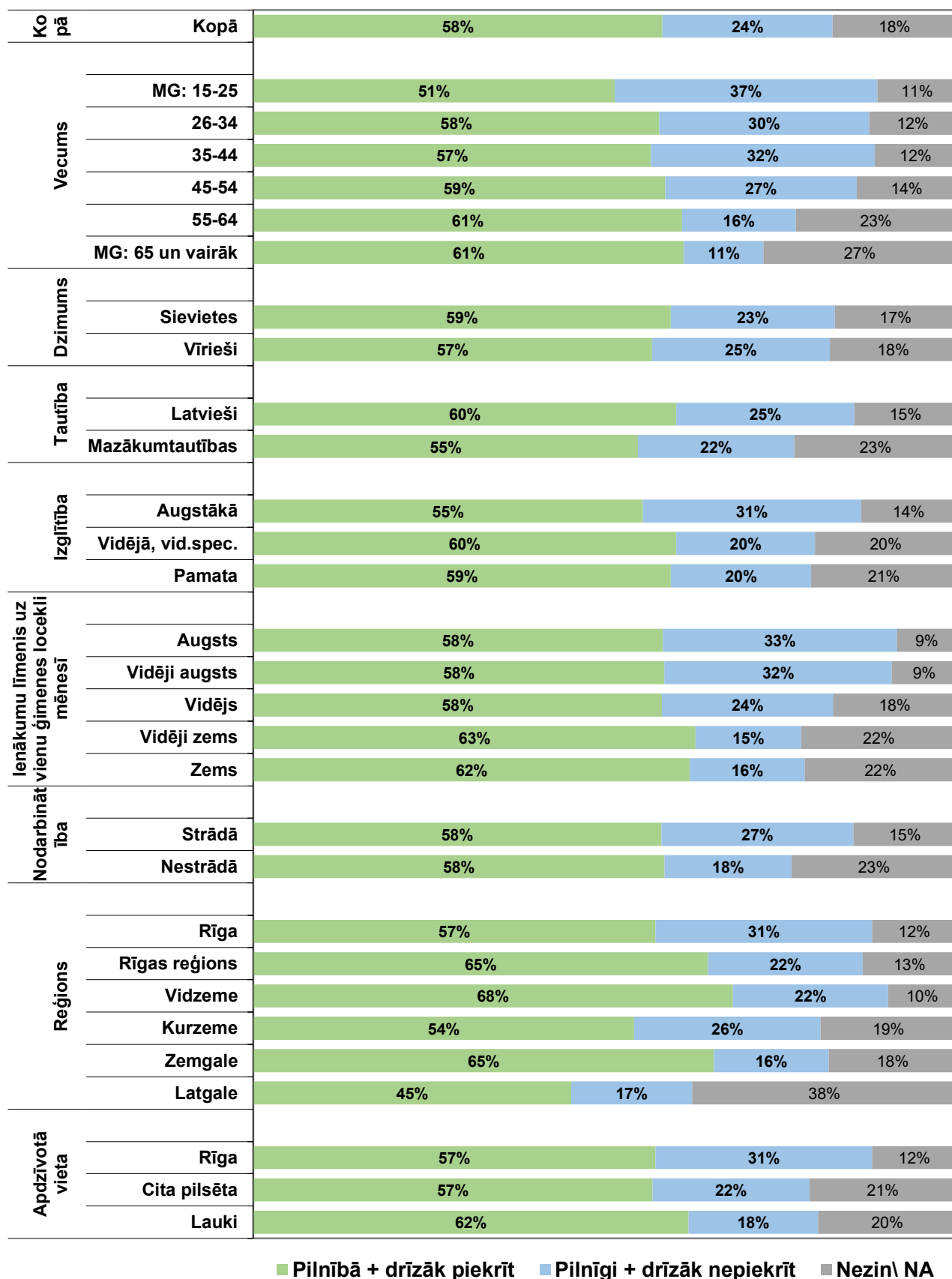
■ Pilnībā + drīzāk piekrīt ■ Pilnīgi + drīzāk nepiekrīt ■ Nezin\ NA

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=1297)

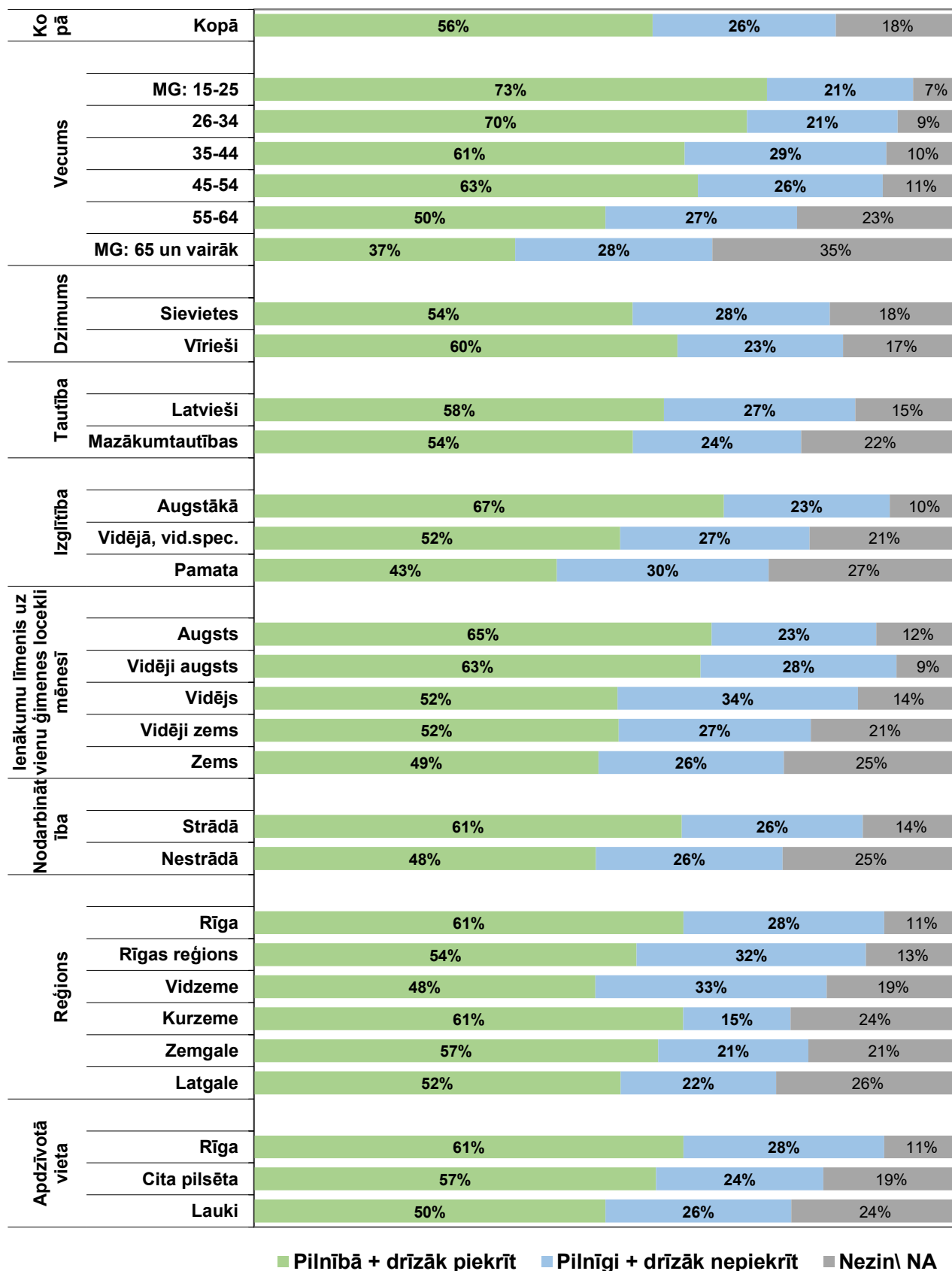


■ Pilnībā + drīzāk piekrīt ■ Pilnīgi + drīzāk nepiekrīt ■ Nezin\ NA

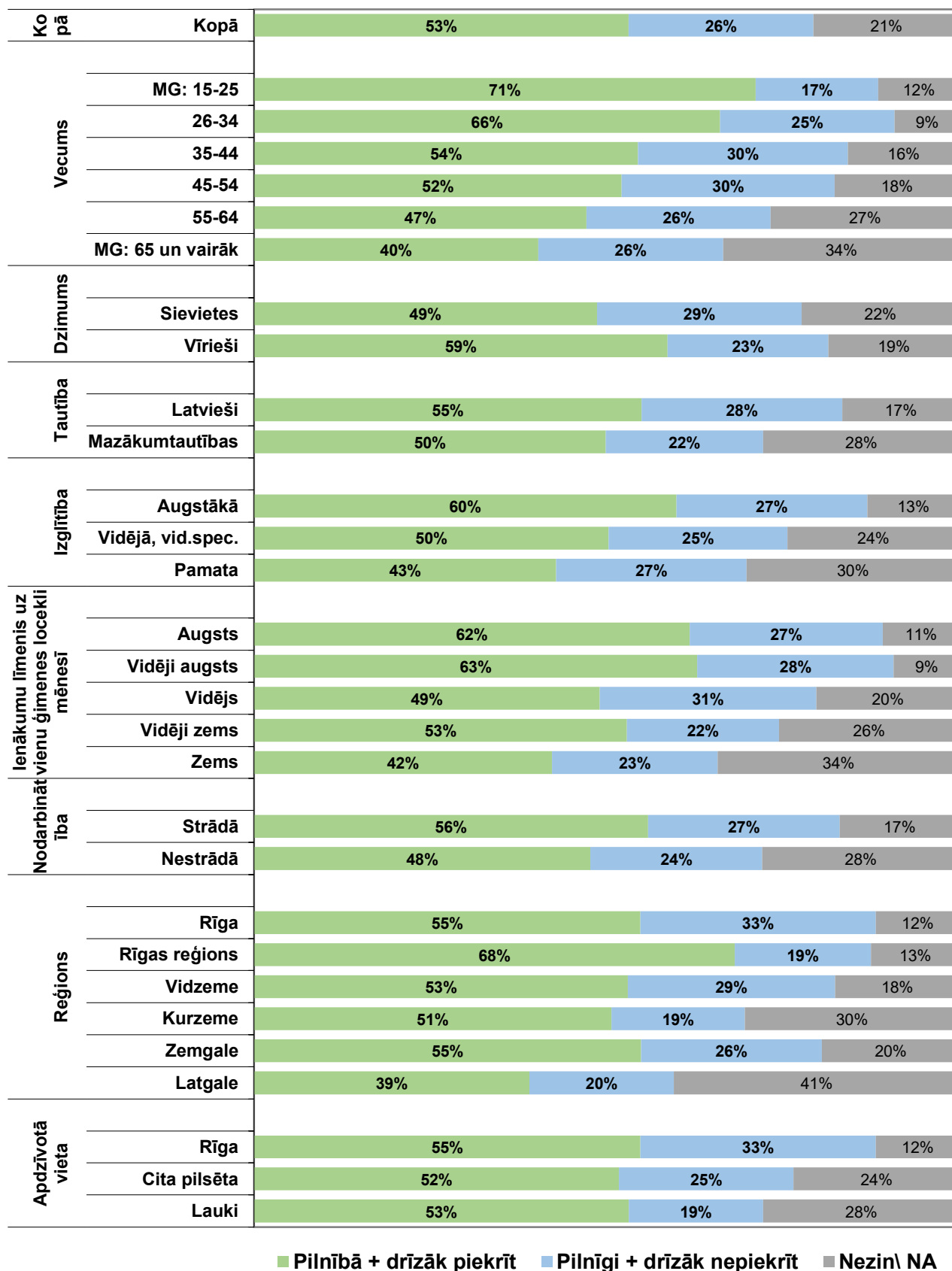
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana radīs papildu sarežģījumus
un/vai problēmas medijiem un to lietotājiem**
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



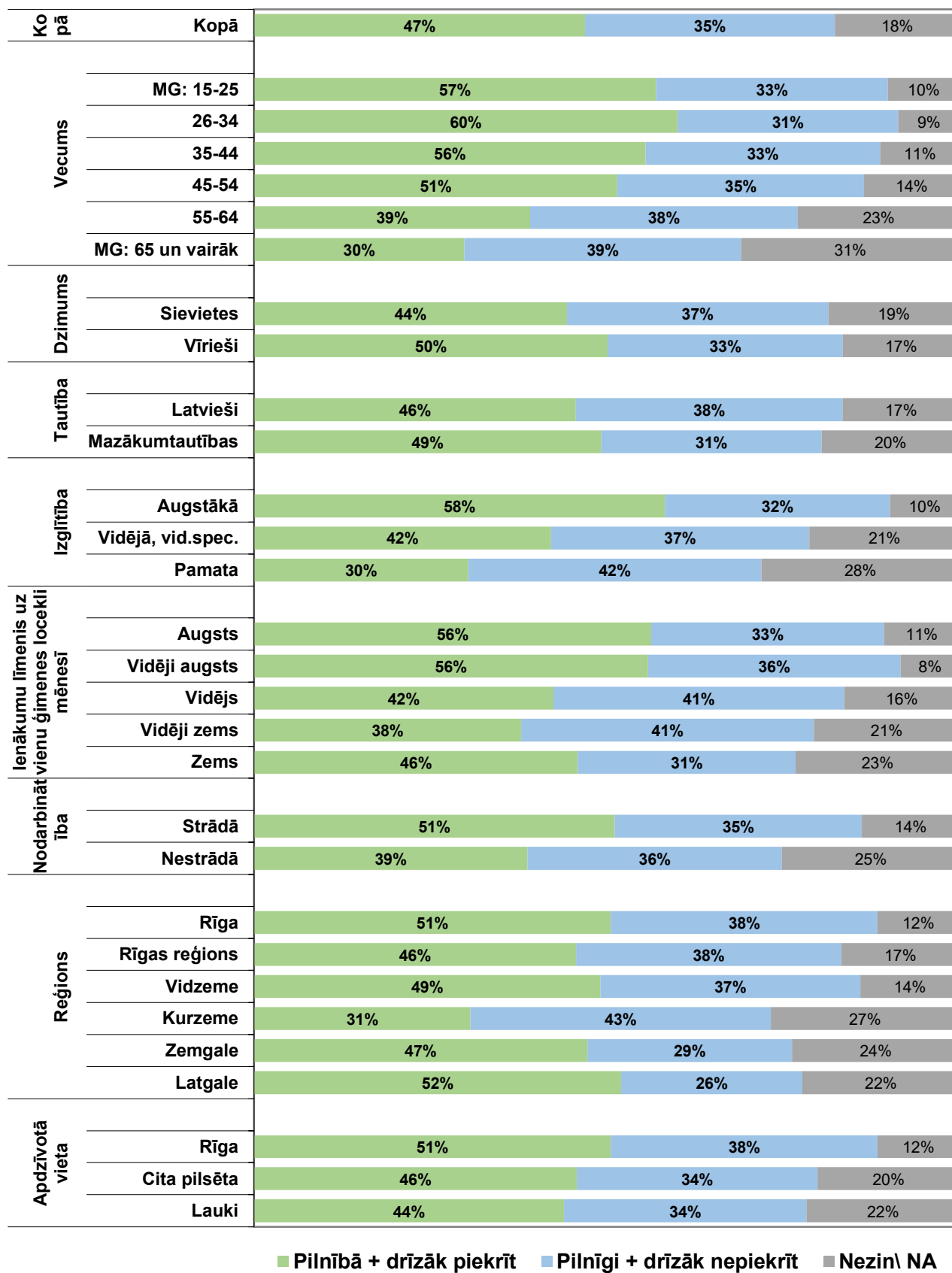
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?
**Mākslīgais intelekts un tā rīki ļaus veikt ļoti sarežģītas analīzes vai
 uzdevumus un katram mediju lietotājam piegādāt viņam precīzi atbilstošu
 saturu**
 (Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



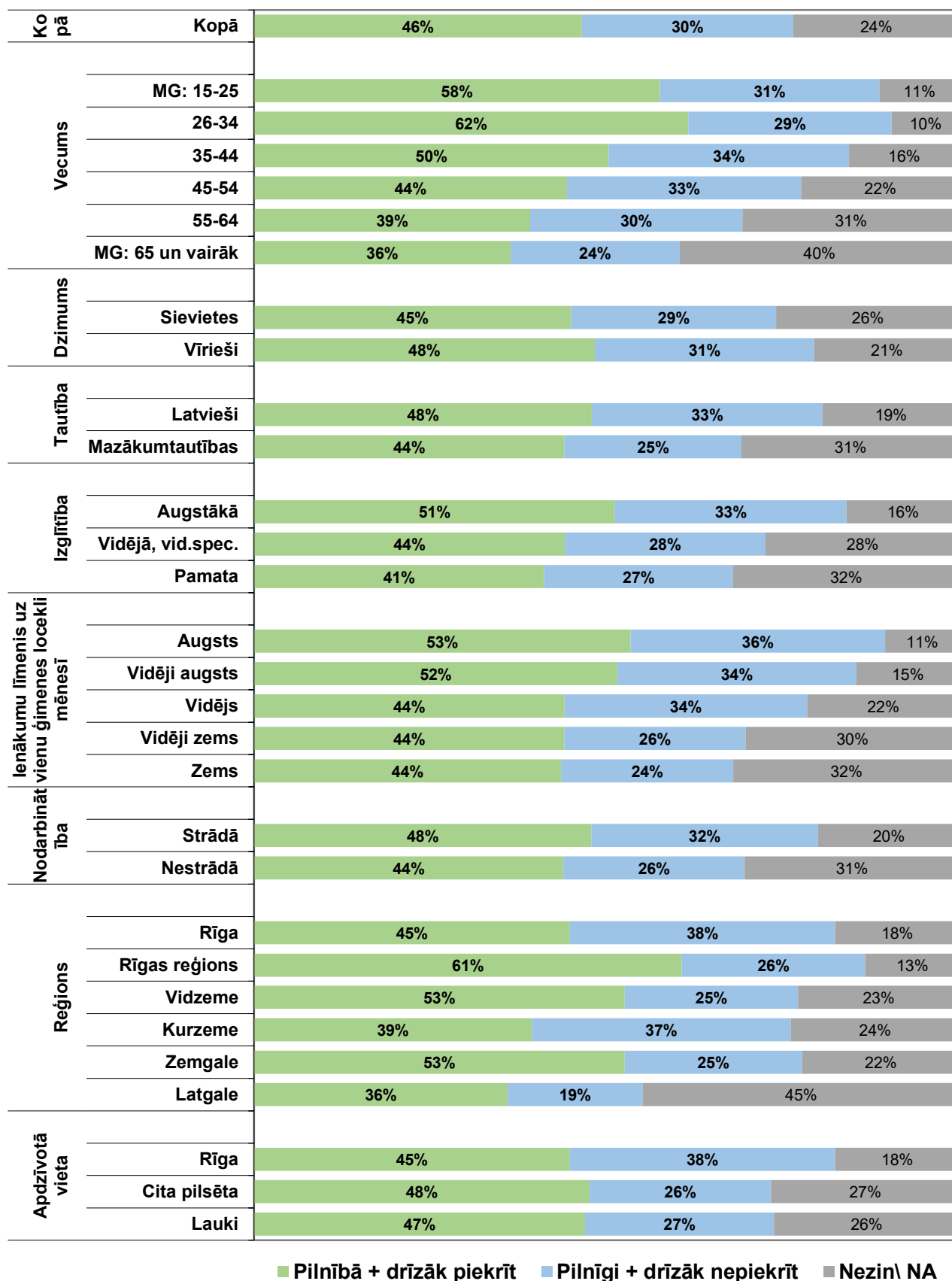
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana pilnībā likvidēs valodu barjeru
elektronisko mediju patērētājiem**
(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



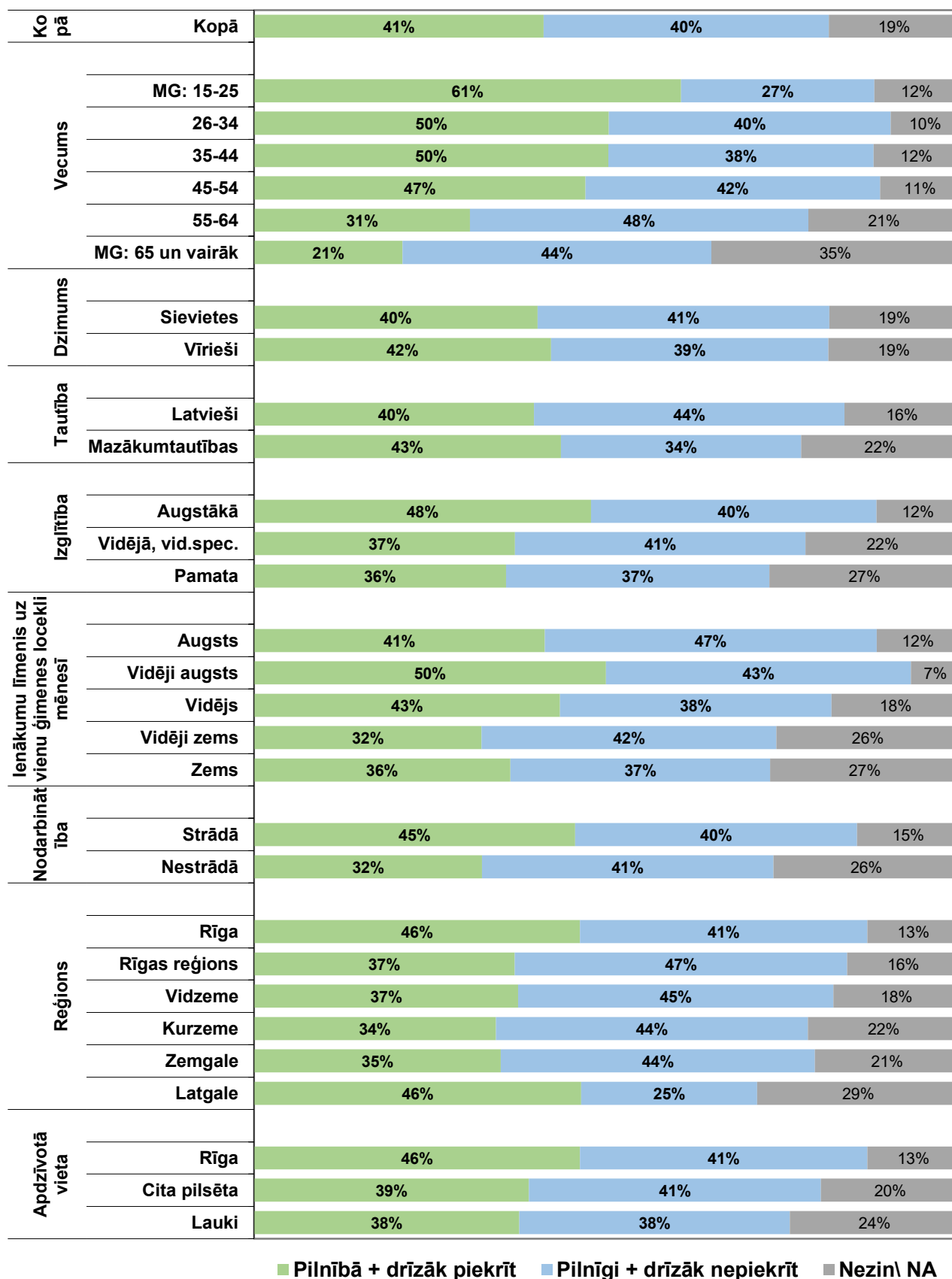
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana būtiski uzlabos mediju
 produktivitāti, efektivitāti**
 (Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



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=1297)

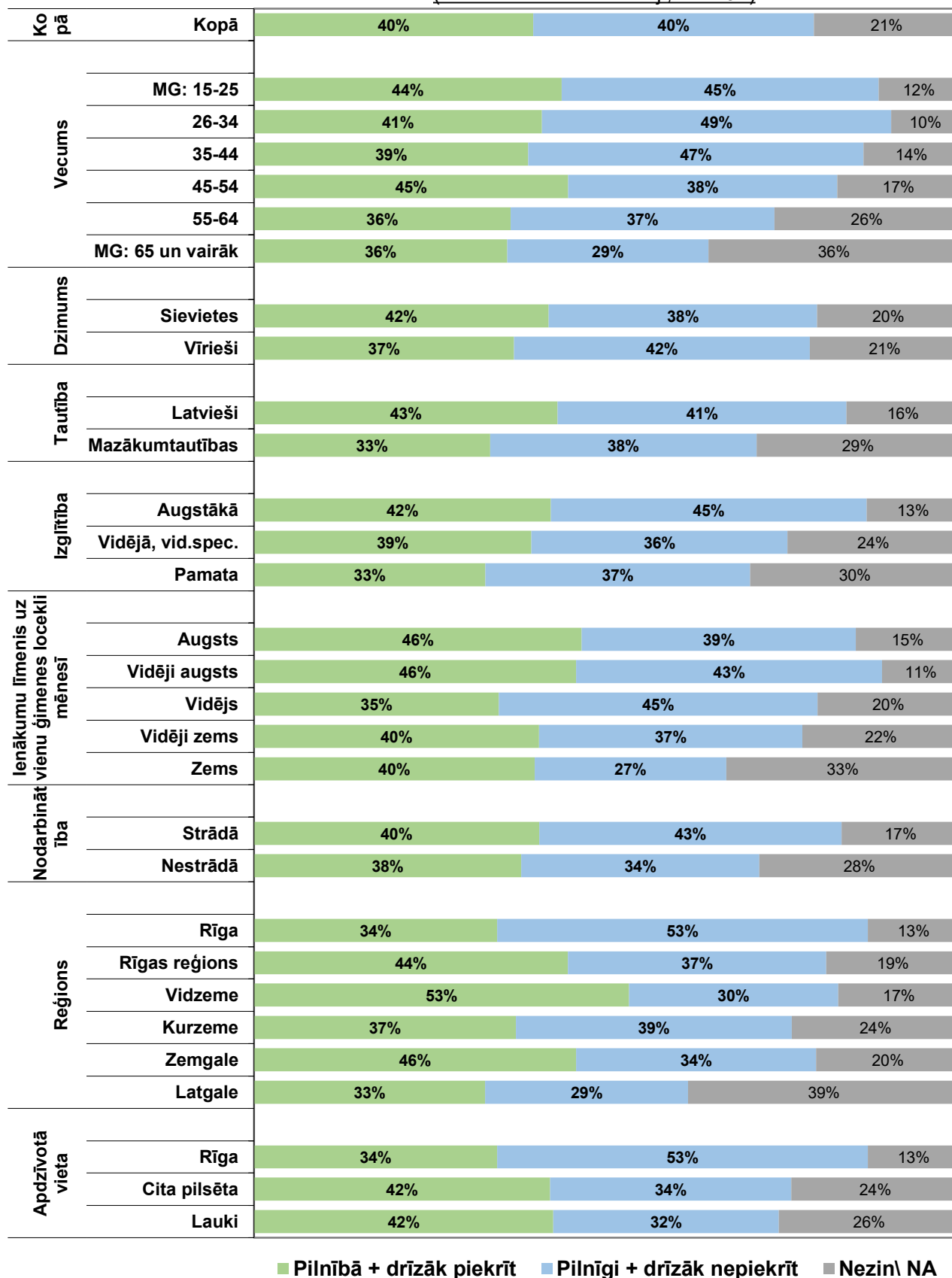


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana padarīs mediju saturu
 interesantāku, daudzveidīgāku, labāk pieejamu ikvienai iedzīvotāju grupai**
 (Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

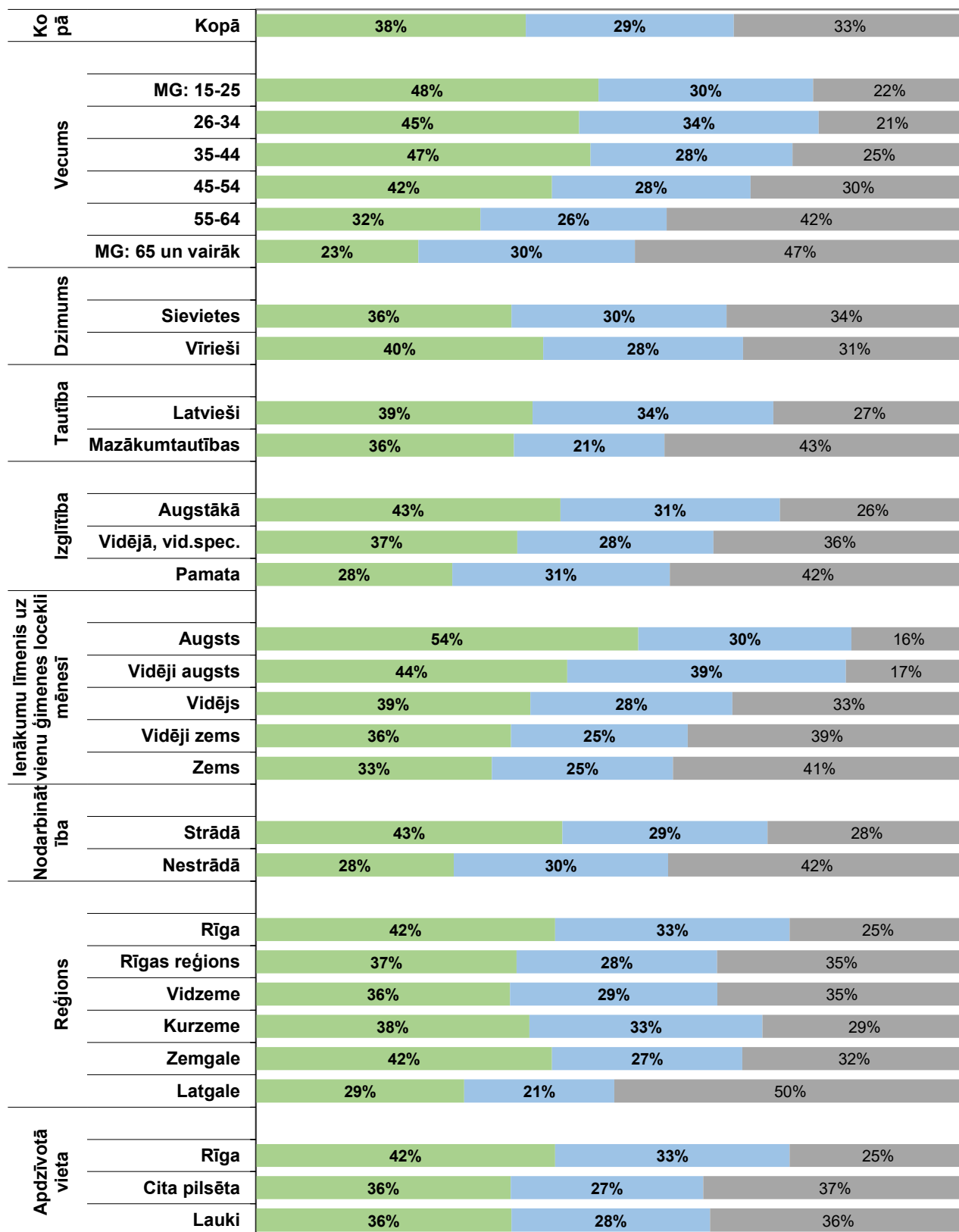


Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?
**Mākslīgais intelekts un tā rīku izmantošana padarīs mediju saturu
vienveidīgu, neinteresantu, jo mākslīgajam intelektam “trūkst jaunrades
spēju”**

(Bāze = interneta lietotāji; n=1297)

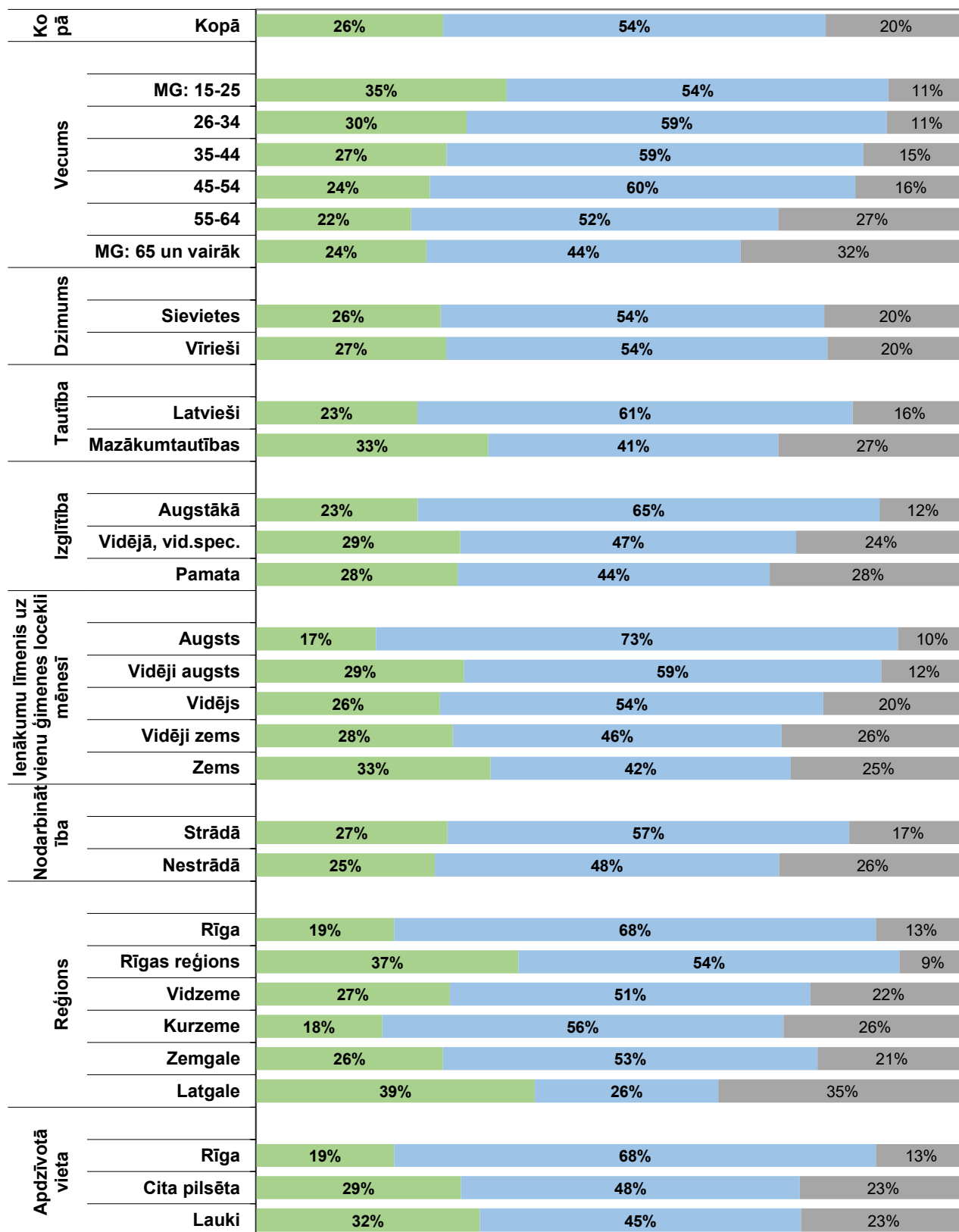


Cik lielā mērā Jūs piekrītat izteikumam?
**Mākslīgais intelekts un tā pieejamība, izmantojamie rīki tiks pareizi regulēti
 globālā mērogā un līdz ar to izmantoti cilvēces attīstībai līdzīgi kā
 kodolreaktori ražo elektrību**
 (Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



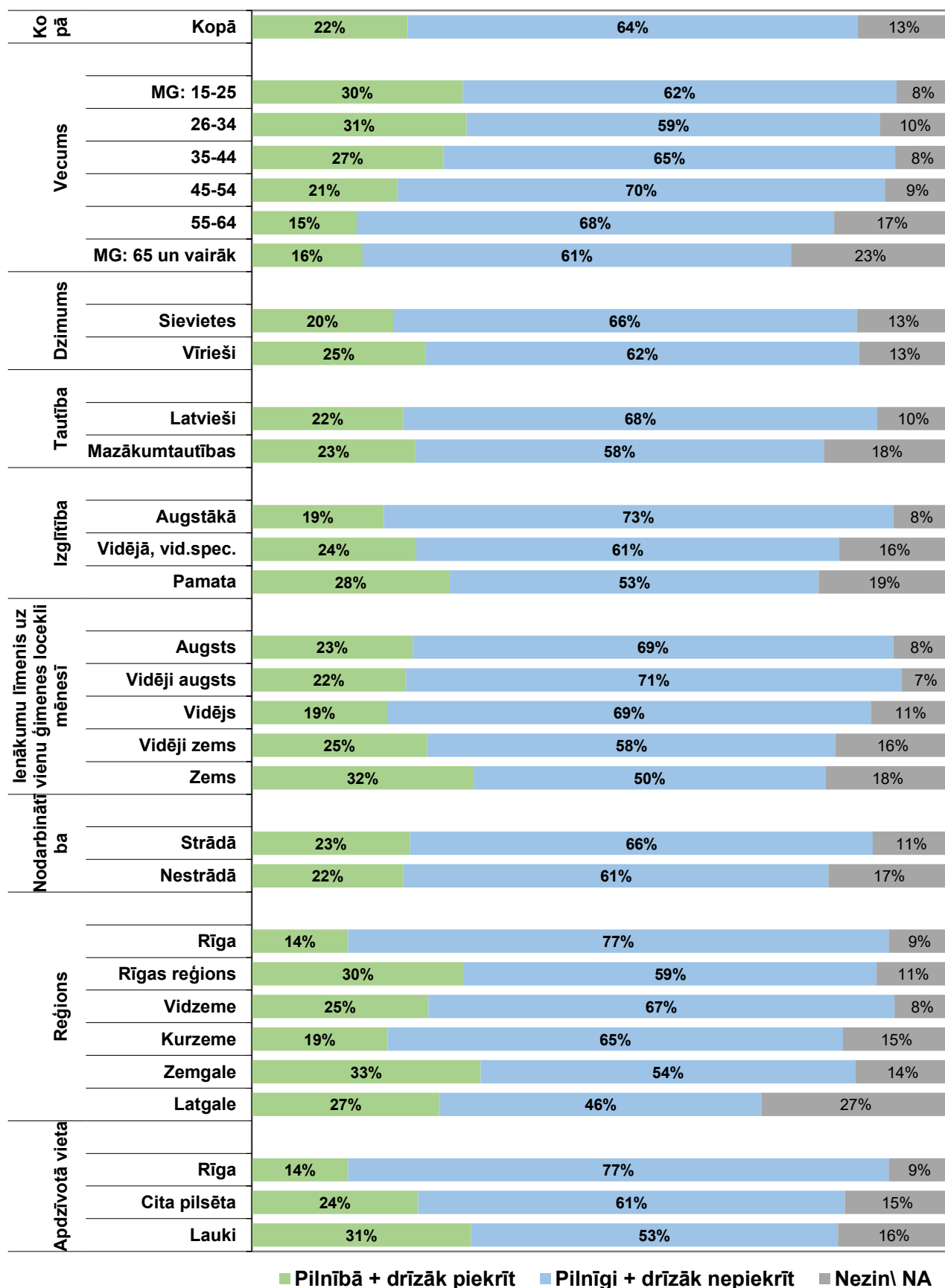
■ Pilnībā + drīzāk piekrīt ■ Pilnīgi + drīzāk nepiekrīt ■ Nezin\ NA

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**



■ Pilnībā + drīzāk piekrīt ■ Pilnīgi + drīzāk nepiekrīt ■ Nezin\ NA

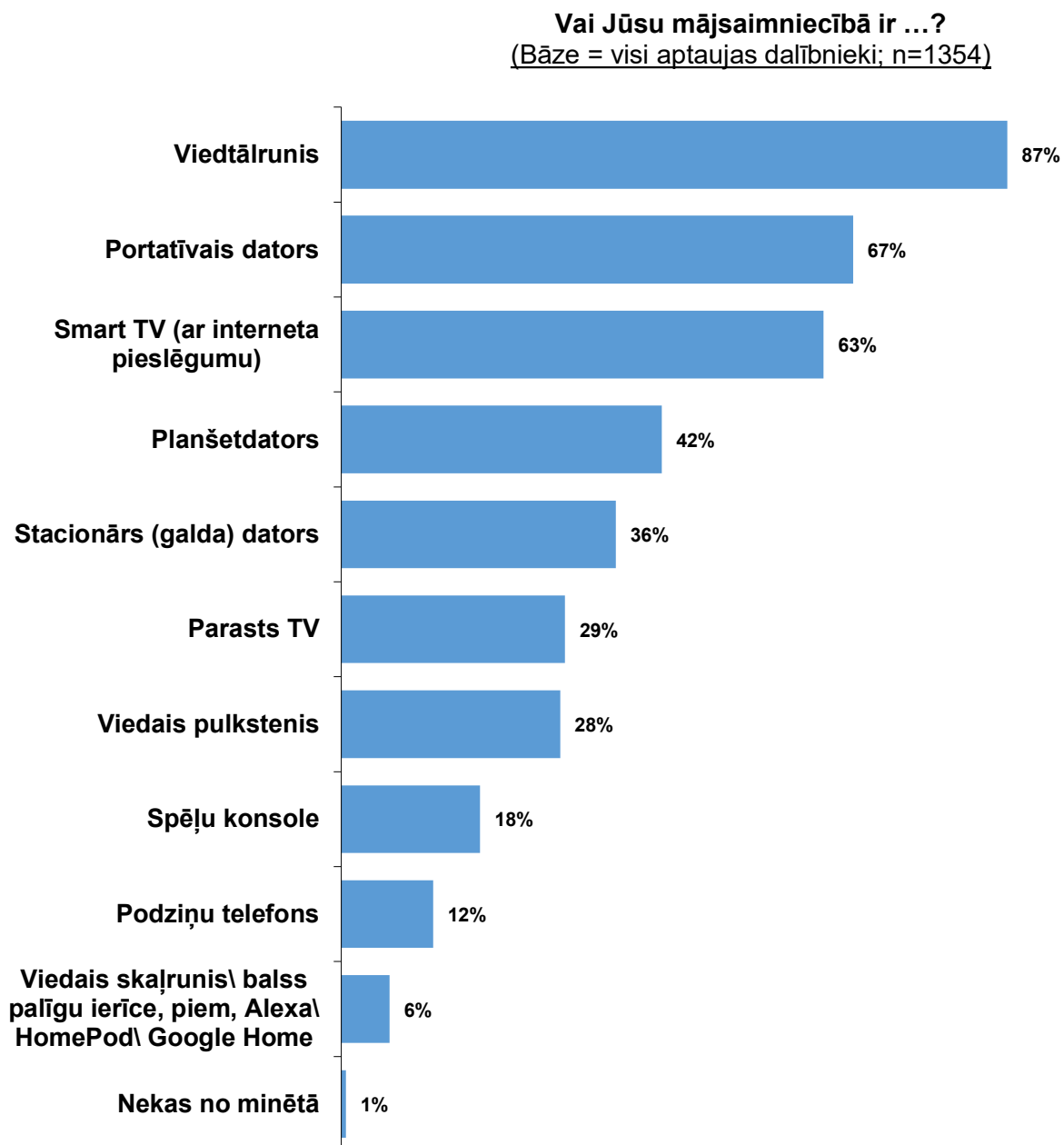
Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat šādam izteikumam?
Žurnālistu profesija "kļūs lieka", jo mākslīgais intelekts aizstās žurnālistus
 (Bāze = interneta lietotāji; n=1297)



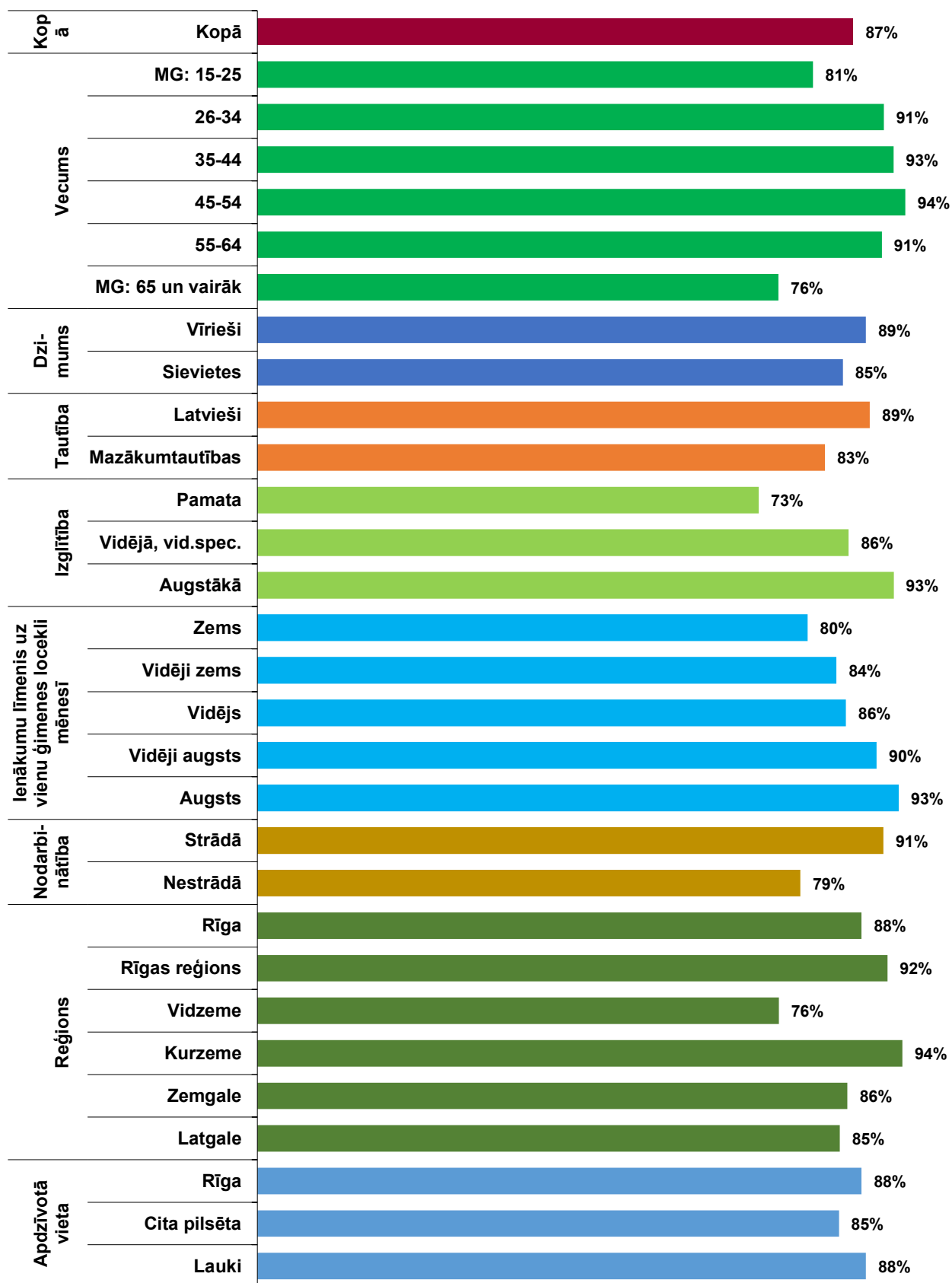
8. Dažādu ierīču pieejamība māsaimniecībās

Aptaujas jautājums:

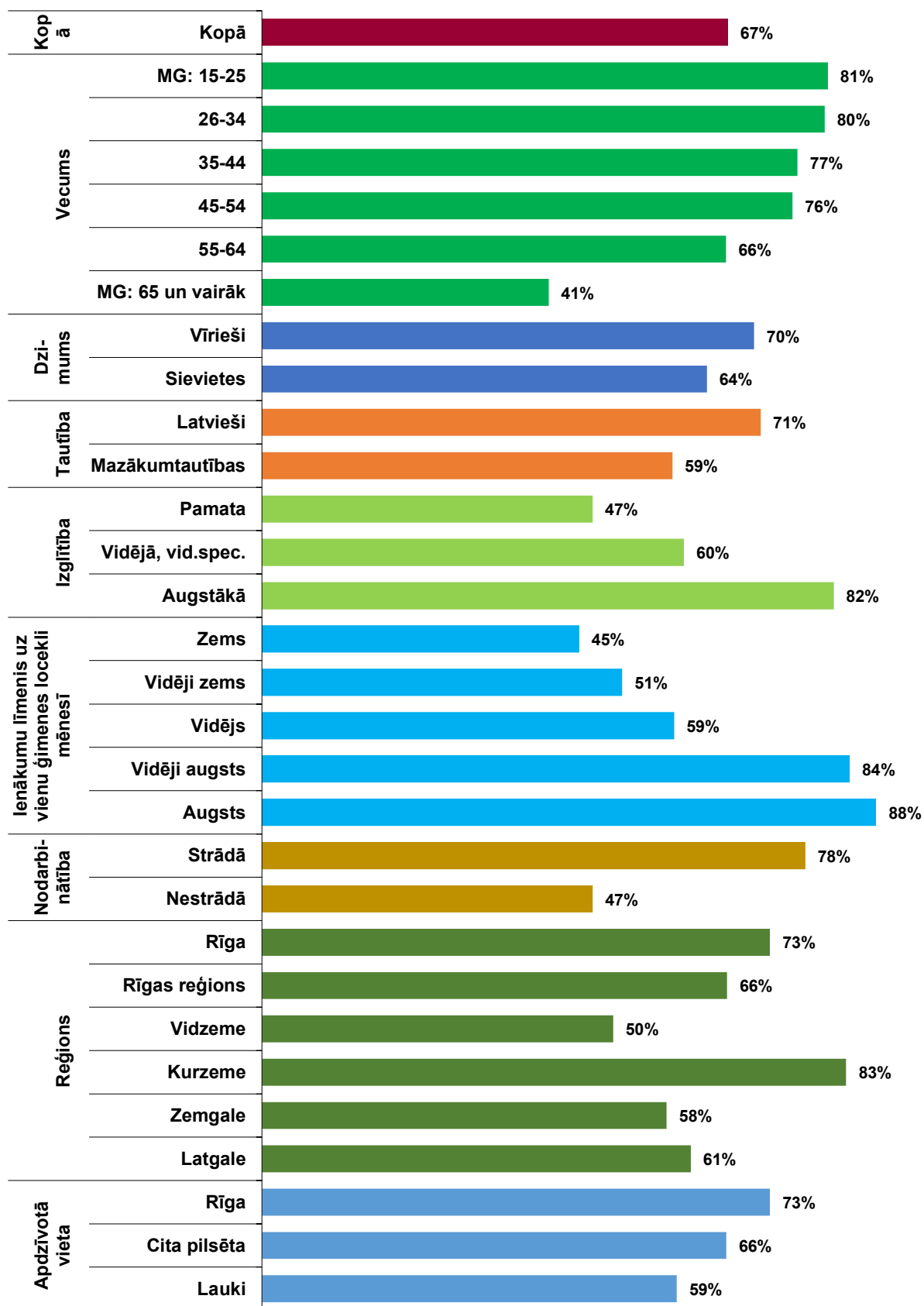
- “Vai Jūsu māsaimniecībā ir ... ?”



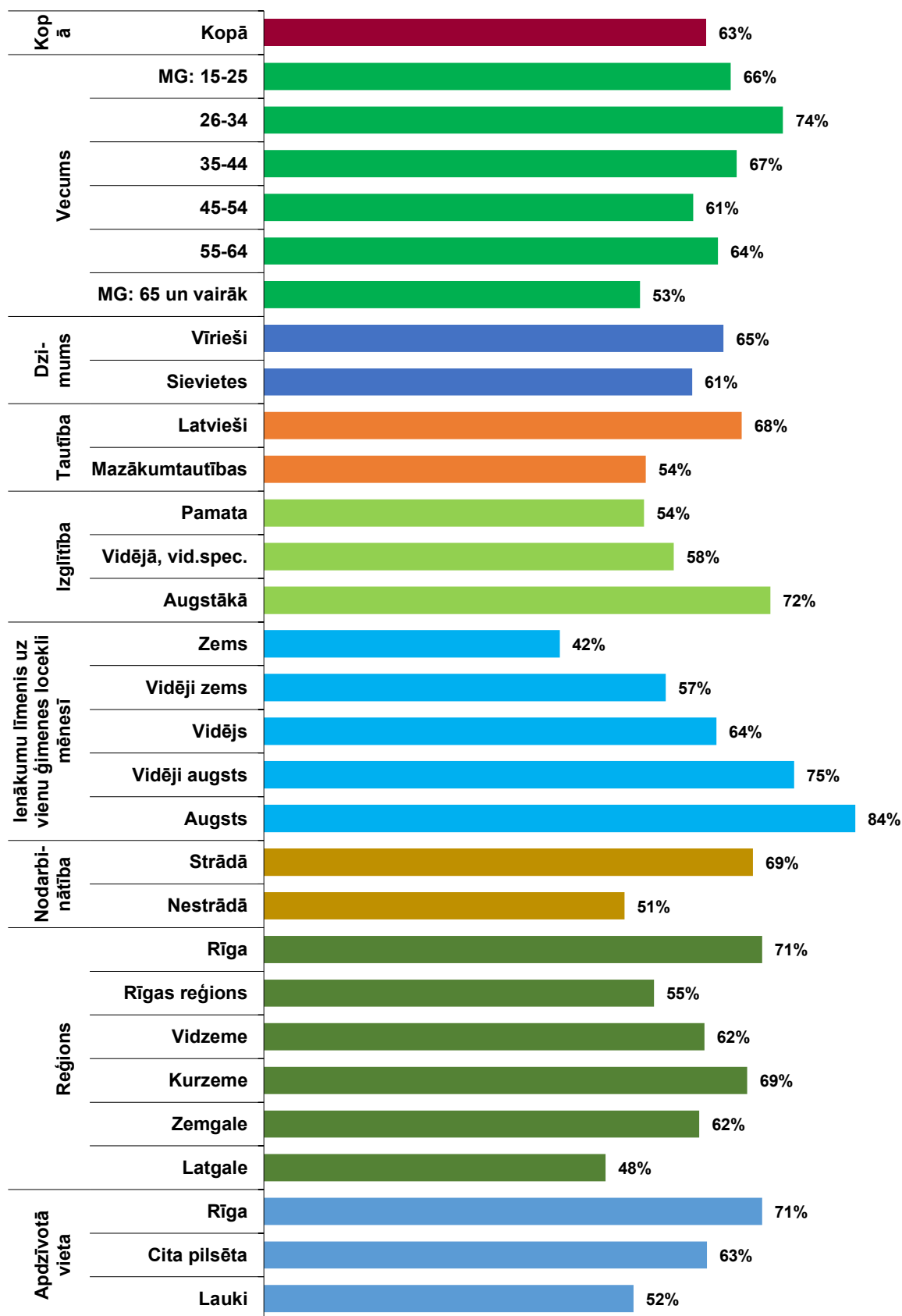
Mājsaimniecībā ir:
Viedtālrunis
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



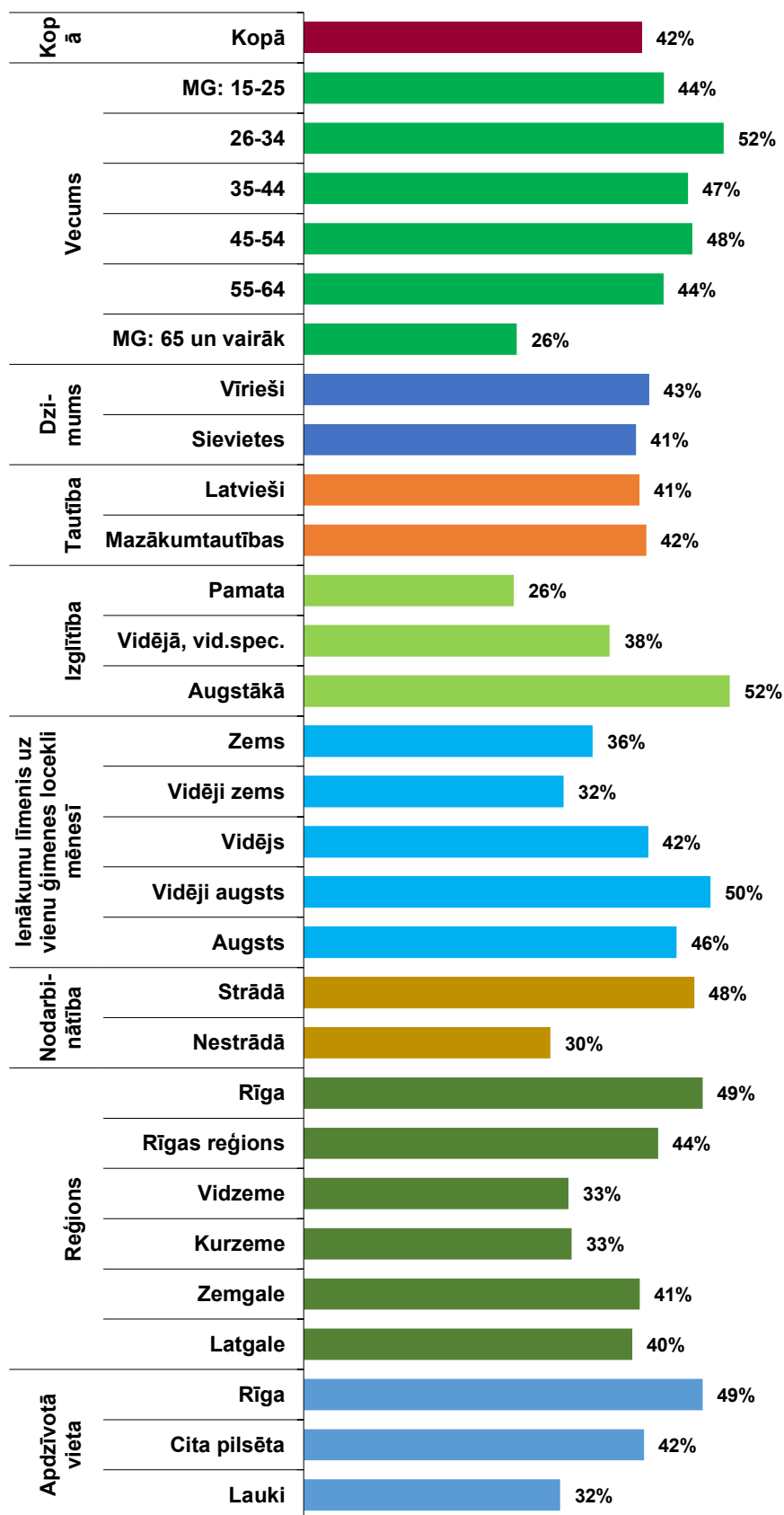
Mājsaimniecībā ir:
Portatīvais dators
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



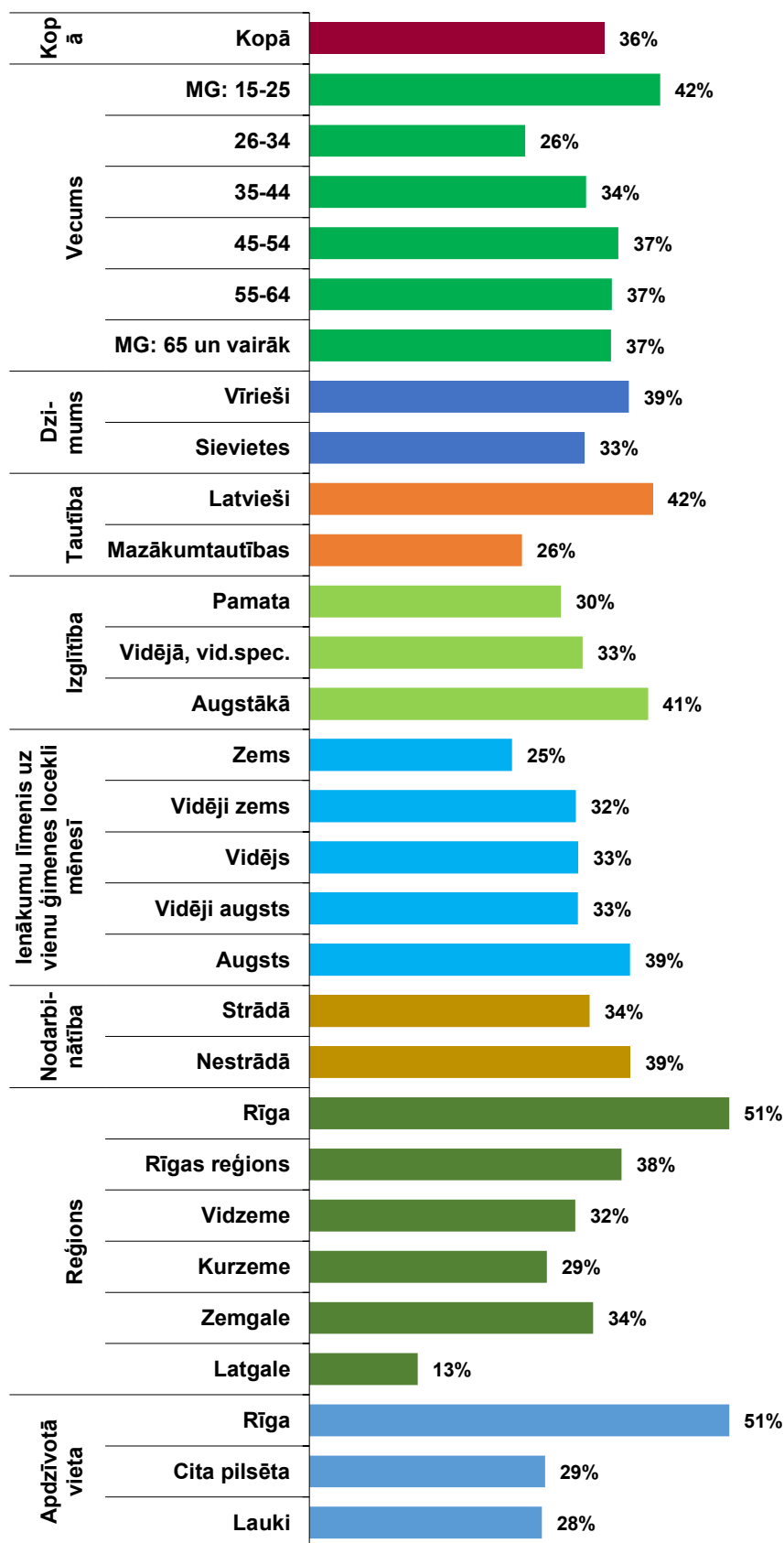
Mājsaimniecībā ir:
Smart TV (ar interneta pieslēgumu)
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



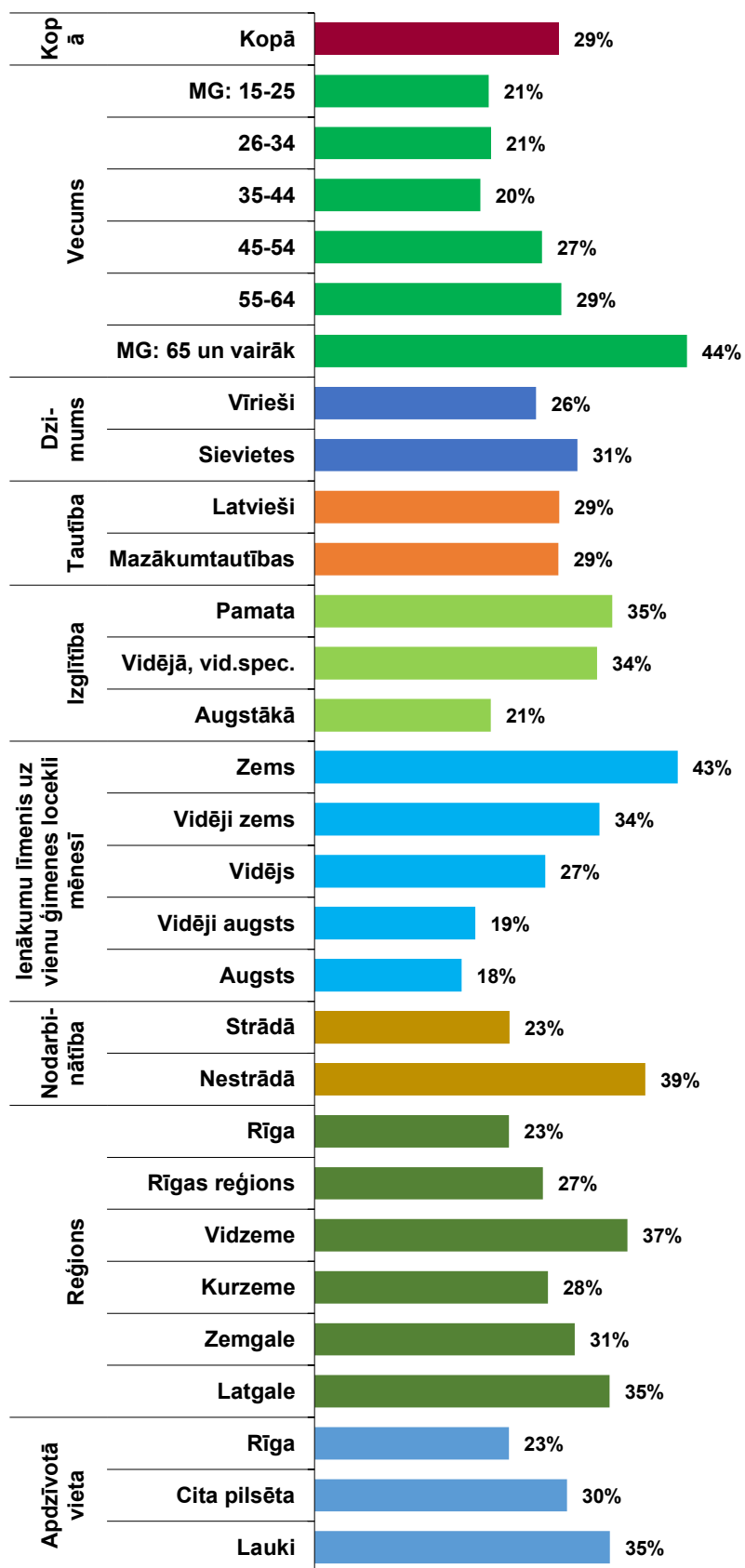
Mājsaimniecībā ir:
Planšetdators
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



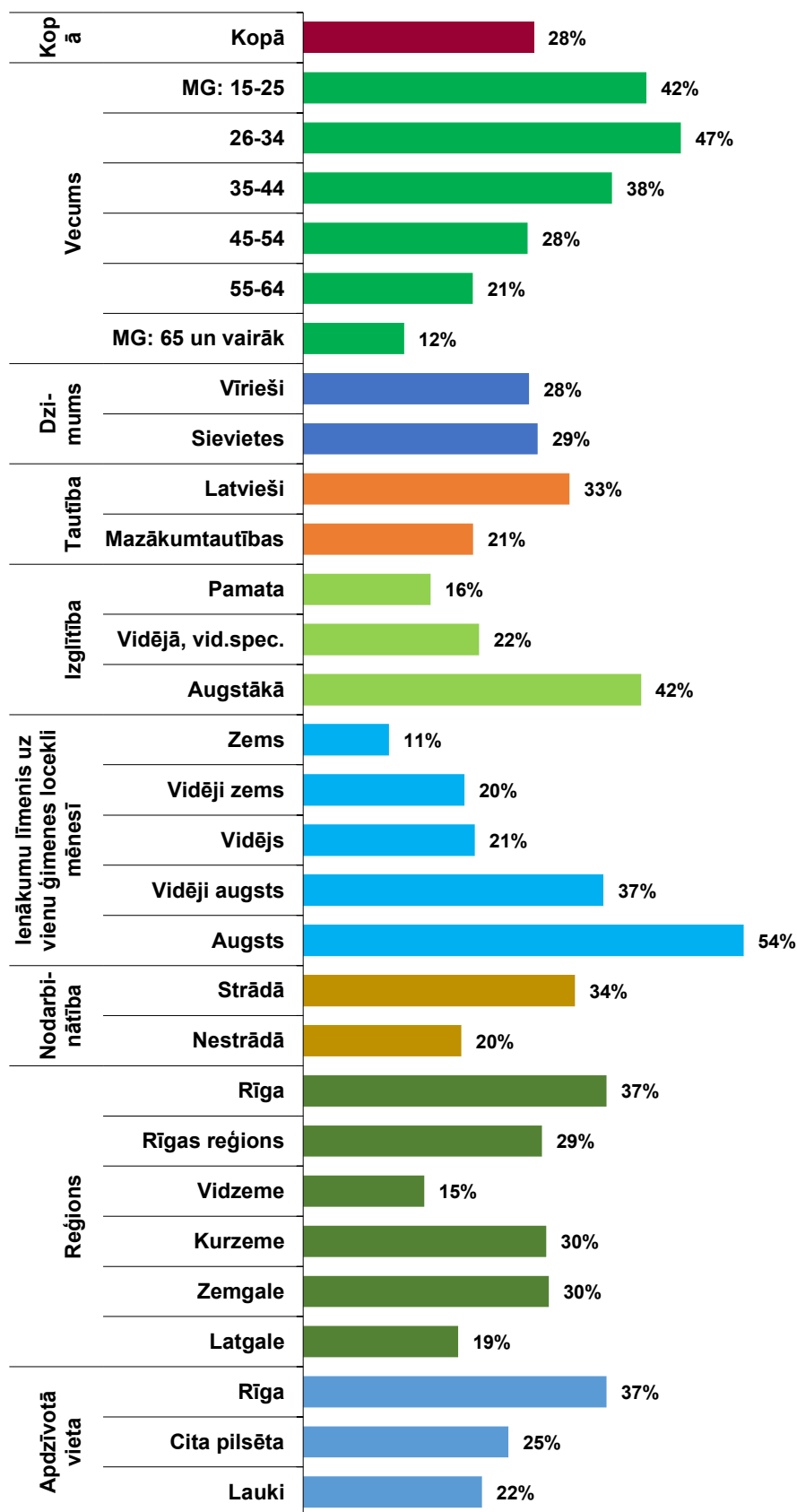
Mājsaimniecībā ir:
Stacionārs (galda) dators
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



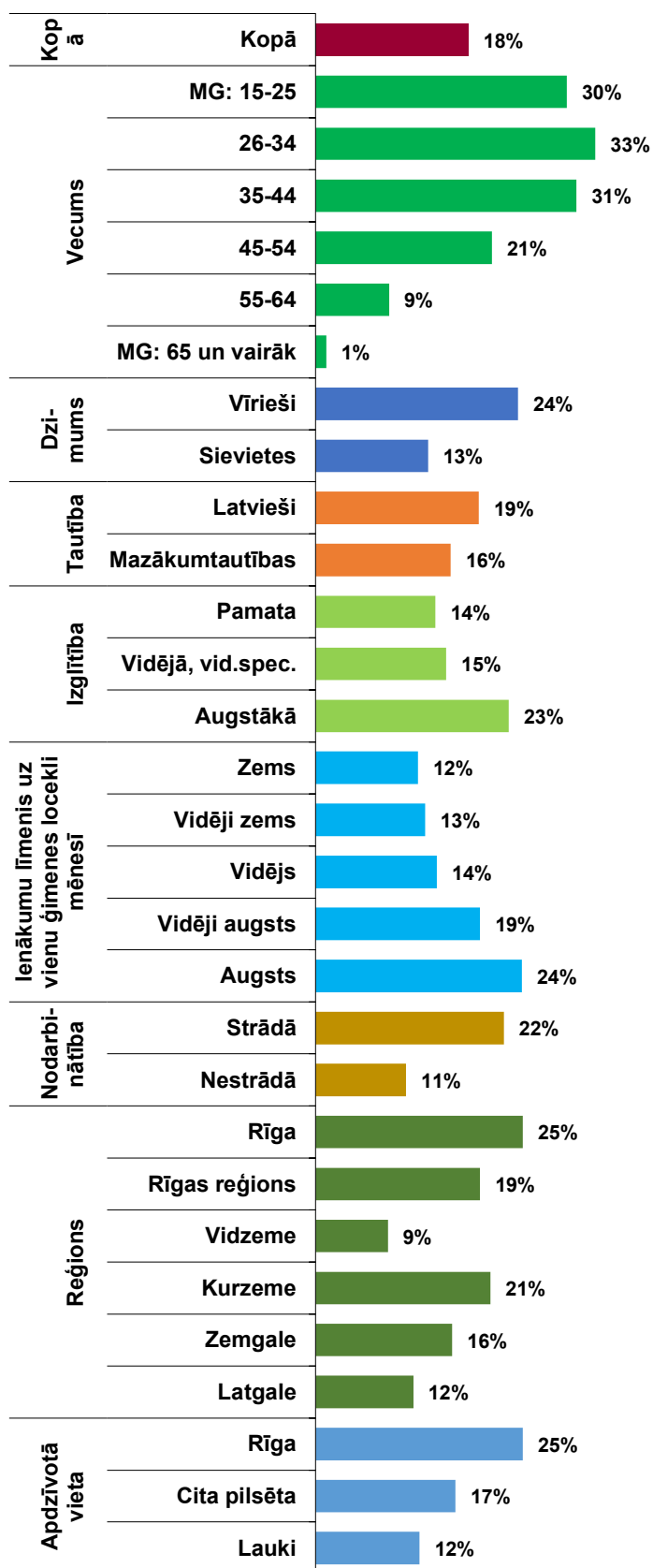
Mājsaimniecībā ir:
Parasts TV
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



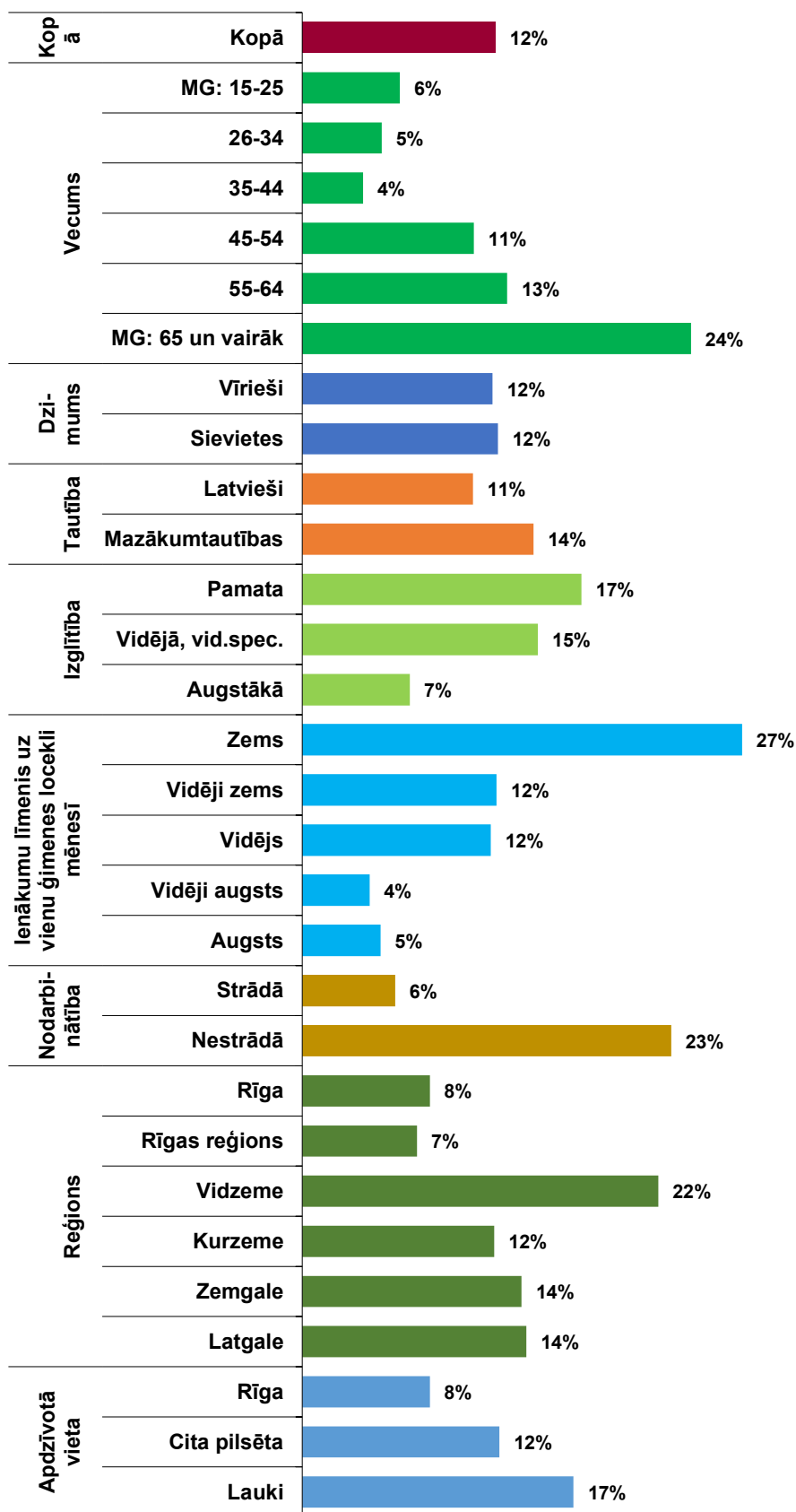
Mājsaimniecībā ir:
Viedais pulkstenis
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



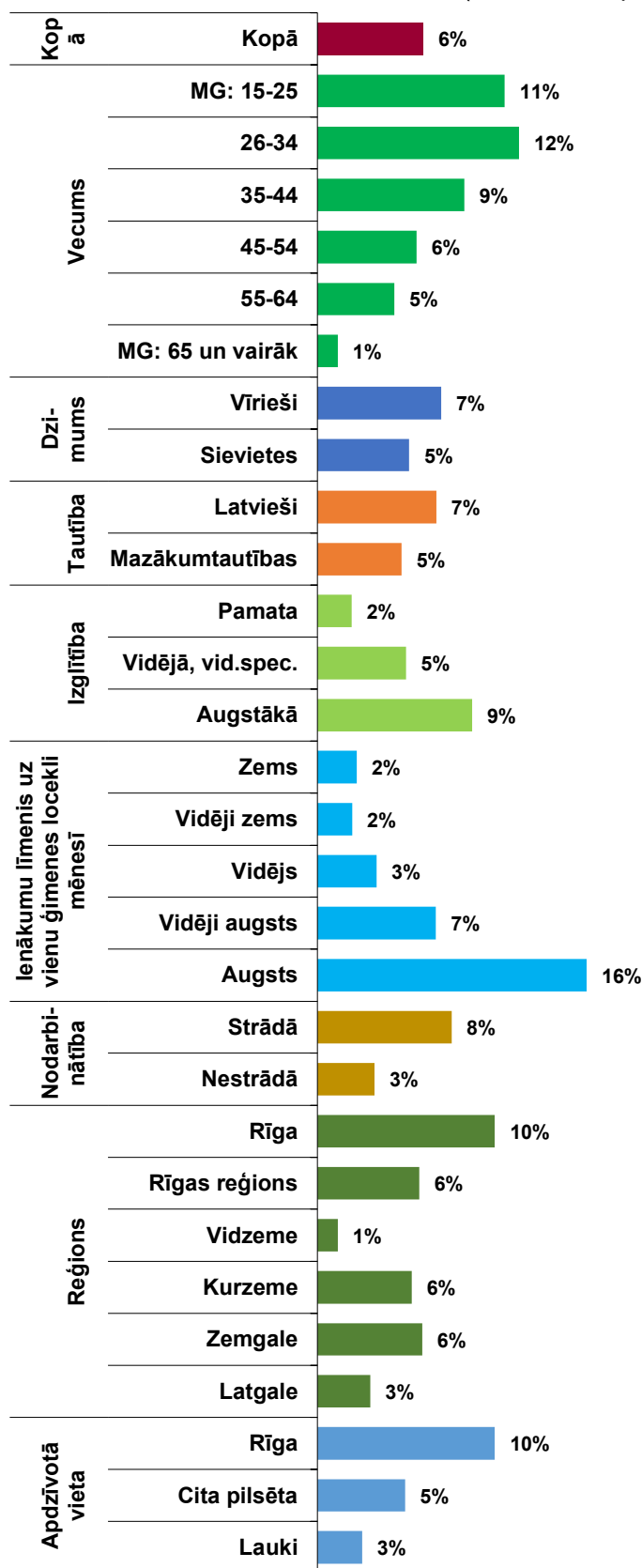
Mājsaimniecībā ir:
Spēļu konsole
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



Mājsaimniecībā ir:
Podziņu telefons
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



Mājsaimniecībā ir:
Viedais skaļrunis / balss palīgu ierīce,
piem, Alexa / HomePod / Google Home
 (Bāze = visi aptaujas dalībnieki; n=1354)



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	Ret āk	Neiz- manto	Grūti pateikt/ NA
Televīzija (TV):						
1.1. Bezmaksas televīzijas zemes apraide: Televīzijas programmas uztveramas ar istabas vai āra antenu. Pieejamas 6 bezmaksas TV programmas (LTV1, LTV7, ReTV, Radio SWH TV, EWTN Latvija, Rada)	1	2	3	4	5	99
1.2. Maksas televīzijas zemes apraide: Televīzijas programmas uztveramas ar istabas vai āra antenu. (Virszemes Tet TV)	1	2	3	4	5	99
1.3. Kabeltelevīzija - Televīzijas programmas tiek piegādātas pa kabeļu tīklu līdz skatītāja televizoram (parasti ar dekoderu)	1	2	3	4	5	99
1.4. IP televīzija (IPTV) – pieejama tikai TV pakalpojumu sniedzēja pieslēguma tīklā, ar līgumu pie konkrēta operatora (piem., Tet, Balticom)	1	2	3	4	5	99
1.5. Interneta televīzija (OTT) , lietotnes vai vietnes, kas darbojas jebkur internetā (piem., Go3, Tet+, Netflix, YouTube).	1	2	3	4	5	99
1.6. Satelīttelevīzija: Televīzijas programmas tiek uztvertas ar satelīta antenu jeb šķīvi.	1	2	3	4	5	99
1.7. Skatos, bet nezinu, kādu televīziju skatos.	1	2	3	4	5	99
Radio:						
1.8. Tradicionālā FM radio pārraide: Audio signālu pārraide caur FM radio viļņiem.	1	2	3	4	5	99
1.9. Radio internetā: radio staciju klausīšanās tiešsaistē, izmantojot datoru vai citu ierīci ar internetu.	1	2	3	4	5	99
1.10 Mobilās aplikācijas radio staciju uztveršanai izmantojot internetu: radio klausīšanās caur speciālām lietotnēm telefonā, planšetē, automašīnā, izmantojot interneta pieslēgumu	1	2	3	4	5	99
Internetā bāzētas platformas un ziņu kanāli:						
1.11. Interneta vietnes: Tiešsaistes platformas (mājas lapas), kas sniedz tekstu, attēlus un multimediju saturu par dažādām tēmām.	1	2	3	4	5	99
1.12. Sociālo tīklu vietnes un sociālie mediji: Platformas saziņai, piemēram, Facebook, X, Instagram, TikTok, LinkedIn utt., ļauj lietotājiem radīt un dalīties ar saturu.	1	2	3	4	5	99
1.13. Ziņapmaiņas un zvanu platformas, piemēram, WhatsApp, Messenger, Telegram, Signal utt., nodrošina lietotājiem privātu ziņapmaiņu un zvanus	1	2	3	4	5	99
1.14. Blogi: Personiskas vai profesionālas vietnes ar rakstiem, viedokļiem vai jaunumiem	1	2	3	4	5	99
1.15. Podkāsti: audio vai video pārraides, ko var klausīties vai skatīties internetā pēc izvēles	1	2	3	4	5	99

VIENA ATBILDE PAR KATRU VEIDU	Katru/ gandrīz katru dienu	1-4 reizes nedēļā	1-3 reizes mēnesī	Re- tāk	Neiz- manto	Grūti pateikt/ NA
1.16. Mobilās lietotnes (aplikācijas), kas piegādā saturu lietotāju viedtālrunos vai planšetdatoros, piem., mediju lietotnes, (kā Delfi, LSM, Tvnet, BBC, CNN u.tml.), banku lietotnes (Swedbank u.tml.), Bolt, Waze, Mobilly u.tml.	1	2	3	4	5	99
Straumēšanas pakalpojumi:						
1.17. Video pakalpojumi pēc pieprasījuma (straumēšanas pakalpojumi): tiešsaistes platformas, piemēram, Netflix, Go3, AppleTV, Hulu, Amazon Prime Video un Disney+, TET+ utt., nodrošina piekļuvi pēc pieprasījuma video satura katalogā dažādiem raidījumiem, tostarp filmām, TV šoviem un oriģinālsaturam.	1	2	3	5	6	99
1.18. Mūzikas straumēšanas pakalpojumi: tiešsaistes platformas, piemēram, Spotify, Apple Music un Pandora, kuri piedāvā piekļuvi plašai mūzikas bibliotēkai.	1	2	3	5	6	99
Video koplietošanas platformas:						
1.19. Video koplietošanas platformas, piemēram, YouTube, kur lietotāji var augšupielādēt, dalīties un skatīties video par dažādām tēmām.	1	2	3	5	6	99
Spēles:						
1.20. Videospēles: Interaktīvas digitālās spēles, kas tiek spēlētas uz spēļu konsolēm, datoriem vai mobilajām ierīcēm.	1	2	3	5	6	99
E-grāmatas un digitālā izdošana:						
1.21. E-grāmatas: Grāmatu digitālās versijas, ko var lasīt uz e-lasītājiem, planšetdatoriem vai datoriem.	1	2	3	5	6	99
1.22. Digitālie žurnāli un laikraksti: Izdevumi, kas ir pieejami internetā vai lietotnēs.	1	2	3	5	6	99

Q2. JAUTĀT JA Q1.5.; 1.7. – 1.22. VISUR ATZĪMĒTS "NEIZMANTO" VAI "GRŪTI PATEIKT/ NA"

Q2. Vai Jūs vispār lietojat internetu? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

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

Q3.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
3.1. Izklaides nolūkiem (piemēram, skatāties filmas, klausāties mūziku, spēlējiet spēles)	1	2	3	4	5	99
3.2. Izglītības nolūkiem (piemēram, tiešsaistes kursi)	1	2	3	4	5	99
3.3. Darba vajadzībām	1	2	3	4	5	99
3.4. Sociālajai saziņai	1	2	3	4	5	99
3.5. Lai gūtu ziņas un aktualitātes	1	2	3	4	5	99
3.6. Pirkumi un citi finanšu darījumi (pasūtīt un pirkt preces, iegādāties biļetes uz kultūras pasākumiem, samaksāt rēķinus utt.)	1	2	3	4	5	99
3.7. Sabiedriskā un pilsoniskā līdzdalība (saziņa ar valsts un pašvaldības iestādēm, e-pakalpojumi, atbalsts kādām iniciatīvām, piem., manabalss.lv utt.)	1	2	3	4	5	99

Q4. Cik bieži Jūs ikdienā skatāties īsformāta video (15-20 sekundes, minūti vai nedaudz garākus video) platformās TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts un Facebook Reels, Snapchat Spotlight, X (Twitter) video, u.c.? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Ļoti bieži – daudzas reizes dienā	1
Bieži – gandrīz katru dienu, daudzas reizes nedēļā	2
Reizēm/ šad tad – ne katru dienu, bet vismaz reizi nedēļā	3
Reti – vienu vai dažas reizes mēnesī	4
Ļoti reti – retāk nekā reizi mēnesī	5
Neskatās īsformāta video saturu	6
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	9

Q5. Kā Jūs novērtētu savas prasmes 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		99

Q6. Cik bieži Jūs komunicējat (sarakstāties, čatojat, dalāties ar saturu) sociālo tīklu vietnēs vai sociālajos medijos? 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

Q7. Cik bieži Jūs piedalāties tiešsaistes video sarunās, diskusijās, mācību nodarbībās? 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

Q8. Cik bieži Jūs radāt savu saturu (piemēram, ieraksti, attēli, video) sociālajos medijos vai sociālo tīklu vietnēs?

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

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

Q9. Vai sociālajos medijos vai sociālo tīklu vietnēs Jūs mēdzat dalīties ar citu cilvēku radīto saturu? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

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

Q10. JAUTĀT JA SPĒLĒ VIDEOSPĒLES (kodi 1-4 Q1.19)

Q10. Vai Jūs izmantojat datortīklu spēles kā sociālo tīklu vietnes, lai komunicētu savā starpā, dalītos ar saturu? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Jā	1
Nē	2
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

Q11. Cik lielā mērā Jūs uzticiaties ieteikumiem, ko, balstoties uz Jūsu aktivitāšu vēsturi, Jums piedāvā sociālo mediju un platformu rekomendāciju algoritmi ... ? LASĪT UN ATZĪMĒT. VIENA ATBILDE PAR KATRĀ RINDĀ

	Pilnībā uzticas	Drīzāk uzticas	Drīzāk neuzticas	Pilnīgi neuzticas	Neziņ/NA
1. ... meklējot informāciju vai aktuālās ziņas	4	3	2	1	99
2. ... izklaides nolūkiem (piemēram Netflix Top 10, YouTube nākamā video ieteikums, Facebook Reels, Spotify personalizētā playliste)	4	3	2	1	99

Q12. 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

Q13. 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

Q14. 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

Q15. 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

Q16. 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

Q17. 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

Q17.1. JAUTĀT, JA Q14 MINĒTAS VAIRĀKAS ATBILDES Un kurš būtu Jūsu visbiežāk izmantotais risinājums?

ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

	Q17.	Q17.1.
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

Q18. Vai Jūs ļaujat 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
Nekad neļauju piekļūvi	4
Grūti pateikt/ Neesmu pārliecināts, kādas atļaujas esmu devis/ NA (NELASĪT)	8

Q19. Kādas darbības Jūs veicat, lai ierobežotu savu datu izmantošanu mediju lietotnēs?

LASĪT UN ATZĪMĒT VISAS ATBILSTOŠAS ATBILDES

Lietoju ad-blocker - rīks vai pārlūkprogrammas paplašinājums, kas bloķē reklāmas internetā	1
Lietoju tracker-blocker - rīks, kas liedz tīmekļa vietnēm sekot lietotāja darbībām internetā	2
Lietoju VPN - pakalpojums, kas šifrē interneta savienojumu un slēpj lietotāja atrašanās vietu	3
Lietoju privacy-based search engine - meklētājs, kas aizsargā privātumu un neievāc lietotāju datus (piem., DuckDuckGo)	4
Neko nedaru, jo trūkst zināšanu, informācijas, prasmju	5
Neko nedaru, jo tas neliekas svarīgi, neinteresē	6

Q20. 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 Q27.
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8	⇒	⇒ PĀRIET PIE Q27.

Q21. Vai Jūs esat mēģinājis apiet šos ierobežojumus, lai piekļūtu Latvijā ierobežotam saturam? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Jā	1	⇒ TURPINĀT
Nē	2	⇒ PĀRIET PIE Q27.

Q22. 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

Q23. Vai Jums izdevās apiet šos ierobežojumus? LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Jā	1	⇒ TURPINĀT
Dažreiz	2	⇒ TURPINĀT
Nē	3	⇒ PĀRIET PIE Q27.

Q24. 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

Q25. 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

Q26. Kādu iemeslu 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

Q27. Kā Jūs vērtējat to, ka Latvijā tiek ierobežots Krievijas mediju saturs?

LASĪT UN ATZĪMĒT VIENU ATBILDI

Pozitīvi	1
Drīzāk pozitīvi	2
Drīzāk negatīvi	3
Negatīvi	4
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

Q28. 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

Q29. Kādiem mediju satura un komunikācijas mērķiem, Jūsprāt, 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
Analītikā un datu apstrādē	5
Dezinformācijas izplatīšanai	6
Citas jomas/ saturs (LŪDZU, PRECIZĒT) _____	7
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8

Q30. Vai Jūs spējat atšķirt, kad saturs (teksti, attēli, audio, video) 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

Q31. 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 Q34.
Nē, un man nav interese tos izmantot	4	⇒ PĀRIET PIE Q34.
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	8	⇒ PĀRIET PIE Q34.

Q32. Kādiem nolūkiem Jūs izmantojat mākslīgā interneta rīkus?

LASĪT UN ATZĪMĒT VISAS ATBILSTOŠĀS ATBILDES

Gūt atbildes uz interesējošajiem jautājumiem	1
Tulkošana	2
Attēlu, mūzikas un video satura ģenerēšana (fotogrāfijas, māksla, dizaina skices, reklāmas, animācija un tml.)	3
Tekstu, prezentāciju veidošana, tekstu uzlabošana	4
Datu apkopošana, dokumentu analīze, atskaišu gatavošana	5
Programmēšana, programmatūras izstrāde	6
Biznesa analītika un prognozes	7
Personalizēta mācīšanās – pielāgoti uzdevumi pēc zināšanu līmeņa	8
Interaktīvi palīgi mācībām	9
Jaunu prasmju apguve (svešvalodas, programmēšana, radošās jomas ar MI palīdzību un tml.)	10
Palīdzība cilvēkiem ar funkcionāliem traucējumiem – piemēram, teksta pārvēršana balsī vai surdotulkuma avatari nedzirdīgajiem	11
Veselības monitorings, diagnostika (sensoru un viedpulksteņu datu analīze)	12
Guadrās mājas, enerģētika, drošība (apkure, apgaismojums, drošība, kas pielāgojas lietotāja paradumiem, elektrības patēriņa optimizācija un tml.)	13
Sarunu boti (psiholoģiskais atbalsts)	14
Rekomendāciju gūšanai (piemēram, iepērkoties, filmu, mūzikas izvēlē)	15
Balss atpazīšana un teksta diktēšana	16
Citi nolūki (LŪDZU, PRECIZĒT) _____	17
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	99

Q33. Kādus mākslīgā intelekta rīkus, tai skaitā viedos asistentus, Jūs izmantojat savā darbībā? Lūdzu, nosauciet tos.

NETEIKT PRIEKŠĀ. ATZĪMĒT TABULĀ VAI PIERAKSTĪT

ChatGPT	1
Gemini AI	2
Copilot	3
Anthropic Claude	4
xAI Grok	5
Siri	6
Alexa	7
Google Assistant	8
Apple Intelligence	9
Midjourney	10
Leonardo AI	11
Stable Diffusion	12
DALL-E	13
Suno AI	14
Adobe Firefly	15
Citi rīki (LŪDZU, PRECIZĒT) _____	16
Grūti pateikt/ NA (NELASĪT)	99

Q34. 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

Q35. Tagad es Jums nolasīšu 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	Nezin/ NA
1. Padarīs mediju saturu interesantāku, daudzveidīgāku, labāk uztveramu ikvienai iedzīvotāju grupai	4	3	2	1	99
2. Padarīs mediju saturu vienvērtīgu, 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 jebkādu 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

DEMOGRĀFIJA

Intervijas datums:	Aptaujas vieta (PIERAKSTĪT):	D.1. Dzimums	D.2. Cik Jums ir gadu?
_____	_____	Vīrietis.....1 Sieviete..... 2	_____ gadi

D.3. Jūsu izglītība:	Nav iegūta izglītība..... 0	Arodizglītība (arodskola bez vidējās izglītības)..... 3	Nepabeigta augstākā 6
	Pamata (8-9 klases) 1	Vidējā vispārīgizglītojošā (11-12 klases) ... 4	Augstākā 7
	Nepabeigta vidējā 2	Vidējā profesionālā/ speciālā 5	Zinātniskais grāds 8

D.4. VAI JŪS PATREIZ STRĀDĀJAT?	D.4.1. Vai savā pamatdarbā strādājat:
JĀ 1 => JAUTĀT D.4.1.	Pilna laika darba dienu 1
NĒ 2 => PĀRIET PIE D.4.3	Daļēja/nepilna laika darba dienu (uz pusslodzi u.tml.)..... 2

D.4.2. Kādā nozarē Jūs pašlaik strādājat? (JAUTĀT PAR IENĀKUMU PAMATAVOTU) PIERAKSTĪT: _____ UN NOKODĒT

Vadītāji - Uzņēmēji /Ipašnieki privātā sektorā, augstākā vai vidējā līmeņa vadītāji (valsts vai privātā sektorā) ..	1
Vecākie speciālisti	2
Speciālisti	3
Kalpotāji.....	4
Pakalpojumu un tirdzniecības darbinieki	5
Kvalificēti lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības darbinieki	6
Kvalificēti strādnieki un amatnieki.....	7
Iekārtu un mašīnu operatori un izstrādājumu montieri.....	8
Vienkāršās profesijas, nekvalificēti strādnieki.....	9

D.4.3. Jūs sacījāt, ka pašlaik nestrādājat. Kāds ir Jūsu nodarbinātības statuss?	Pensionārs, invalīds..... 1 Skolēns, students 2	Mājsaimniece, bērna kopšanas atvaļinājumā 3 Bezdarbnieks, īslaicīgi nestrādā..... 4
---	--	--

D5. Kāda ir Jūsu tautība vai etniskā izcelsme?	Latvietis	1	Ukrainis	4	Lietuvietis	7
	Krievs	2	Polis	5	Ebrejs	8
	Baltkrievs.....	3	Igaunis.....	6	Cita (Pierakstīt)	9

D6. Kādā valodā Jūs galvenokārt runājat ģimenē? IESPĒJAMAS VAIRĀKAS ATBILDES	Latviešu 1 Krievu..... 2 Cita (precizēt) 3
---	--

D7. Cik cilvēku (ieskaitot Jūs) dzīvo Jūsu ģimenē (ar kuriem Jums ir kopēja saimniecība)? PIERAKSTĪT _____

D8..Cik bērnu vecumā līdz 15 gadiem (neieskaitot) ir Jūsu ģimenē (dzīvo kopā ar Jums)? PIERAKSTĪT _____

D9. Vai Jūsu mājsaimniecībā ir ... ?	Smart TV (ar interneta pieslēgumu) ...	1	Viedtālrunis	6
	Stacionārs (galda) dators	2	Parasts TV	7
	Portatīvais dators	3	Viedais pulkstenis	8
	Planšetdators	4	Viedais skaļrunis / balss palīgu ierīce, piem, Alexa /	
	Spēļu konsole.....	5	HomePod / Google Home.....	9

D10. Vidējais ienākums uz vienu Jūsu ģimenes locekli iepriekšējā mēnesī? Respondentam jāaskaita visu ģimenes locekļu reālie ienākumi un summa jāizdala ar ģimenes locekļu skaitu.	_____ EUR uz vienu ģimenes locekli
---	--