

Predicting factors of the trust in mass media

Uzticēšanās masu medijiem prognostiskie faktori

Laura Rudzīte
Prof. Dr. psych. Kristīne Mārtinsone



Galvenie jēdzieni

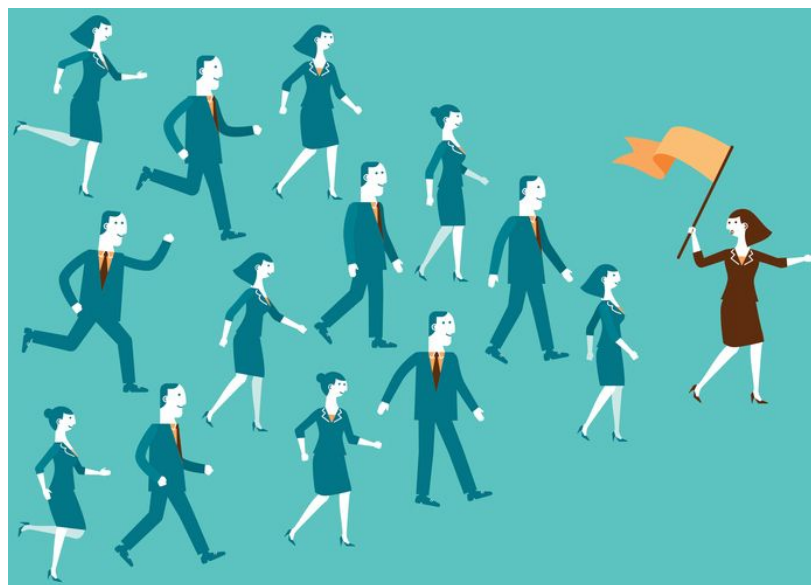
- *Masu mediji* - sabiedriskās saziņas avoti plašai auditorijai, tradicionāli iekļaujot ziņu un izklaides publikācijas (galvenokārt laikrakstus un žurnālus), radio, televīzijas pārraides, kā arī tagad šiem avotiem ir pievienots internets ¹.
- *Uzticēšanās masu medijiem* - spēja droši paļauties uz to, ka masu mediji pildīs savu pienākumus pilnīgi, precīzi un taisnīgi ziņojot par jaunumiem, ievērojot stingrus ziņošanas kritērijus ².

¹ American Psychological association. (n.d.). In APA Dictionary of Psychology. Retrieved April 22nd, 2020, from <https://dictionary.apa.org/mass-media>

² Swift, A. (2016) Americans trust in mass media sinks to new low. Retrieved from <https://news.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx>

Pētījuma aktualitāte un problēma

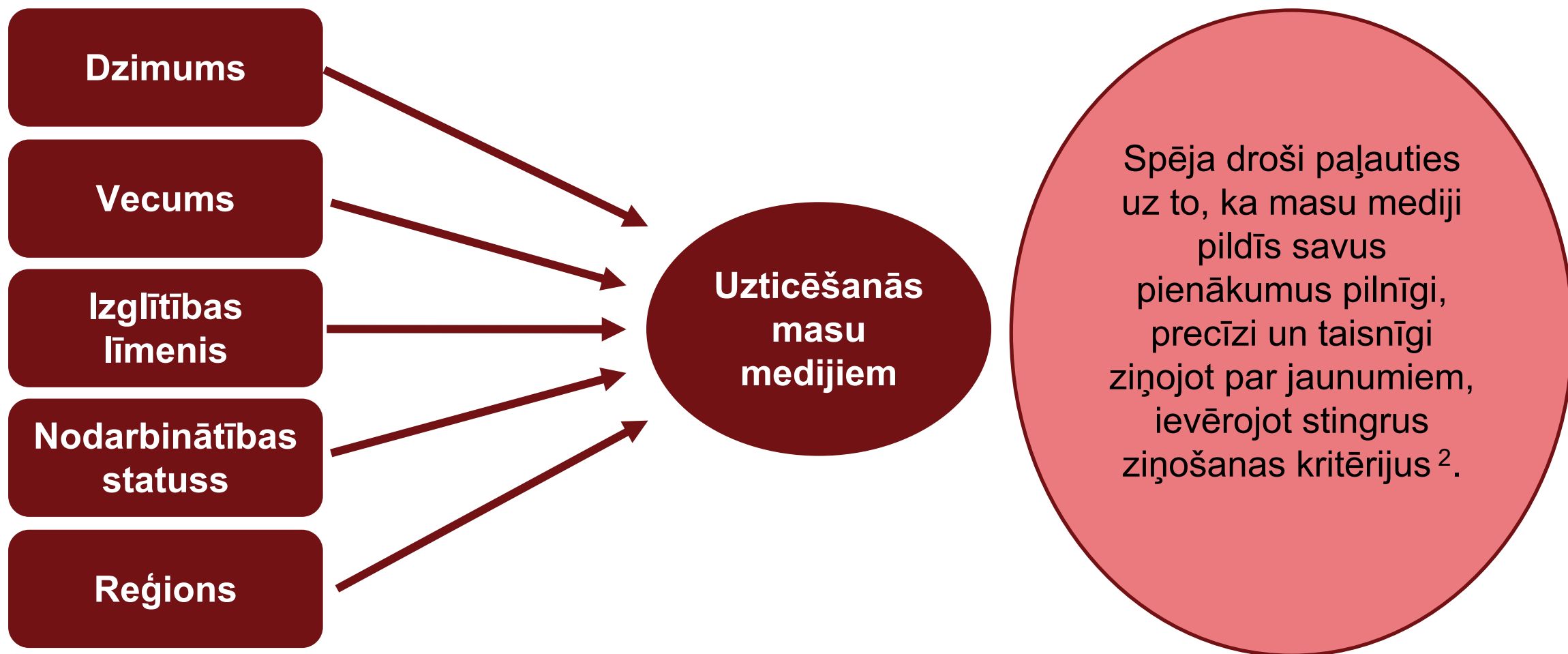
- Masu mediji mūsdienās ir galvenais informācijas avots³.
- Demokrātijas stiprināšanā masu medijiem ir liela nozīme⁴.
- Akla uzticēšanās masu medijiem un nekritiska to izvērtēšana var būtiski apdraudēt neatkarīgu sabiedrību⁴.



³ Zitmane, M. (2018). Dzimtene Latvijas medijos. In Zelče, V. (Ed.) *Latvijas mediju vides daudzveidība* (pp 440 – 465). Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.

⁴ Tjarve, R. (2018). Mediju īpašnieki Latvijā: situācijas pārskats, analīze un iespējamie riski. In Zelče, V. (Ed.) *Latvijas mediju vides daudzveidība* (pp 76 – 92). Rīga: LU Akadēmiskais apgāds

Teorētiskais modelis



Mērķis

Pētījuma mērķis ir noskaidrot, vai pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības starp dažādām sociāli demogrāfiskām grupām, kā arī noskaidrot, kas prognozēs uzticēšanos masu medijiem.



Pētījuma jautājumi

1. Vai pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības starp dažādām vecuma, izglītības līmeņa un reģiona grupām uzticībai masu medijiem?
2. Vai pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības starp dažādām dzimuma un statusa grupām uzticībai masu medijiem?
3. Vai kādi no sociāli demogrāfiskajiem indikatoriem prognozēs uzticēšanos masu medijiem?

Metode

Dalībnieki:

1003 Latvijas iedzīvotāji (477 vīrieši; 526 sievietes)

18 - 74 gadus veci (M = 44,64; SD = 15,94)

Mērījumi: Reprezentatīva viedokļa aptauja, ko 2014. gadā veica SKDS (pētījumu centrs).

Skala "Uzticēšanās masu medijiem" ($\alpha = 0,61$)

Procedūra: Pētījuma ietvaros tika izmantoti sekundārie dati.

Datu apstrāde un analīze: Iegūtie dati tika apstrādāti un analizēti izmantojot SPSS 22.0 datu apstrādes programmu. Kolmogorova – Smirnova Z tests, Krondaha alfa, ANOVA, Scheffe tests, Manna Vitneja U – tests, Eta, Eta – kvadrāts, Lineārā regresiju analīze.

Ētikas jautājumi: Tika izmantoti sekundārie dati, netika dibināts kontakts ar respondentiem.

Rezultāti₁

Tabula 1

Atšķirības (Manna – Vitneja tests) starp dzimuma grupām skalā “Uzticēšanās masu medijiem” (n = 1003)

	Vid.	Z	p
Atšķirības starp dzimumiem		- 1,97	0,05*
Sievietes	5,94		
Vīrieši	5,65		

Rezultāti₂

Tabula 2

Atšķirības (ANOVA, Scheffe tests) starp izglītības līmeņa grupām skalā "Uzticēšanās masu medijiem" (n = 1003)

Izglītība A	Izglītība B	Vidējo atšķirība (A – B)	p
Pamatzglītība	Vidējā, vidējā profesionālā	0,30	0,29
	Augstākā	0,58*	0,03*
Vidējā, vidējā profesionālā	Augstākā	0,28	0,18

Rezultāti₃

Tabula 3

Sociāli demogrāfisko datu prognoze skalai "Uzticēšanās masu medijiem" (n = 1003)

Mainīgie	B	SE B	β	t	p	R ²
Uzticēšanās masu medijiem	5,27	0,17		31,03	0,00	0,15
Dzimums - Sieviete	0,35	0,13	0,09	2,67	0,01*	
Izglītības līmenis – Pamatizglītība	0,63	0,22	0,11	2,89	0,00*	
Izglītības līmenis - Vidējā, vidējā profesionālā izglītība	0,33	0,15	0,08	2,18	0,03*	
Reģions - Pierīga	-0,15	0,19	-0,03	-0,79	0,43	
Reģions- Vidzeme	0,05	0,23	0,01	0,20	0,85	
Reģions- Kurzeme	0,26	0,21	0,04	1,24	0,22	
Reģions- Zemgale	0,00	0,22	0,00	0,00	1,00	
Reģions- Latgale	0,38	0,20	0,07	1,88	0,06*	

Piezīme: ***p<0,05**

Priekšrocības un trūkumi

Trūkumi:

- ✓ Apgalvojumi jau iepriekš formulēti
- ✓ Uzticēšanos varētu aplūkot plašāk

Priekšrocības:

- ✓ Sekundāro datu izmantošana
- ✓ Nacionāli reprezentatīva izlase

Secinājumi

- Vecuma, nodarbinātības statusa un reģionu grupas neuzrādīja statistiski nozīmīgas atšķirības skalā “Uzticēšanās masu medijiem”.
- Lielāku uzticību masu medijiem prognozē izglītības līmenis (pamatizglītība; vidējā, vidējā profesionālā izglītība), dzimums (sieviete) un reģions (Latgales reģiona).
- Vidēji cilvēki masu medijiem neuzticas un uzskata, ka ar tiem manipulē mediju īpašnieki, politiskā elite un lielais bizness.
- Vidēji cilvēki vērtēja masu medijus kā neobjektīvus ziņu nesējus, kuri kritiski neizvērtē politiskās un ekonomiskās elites teikto, tādēļ ziņu kvalitāte jāizvērtē to uztvērējiem.
- Turpmāk aplūkojot šo tēmu būtu svarīgi pievērst lielāku uzmanību mediju pratībai šajā jomā, kā arī būtu vērtīgi pievērst uzmanību prognozēm, kas tika noskaidrotas šajā pētījumā un rast tām risinājumus.

Paldies par uzmanību!



