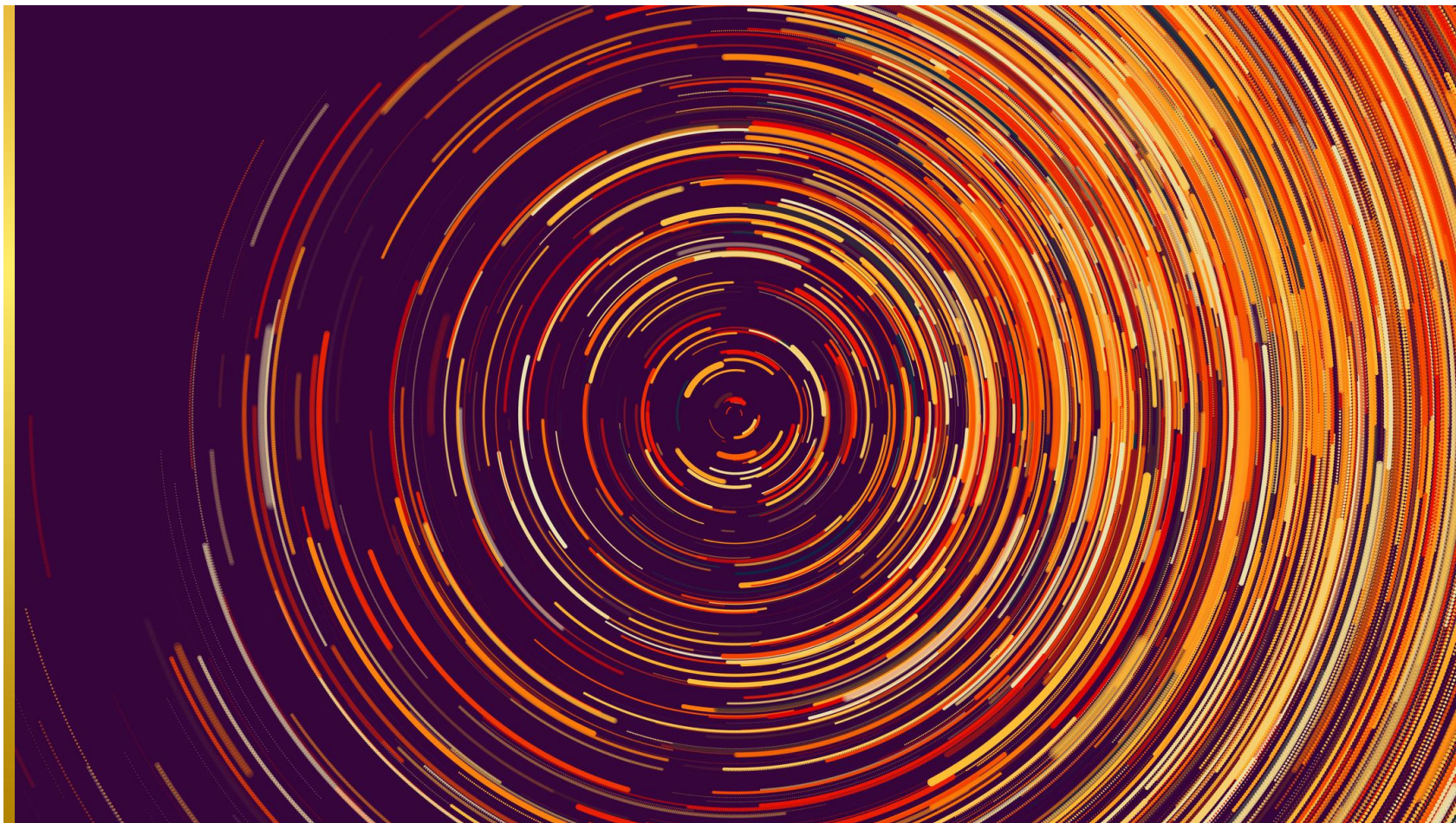


Aptauja par Latvijas iedzīvotāju mūzikas patēriņa paradumiem

Galveno rezultātu atskaite

2024. gada septembris



Saturs

1	Rezultātu kopsavilkums	3
2	Pētījuma apraksts	12
3	Pētījuma rezultāti	15

1

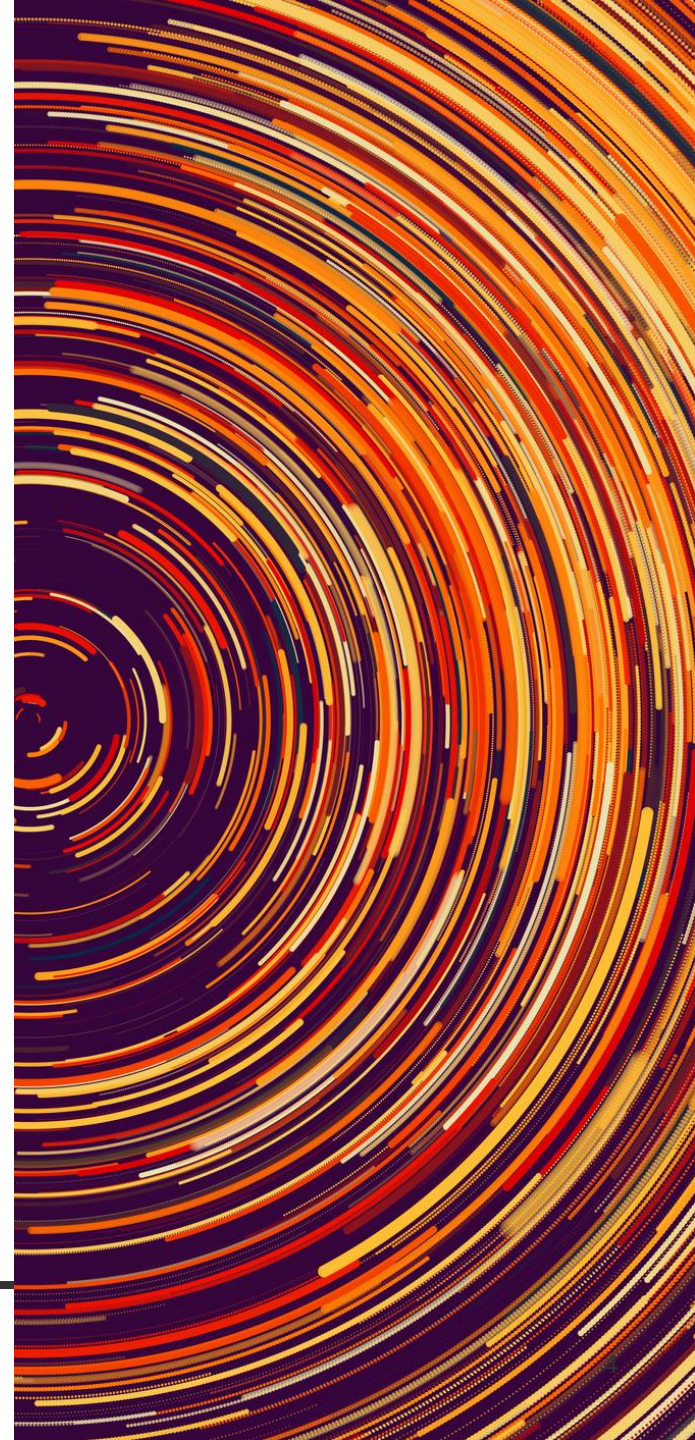
Rezultātu kopsavilkums

Rezultātu kopsavilkums (1/8)

Vieta, kur visbiežāk klausās mūzikas ierakstus

- Absolūtais vairākums (88%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem klausās mūzikas ierakstus. Rādītājs, salīdzinot ar 2023. gada rudeni, ir būtiski samazinājies, (-4 procentpunkti (turpmāk – PP), no 92% uz 88%)*.
- Salīdzinoši visbiežāk (40%) iedzīvotāji mūzikas ierakstus klausās, pārvietojoties ar transportlīdzekli.
- 30% iedzīvotāju mūziku klausās mājās; desmitā daļa (9%) – darba vietā; 7% – pārvietojoties ar kājām; 2% – publiskā vietā.
- Darba vietā mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk klausās vadītāji, augstākā līmeņa speciālisti.
- Pārvietojoties ar kājām, mūzikas ierakstus biežāk klausās iedzīvotāji vecuma grupā 23-29 gadi.
- Mājās mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk klausās iedzīvotāji ar pamatizglītību, bezdarbnieki, māsaimnieki/ māsaimnieces, iedzīvotāji ar salīdzinoši zemākiem gan personīgajiem (līdz EUR 500 vai arī bez personīgajiem ienākumiem), gan ģimenes ienākumiem uz 1 cilvēku (līdz EUR 300), kā arī tie, kuri dzīvo vieni paši.
- Savukārt mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk neklausās vispār iedzīvotāji vecuma grupā 50-60 gadi, kā arī cittautieši, nepilsoņi, strādnieki.

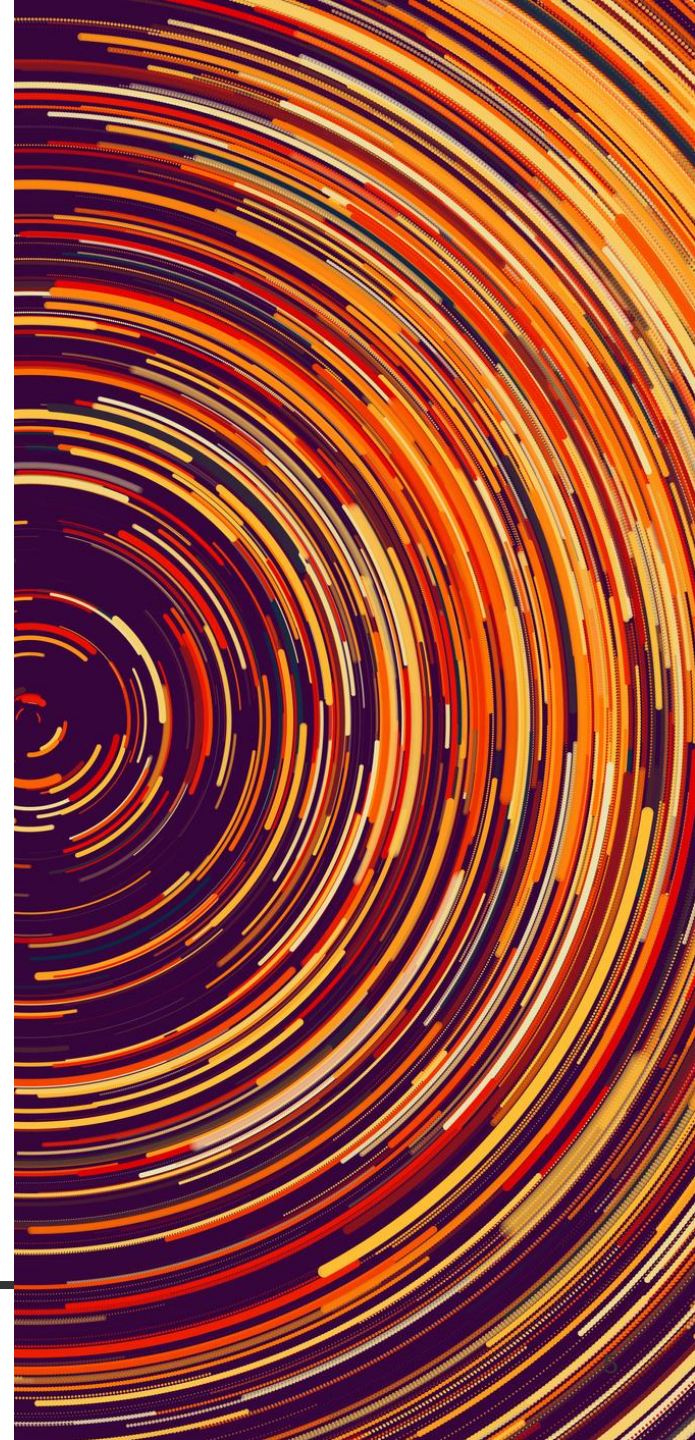
*! Šajā un turpmākajos datu kāpumos/kritumos, analizējot datus, ir jāņem vērā, ka šogad pētījumā ir mainīta tā mērķa grupa, ietverot 16-60 gadus vecus iedzīvotājus, nevis 18-60 gadus vecus iedzīvotājus, kā iepriekšējo gadu pētījumos.



Rezultātu kopsavilkums (2/8)

Visbiežāk izmantotais mūzikas ierakstu iegādes avots

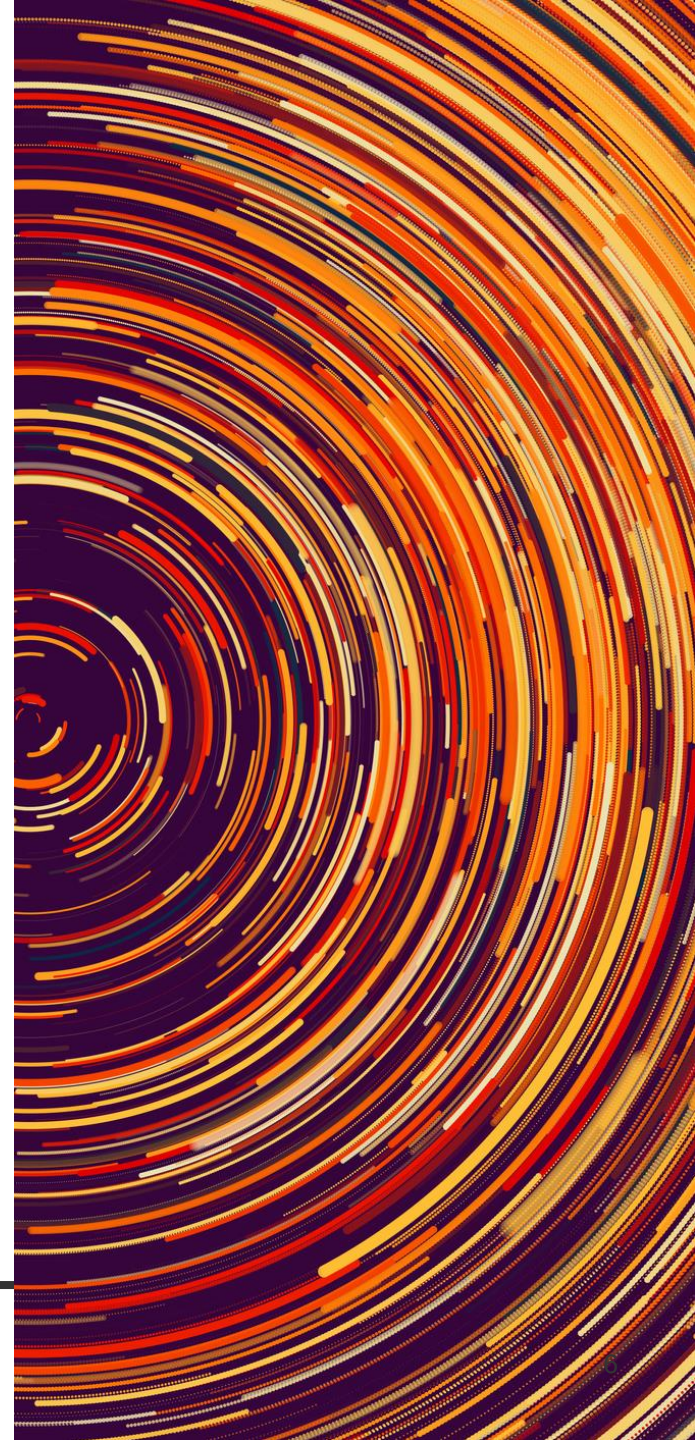
- Piektā daļa (19%) to Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem, kuri iegādājas mūzikas ierakstus, visbiežāk izmantotais mūzikas iegādes avots ir straumēšanas servisi (piemēram, Spotify, Deezer u.c.). Tikmēr 3% mūzikas ierakstus iegādājas veikalā vai internetā CD vai DVD formātā, 2% tos iegādājas veikalā vai internetā vinila plašu formātā, 1% mūzikas ierakstus iegādājas, par maksu lejuplādējot tos internetā.
- Aptuveni divas trešdaļas (63%) iedzīvotāju mūzikas ierakstus neiegādājas (salīdzinot ar 2023. gada rudeni, rādītājs ir būtiski krities – -7PP, no 70% uz 63%) – no tiem 36% iedzīvotāju ir norādījuši, ka mūziku klausās bezmaksas interneta vietnēs (piemēram, Youtube un interneta radio), savukārt 27% klausās tikai radio.
- Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus iegādājas 16-29 gadus veci iedzīvotāji, Rīgā dzīvojošie, latvieši, skolēni, studenti, kā arī iedzīvotāji ar salīdzinoši augstākiem ienākumiem uz vienu cilvēku ģimenē (EUR 1001 EUR mēnesī un vairāk «uz rokas»).
- Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus neiegādājas iedzīvotāji vecuma grupā 50-60 gadi, Latgales reģionā dzīvojošie, kā arī cittautieši.



Rezultātu kopsavilkums (3/8)

Mūzikas klausīšanās radiostacijās

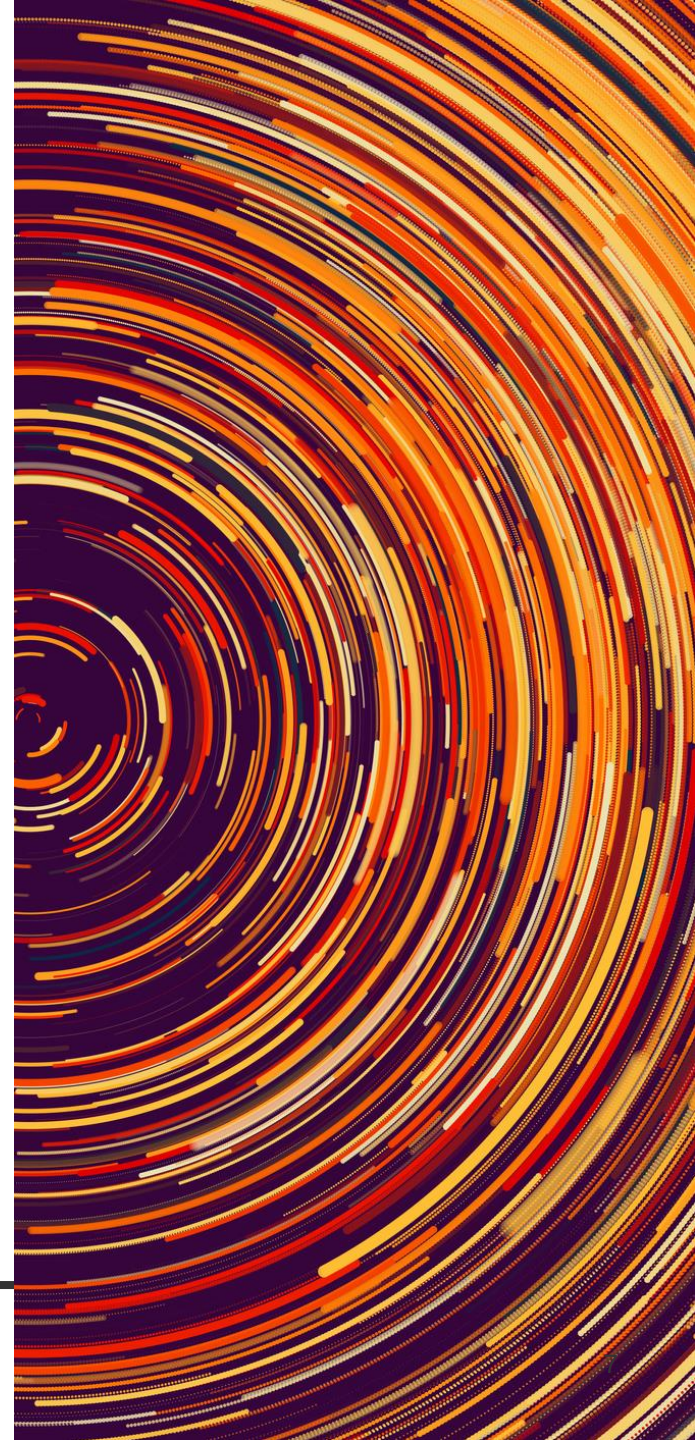
- Absolūtais vairākums (82%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem klausās mūziku radiostacijās.
- Mūziku radiostacijās salīdzinoši biežāk klausās Vidzemē, kā arī lauku teritorijā dzīvojošie, latvieši, strādnieki, kā arī iedzīvotāji, kuru ģimenē ir 4 un vairāk cilvēki. Savukārt retāk mūziku radiostacijās klausās rīdnieki, cittautieši (ne latvieši) un bezdarbnieki.
- Salīdzinoši visbiežāk iedzīvotāju radiostacijas izvēli nosaka mūzikas žanrs/stils, kas visbiežāk skan radiostacijā (rādītājs ir būtiski krities, salīdzinot ar 2023. gada rudens pētījumu – -4PP, no 32% uz 28%).
- Salīdzinoši bieži (24%) iedzīvotāji ir norādījuši, ka klausās radio tāpēc, lai fonā skanētu mūzika, pašai radiostacijai nav nozīmes. Šo kritēriju salīdzinoši biežāk ir norādījuši iedzīvotāji vecuma grupā 40-49 gadi, citās pilsētās, neskaitot Rīgu, dzīvojošie, kā arī pēc nodarbošanās strādnieki.
- Salīdzinoši retāk kā gadu iepriekš radiostacijas izvēli nosaka ārvalstu mūzikas īpatsvars, tās radiostacijas klausīšanās, kurā biežāk skan mūzika ārvalstu valodā (-s) (-4PP, salīdzinot ar 2023. gada rudens pētījumu, no 12% uz 8%).
- Savukārt visretāk iedzīvotāji ir norādījuši, ka viņu radiostacijas izvēli nosaka reģionālais kritērijs (klausās vietējo radiostaciju) (6%).



Rezultātu kopsavilkums (4/8)

Mūzikas klausīšanās internetā

- Vairākums (79%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem klausās mūziku internetā (rādītājs ir būtiski krities, salīdzinot ar 2023. gada rudens pētījumu – -3PP, no 82% uz 79%). Mūziku internetā salīdzinoši biežāk klausās sievietes, iedzīvotāji vecuma grupā 16-29 gadi, kā arī skolnieki, studenti. Savukārt salīdzinoši retāk – vīrieši, kā arī iedzīvotāji vecuma grupā 50-60 gadi.
- Salīdzinoši visbiežāk iedzīvotāji ierakstus klausās bezmaksas YouTube servisā (rādītājs ir ievērojami krities, salīdzinot ar 2023. gada rudens periodu – -5PP, no 44% uz 39%)
- Otrs iedzīvotāju biežāk norādītais serviss ir mūzikas ierakstu klausīšanās bezmaksas interneta radio kanālos (24%).
- Salīdzinoši retāk iedzīvotāji mūzikas ierakstus klausās bezmaksas Spotify, Deezer straumēšanas servisā (15%), kam seko mūzikas ierakstu klausīšanās šajā pašā straumēšanas servisā (Spotify, Deezer), bet tikai par maksu (11%).
- 8% iedzīvotāju ir norādījuši, ka mūziku internetā klausās dažādos bezmaksas mūzikas straumēšanas servisos, savukārt 6% iedzīvotāju mūziku klausās maksas YouTube servisā.
- Salīdzinoši visretāk iedzīvotāji ir norādījuši, ka mūziku internetā klausās dažādos maksas mūzikas straumēšanas servisos (1%).



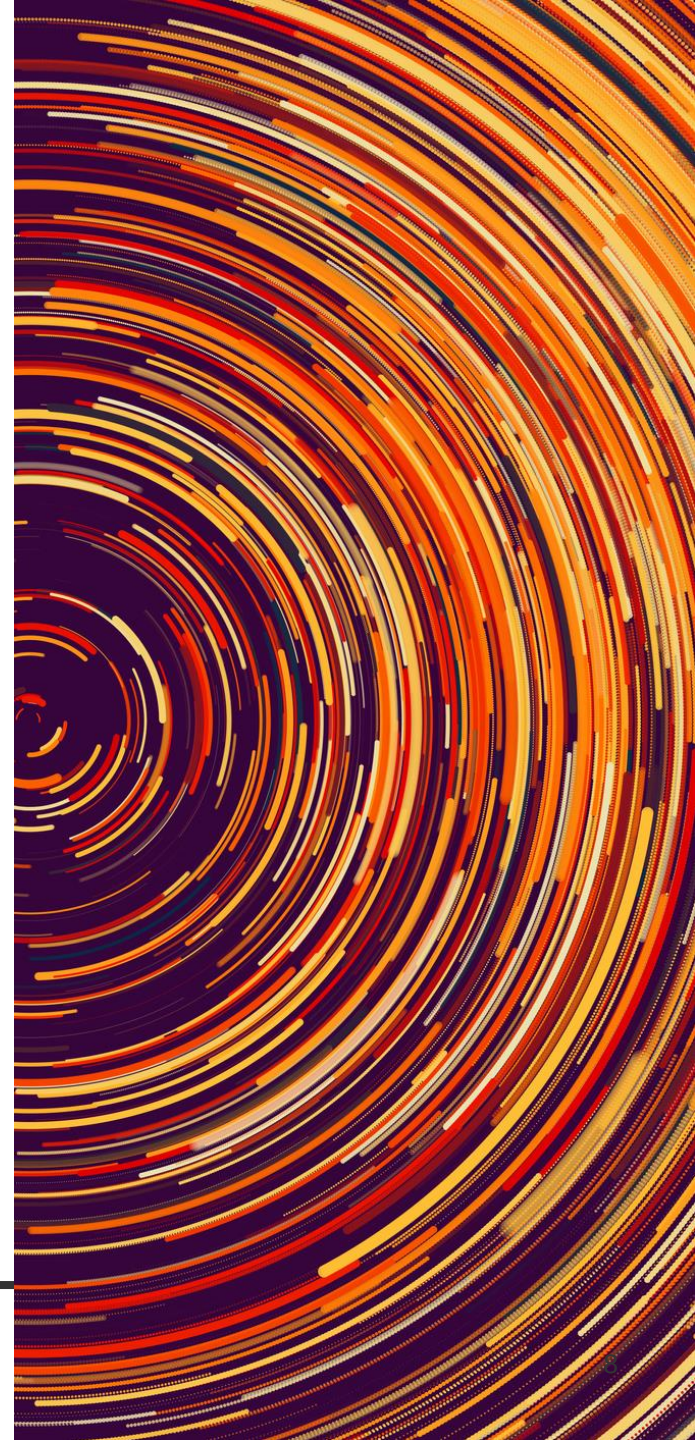
Rezultātu kopsavilkums (5/8)

Mūzikas ierakstu iegādei patērētā nauda

- Divas trešdaļas (67%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem pēdējā gada laikā nav tērējuši naudu mūzikas ierakstu iegādei (rādītājs ir ievērojami krities salīdzinot ar 2023. gada rudeni – -4PP, no 71% uz 67%).
- Tīkmēr ceturtā daļa (27%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem pēdējā gada laikā ir tērējusi naudu mūzikas ierakstu iegādei.
- Teju desmitā daļa (9%) iedzīvotāju mūzikas ierakstu iegādei gada laikā tērē līdz 10 eiro, 5% – 11 līdz 30 eiro, 8% – 31-100 eiro (+2PP, no 6% uz 8%, salīdzinot ar 2023. gada rudeni), vēl 5% – virs 100 eiro (+2PP, no 3% uz 5%, salīdzinot ar 2023. gada rudeni).
- Salīdzinot ar 2023. gada rudens pētījuma datiem, ir būtiski pieaudzis to iedzīvotāju īpatsvars, kuri mūzikas ierakstu iegādei tērē vairāk nekā 30 eiro.

Mūzikas ierakstu ierakstīšanai (kopēšanai) izmantotās iekārtas

- Vairāk nekā trešā daļa (37%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem mēdz ierakstīt (kopēt) mūzikas ierakstus (rādītājs ir būtiski krities, salīdzinot ar 2023. gada rudeni – -6PP, no 43% uz 37%).
- Piekta daļa no tiem mūzikas ierakstīšanai, kopēšanai izmanto viedtālruni (20%), 12% – datoru, desmitā daļa (11%) – USB zibatmiņu.
- Pārējās ierīces mūzikas kopēšanai tiek izmantotas ievērojami retāk.
- Mūzikas ierakstus nekopē vairāk nekā puse (59%) iedzīvotāju.



Rezultātu kopsavilkums (6/8)

Kopējamā materiāla ieguves avoti

- Nedaudz mazāk nekā puse (45%) no tiem Latvijas iedzīvotājiem vecumā no 16 līdz 60 gadiem, kuri ieraksta (kopē) mūzikas ierakstus, kopējamo materiālu ir ieguvuši no Youtube, pārveidojot uz MP3.
- 16% iedzīvotāju ir ieguvuši kopējamo materiālu no legālās mūzikas iegādes interneta vietnēm, desmitā daļa (11%) – no vienādranga PEER TO PEER tīkliem un no iegādātajiem mūzikas ierakstiem CD vai DVD (10%), savukārt 2% ir snieguši citu atbildi.
- Ceturtā daļa (27%) iedzīvotāju nav snieguši konkrētu atbildi.

Mūzikas žanrs, kuram dod priekšroku

- Aptuveni divas piektdaļas (37%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem dod priekšroku popmūzikas žanram, 16% – rokmūzikai, aptuveni desmitā daļa (8%) – elektroniskai mūzikai, 7% – hip-hop, 6% - klasiskajai mūzikai, 5% – šlāgermūzikai. Tālāk seko metālmūzika (4%), indie/alternatīvā mūzika (4%), starpžanru/ instrumentālā/ world music (3%), džezs/ fanks (2%), R&B (ritmblūzs) (2%), kantrī mūzika (1%), tautas mūzika/ folk (1%), vizuālo mediju mūzika (0,1%). Tikmēr 1% iedzīvotāju ir snieguši citu atbildi, savukārt 2% iedzīvotāju nav snieguši konkrētu atbildi šajā jautājumā.
- Popmūzikas žanram salīdzinoši biežāk priekšroku dod sievietes.
- Priekšroku **šlāgermūzikai** salīdzinoši biežāk dod 50-60 g.v. iedzīvotāji, kā arī strādnieki; **hip-hop** – 16-22, kā arī 30-39 gadus veci iedzīvotāji, skolnieki/ studenti; **indie/alternatīvajai** mūzikai – skolnieki, studenti, kā arī Rīgā dzīvojošie; **R&B (ritmblūzam)** – 16-22 gadus veci iedzīvotāji.



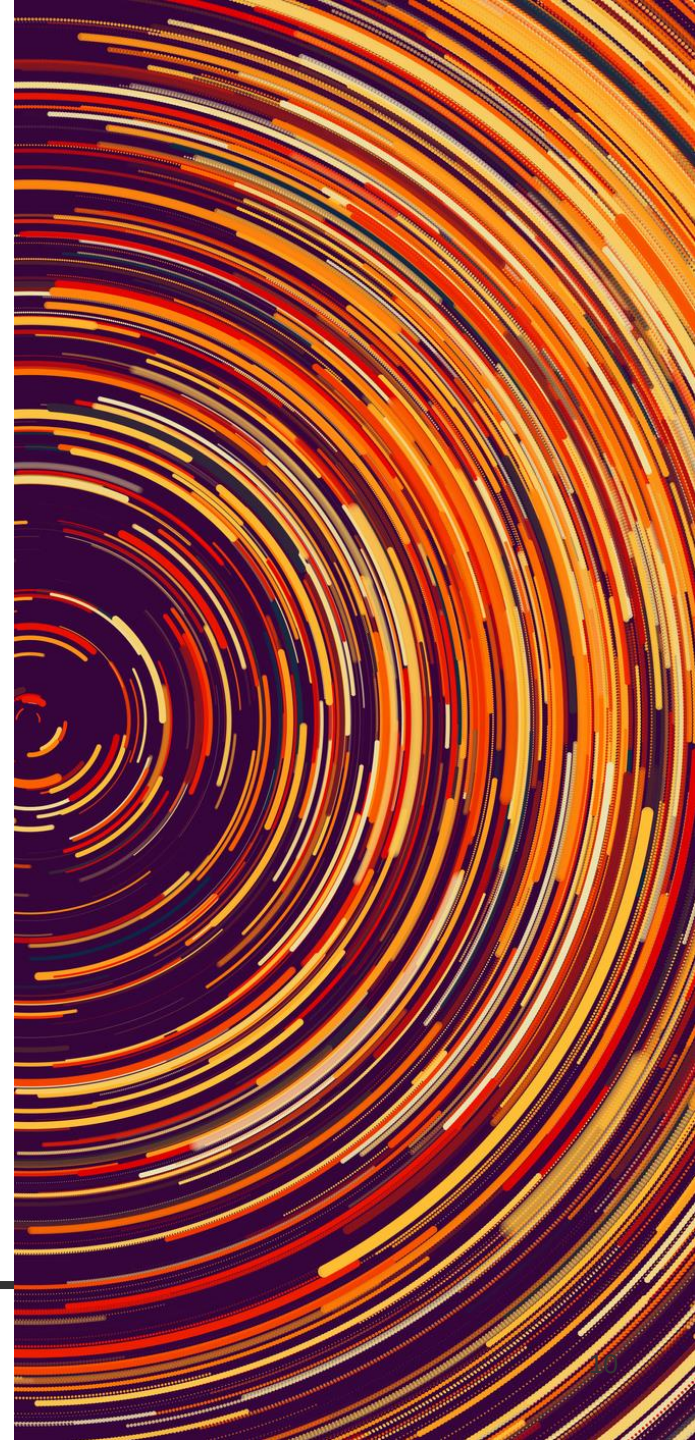
Rezultātu kopsavilkums (7/8)

Fona mūzikas atskaņošana

- Jautāti par fona mūzikas atskaņošanu dažādās sabiedriskās vietās, Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem salīdzinoši visvairāk piekrīt tam, ka izklaides sektorā būtu jāskan fona mūzikai (vidējais vērtējums 5,5 punkti 7 punktu skalā), ka tirdzniecības centros un tirdziņos būtu jāskan fona mūzikai (5,3 punkti), un ka skaistumkopšanas iestādēs būtu jāskan fona mūzikai (5,3 punkti). Salīdzinoši vismazāk iedzīvotāji piekrīt tam, ka darba vietā (birojā, valsts/pašvaldību iestādē un citur) būtu jāskan fona mūzikai (3,7 punkti).
- Salīdzinot ar 2023. gada rudens pētījumu, būtiski ir krities vidējais vērtējums apgalvojumam, ka klientu apkalpošanas centros būtu jāskan fona mūzikai.

Intelektuālais īpašums, tā aizsardzība

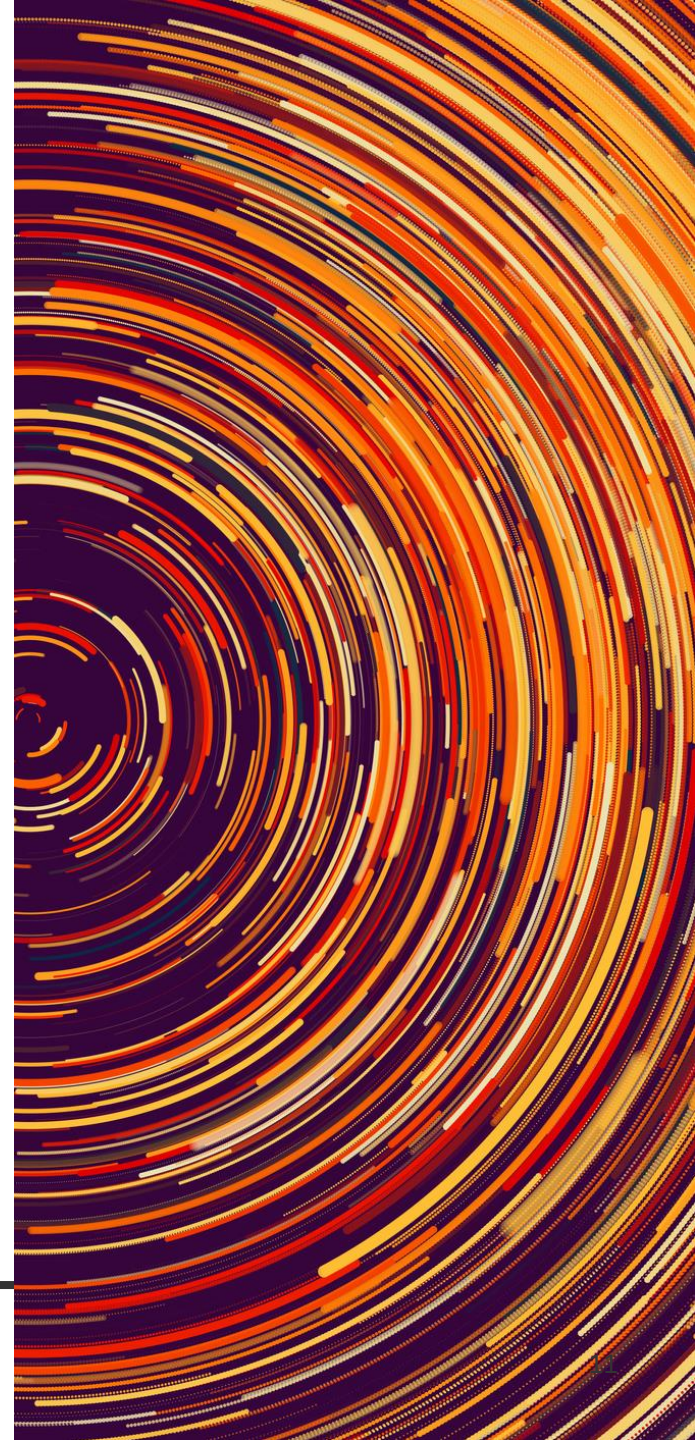
- Jautāti par intelektuālā īpašuma jomu, Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem salīdzinoši visvairāk piekrīt tam, ka intelektuālā īpašuma aizsardzības lielākie ieguvēji ir autori un izpildītāji (vidējais vērtējums 4,9 punkti 7 punktu skalā), un ka intelektuālā īpašuma aizsardzībai nepieciešama plašāka sabiedrības informētība un izglītotība intelektuālā īpašuma jomā (4,8 punkti).
- Salīdzinoši vismazāk iedzīvotāji piekrīt tam, ka intelektuālā īpašuma aizsardzības lielākie ieguvēji ir tādi patērētāji kā viņi paši (3,7 punkti), kā arī tam, ka sabiedrības informētība un izglītotība par intelektuālā īpašuma jomu ir pietiekoša (3,7 punkti).



Rezultātu kopsavilkums (8/8)

Jaunas mūzikas, ko klausīties, meklēšana

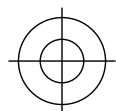
- Vairākums (78%) Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem meklē jaunu mūziku, ko klausīties.
- Kopumā jaunu mūziku, ko klausīties salīdzinoši biežāk meklē sievietes, iedzīvotāji vecuma grupā 16-29 gadi, kā arī skolēni, studenti.
- Iedzīvotāji visbiežāk jaunu mūziku meklē straumēšanas servisos (34%) kam seko mūzikas meklēšana no mūzikas videoklipiem (27%), radio raidījumos un to mūzikas topos (23%), sociālajos tīklos (20%), pēc dzirdētā koncertos, festivālos vai tiešraidēs (15%), draugu, ģimenes vai kolēģu ieteikumos (12%).
- Visretāk jauna mūzika tiek meklēta televīzijas raidījumos un televīzijas mūzikas kanālos (5%), kā arī mūzikas apskatos un recenzijās (3%).
- Mūziku straumēšanas servisos salīdzinoši biežāk meklē 16-29 gadus veci iedzīvotāji, Rīgā dzīvojošie, kā arī skolnieki, studenti.
- Sociālajos tīklos mūziku salīdzinoši biežāk meklē sievietes, 16-29 gadus veci iedzīvotāji, Zemgalē dzīvojošie, kā arī skolnieki, studenti.
- Pēc dzirdētā koncertos, festivālos vai tiešraidēs mūziku salīdzinoši biežāk meklē sievietes, 16-22 gadus veci iedzīvotāji, latvieši, Zemgalē dzīvojošie, kā arī skolnieki, studenti.
- Savukārt draugu, ģimenes vai kolēģu ieteikumos mūziku salīdzinoši biežāk meklē 16-22 gadus veci iedzīvotāji, skolnieki, studenti, kā arī Zemgalē dzīvojošie.



2

Pētījuma apraksts

Pētījuma apraksts



Pētījuma mērķis

Noskaidrot Latvijas iedzīvotāju viedokli par dažādiem ar mūzikas patēriņu saistītiem jautājumiem



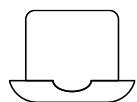
Mērķa grupa

Latvijas iedzīvotāji vecumā 16 – 60 gadi



Izlase

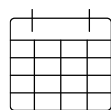
Plānotā izlase – 1000 respondentu
Sasniegtā izlase – 1000 respondentu



Metodoloģija

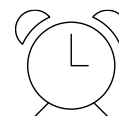
Aptaujas metode: datorizēta aptauja internetā (CAWI – *Computer Assisted Web Interview*)

Izlases metode: reprezentatīva izlase, kas atbilst Latvijas iedzīvotāju statistikas rādītājiem sadalījumā pēc viņu vecuma, dzimuma, tautības, reģiona un apdzīvotas vietas tipa



Aptaujas norises laiks

2024. gada 03. – 10. septembris



Vidējais intervijas garums

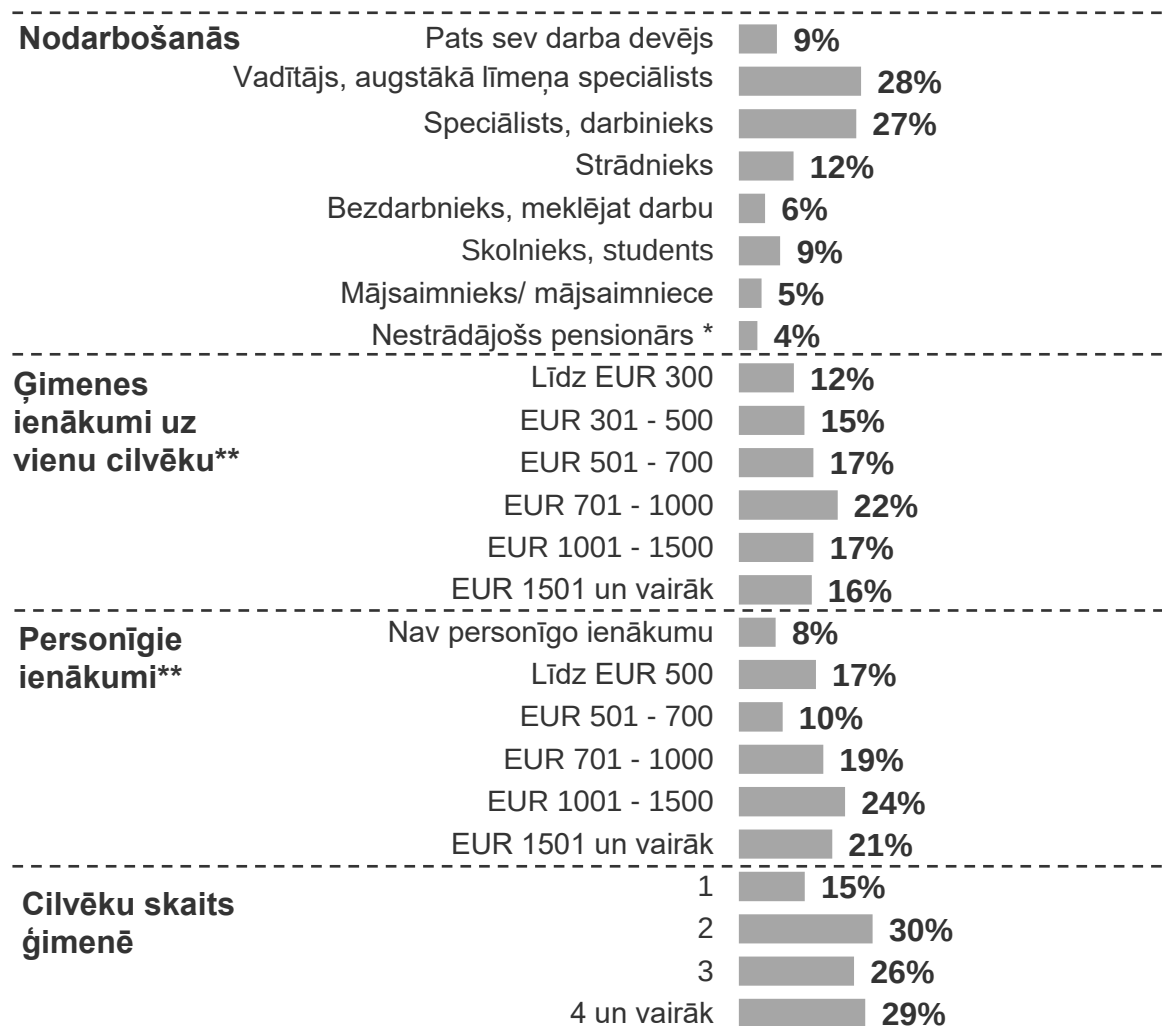
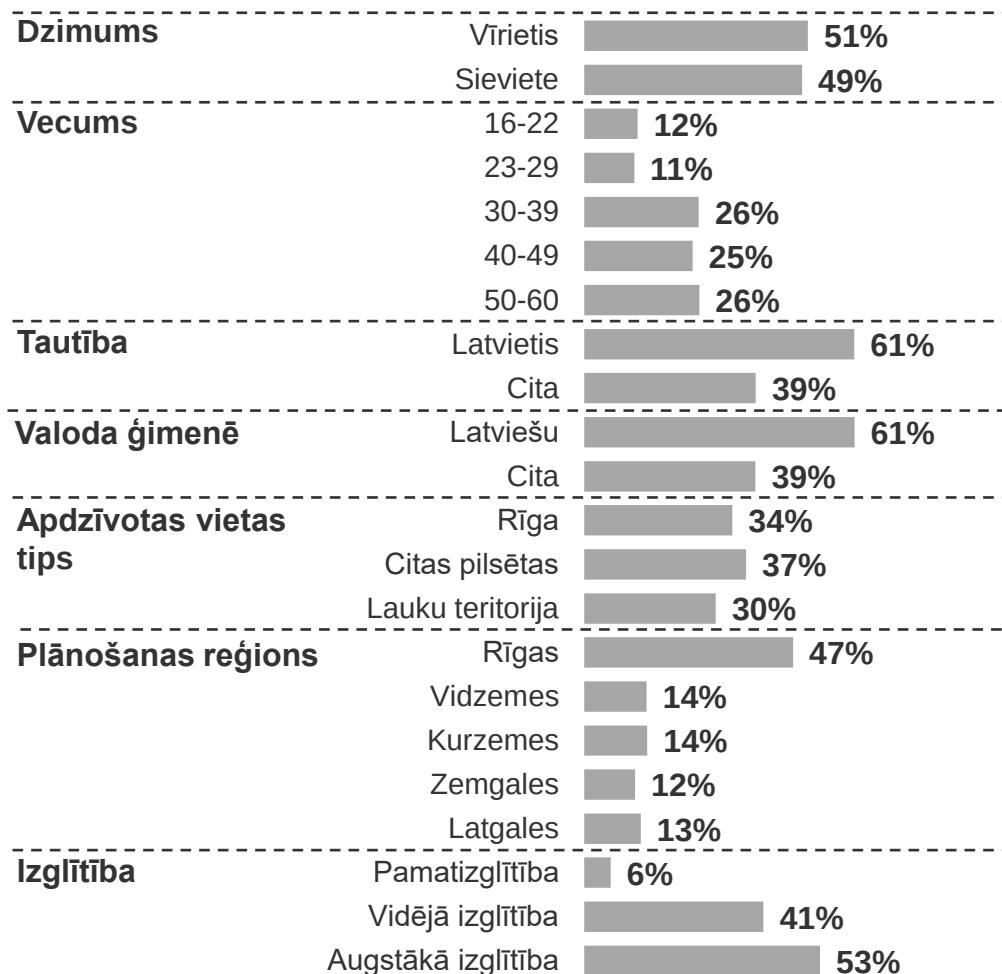
~4,9 minūtes



Aptaujas valoda

Latviešu vai krievu pēc respondentu izvēles

Izlases struktūra



Bāze: Visi respondenti, n=1000

* Nestrādājošs pensionārs, persona ar invaliditāti, ilgstoši darbnespējīga persona

** Respondenti, kuri sniedza konkrētu atbildi

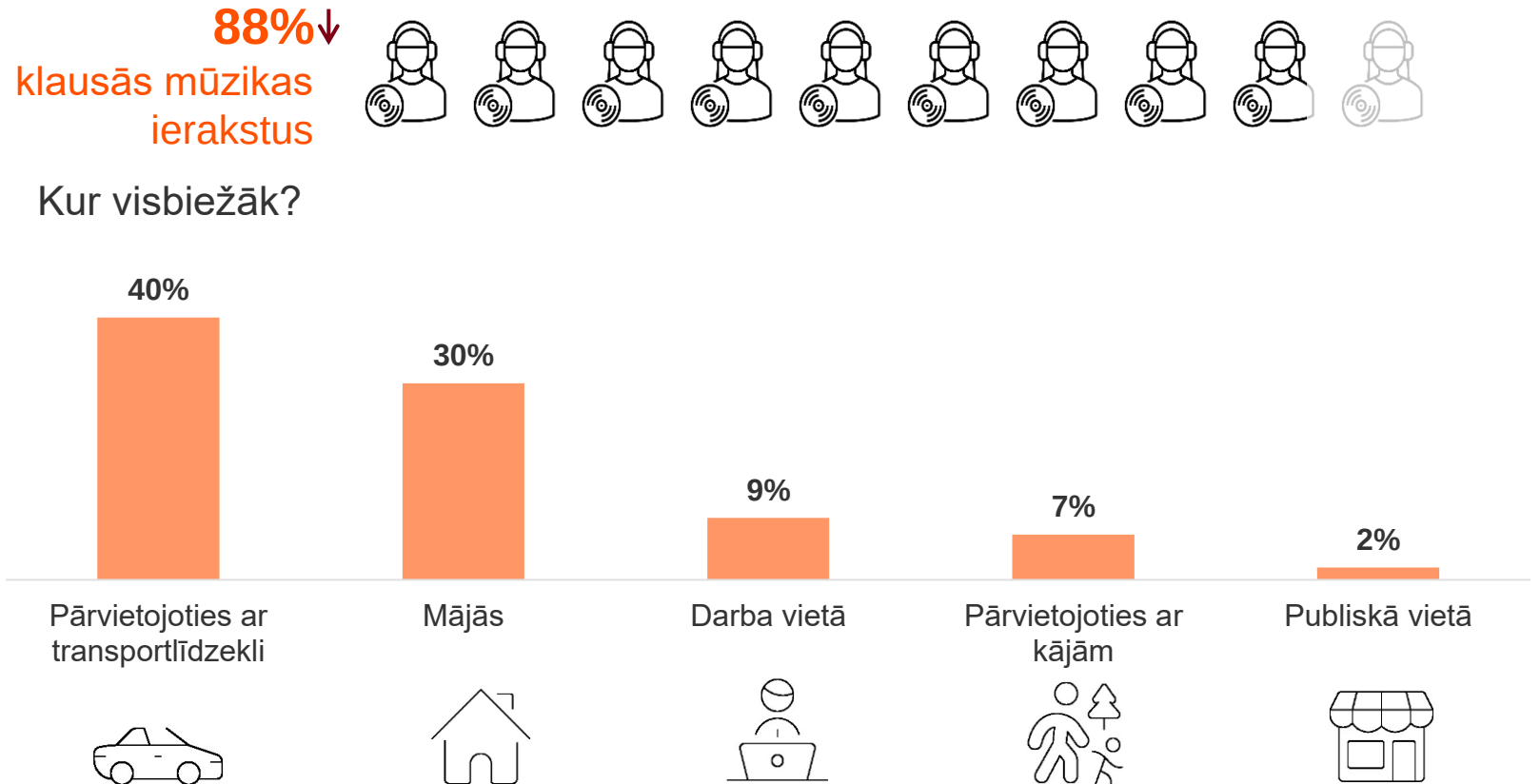
3

Pētījuma rezultāti

40% iedzīvotāju mūzikas ierakstus visbiežāk klausās, pārvietojoties ar transportlīdzekli

- Absolūtais vairākums (88%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem ir norādījuši, ka klausās mūzikas ierakstus (rādītājs, salīdzinot ar 2023. gada rudeni, ir būtiski samazinājies, (-4 procentpunkti (turpmāk – PP), no 92% uz 88%).
- Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus kopumā klausās 16-22 g.v. iedzīvotāji, latvieši, skolnieki, studenti, iedzīvotāji, kuru ģimenē ir 4 un vairāk cilvēku, savukārt retāk – 50-60 g.v. iedzīvotāji, cittautieši (ne latvieši), kā arī strādnieki.
- Salīdzinoši visbiežāk (40%) iedzīvotāji mūzikas ierakstus klausās, **pārvietojoties ar transportlīdzekli**.
- 30% iedzīvotāju mūziku klausās mājās; desmitā daļa (9%) – darba vietā; 7% – pārvietojoties ar kājām; 2% – publiskā vietā.
- **Darba vietā** mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk klausās vadītāji, augstākā līmeņa speciālisti.
- **Pārvietojoties ar kājām**, mūzikas ierakstus biežāk klausās iedzīvotāji vecuma grupā 23-29 gadi.
- **Mājās** mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk klausās iedzīvotāji ar pamatizglītību, bezdarbnieki, māsaimnieki/ māsaimnieces, iedzīvotāji ar salīdzinoši zemākiem gan personīgajiem (līdz EUR 500 vai arī bez personīgajiem ienākumiem), gan ģimenes ienākumiem uz 1 cilvēku (līdz EUR 300), kā arī tie, kuri dzīvo vieni paši.
- Savukārt mūzikas ierakstus salīdzinoši biežāk neklausās vispār iedzīvotāji vecuma grupā 50-60 gadi, kā arī cittautieši, nepilsoņi, strādnieki.

Q1. Kur Jūs visbiežāk klausāties mūzikas ierakstus?



Bāze: Visi respondenti, n=1000

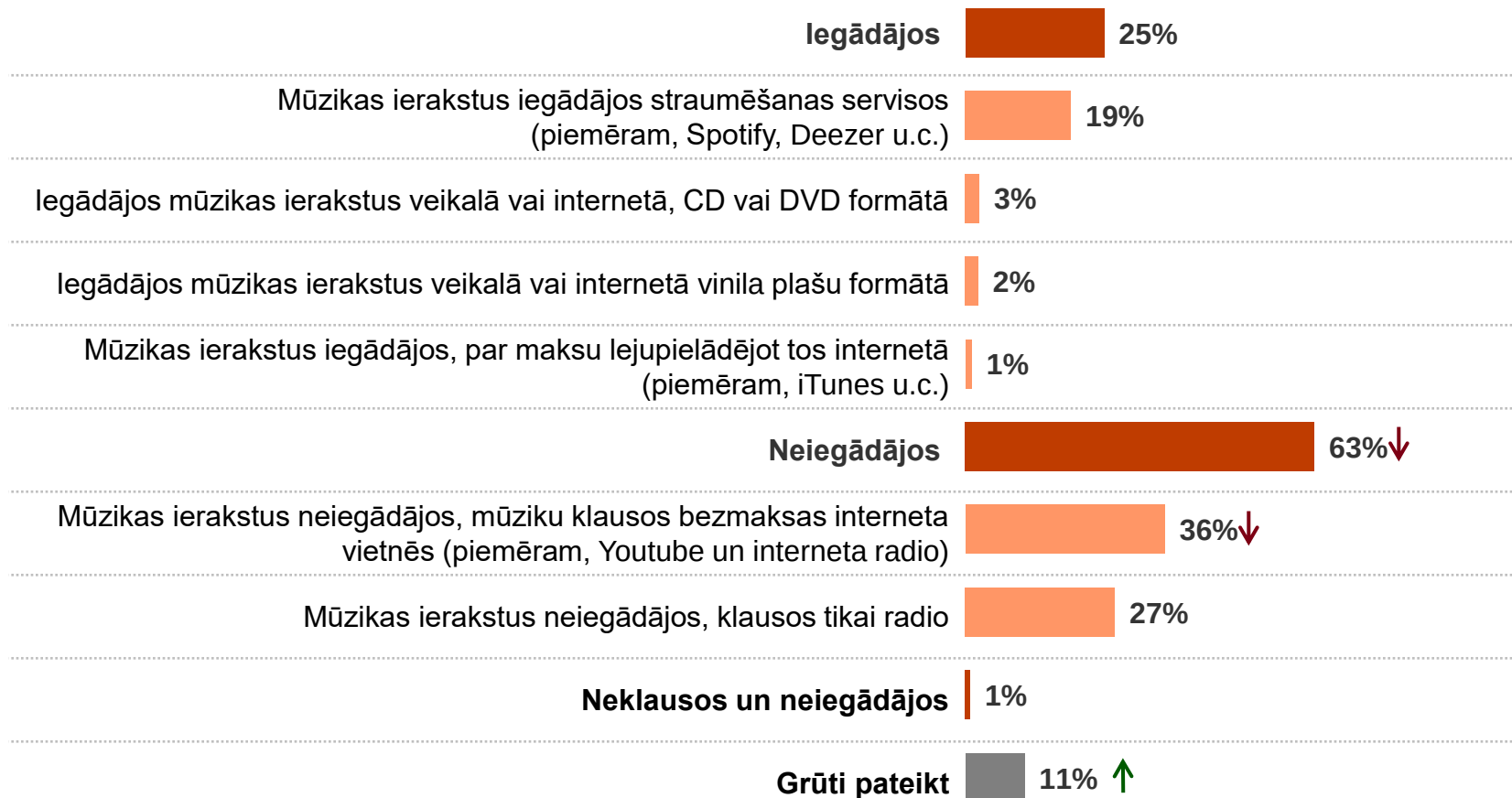
Rādītājs ir statistiski nozīmīgi

↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2023. gadā

19% iedzīvotāju mūzikas ierakstus iegādājas straumēšanas servisos

- Piektā daļa (19%) to Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem, kuri iegādājas mūzikas ierakstus, visbiežāk izmantotais mūzikas iegādes avots ir straumēšanas servisi (piemēram, Spotify, Deezer u.c.). Tikmēr 3% mūzikas ierakstus iegādājas veikalā vai internetā CD vai DVD formātā, 2% tos iegādājas veikalā vai internetā vinila plašu formātā, 1% mūzikas ierakstus iegādājas, par maksu lejuplādējot tos internetā.
- Aptuveni divas trešdaļas (63%) iedzīvotāju mūzikas ierakstus neiegādājas (salīdzinot ar 2023. gada rudeni, rādītājs ir būtiski krities – -7PP, no 70% uz 63%) – no tiem 36% iedzīvotāju ir norādījuši, ka mūziku klausās bezmaksas interneta vietnēs (piemēram, Youtube un interneta radio), savukārt 27% klausās tikai radio.
- Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus iegādājas 16-29 gadus veci iedzīvotāji, Rīgā dzīvojošie, latvieši, skolēni, studenti, kā arī iedzīvotāji ar salīdzinoši augstākiem ienākumiem uz vienu cilvēku ģimenē (EUR 1001 EUR mēnesī un vairāk «uz rokas»).
- Salīdzinoši biežāk mūzikas ierakstus neiegādājas iedzīvotāji vecuma grupā 50-60 gadi, Latgales reģionā dzīvojošie, kā arī cittautieši.

Q2. Lūdzu, norādiet visbiežāk izmantoto mūzikas ierakstu iegādes avotu:

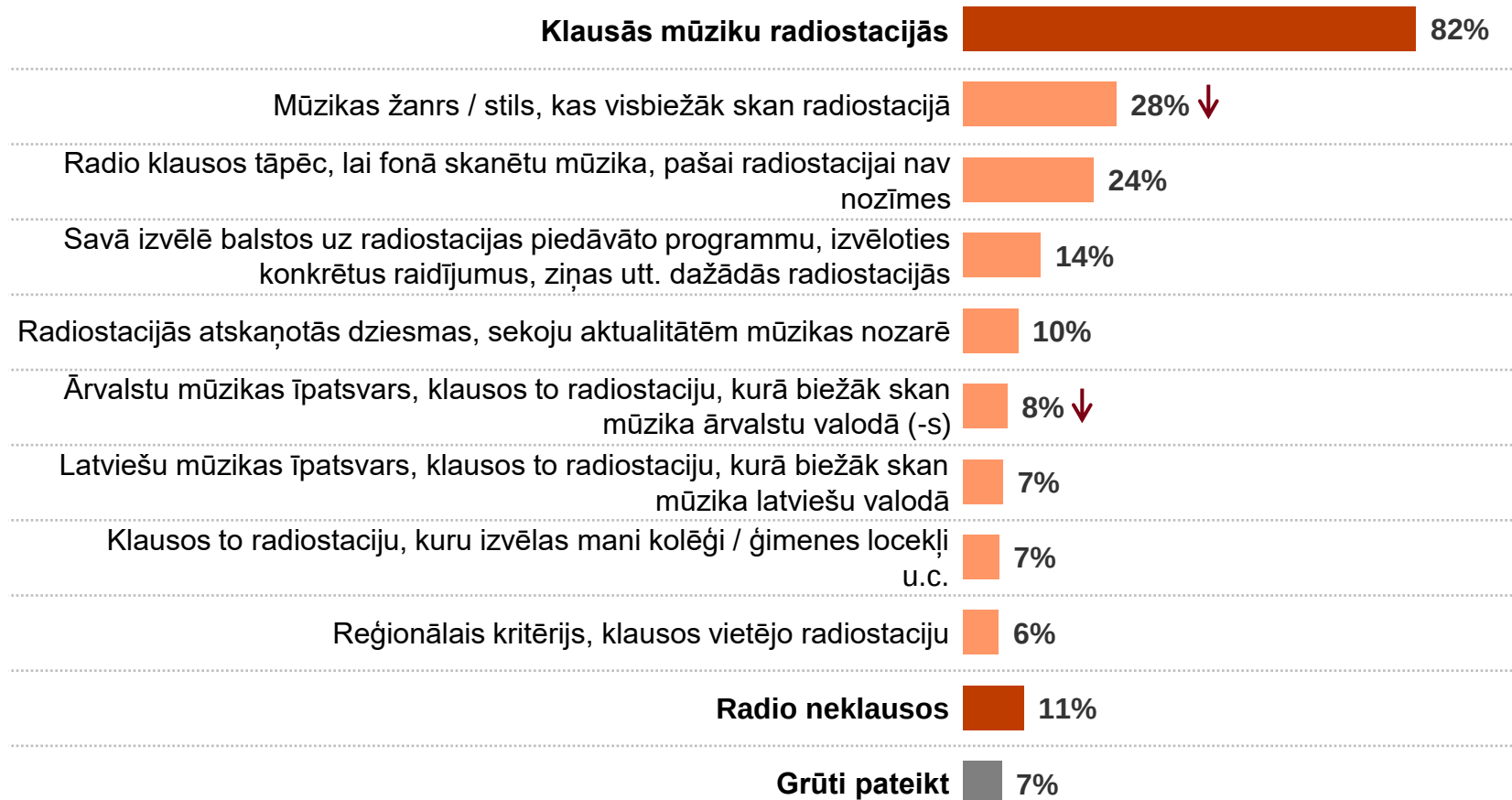


Bāze: Visi respondenti, n=1000

Absolūtais vairākums (82%) iedzīvotāju klausās mūziku radiostacijās

- Absolūtais vairākums (82%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem klausās mūziku radiostacijās.
- Mūziku radiostacijās salīdzinoši biežāk klausās Vidzemē, kā arī lauku teritorijā dzīvojošie, latvieši, strādnieki, kā arī iedzīvotāji, kuru ģimenē ir 4 un vairāk cilvēki. Savukārt retāk mūziku radiostacijās klausās rīdnieki, cittauteiši (ne latvieši) un bezdarbnieki.
- Salīdzinoši visbiežāk iedzīvotāju radiostacijas izvēli nosaka mūzikas žanrs/stils, kas visbiežāk skan radiostacijā (rādītājs ir būtiski krities, salīdzinot ar 2023. gada rudens pētījumu – -4PP, no 32% uz 28%).
- Salīdzinoši bieži (24%) iedzīvotāji ir norādījuši, ka klausās radio tāpēc, lai fonā skanētu mūzika, pašai radiostacijai nav nozīmes. Šo kritēriju salīdzinoši biežāk ir norādījuši iedzīvotāji vecuma grupā 40-49 gadi, pilsētās, neskaitot Rīgu, dzīvojošie, kā arī pēc nodarbošanās strādnieki.
- Salīdzinoši retāk nekā gadu iepriekš radiostacijas izvēli nosaka ārvalstu mūzikas īpatsvars, tās radiostacijas klausīšanās, kurā biežāk skan mūzika ārvalstu valodā (-s) (-4PP, salīdzinot ar 2023. gada rudens pētījumu, no 12% uz 8%).
- Savukārt visretāk iedzīvotāji ir norādījuši, ka viņu radiostacijas izvēli nosaka reģionālais kritērijs (klausās vietējo radiostaciju) (6%).

Q3. Ja klausāties mūziku radiostacijās, kādi kritēriji nosaka Jūsu radiostacijas izvēli?



Bāze: Visi respondenti, n=1000

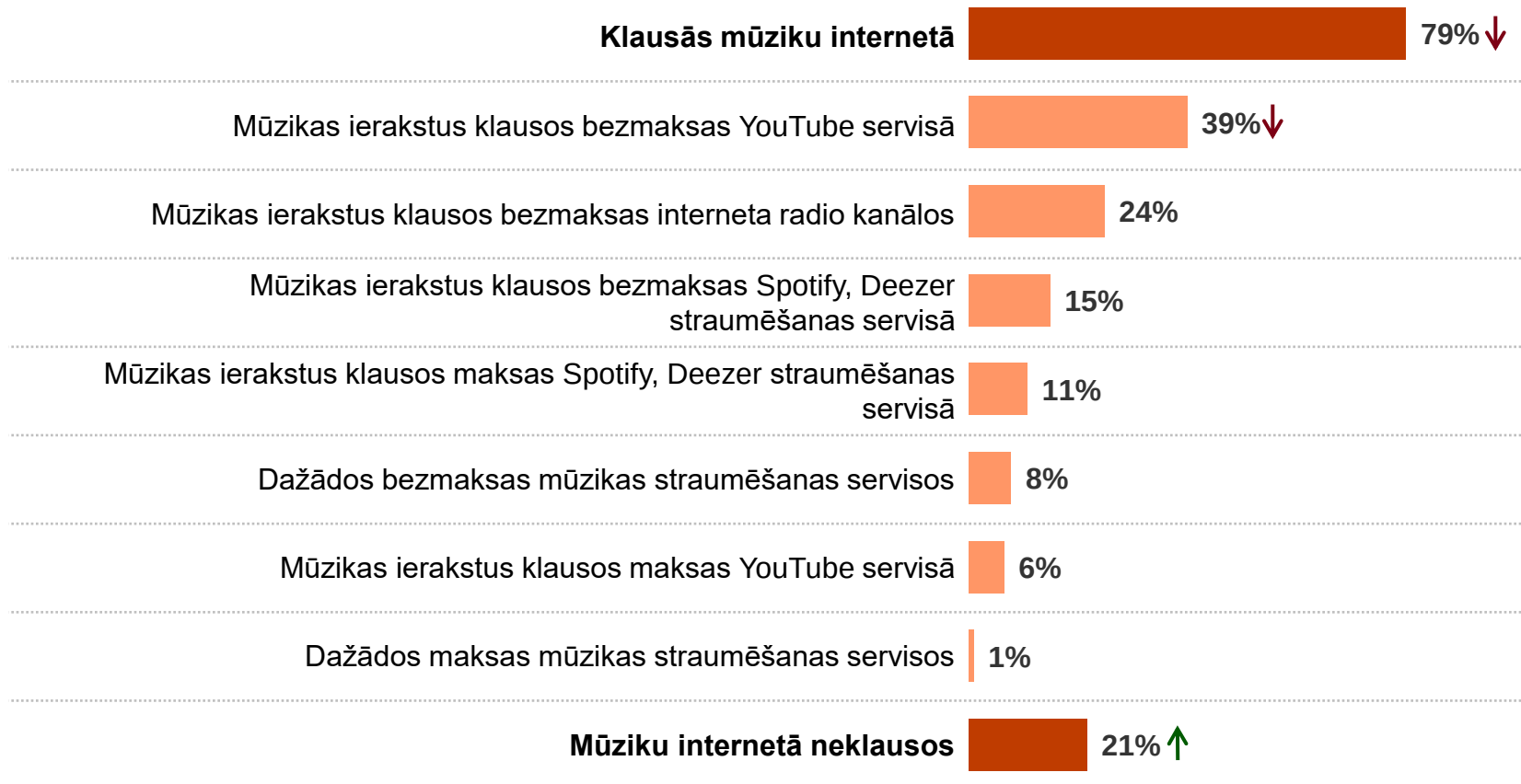
Rādītājs ir statistiski nozīmīgi

↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2023. gadā

Vairākums (79%) iedzīvotāju klausās mūziku internetā

- Vairākums (79%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem klausās mūziku internetā (rādītājs ir būtiski krities, salīdzinot ar 2023. gada rudens pētījumu – -3PP, no 82% uz 79%). Mūziku internetā salīdzinoši biežāk klausās sievietes, iedzīvotāji vecuma grupā 16-29 gadi, kā arī skolnieki, studenti. Savukārt salīdzinoši retāk – vīrieši, kā arī iedzīvotāji vecuma grupā 50-60 gadi.
- Salīdzinoši visbiežāk iedzīvotāji ierakstus klausās **bezmaksas YouTube servisā** (rādītājs ir ievērojami krities, salīdzinot ar 2023. gada rudens periodu – -5PP, no 44% uz 39%)
- Otrs iedzīvotāju biežāk norādītais serviss ir mūzikas ierakstu klausīšanās bezmaksas interneta radio kanālos (24%).
- Salīdzinoši retāk iedzīvotāji mūzikas ierakstus klausās bezmaksas Spotify, Deezer straumēšanas servisā (15%), kam seko mūzikas ierakstu klausīšanās šajā pašā straumēšanas servisā (Spotify, Deezer), bet tikai par maksu (11%).
- 8% iedzīvotāju ir norādījuši, ka mūziku internetā klausās dažādos bezmaksas mūzikas straumēšanas servisos, savukārt 6% iedzīvotāju mūziku klausās maksas YouTube servisā.
- Salīdzinoši visretāk iedzīvotāji ir norādījuši, ka mūziku internetā klausās dažādos maksas mūzikas straumēšanas servisos (1%).

Q4. Ja klausāties mūziku internetā, lūdzu, norādiet, kādu servisu izmantojat?



Bāze: Visi respondenti, n=1000

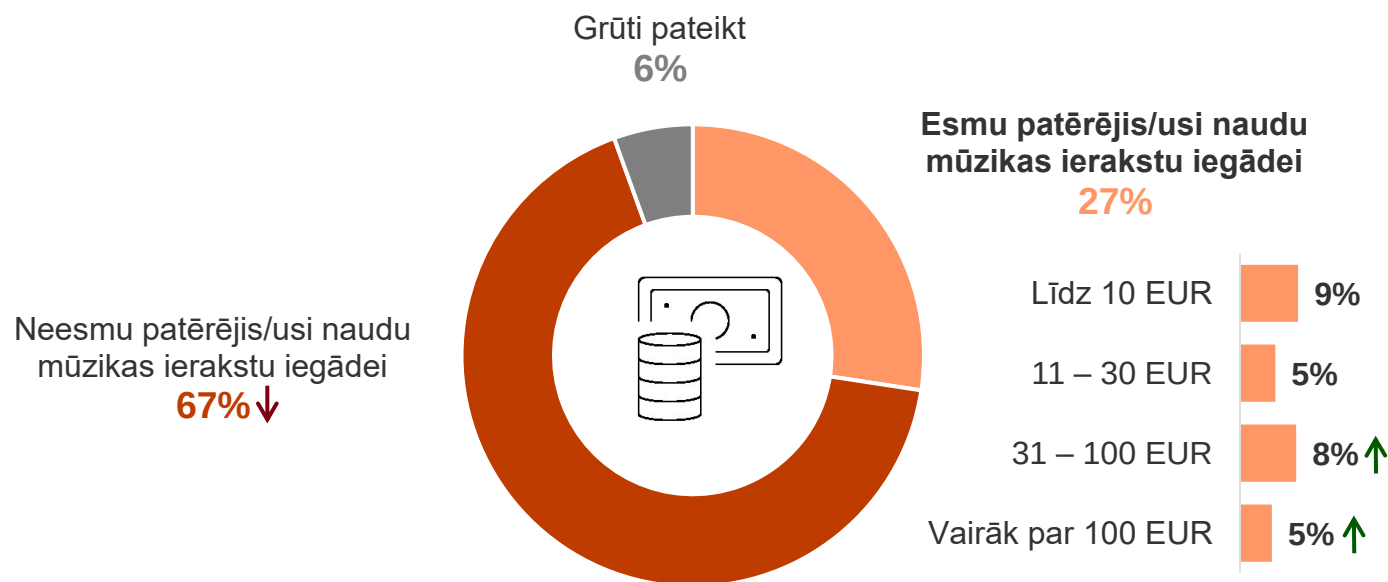
Rādītājs ir statistiski nozīmīgi

↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2023. gadā

Ceturtā daļa (27%) iedzīvotāju pēdējā gada laikā ir tērējusi naudu mūzikas ierakstu iegādei

- Divas trešdaļas (67%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem pēdējā gada laikā nav tērējuši naudu mūzikas ierakstu iegādei (rādītājs ir ievērojami krities salīdzinot ar 2023. gada rudeni – -4PP, no 71% uz 67%).
- Tikmēr ceturtā daļa (27%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem pēdējā gada laikā ir tērējusi naudu mūzikas ierakstu iegādei.
- Teju desmitā daļa (9%) iedzīvotāju mūzikas ierakstu iegādei gada laikā tērē līdz 10 eiro, 5% – 11 līdz 30 eiro, 8% – 31-100 eiro (+2PP, no 6% uz 8%, salīdzinot ar 2023. gada rudeni), vēl 5% – virs 100 eiro (+2PP, no 3% uz 5%, salīdzinot ar 2023. gada rudeni).
- Salīdzinot ar 2023. gada rudens pētījuma datiem, ir būtiski pieaudzis to iedzīvotāju īpatsvars, kuri mūzikas ierakstu iegādei tērē vairāk nekā 30 eiro.

Q5. Lūdzu, norādiet aptuveni, cik daudz naudas pēdējā gada laikā esat patērējis/-usi mūzikas ierakstu iegādei (piemēram, CD/DVD iegādei, mūzikas ierakstu lejupielādei un/vai straumēšanas servisu abonēšanas maksai):



Bāze: Visi respondenti, n=1000

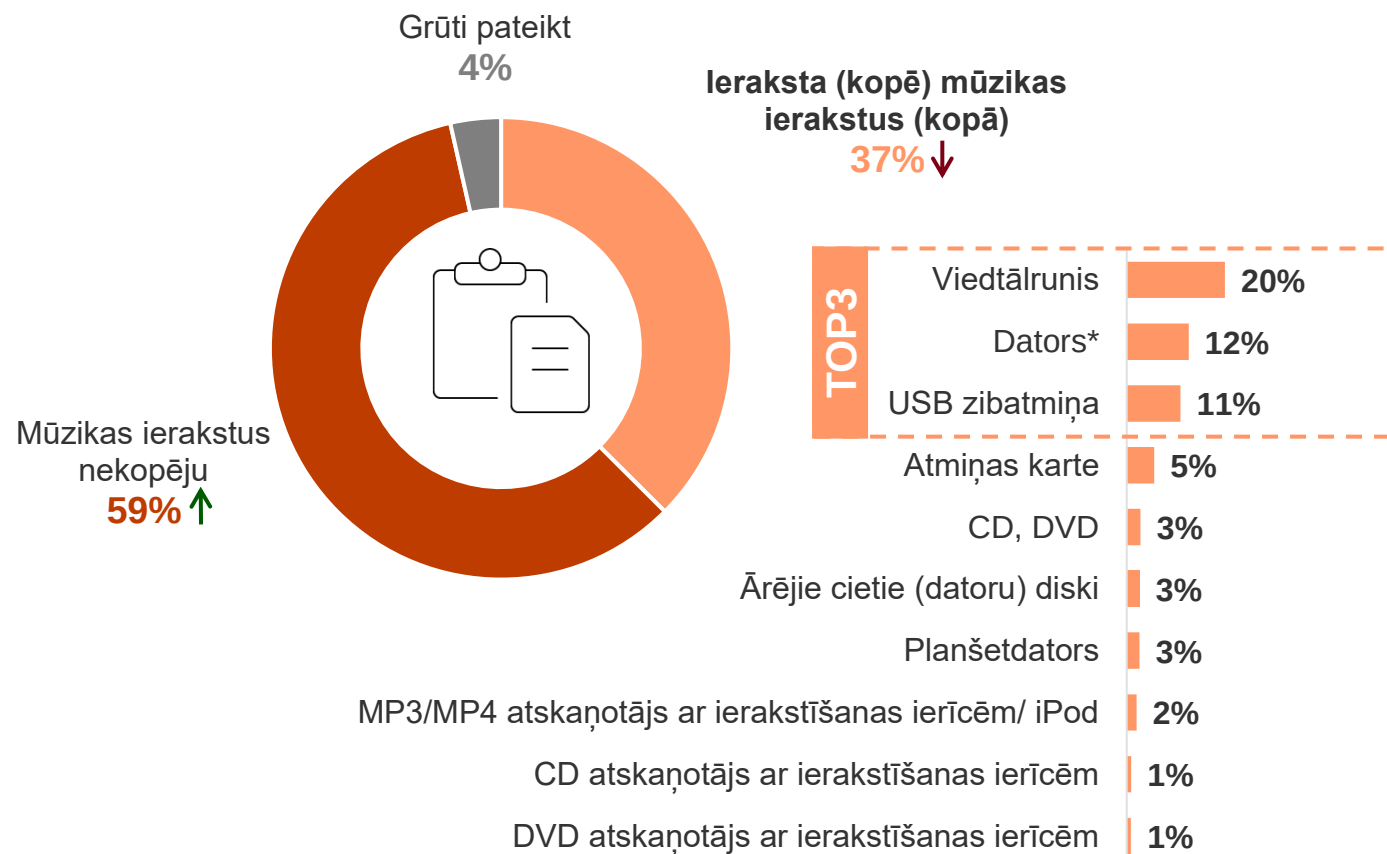
Rādītājs ir statistiski nozīmīgi

↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2023. gadā

Lai ierakstītu (kopētu) mūzikas ierakstus iedzīvotāji visbiežāk izmanto viedtālruni, datoru, kā arī USB zibatmiņu

- Vairāk nekā trešā daļa (37%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem mēdz ierakstīt (kopēt) mūzikas ierakstus (rādītājs ir būtiski krities, salīdzinot ar 2023. gada rudeni – -6PP, no 43% uz 37%).
- Piektā daļa no tiem mūzikas ierakstīšanai, kopēšanai izmanto viedtālruni (20%), 12% – datoru, desmitā daļa (11%) – USB zibatmiņu.
- Pārējās ierīces mūzikas kopēšanai tiek izmantotas ievērojami retāk.
- Mūzikas ierakstus nekopē vairāk nekā puse (59%) iedzīvotāju.

Q6. Kādas iekārtas Jūs izmantojat, lai ierakstītu (kopētu) mūzikas ierakstus:



Bāze: Visi respondenti, n=1000

* Dators (stacionārais, portatīvais, hibrīds)

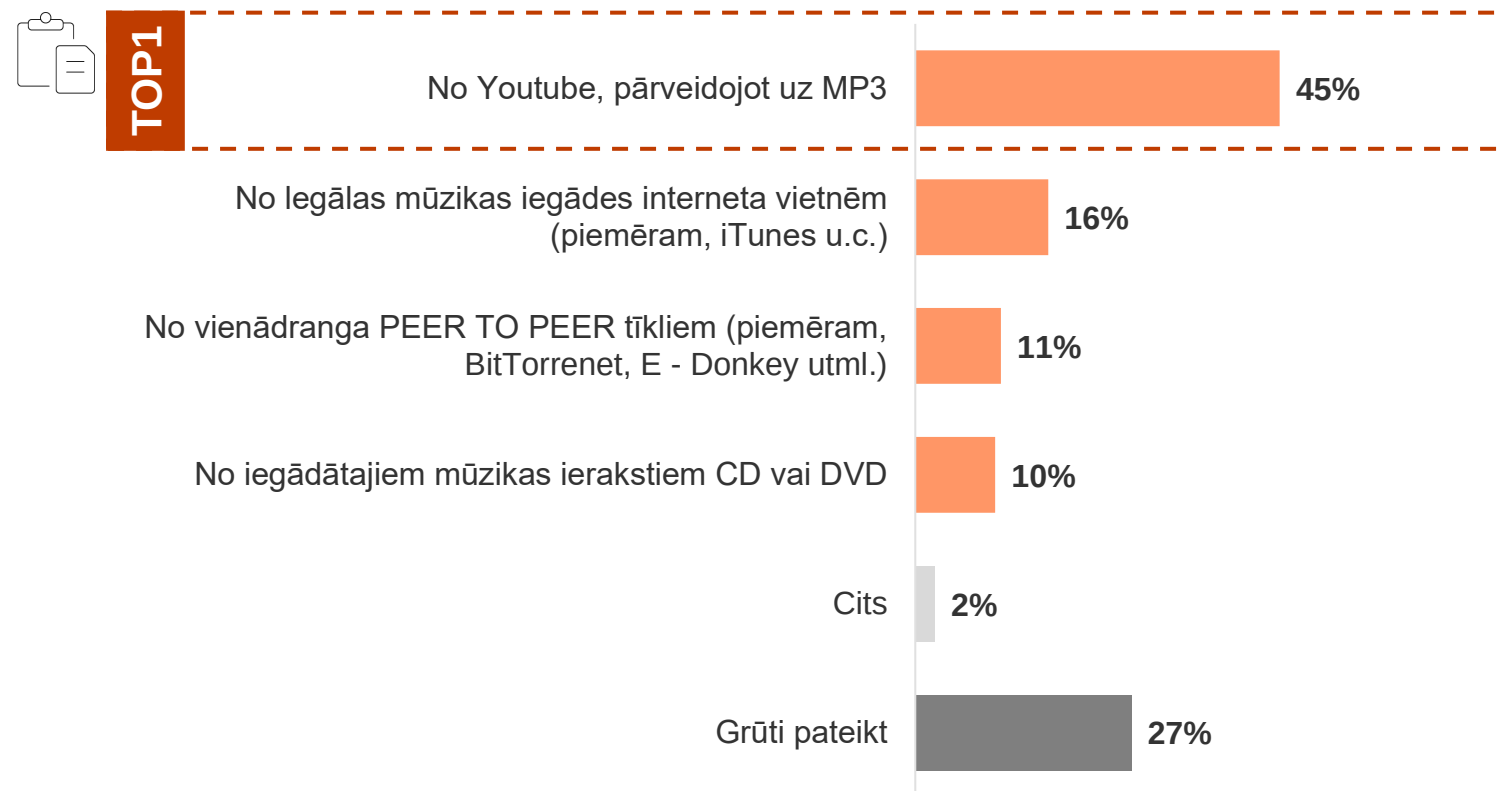
Rādītājs ir statistiski nozīmīgi

↑ - augstāks; ↓ - zemāks nekā 2023. gadā

Nedaudz mazāk nekā puse (45%) iedzīvotāju kopējamo materiālu iegūst no Youtube, pārveidojot uz MP3

- Nedaudz mazāk nekā puse (45%) no tiem Latvijas iedzīvotājiem vecumā no 16 līdz 60 gadiem, kuri ieraksta (kopē) mūzikas ierakstus, kopējamo materiālu ir ieguvuši no Youtube, pārveidojot uz MP3.
- 16% iedzīvotāju ir ieguvuši kopējamo materiālu no legālas mūzikas iegādes interneta vietnēm, desmitā daļa (11%) – no vienādranga PEER TO PEER tīkliem un no iegādātajiem mūzikas ierakstiem CD vai DVD (10%), savukārt 2% ir snieguši citu atbildi.
- Ceturtā daļa (27%) iedzīvotāju nav snieguši konkrētu atbildi.

Q7. No kādiem avotiem Jūs ieguvāt kopējamo materiālu?



Bāze: Respondenti, kuri ieraksta (kopē) mūzikas ierakstus, n=401

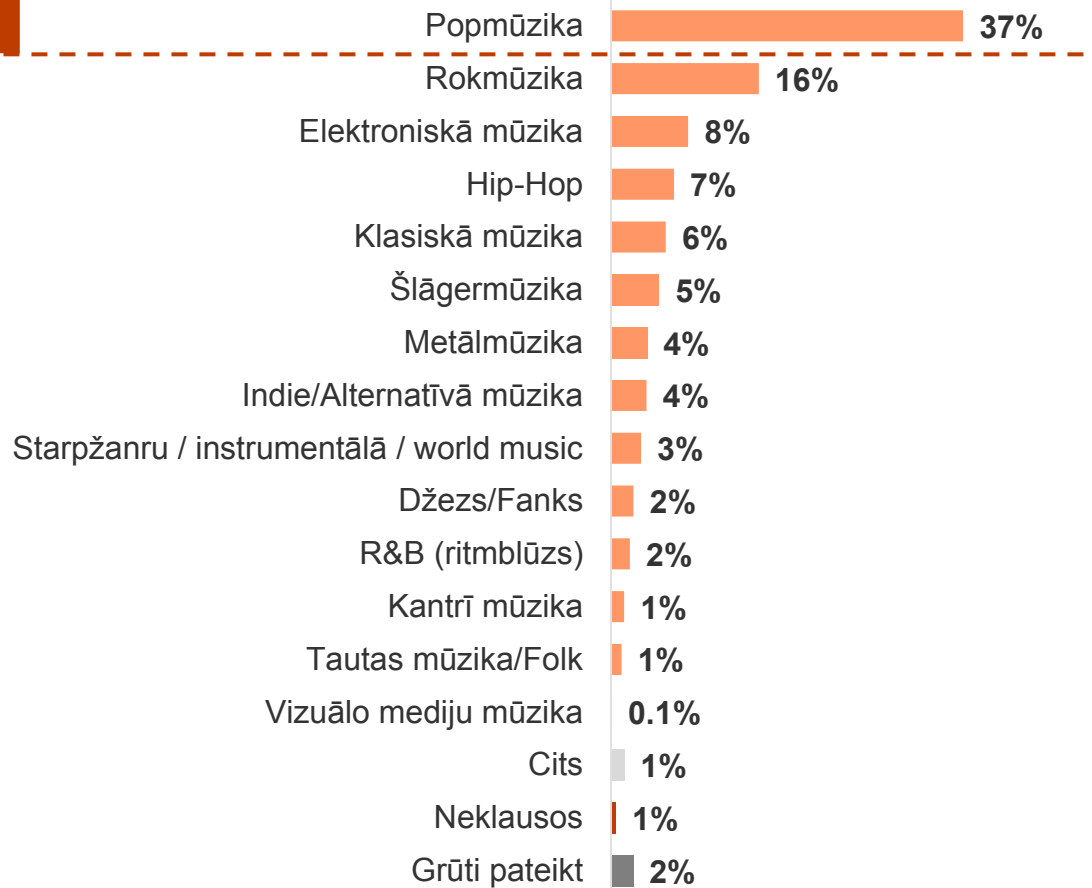
Aptuveni divas piektdaļas (37%) iedzīvotāju dod priekšroku popmūzikas žanram

- Aptuveni divas piektdaļas (37%) Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 60 gadiem dod priekšroku popmūzikas žanram, 16% – rokmūzikai, aptuveni desmitā daļa (8%) – elektroniskai mūzikai, 7% – hip-hop, 6% – klasiskajai mūzikai, 5% – šlāgermūzikai. Tālāk seko metālmūzika (4%), indie/alternatīvā mūzika (4%), starpžanru/instrumentālā/ world music (3%), džezs/fanks (2%), R&B (ritmblūzs) (2%), kantrī mūzika (1%), tautas mūzika/ folk (1%), vizuālo mediju mūzika (0,1%). Tikmēr 1% iedzīvotāju ir snieguši citu atbildi, savukārt 2% iedzīvotāju nav snieguši konkrētu atbildi šajā jautājumā.
- **Popmūzikas** žanram salīdzinoši biežāk priekšroku dod sievietes.
- Priekšroku **šlāgermūzikai** salīdzinoši biežāk dod 50-60 g.v. iedzīvotāji, kā arī strādnieki; **hip-hop** – 16-22, kā arī 30-39 gadus veci iedzīvotāji, skolnieki/ studenti; **indie/alternatīvajai** mūzikai – skolnieki, studenti, kā arī Rīgā dzīvojošie; **R&B (ritmblūzam)** – 16-22 gadus veci iedzīvotāji.

Q8*. Kuram mūzikas žanram Jūs dodat priekšroku?



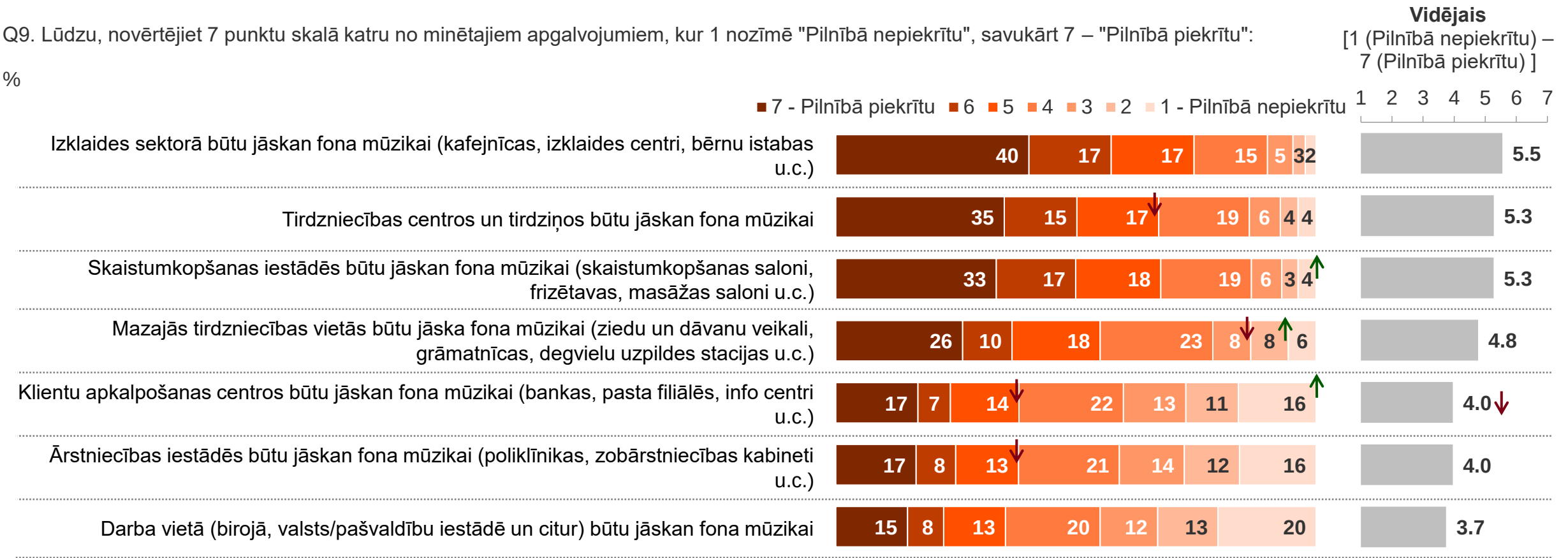
TOP1



Bāze: Visi respondenti, n=1000

Vairums iedzīvotāju piekrīt, ka izklaides sektorā būtu jāskan fona mūzikai

Salīdzinoši visbiežāk Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem piekrīt tam, ka izklaides sektorā būtu jāskan fona mūzikai (vidējais vērtējums 5,5 punkti 7 punktu skalā), ka tirdzniecības centros un tirdziņos būtu jāskan fona mūzikai (5,3 punkti) un ka skaistumkopšanas iestādēs būtu jāskan fona mūzikai (5,3 punkti). Salīdzinoši visretāk iedzīvotāji piekrīt tam, ka darba vietā (birojā, valsts/pašvaldību iestādē un citur) būtu jāskan fona mūzikai (3,7 punkti). Salīdzinot ar 2023. gada rudens pētījumu, būtiski ir krities vidējais vērtējums apgalvojumam, ka klientu apkalpošanas centros būtu jāskan fona mūzikai.



Vairums iedzīvotāju piekrīt, ka intelektuālā īpašuma aizsardzības lielākie ieguvēji ir autori un izpildītāji

Salīdzinoši visvairāk Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem piekrīt tam, ka intelektuālā īpašuma aizsardzības lielākie ieguvēji ir autori un izpildītāji (vidējais vērtējums 4,9 punkti 7 punktu skalā), un ka intelektuālā īpašuma aizsardzībai nepieciešama plašāka sabiedrības informētība un izglītība intelektuālā īpašuma jomā (4,8 punkti).

Salīdzinoši vismazāk iedzīvotāji piekrīt tam, ka intelektuālā īpašuma aizsardzības lielākie ieguvēji ir tādi patērētāji kā viņi paši (3,7 punkti), kā arī tam, ka sabiedrības informētība un izglītība par intelektuālā īpašuma jomu ir pietiekoša (3,7 punkti).

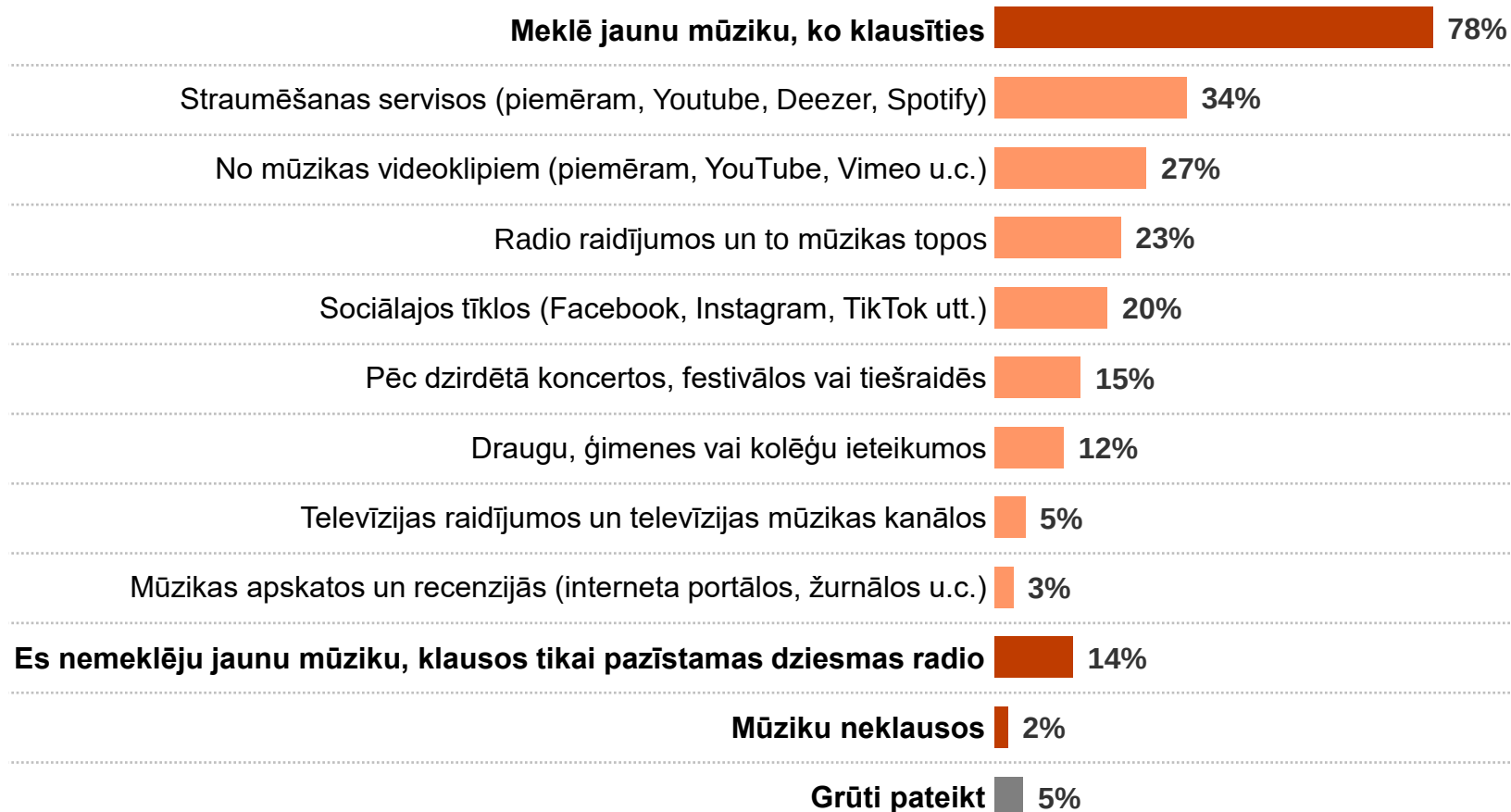


Vairākums (78%) iedzīvotāju meklē jaunu mūziku, ko klausīties

- Vairākums (78%) Latvijas iedzīvotāji vecumā no 16 līdz 60 gadiem meklē jaunu mūziku, ko klausīties.
- Kopumā jaunu mūziku, ko klausīties salīdzinoši biežāk meklē sievietes, iedzīvotāji vecuma grupā 16-29 gadi, kā arī skolēni, studenti.
- Iedzīvotāji visbiežāk jaunu mūziku meklē **straumēšanas servisos** (34%), kam seko mūzikas meklēšana no mūzikas videokliem (27%), radio raidījumos un to mūzikas topos (23%), sociālajos tīklos (20%), pēc dzirdētā koncertos, festivālos vai tiešraidēs (15%), draugu, ģimenes vai kolēģu ieteikumos (12%).
- Visretāk jauna mūzika tiek meklēta televīzijas raidījumos un televīzijas mūzikas kanālos (5%), kā arī mūzikas apskatos un recenzijās (3%).
- Mūziku **straumēšanas servisos** salīdzinoši biežāk meklē 16-29 gadus veci iedzīvotāji, Rīgā dzīvojošie, kā arī skolnieki, studenti.
- **Sociālajos tīklos** mūziku salīdzinoši biežāk meklē sievietes, 16-29 gadus veci iedzīvotāji, Zemgalē dzīvojošie, kā arī skolnieki, studenti.
- **Pēc dzirdētā koncertos, festivālos vai tiešraidēs** mūziku salīdzinoši biežāk meklē sievietes, 16-22 gadus veci iedzīvotāji, latvieši, Zemgalē dzīvojošie, kā arī skolnieki, studenti.
- Savukārt **draugu, ģimenes vai kolēģu ieteikumos** mūziku salīdzinoši biežāk meklē 16-22 gadus veci iedzīvotāji, skolnieki, studenti, kā arī Zemgalē dzīvojošie.

KANTAR

Q11.* Kur Jūs visbiežāk meklējat jaunu mūziku, ko klausīties?



Bāze: Visi respondenti, n=1000

* Jauns jautājums. Nav veikts rādītāju salīdzinājums ar 2023. gadu

KANTAR



Ingrīda Libora

Klientu vadītāja

ingrida.libora@kantar.com

Adrese:

Kronvalda bulv. 3-2,
Rīga, LV-1010, Latvija

Telefons:

+371 67 096 300

Mājas lapa:

 www.kantar.lv

Sociālie tīkli: @Kantar

