



Sabiedrības vajadzību un mediju lietošanas paradumu izpēte

Galvenie rezultāti

Par pētījumu

Pētījuma aktivitātes

Pētījums
"Sabiedrības
vajadzību un mediju
lietošanas paradumu
izpēte atbilstoši
Konceptijai par jauna
Latvijas sabiedriskā
elektroniskā medija
izveidi" (Id.Nr.
NEPLP/2012-5)

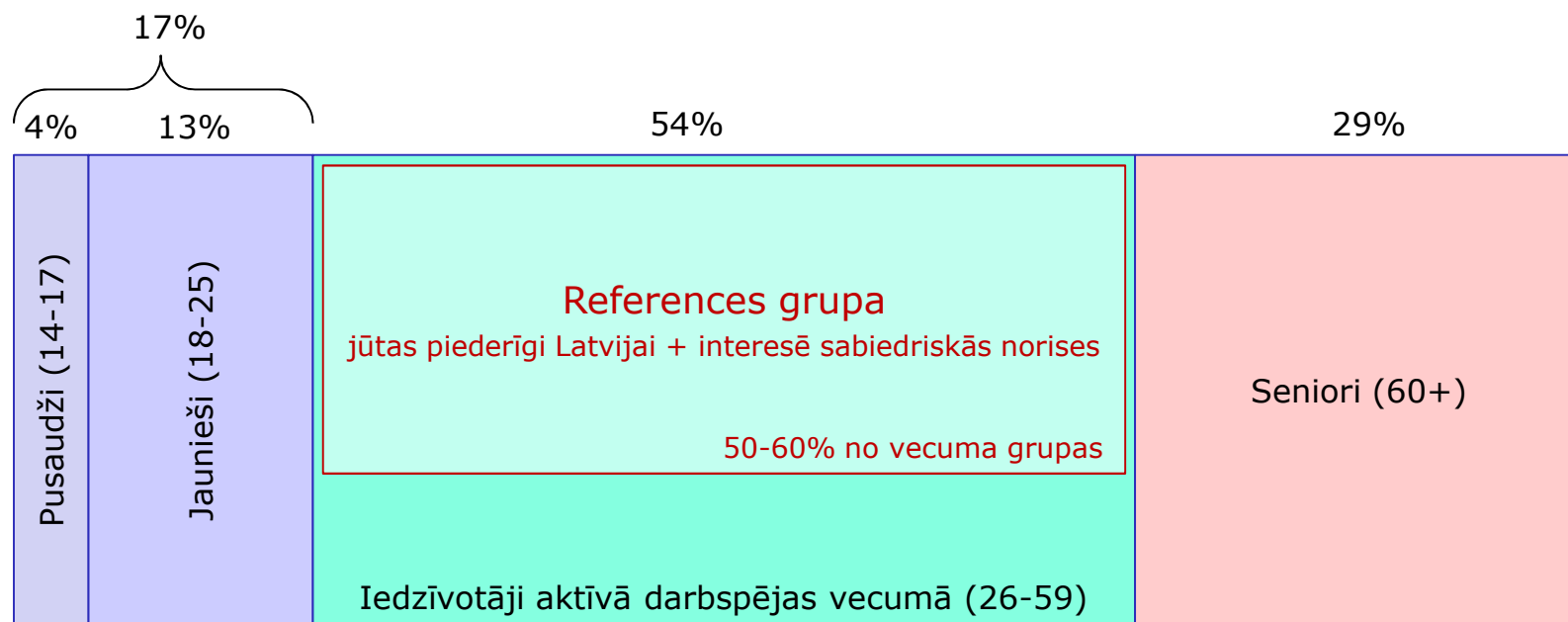
Izpildītājs:
SIA „FACTUM”
Elizabetes iela 65-16
65-16 Rīga LV-1050
www.factum.lv

2012.gada
septembris - oktobris

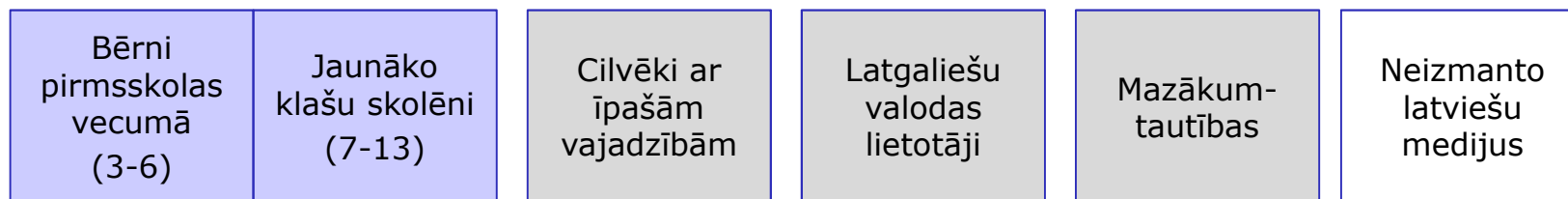
- Kvalitatīvais pētījums – fokusa grupu diskusijas
 - Bērnu (pirmsskolas un jaunāko klašu vecumā, 3-13 gadi) vecāki
 - Pusaudži (14-17 gadi)
 - Jaunieši (18-25 gadi)
 - Krievvalodīgie jaunieši, kas nelieto medijus latviešu valodā (18-25 gadi)
 - Sabiedrības integrācijas, starpetnisko attiecību jautājumu un krievu mediju speciālisti
 - Bērnu un jauniešu mediju, jaunatnes politikas un izglītības jomas speciālisti
- Kvantitatīvs pētījums
 - Izlase – 1149 respondenti, Latvijas iedzīvotāji vecumā no 14 gadiem, izmanto medijus latviešu valodā
 - Kvotu izlase (vecuma grupas, bērnu vecāki)
 - Metode – datorizētas interneta intervijas.

Segmentācijas modelis

Kopējā auditorija vecumā no 14 gadiem, izmanto medijus latviešu valodā



Vajadzību segmenti (auditorijas grupas ar atšķirīgām satura vajadzībām vai pieejamības risinājumiem)



Mediju lietojums

Televīzijas un radio lietošana

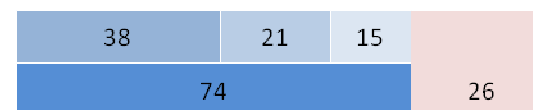
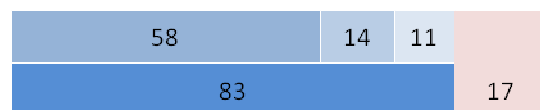
*Cik bieži Jūs skatāties
televīziju?
Cik bieži Jūs klausāties
radio?*

%

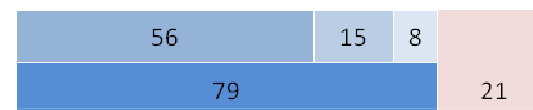
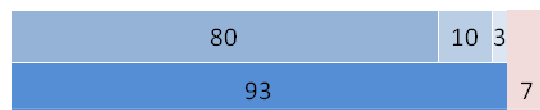
Televīzija

Radio

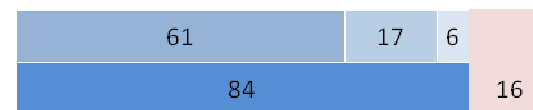
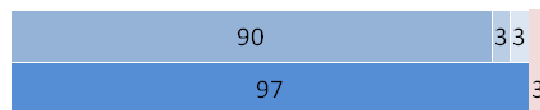
Pusaudži, jaunieši (14-25)



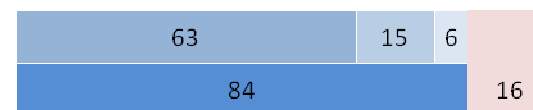
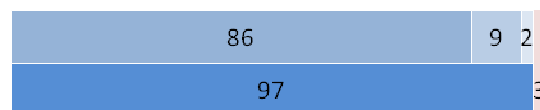
Vidējā grupa (26-59)



Seniori (60+)



References grupa



■ VISMAZ REIZI NEDĒĻĀ ■ Katru vai gandrīz katru dienu ■ 2-3 reizes nedēļā ■ Vidēji reizi nedēļā ■ Retāk

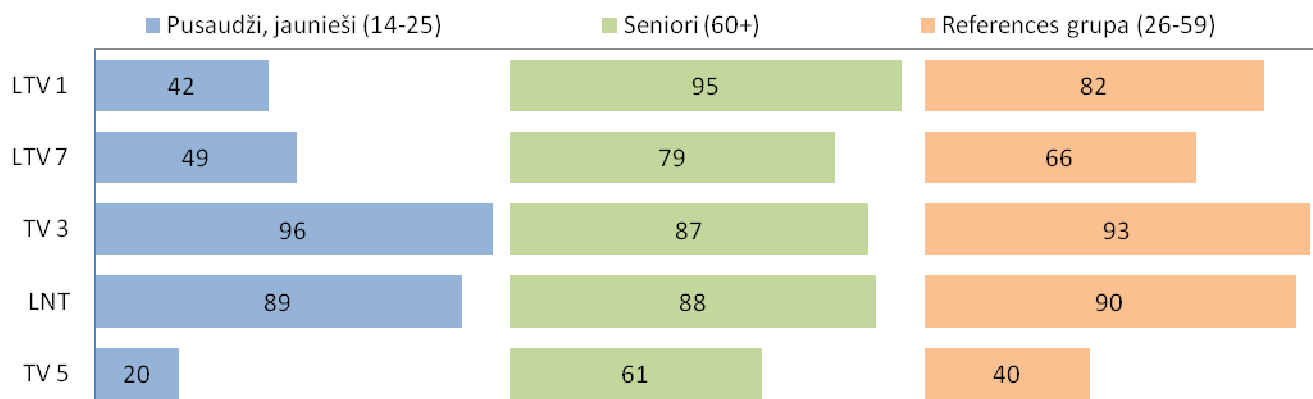
*Bāze: visi respondenti,
izslēgtas nenoteiktās atbildes*

TV kanāli un radio stacijas

Televīzija

Kurus no šiem televīzijas kanāliem Jūs skatāties vismaz reizi nedēļā?

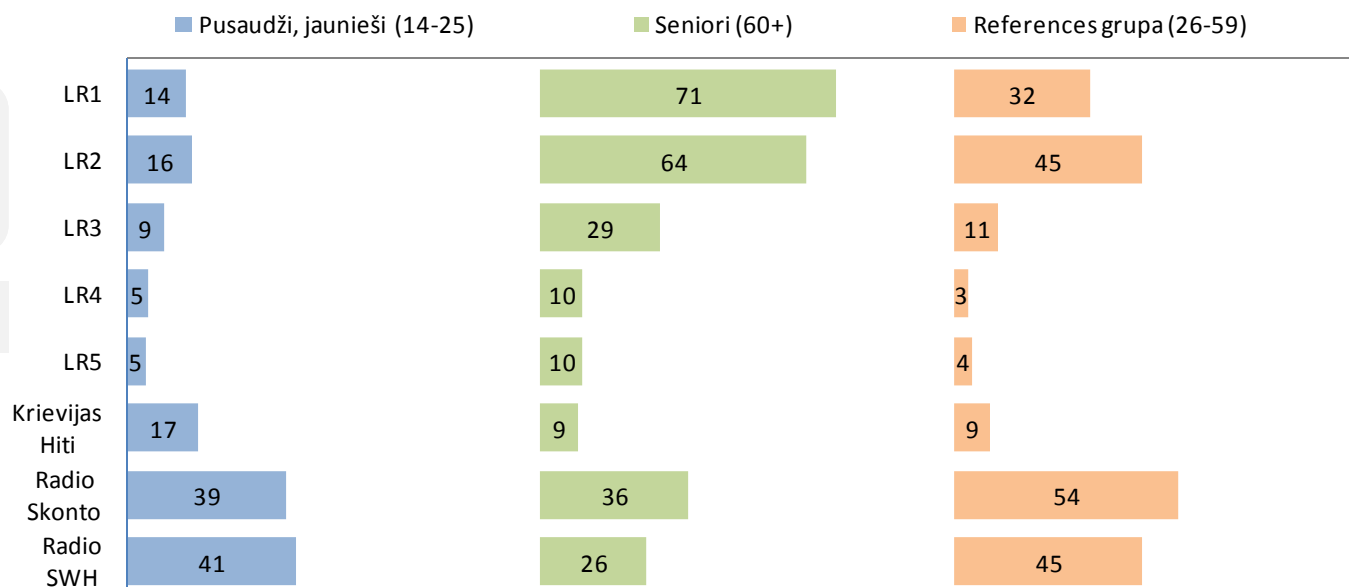
Bāze: skatās TV vismaz reizi nedēļā



Radio

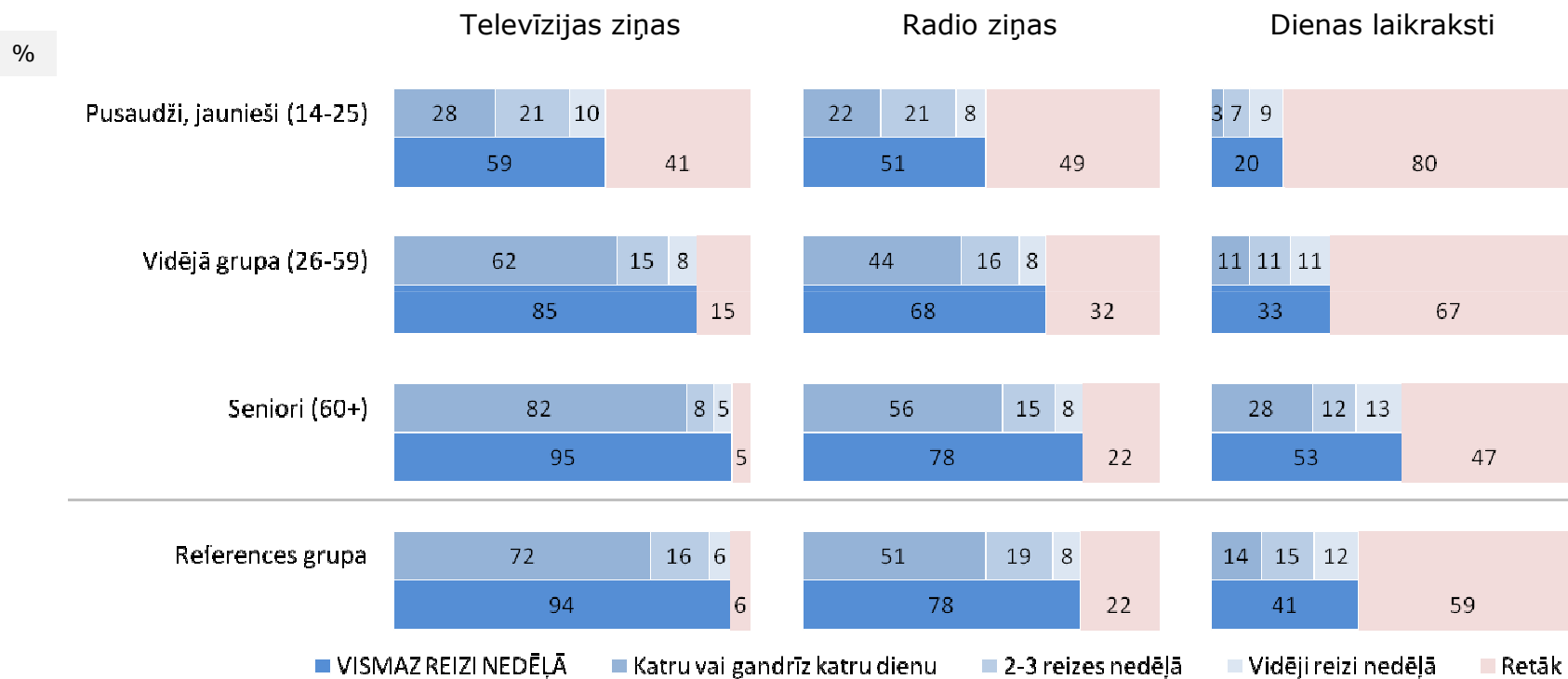
Kuras no šīm radio stacijām Jūs klausāties vismaz reizi nedēļā?

Bāze: klausās radio vismaz reizi nedēļā



Ziņu avotu izmantošana

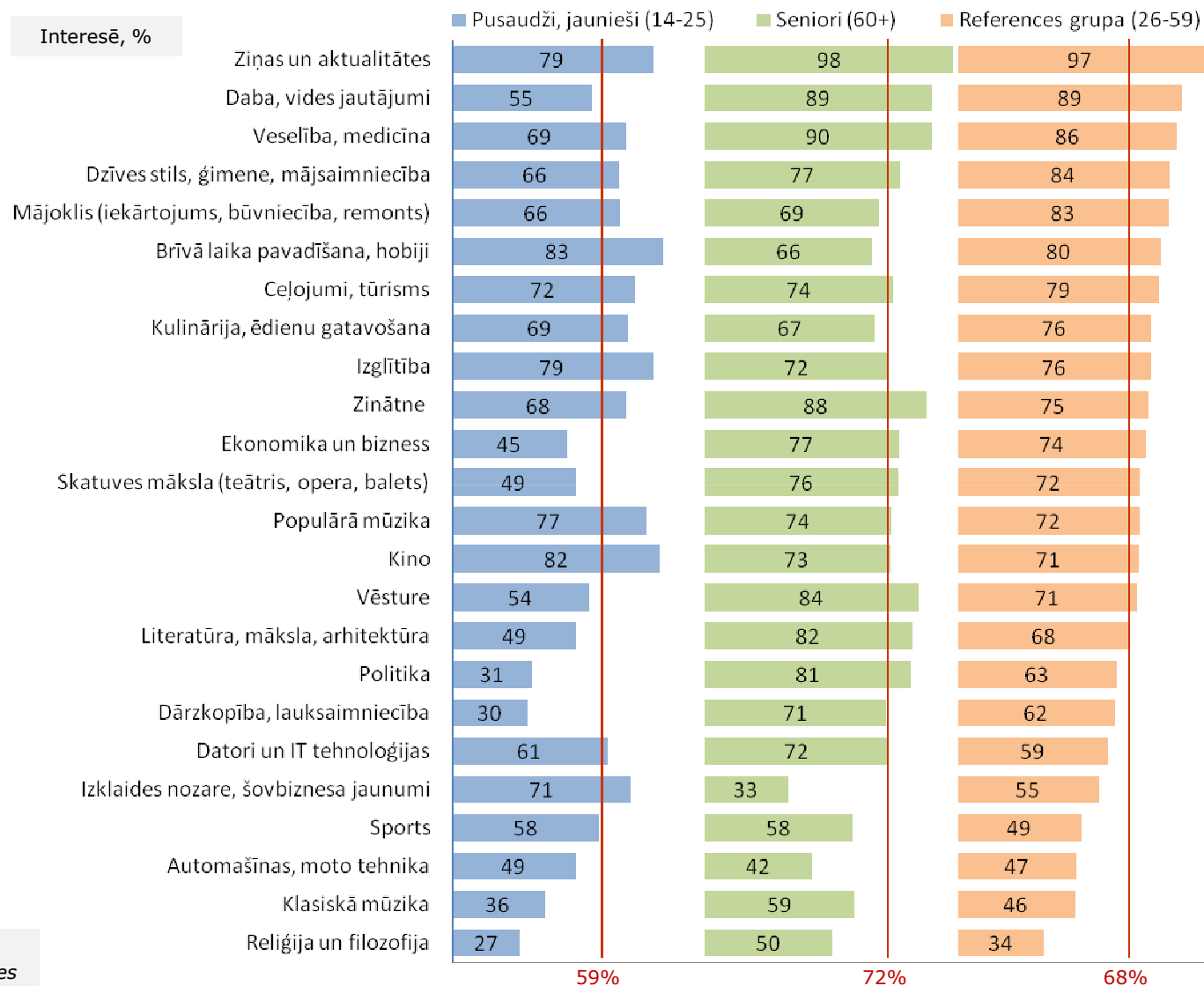
*Cik bieži Jūs ...
Skatāties televīzijas ziņas?
Klausāties radio ziņas?
Lasāt dienas laikrakstus?*



*Bāze: visi respondenti,
izslēgtas nenoteiktās atbildes*

Intereses: tēmas

Runājot par dažādu mediju izmantošanu, cik lielā mērā Jūs interesē medijos šādas tēmas?



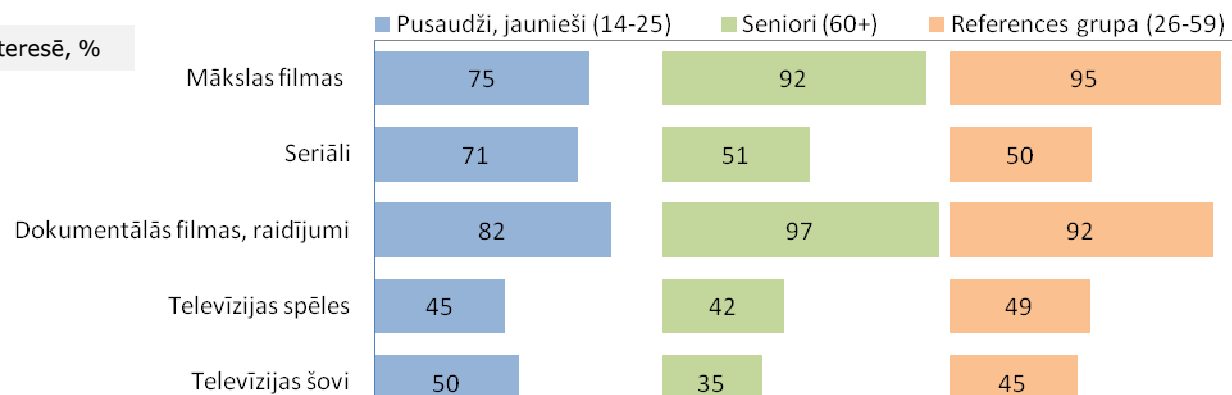
Vidēji

Bāze: visi respondenti, izslēgtas nenoteiktās atbildes

Intereses: žanri, raidījumi

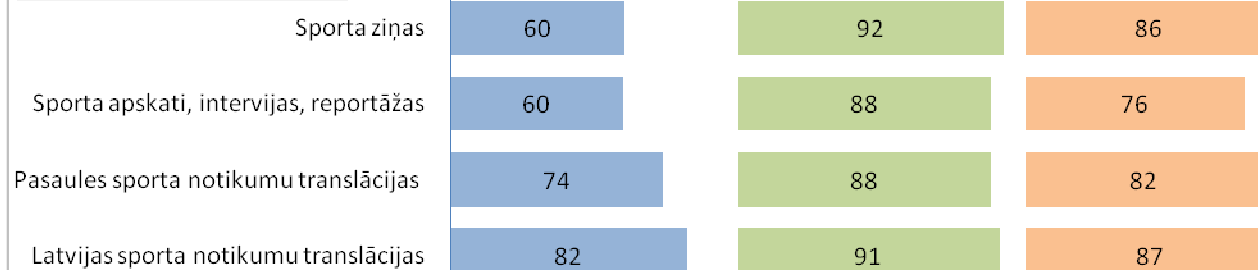
*Cik lielā mērā
Jūs interesē
šādi televīzijas
raidījumi?*

Interesē, %

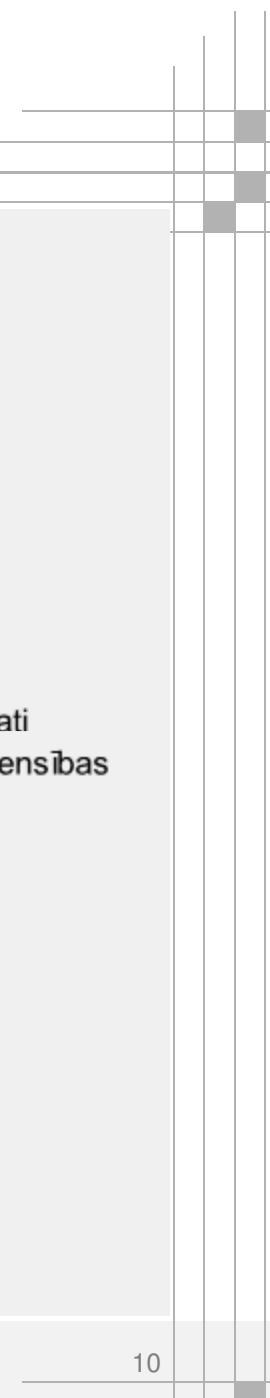


*Cik lielā mērā
Jūs interesē
šādi raidījumi
par sportu?*

Bāze: interesē sports, %



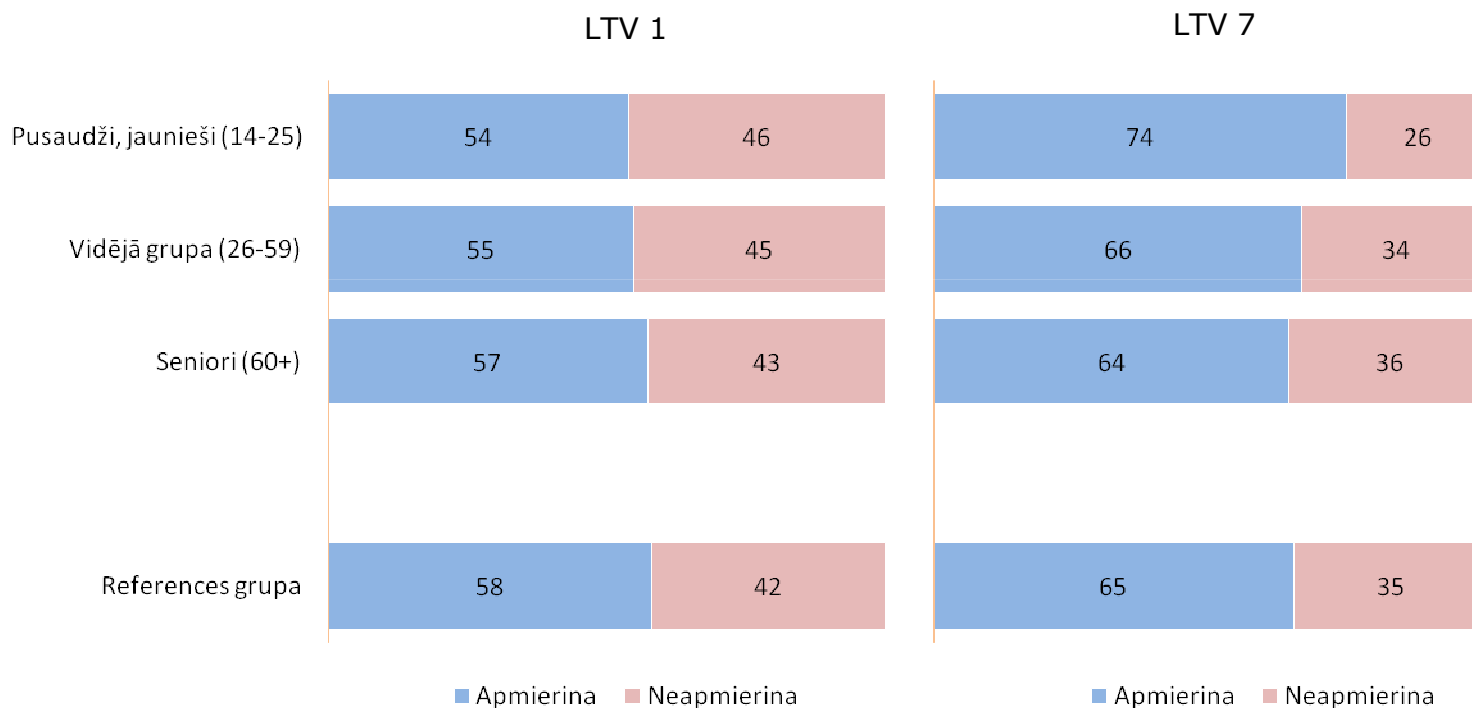
Bāze: visi respondenti,
izslēgtas nenoteiktās atbildes



Televīzija

LTV – piedāvājuma vērtējums

Vērtējot kopumā, cik lielā mērā Jūs apmierina vai neapmierina televīzijas kanāla LTV1 / LTV7 pašreizējais piedāvājums?

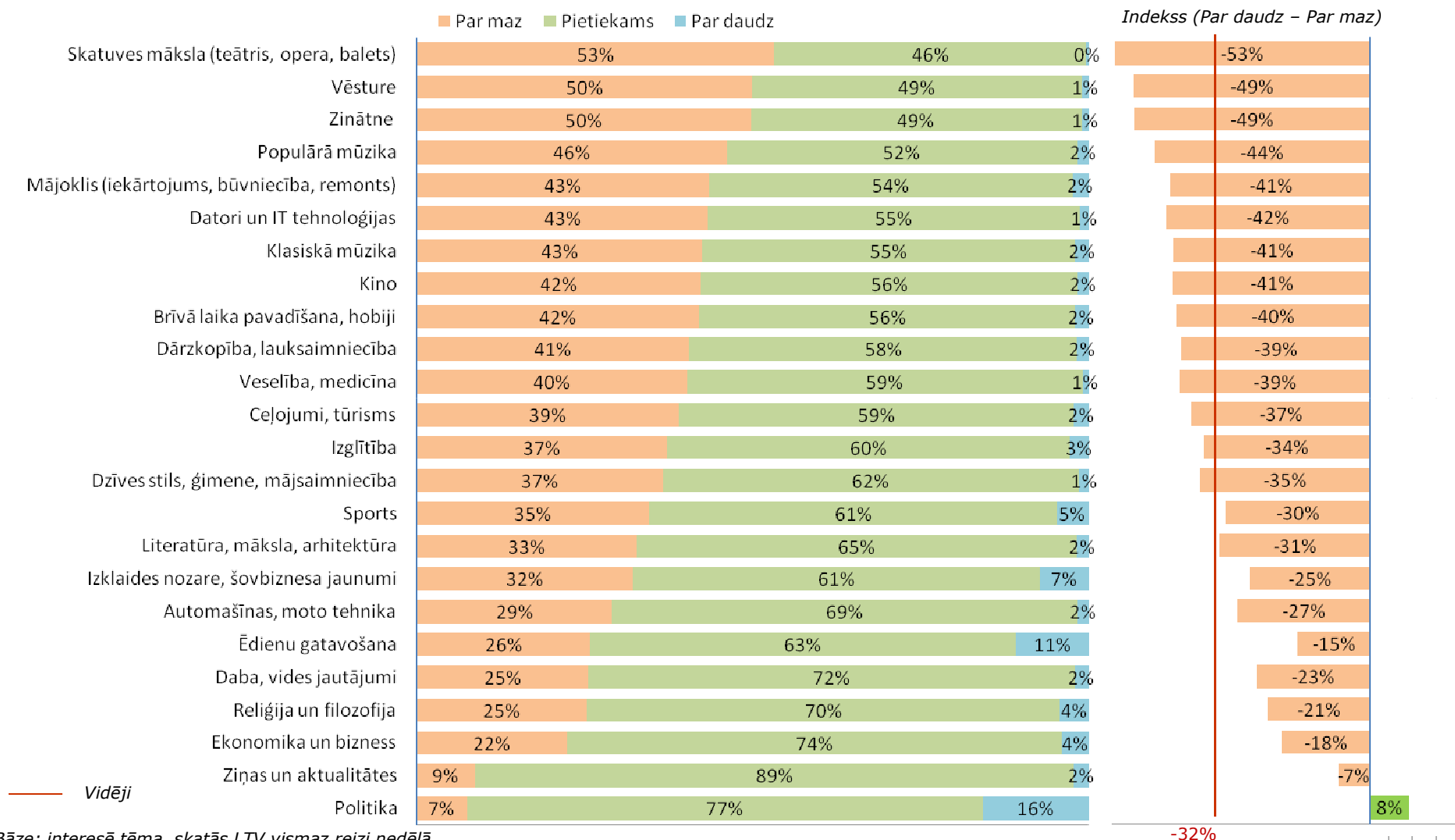


Bāze: skatās kanālu vismaz reizi nedēļā

TV – raidījumu tēmas

Apjoma vērtējums

Kā Jūs vērtējat Latvijas sabiedrisko televīziju (kanāli LTV1 un LTV7) pašreizējā piedāvājuma apjomu raidījumiem par šādām tēmām?

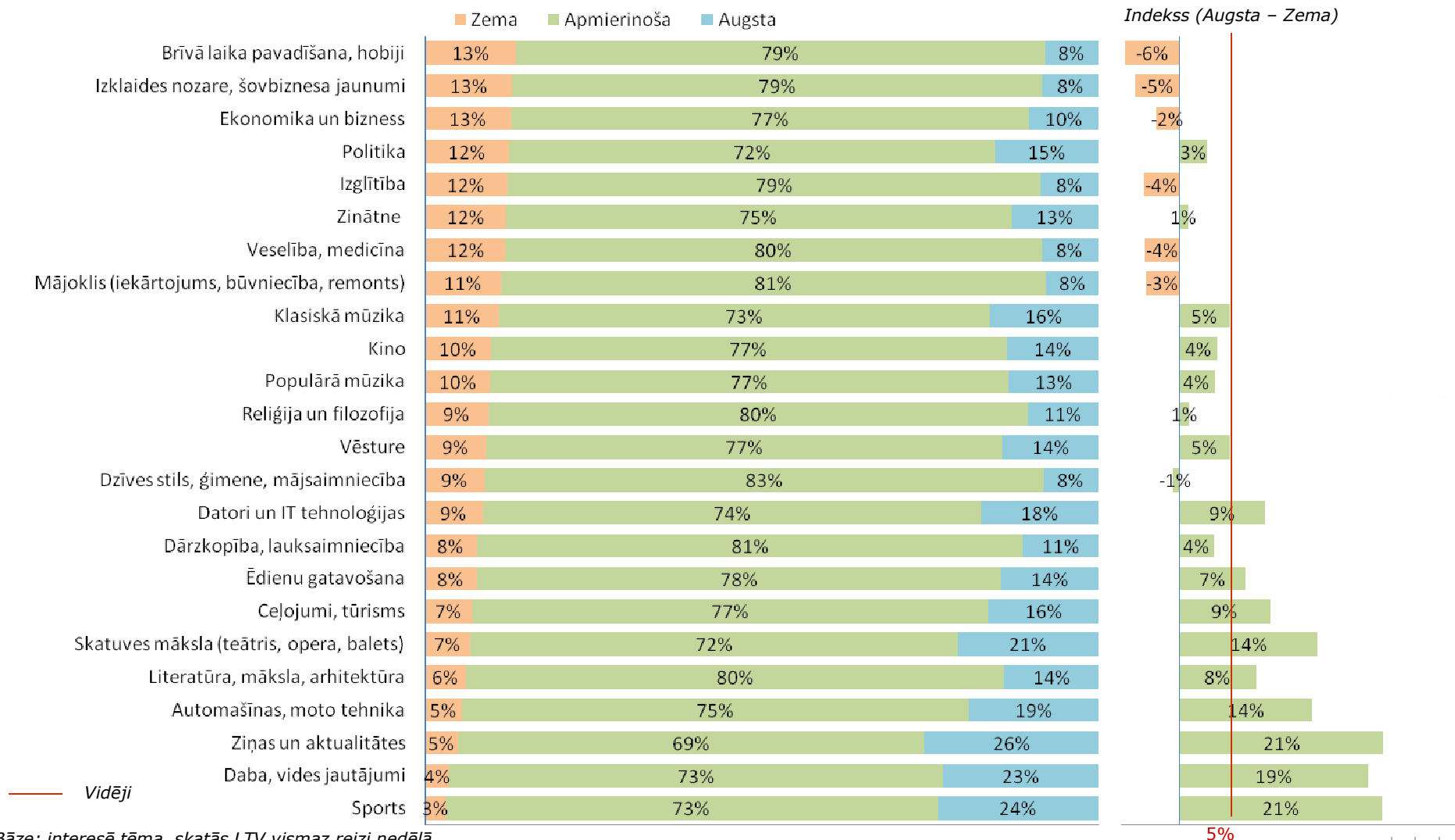


Bāze: interesē tēma, skatās LTV vismaz reizi nedēļā

TV – raidījumu tēmas

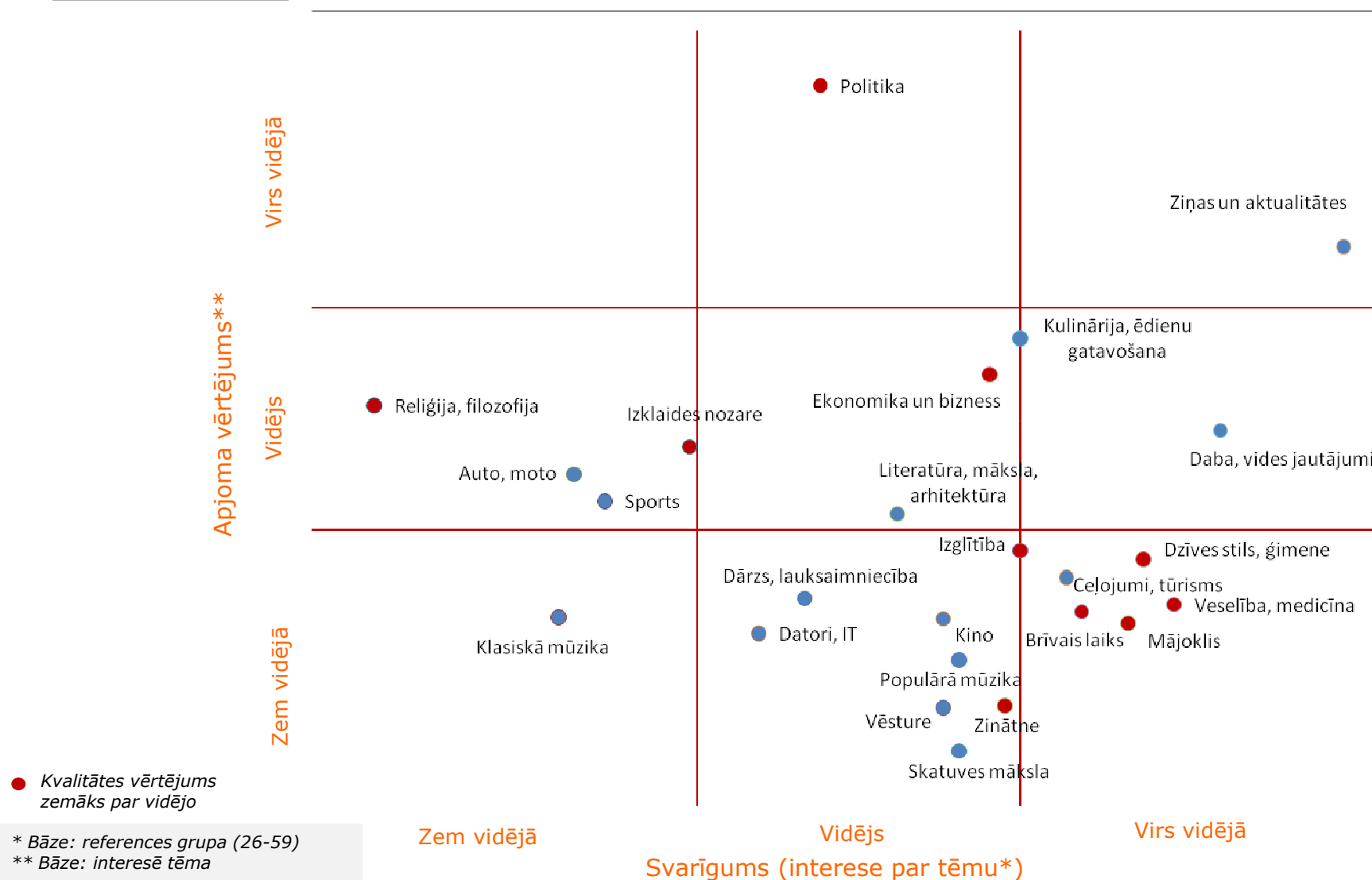
Kvalitātes vērtējums

Kā Jūs vērtējat Latvijas sabiedrisko televīziju (kanāli LTV1 un LTV7) pašreizējā piedāvājuma kvalitāti raidījumiem par šādām tēmām?



Bāze: interesē tēma, skatās LTV vismaz reizi nedēļā

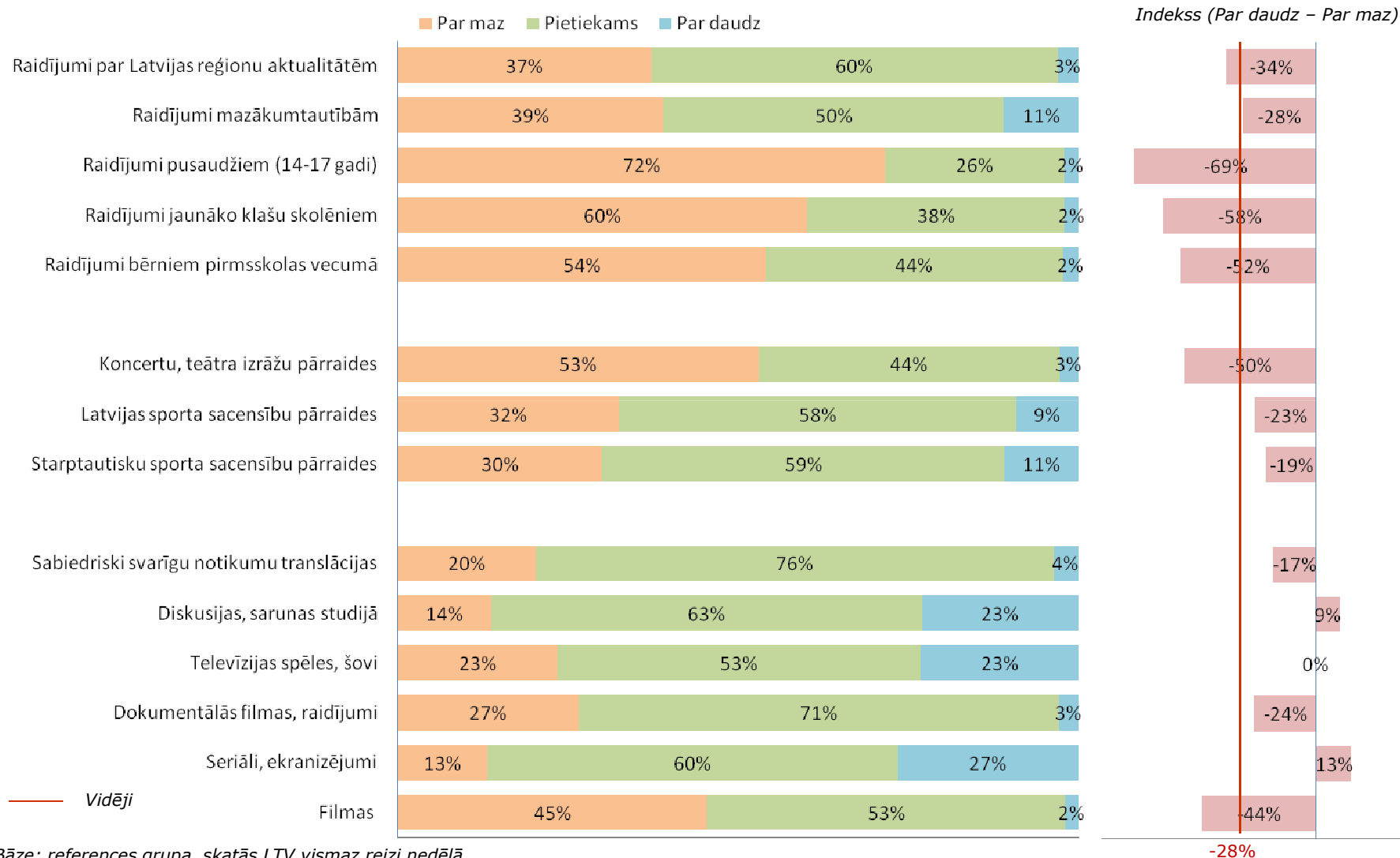
Tēmas: TV – apjoms un intereses



TV – žanri, raidījumi

Apjoma vērtējums

Kā Jūs vērtējat Latvijas sabiedrisko televīziju (kanāli LTV1 un LTV7) pašreizējā piedāvājuma apjomu šādiem raidījumiem?

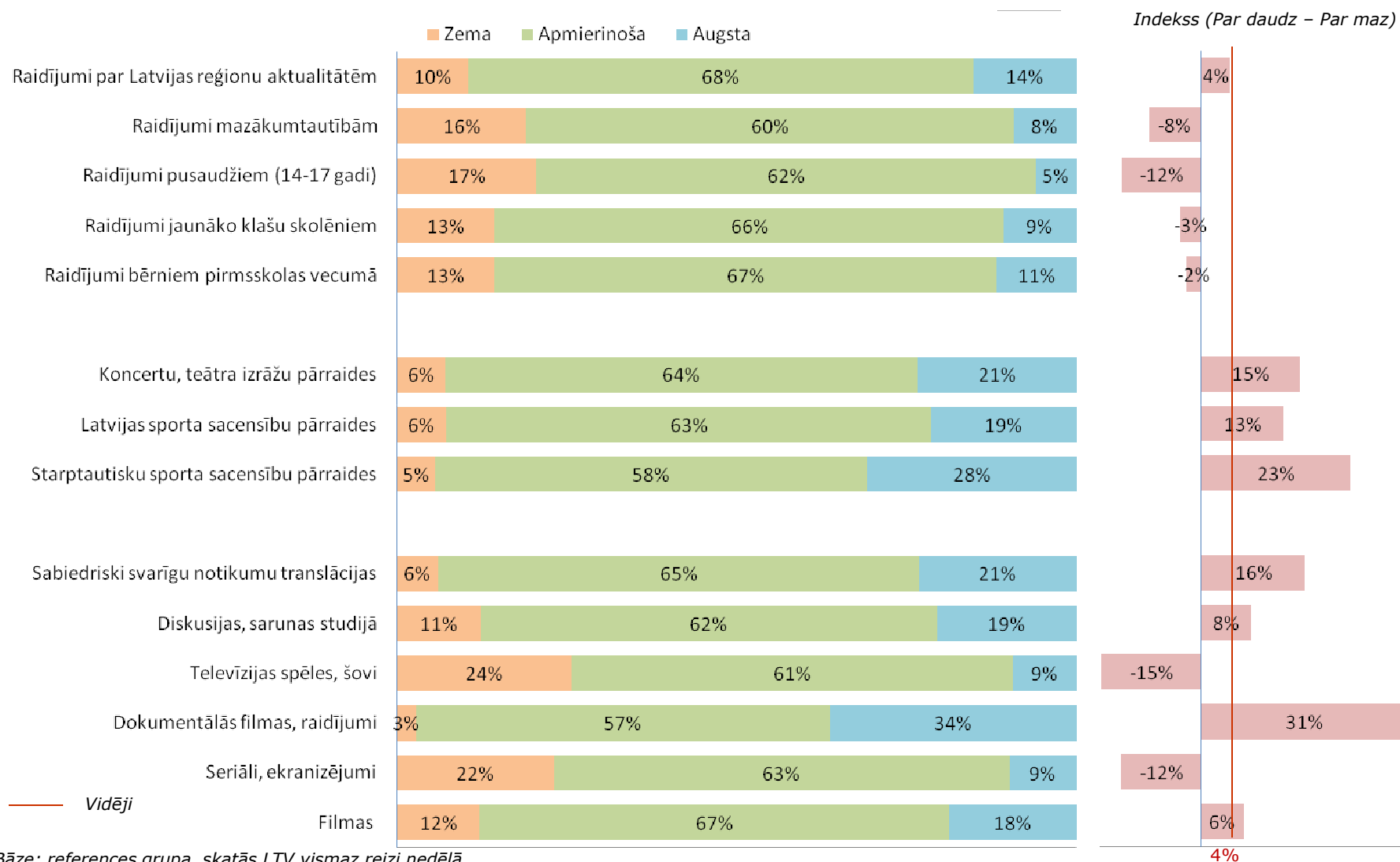


Bāze: references grupa, skatās LTV vismaz reizi nedēļā

TV – žanri, raidījumi

Kvalitātes vērtējums

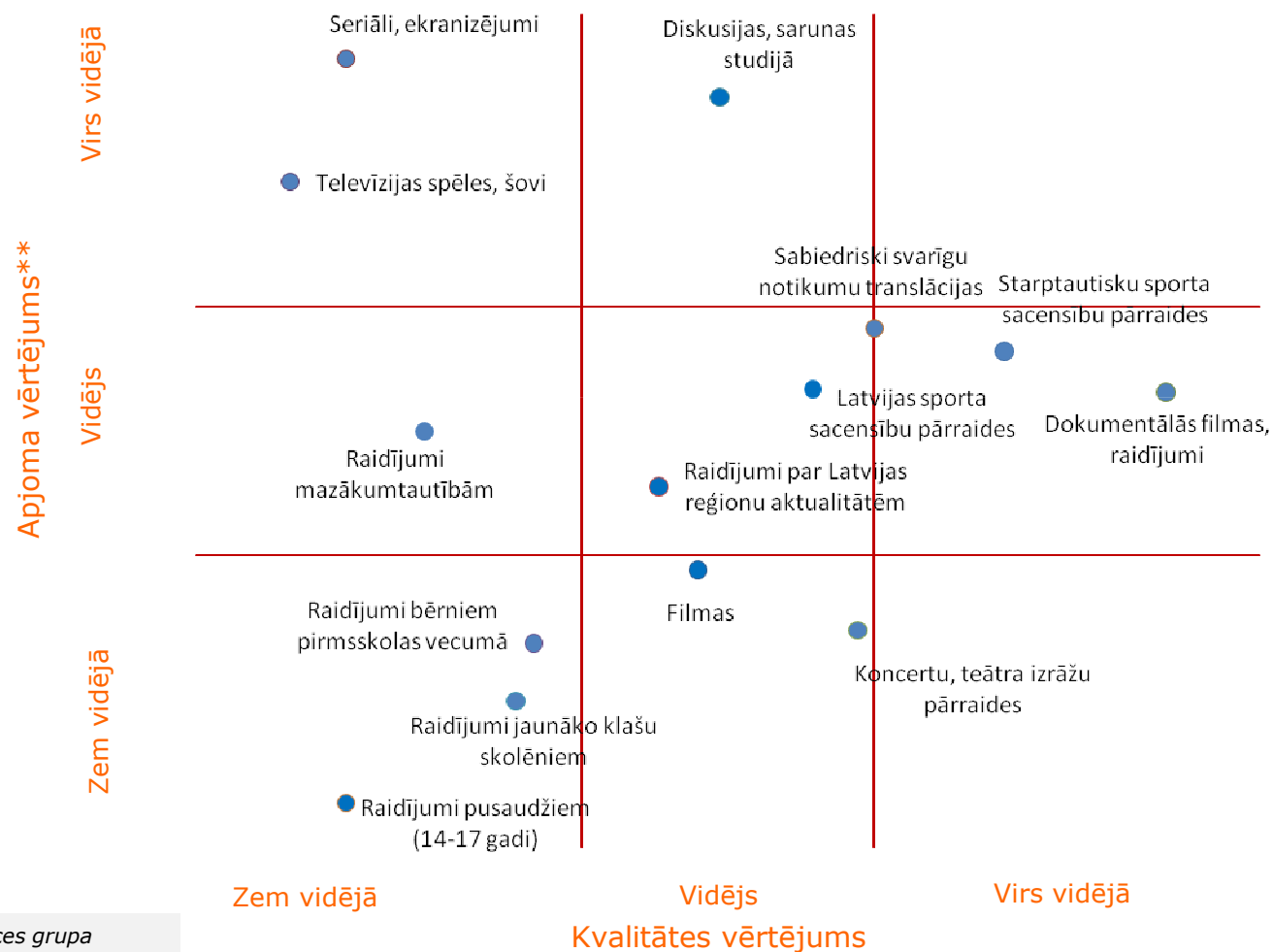
Kā Jūs vērtējat Latvijas sabiedrisko televīziju (kanāli LTV1 un LTV7) pašreizējā piedāvājuma kvalitāti šādiem raidījumiem?



Bāze: references grupa, skatās LTV vismaz reizi nedēļā

TV – žanri, raidījumi

Apjoms un kvalitāte



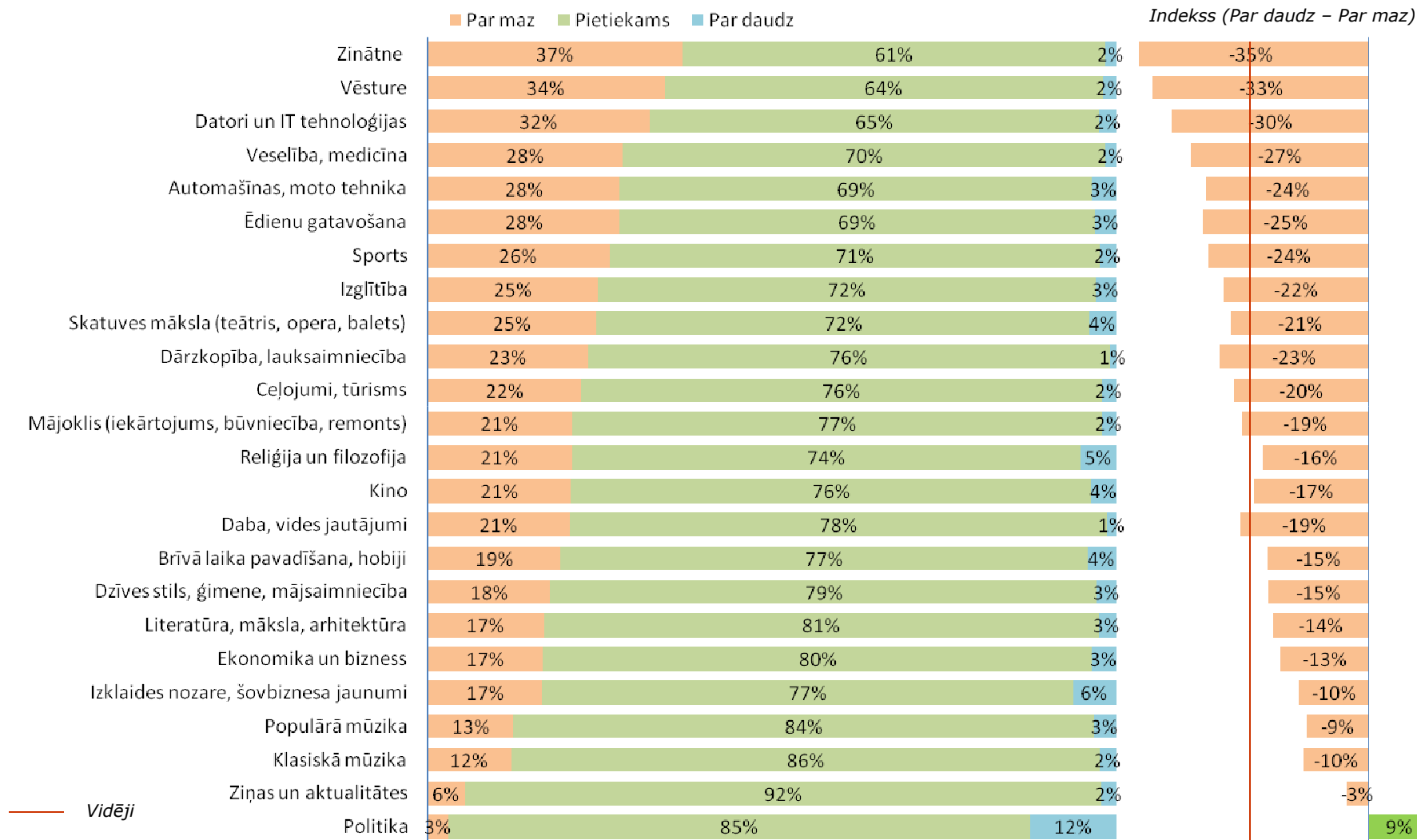
Bāze: references grupa

Radio

Radio – raidījumu tēmas

Apjoma vērtējums

Kā Jūs vērtējat Latvijas Radio pašreizējā piedāvājuma apjomu raidījumiem par šādām tēmām?

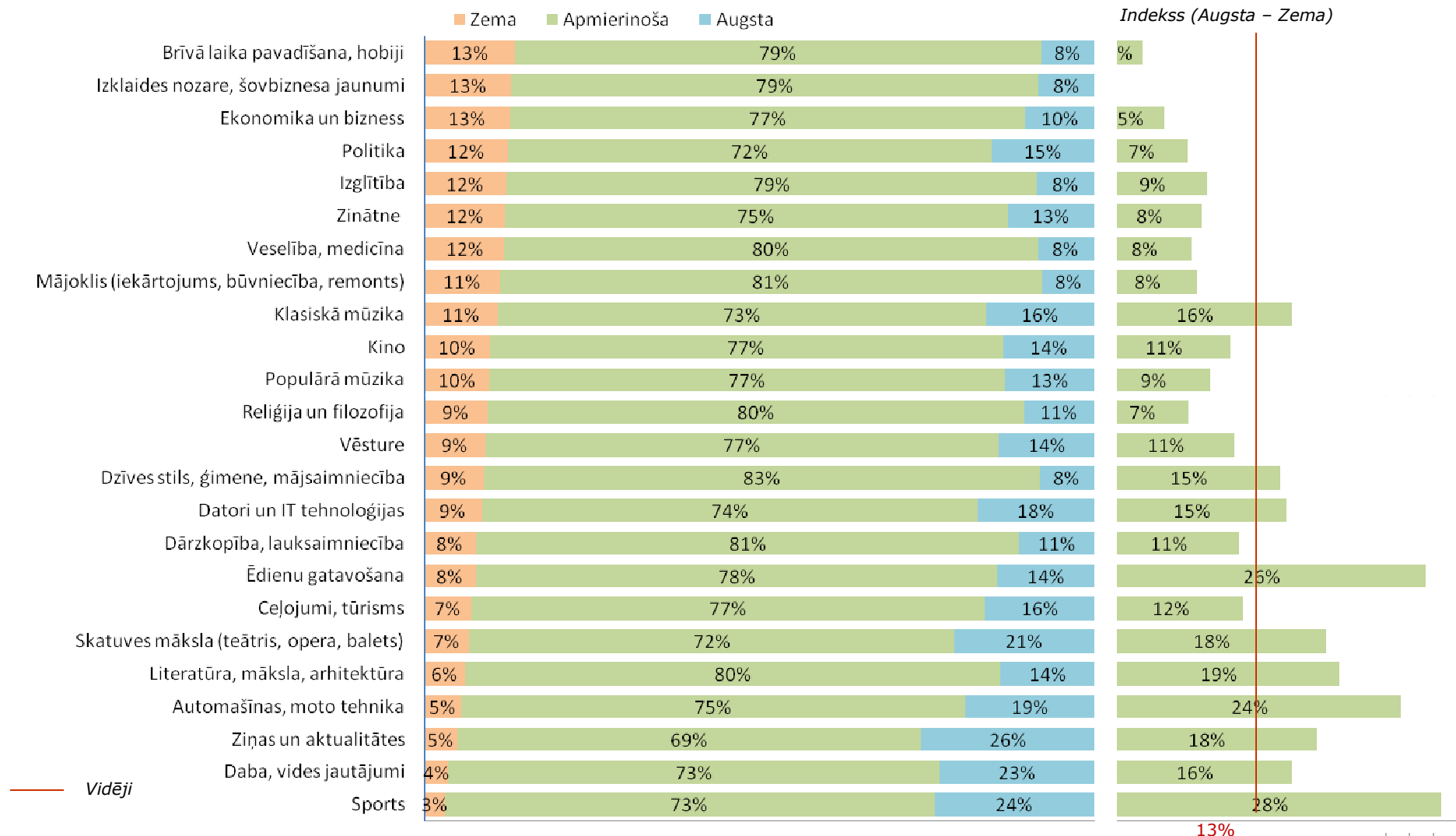


Bāze: interesē tēma, klausās LR vismaz reizi nedēļā

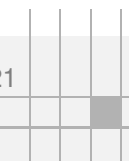
Radio – raidījumu tēmas

Kvalitātes vērtējums

Kā Jūs vērtējat Latvijas Radio pašreizējā piedāvājuma kvalitāti raidījumiem par šādām tēmām?



Bāze: interesē tēma, klausās LR vismaz reizi nedēļā



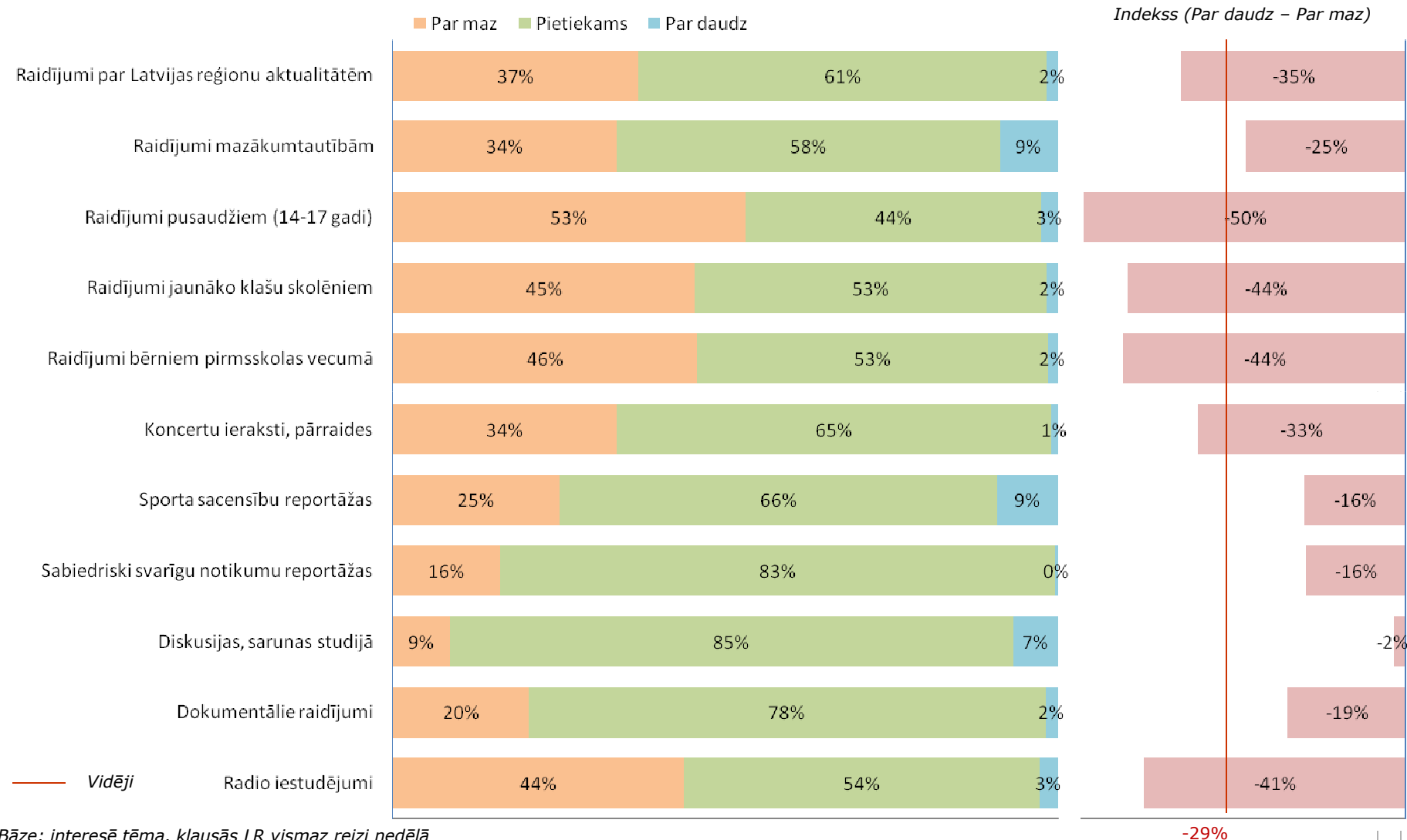
A 5x5 grid with a diagonal of shaded squares from bottom-left to top-right.



Radio – raidījumu tēmas

Apjoma vērtējums

Kā Jūs vērtējat Latvijas Radio pašreizējā piedāvājuma apjomu šādiem raidījumiem?

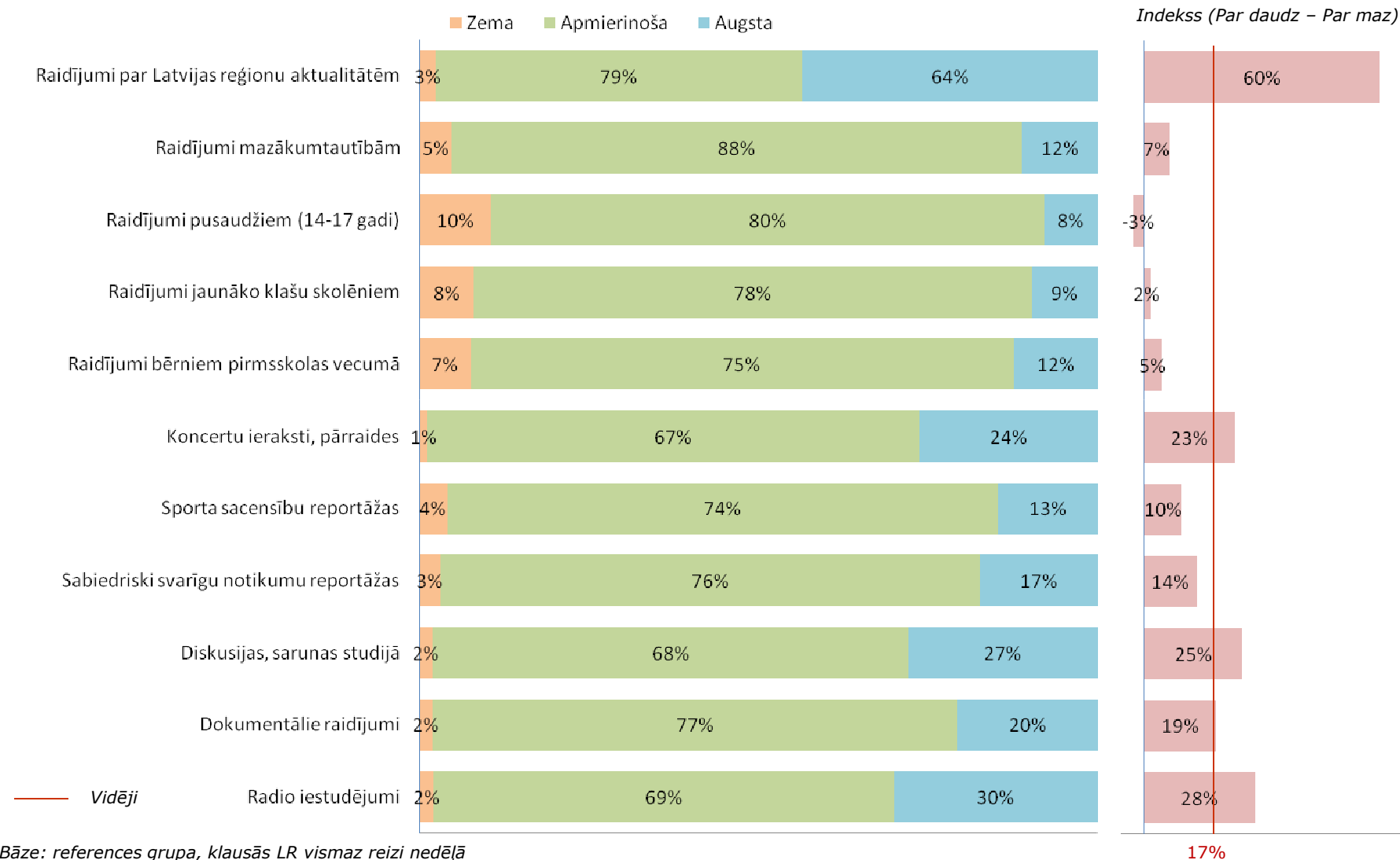


Bāze: interesē tēma, klausās LR vismaz reizi nedēļā

Radio – žanri, raidījumi

Kvalitātes vērtējums

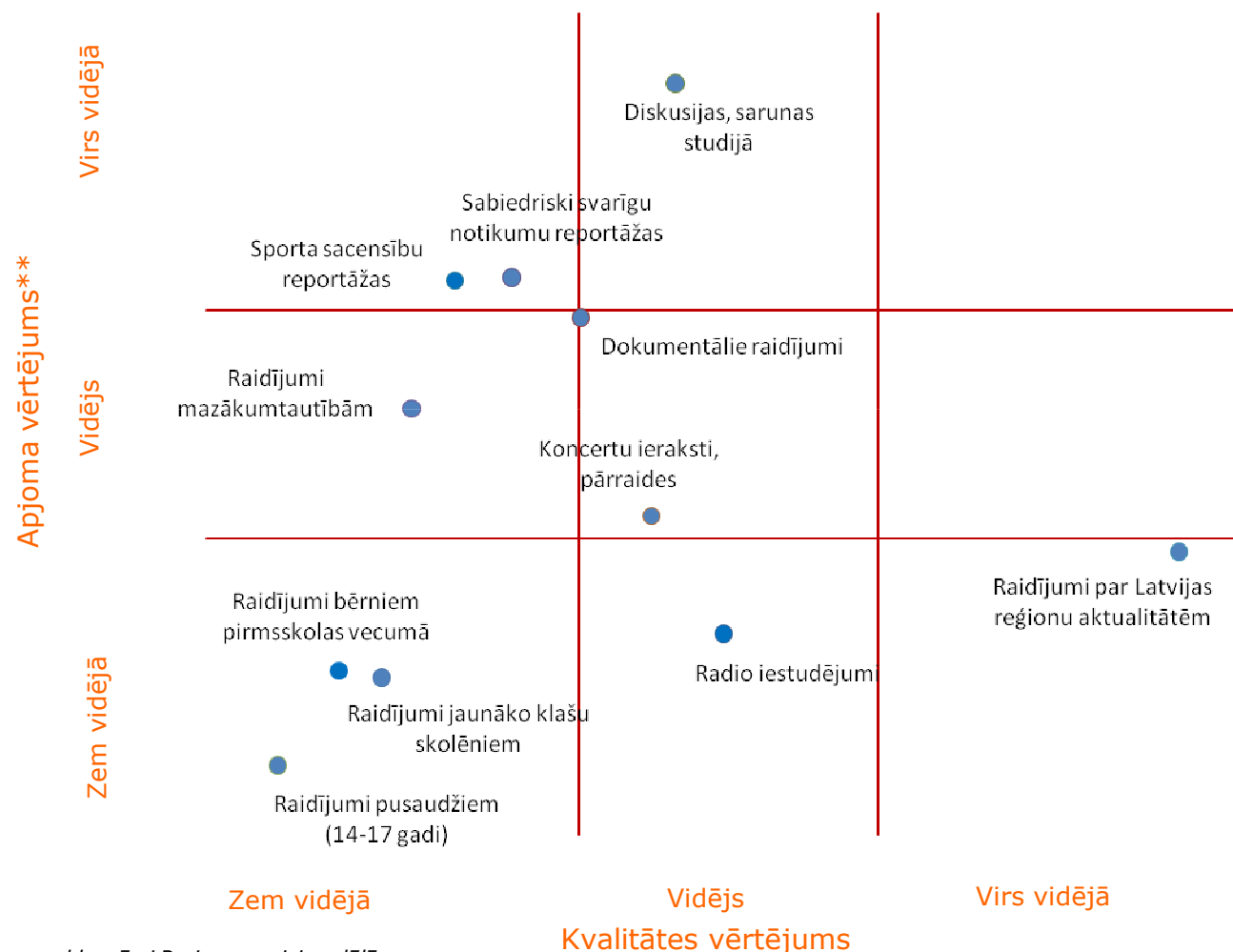
Kā Jūs vērtējat Radio pašreizējā piedāvājuma kvalitāti šādiem raidījumiem?



Bāze: references grupa, klausās LR vismaz reizi nedēļā

Radio – žanri, raidījumi

Apjoms un kvalitāte

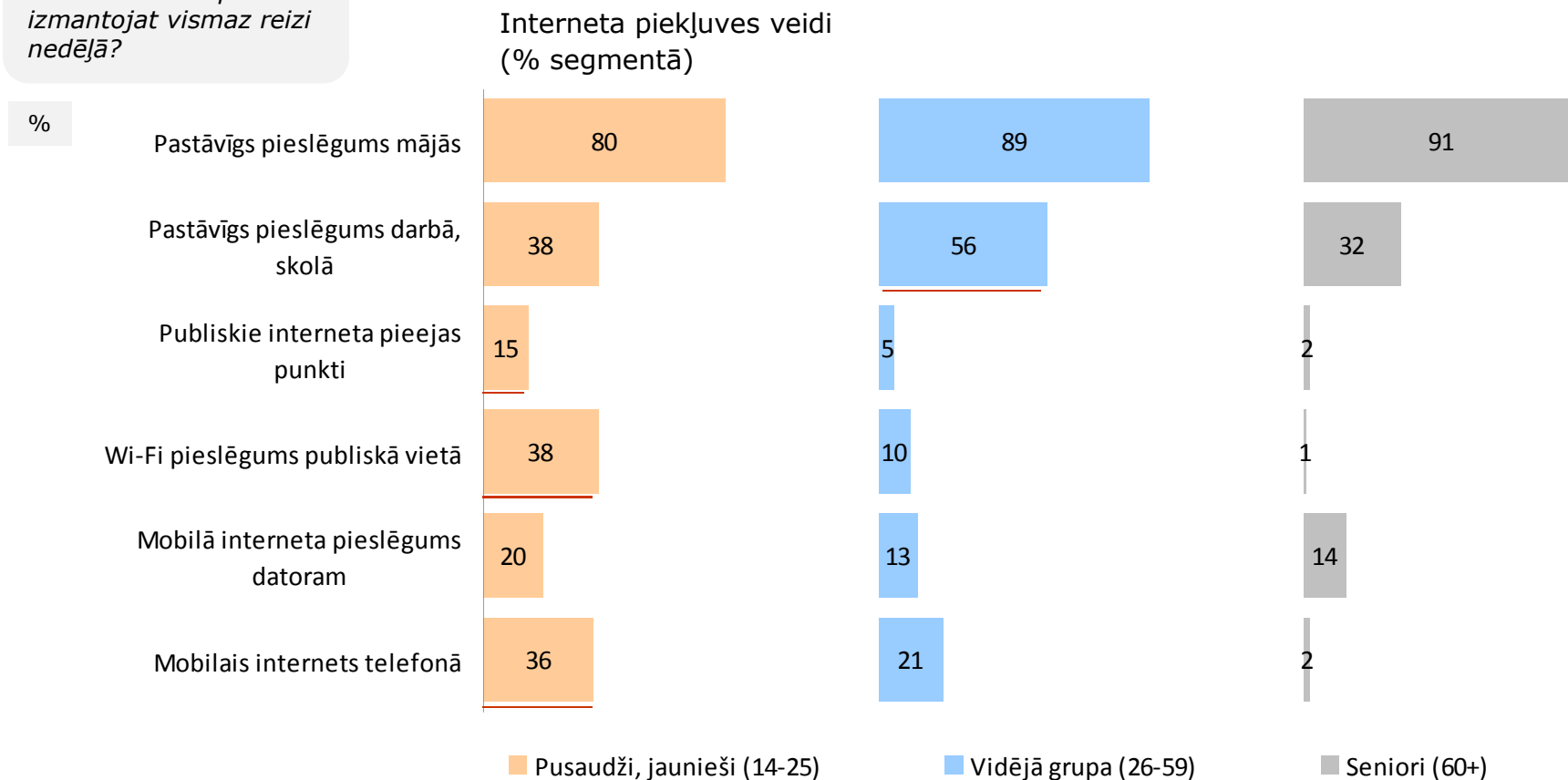


Bāze: references grupa, klausās LR vismaz reizi nedēļā

Internets un tehnoloģijas

Pieslēgumu veidi

Kādus piekļuves veidus internetam Jūs parasti izmantojat vismaz reizi nedēļā?

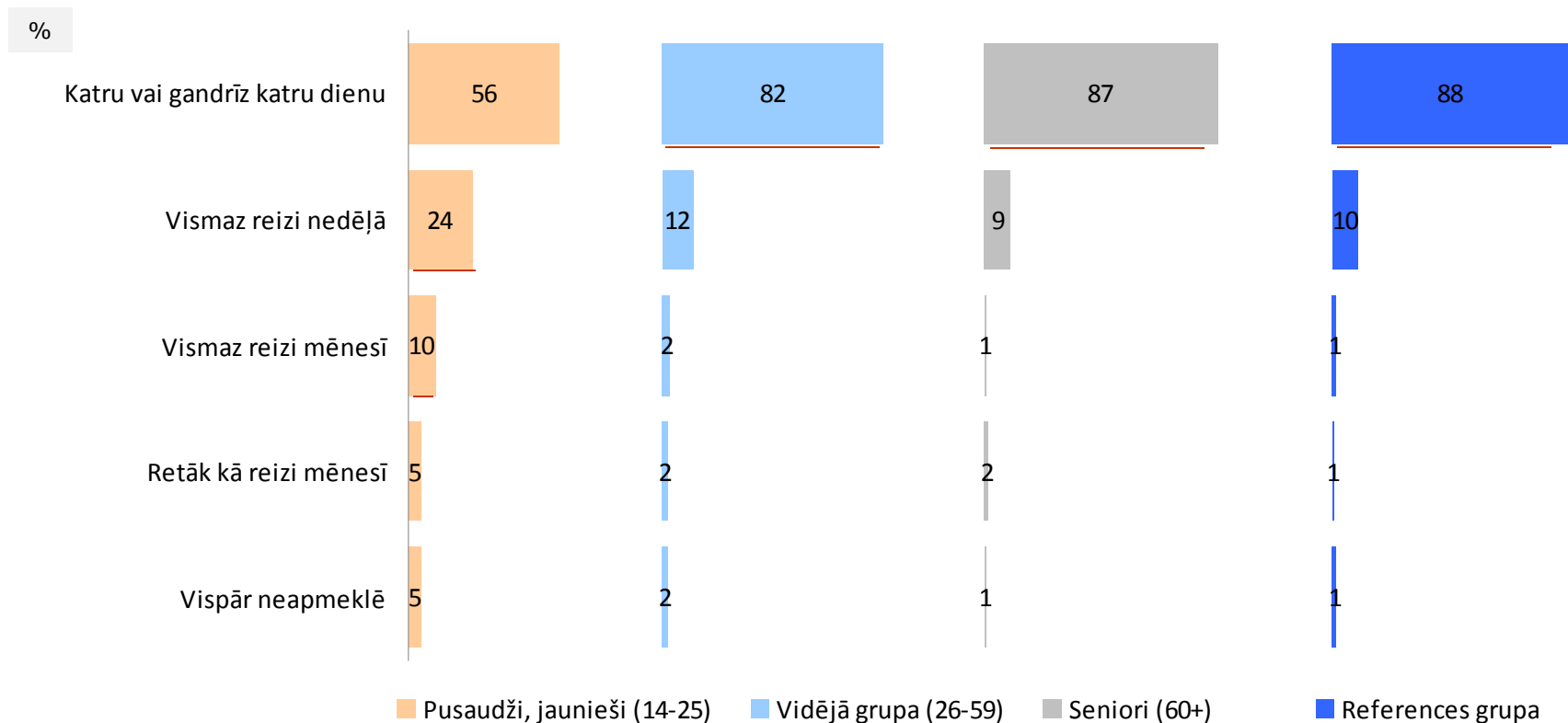


Bāze: lieto internetu vismaz reizi nedēļā

Ziņu portāli latviešu valodā

Cik bieži Jūs apmeklējat interneta ziņu portālus latviešu valodā?

Interneta ziņu portālu latviešu valodā apmeklēšanas biežums (% segmentā)

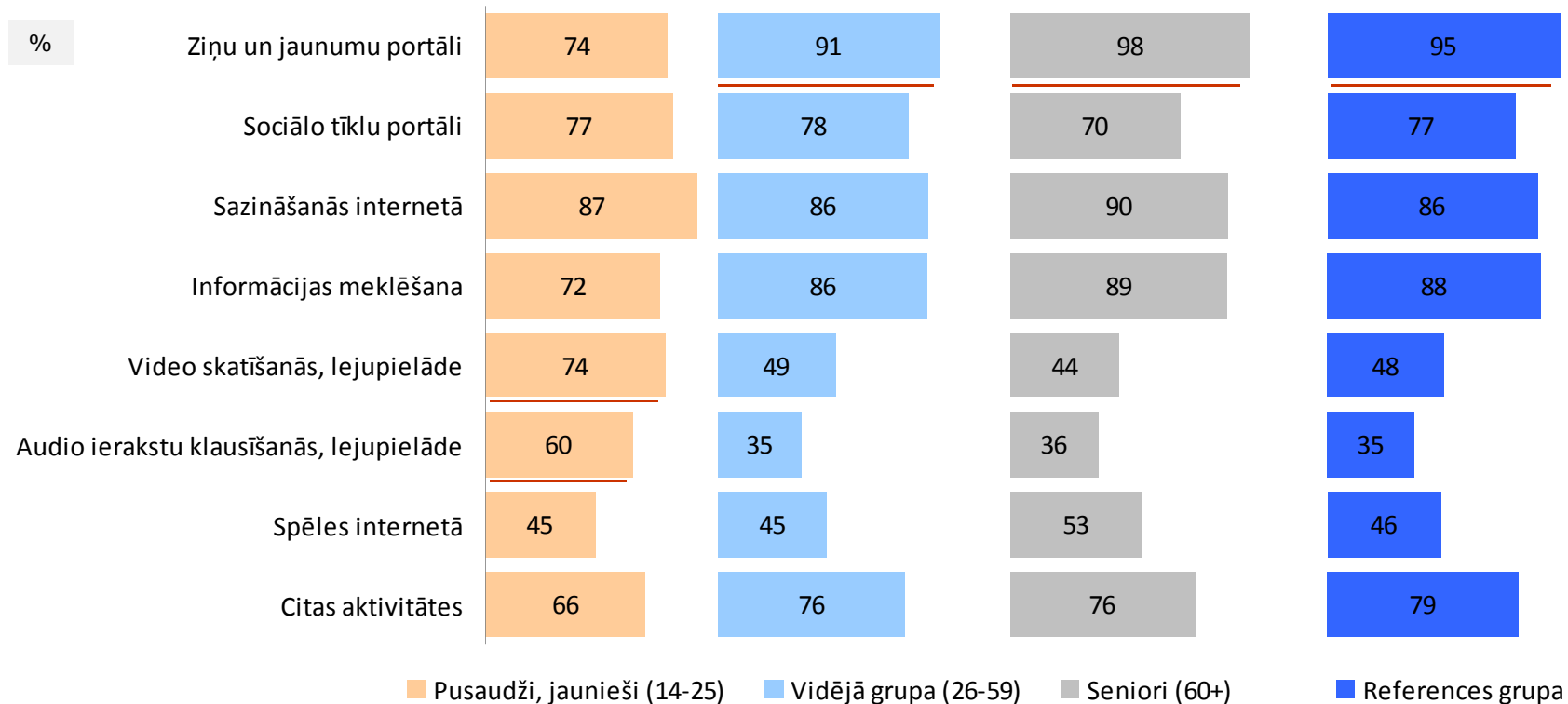


Bāze: lieto internetu vismaz reizi nedēļā

Interneta lietošana

Kurām no šīm aktivitātēm Jūs lietojat internetu vismaz reizi nedēļā?

Aktivitātes internetā
(% segmentā)



Bāze: lieto internetu vismaz reizi nedēļā

Mediju lietošana

Laika

sadalījums

(relatīvās daļas, stundas nedēļā)

Pusaudži, jaunieši (14-25)

25

20

54

%

Vidējā grupa (26-59)

28

25

47

Seniori (60+)

29

26

45

Lieto vienlaikus internetu un radio/ televīziju

■ TV ■ Radio ■ Internets

INTERNETS UN RADIO

Katru, gandrīz katru dienu

36

36

36

Vismaz reizi nedēļā

20

11

13

Vismaz reizi mēnesī

9

5

0

Retāk kā reizi mēnesī

7

7

2

Neklausās radio, lietojot internetu

23

39

49

Grūti pateikt

4

3

0

INTERNETS UN TELEVĪZIJA

Katru, gandrīz katru dienu

30

33

26

Vismaz reizi nedēļā

23

17

10

Vismaz reizi mēnesī

6

4

4

Retāk kā reizi mēnesī

8

5

3

Neskatās TV, lietojot internetu

30

39

54

Grūti pateikt

3

3

3

■ Pusaudži, jaunieši (14-25)

■ Vidējā grupa (26-59)

■ Seniori (60+)

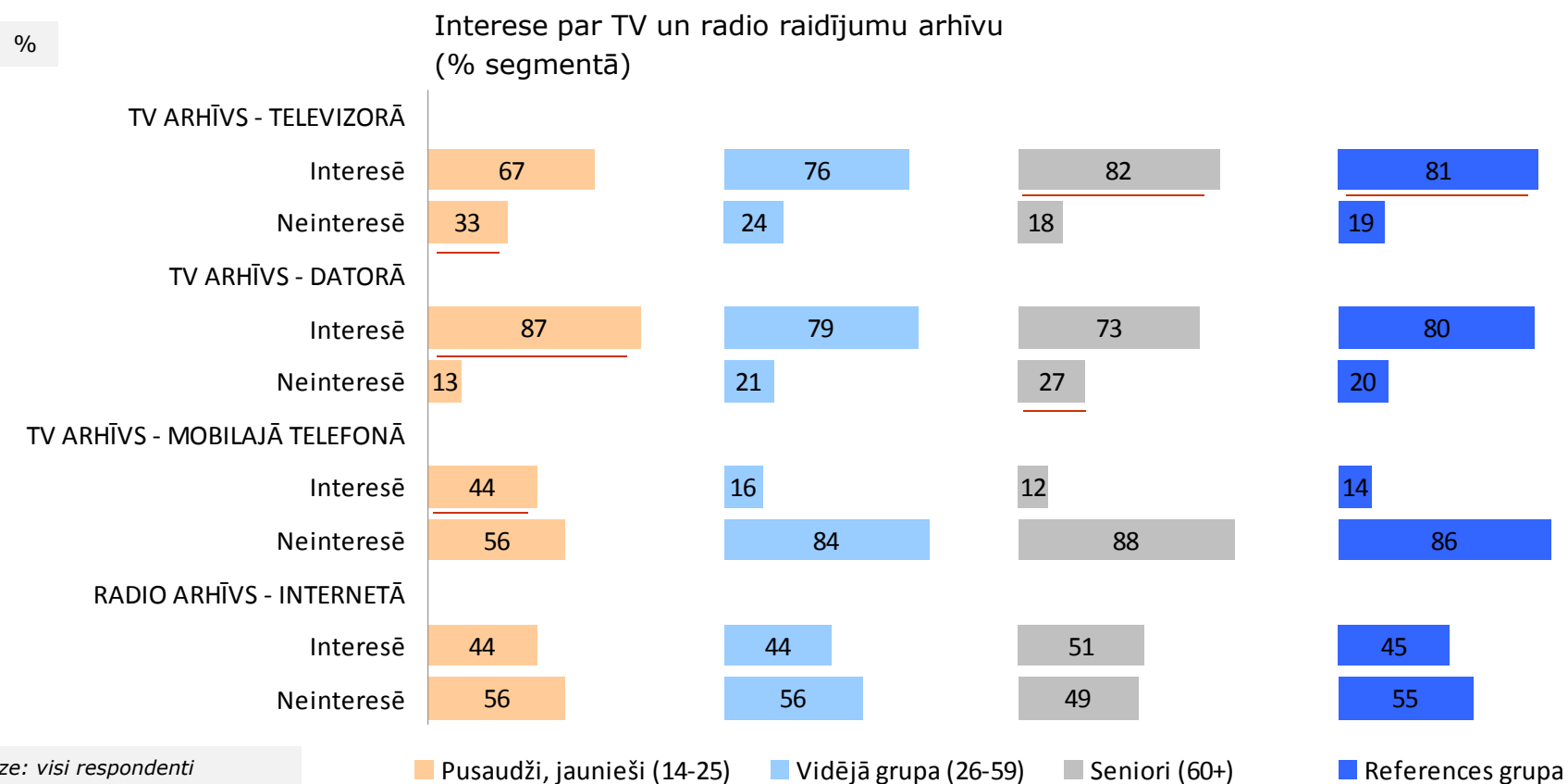
Cik bieži Jūs mēdzat lietot internetu un vienlaikus klausīties radio vai skatīties televīziju?

Bāze: lieto internetu vismaz reizi nedēļā

Televīzijas un radio raidījumu arhīvs

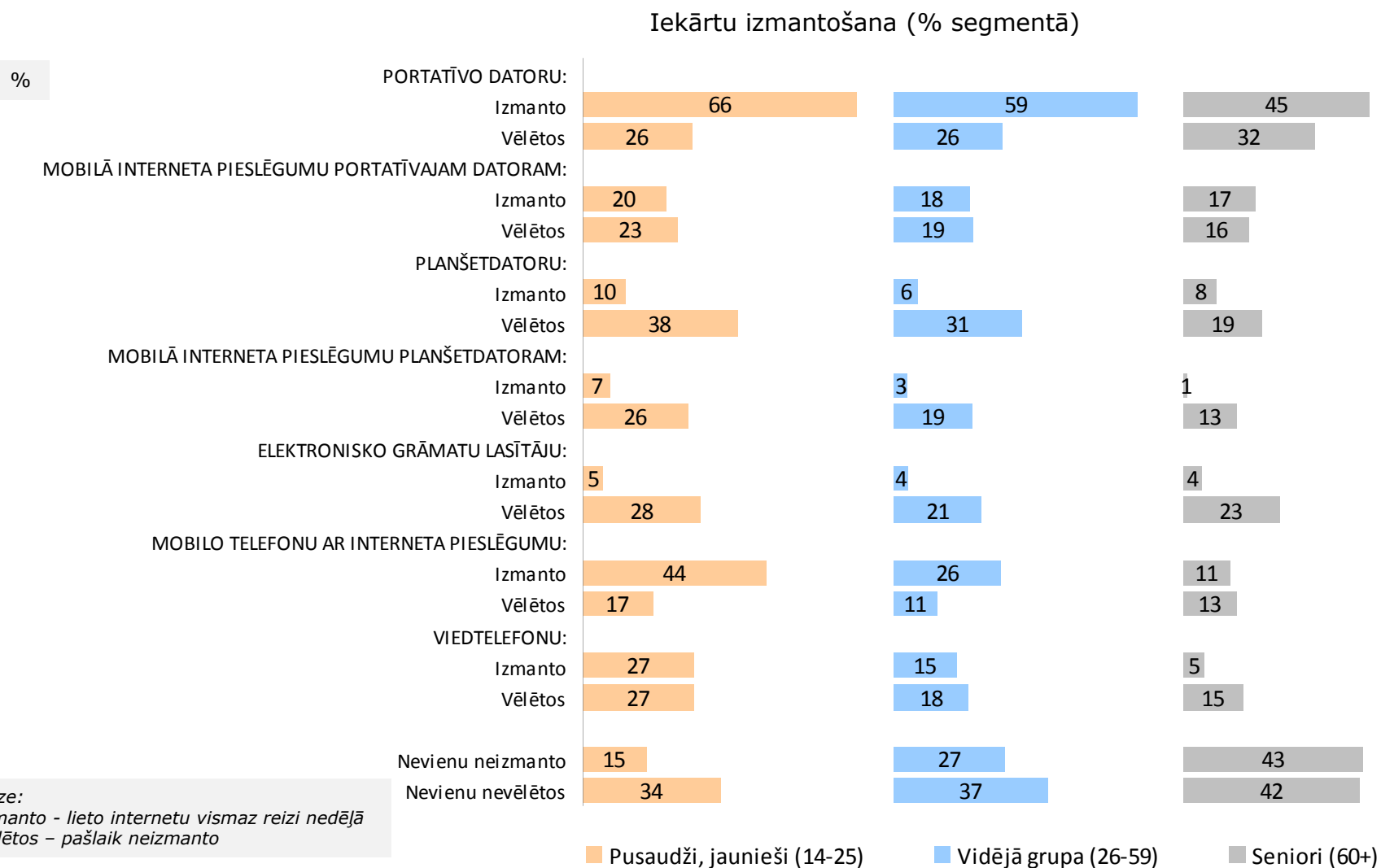
Cik lielā mērā Jūs interesētu televīzijas raidījumu arhīvs, kas dotu iespēju atrast un noskatīties Jūs interesējošos raidījumus televizorā, datorā vai mobilajā telefonā?

Cik lielā mērā Jūs interesētu radio raidījumu arhīvs internetā, kas dotu iespēju atrast un noklausīties Jūs interesējošos raidījumus datorā vai mobilajā telefonā?



Tehnoloģijas

Kuras no šīm iekārtām un mobilā interneta pieslēgumiem Jūs izmantojat ikdienā?
Kuras iekārtas vai mobilā interneta pieslēgumus Jūs vēlētos iegādāties un izmantot ikdienā, ja to cena būtu Jums pieņemama?



Bāze:

Izmanto - lieto internetu vismaz reizi nedēļā
Vēlētos - pašlaik neizmanto

Sabiedrisko mediju tēls

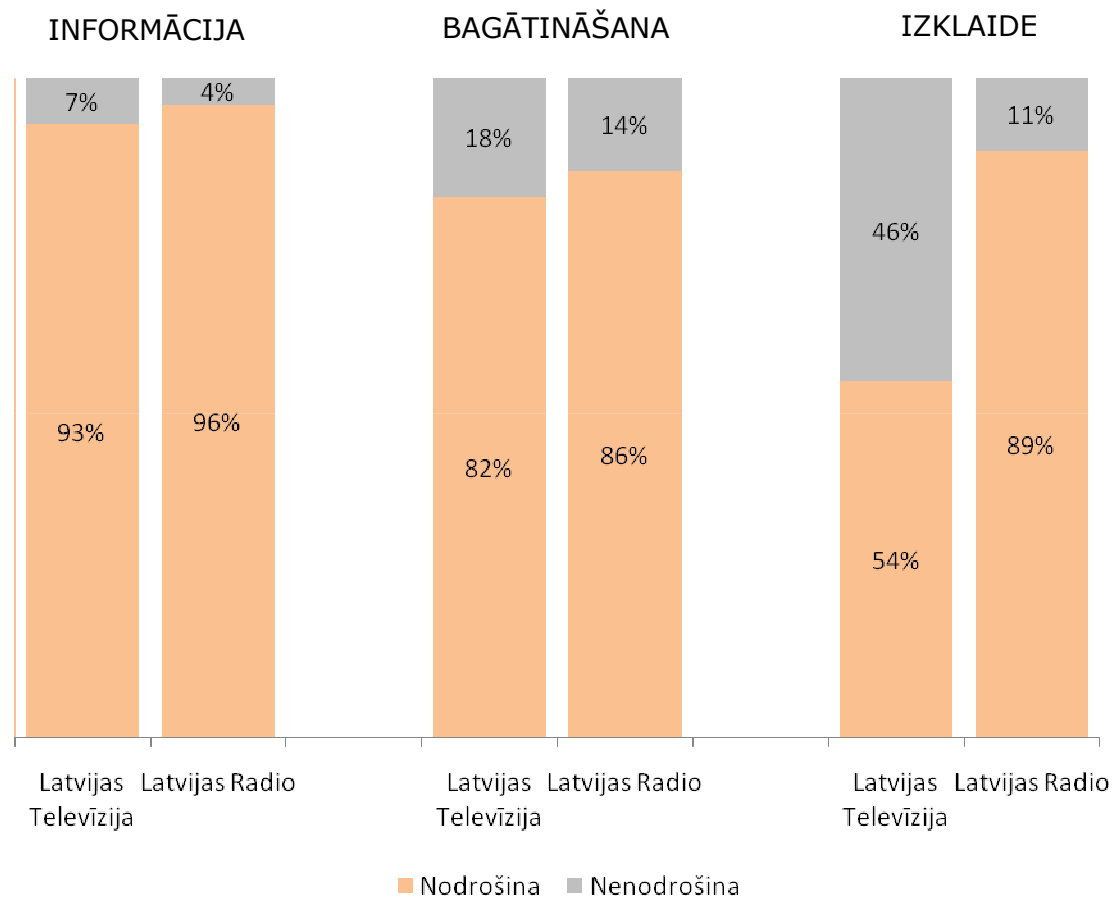
Sabiedrisko mediju tēls (1)

Runājot par LTV/LR kopumā, cik lielā mērā, Jūsaprāt, tā/tas nodrošina ...

... iespēju iegūt informāciju, uzzināt jaunumus par Latvijā un pasaulē notiekošo?

... iespēju paplašināt redzesloku, iegūt vai papildināt zināšanas?

... iespēju izklaidēties, patīkami pavadīt laiku?



Bāze: references grupa

Sabiedrisko mediju tēls (2)

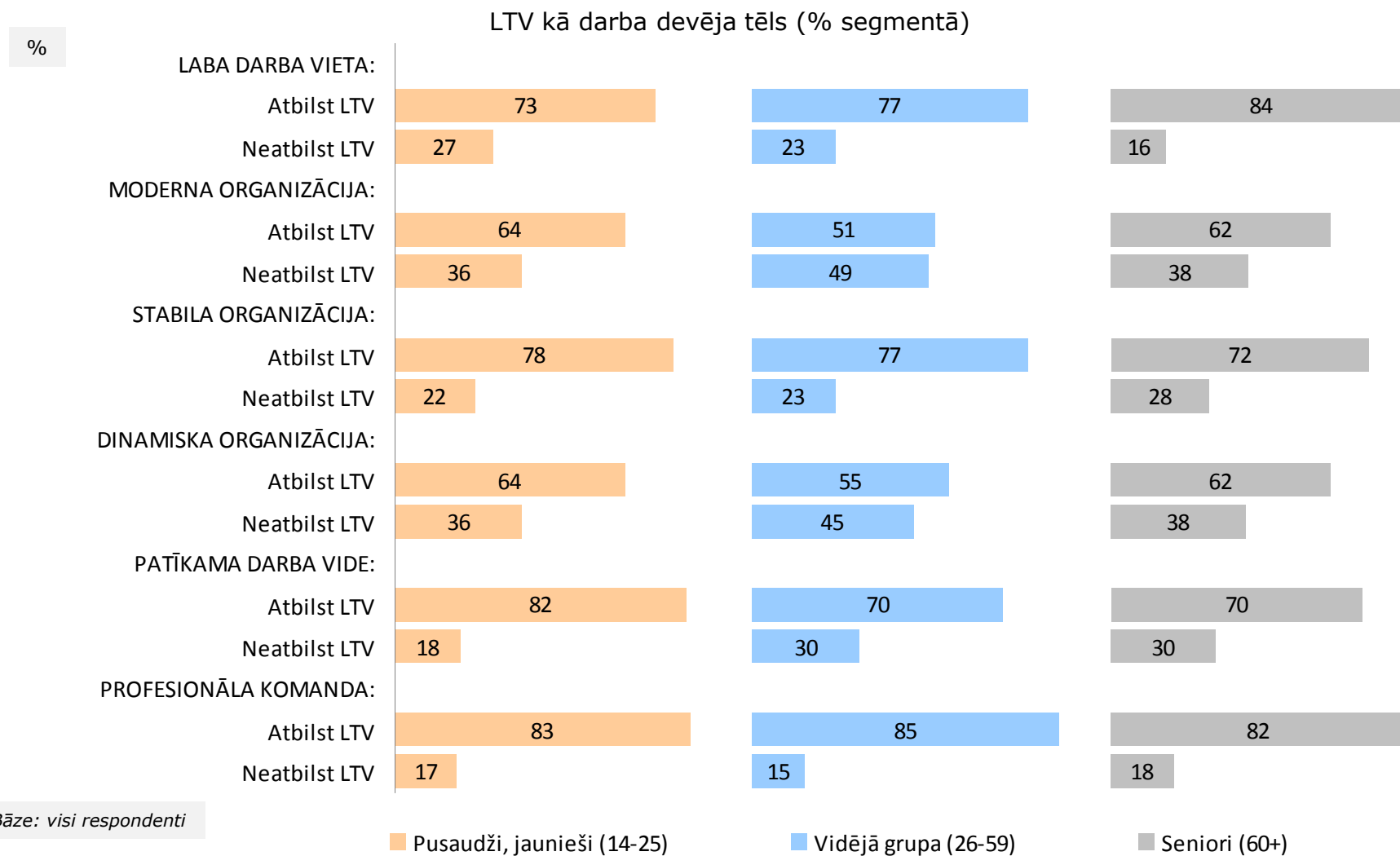
Cik lielā mērā, Jūsaprāt, [...] atbilst šādi raksturojumi:

	LTV 1		LTV 2		LR	
	Atbilst	Neatbilst	Atbilst	Neatbilst	Atbilst	Neatbilst
Ir informācijas līderis	55%	45%	19%	81%	85%	15%
Piedāvā daudzveidīgu raidījumu programmu	51%	49%	56%	44%	83%	17%
Raidījumi ir augstā profesionālā līmenī	68%	32%	70%	30%	90%	10%
Pārstāv visas sabiedrības intereses	52%	48%	51%	49%	75%	25%
Veicina demokrātiskas sabiedrības veidošanu	62%	38%	54%	46%	79%	21%
Stiprina Latvijas nacionālo kultūru	87%	13%	55%	45%	89%	11%
Izglīto skatītājus	83%	17%	82%	18%	94%	6%

Bāze: references grupa

LTV darba devēja tēls

Atbilstoši tam, ko Jūs zināt un kāds Jums ir izveidojies priekšstats par Latvijas televīziju, cik lielā mērā, Jūsuprāt, Latvijas televīzijai kā darba dēvējam atbilst šādi raksturojumi?



Bāze: visi respondenti

Auditorijas segmenti

Vecuma posmi



Bērni pirmsskolas vecumā (3-6 gadi)

Attiecības ģimenē, lomu un sižetu rotaļas, aktīvas darbības

Jaunāko klašu skolēni (7-13 gadi)

Aktīva pasaules izzināšana, iedzimto dotumu attīstīšana, sadarbība ar citiem

Pusaudži (14-17 gadi)

Identitātes meklējumi, strauja socializācija, sociālo lomu apgūšana

Jaunieši (18-25 gadi)

Intimitāte un pašapziņa, attiecības ar pretējo dzimumu, turpmākā dzīves ceļa izvēle

- Bērnu (3 – 13 g.), pusaudžu (14 – 17 g.) un jauniešu (18 – 25 g.) vidū vērojama tendence, ka, pieaugot vecumam, televīzijas skatīšanās biežums samazinās. Jaunieši norāda, ka ikdienā televizoru vai nu neskatās nemaz, vai tas ir ieslēgts „fonā”.
- Jaunieši pieļauj iespēju, ka, kļūstot vecākiem, viņi varētu atsākt biežāk skatīties televīziju, ja saturs un kvalitāte būs atbilstoša.
- Bērni un pusaudži televīzijas raidījumu izvēlē lielā mērā ir atkarīgi no vai pielāgojas citu ģimenes locekļu izvēles – vecāku brāļu vai māsu, vecāku vai vecvecāku.
- Sabiedriskās televīzijas piedāvājums bērnu, pusaudžu un jauniešu auditorijām kopumā tiek vērtēts kritiski. Televīzijas formāts tiek raksturots kā novecojis, nepietiekoši atraktīvs, tāds, kas nespēj noturēt uzmanību.

Radio

- Bērnu vecāki norāda, ka bērniem radio nav svarīgs medijs un ka radio nav liela nepieciešamība veidot speciālus raidījumus tieši bērnu auditorijai.
- Pusaudži, salīdzinot ar bērniem, radio klausās biežāk, bet jauniešu vidū radio tiek vērtēts augstāk nekā televīzija, jo tas ļauj saņemt informāciju neatkarīgi no atrašanās vietas.
- Tipiskākās situācijas, kad pusaudži vai jaunieši klausās radio ir no rītiem mājās vai ceļā uz skolu vai darbu. Tomēr radio visbiežāk tiek izmantots kā „fona” medijs, speciāli nemeklējot vai negaidot kādu konkrētu raidījumu.

- Gan bērni, gan pusaudži un jaunieši internetu izmanto gandrīz katru dienu.
 - Pusaudžu un jauniešu auditorijās internets tiek vērtēts kā svarīgākais medijs – interneta lietošanai tiek veltīts ievērojami vairāk laika kā radio vai televīzijai.
- Jaunāko bērnu vidū internets tiek izmantots galvenokārt izklaidei un spēlēm.
 - Lai gan arī šajā vecuma grupā internets tiek izmantots kā izziņas līdzeklis, tomēr bērnu vecāki norāda, ka internetā trūkst kvalitatīvas, bērniem piemērotas informācijas tieši latviešu valodā.
- Pusaudžu un jauniešu vidū internets tiek izmantots ziņu lasīšanai, informācijas ieguvei, saziņai ar draugiem, izklaidei (filmas, seriāli u.tml.) kā arī sociālo tīklu portālu apmeklēšanai.
- Internets tiek izmantots arī radio un televīzijas satura patērēšanai.
 - Interneta priekšrocība ir iespēja šo saturu patērēt neatkarīgi no laika vai atrašanās vietas.

Sabiedriskie mediji (1)

- Sabiedriskie mediji šobrīd nav populāri un netiek aktīvi patērēti ne bērnu, ne pusaudžu vai jauniešu auditorijā.
- Diskusijās minētie raidījumi, tēmas, kas interesē pusaudžus un jauniešus televīzijā vai radio:
 - dokumentālās filmas, populārzinātniski raidījumi;
 - zinātne, jaunākās tehnoloģijas;
 - ziņas, diskusiju raidījumi;
 - aktualitātes Latvijas reģionos;
 - sporta raidījumi, tiešraides;
 - Latvijā radītie kultūras un mākslas produkti – filmas, seriāli, mūzika, mūzikas grupas, teātra izrādes u.tml.;
 - pasaulē šobrīd aktuālākie seriāli, filmas.

Sabiedriskie mediji (2)

- Diskusijās minēti vairāki iespējamie iemesli, kādēļ sabiedrisko mediju saturs nav konkurētspējīgs vai nerasniedz pusaudžu un jauniešu auditoriju:
 - Radio vai televīzija nereti tiek patērēta „garāmejojot” – satura izvēli nosaka kāds cits cilvēks, ģimenes loceklis, vai arī medijs tiek izmantots tikai kā „fons” citām aktivitātēm.
 - Sabiedriskajos medijos piedāvātais saturs vai tā pasniegšanas veids ir „novecojis”, nav pietiekoši „atraktīvs”.
 - Esošais sabiedrisko mediju piedāvājums netiek pietiekoši efektīvi komunicēts tieši pusaudžu vai jauniešu auditorijām, izmantojot šīm auditorijām piemērotākos komunikācijas kanālus.

- Gan bērnu vecāku, gan jauniešu un pusaudžu diskusijās tika uzsvērts, ka interneta kā nozīmīgākā medija loma tikai pieaugs šo mērķa grupu ietvaros.
- Pusaudži un jaunieši sociālo tīklu portālus, piemēram, Twitter nereti izmanto kā internetā pieejamās informācijas filtru.
 - Izvēloties, kam sekot, tiek nodrošināta iespēja kontrolēt saņemamās informācijas plūsmu, nodrošinot maksimālu atbilstību katra personīgajām interesēm.
 - Sabiedriskajiem medijiem ir jāspēj nodrošināt pietiekoši interesantu, pusaudžiem un jauniešiem atbilstošu klātbūtni sociālo mediju vidē, lai spētu efektīvi uzrunāt šo auditoriju un kļūtu pamanāmi šīs auditorijas informācijas plūsmā.
- Sabiedriskajiem medijiem ir jāspēj nodrošināt kvalitatīvu klātbūtni un lietošanas pieredzi interneta vidē kopumā.
 - Visās grupās kā būtiska interneta priekšrocība tika minēta iespēja patērēt informāciju neatkarīgi no laika vai atrašanās vietas. Tādēļ mediju saturam būtu jābūt ērti pieejamam interneta vidē, satura pasniegšanu optimizējot katrai no piekļuvei izmantojamajām platformām – personālais / portatīvais dators, planšetdators, viedtālrunis, smart TV u.tml.



- Palīdz organizēt laiku, dienaskārtību
 - No rīta – motivē piecelties (multifilmas)
 - Vakarā – pirms gulētiešanas
- Skatīšanās laiks atkarīgs no ģimenes dzīves ritma
 - Kad ģimene atgriezusies mājās (pēc ~17:00), brīvdienās
- Izvēli visbiežāk nosaka citi ģimenes locekļi
 - Skatās to, ko skatās vecāki
 - Ja ir vecāki bērni – viņu izvēlētos raidījumus
- Veido ģimenes rituālus un tradīcijas
 - Brīvdienās – kopīga filmu vai populārzinātnisku raidījumu skatīšanās
- Bērnam pieaugot, mazinās interese par multfilmām, pieaug interese par izziņas raidījumiem un seriāliem

„Man ir svarīgi, ja tie pieaugušie var būt kopā ar to bērnu pie televizora.”

Ieteikumi



- Valodu apguves raidījumi
„... valodas raidījums ir ļoti vajadzīgs. Krievu kanālos ir tas par Dašu vai kā viņu sauc, bērnam tik ļoti gribās, ka viņš arī krieviski skatās.”
- Raidījumi, kuri aicina darboties līdzī vai pamudina uz dažādām aktivitātēm
„Es domāju, ka vajag tādus raidījumus, kuri aicina aiz ekrāna darboties līdzī. Vienalga vingrošana, zīmēšana, krāsošanās, ģērbšanās.”
- Raidījumi par dzīves stilu, modi
„Vienu reizi krievu modes mākslinieka Vasiljeva raidījumā ..., bet tur pēkšņi parādījās trīs vecuma grupu bērni, kuri arī bija ieģērbti, un tad stāstīja, kas ir modē. Un manējais arī [ieinteresējās]”
- Līdzīgs raidījums, kāds bija „Miedziņš nāk”
„Ja būtu tāds raidījums, kur nedaudz pastāsta un pēc tam multene, tā kā mums bērniībā bija „Miedziņš nāk”. Sākumā izzinošs un pēc tam lai ir multenīte.”
- Izglītojoši un informējoši raidījumi par Latviju, dabu, dzīvniekiem
„Kaut vai uztaisīt raidījumu, kur ceļo ģimene pa kaut kādām vietām, stāsta, rāda, un tad gan bērniem, gan pieaugušajiem ir idejas [kur varētu aizbraukt].”

Bērni (3-6) – radio



- Nav svarīgs medijs
 - Klausās tad, ja vecāki klausās
 - Kalpo tikai par fonu
- Nav nepieciešamība klausīties
 - Ir pieejami ieraksti
 - Nav jābūt pie radio noteiktā laikā
- Dažkārt tiek izmantots aktivitātēm vai spēlēm
 - Ceļā, automašīnā

„Man liekas, ka ir ļoti sarežģīti pie radio piesaistīt bērnu, tad ir televizors jāizslēdz un dators, tad paliek vienīgais radio. Bet to visu var dabūt ierakstos, nokopēt un kāpēc man tieši tajā brīdī būtu jābūt pie radio?”

Jaunāko klašu skolēni (7-13)



Aktīva
pasaules
izzināšana,
iedzimto
dotumu
attīstīšana,
sadarbība ar
citiem

- Televīzija:
 - Mazinās interese par multfilmām, pieaug interese par izziņas raidījumiem un seriāliem
- Interesē:
 - Televīzijas spēles, sacensības
 - Izziņas raidījumi
- Radio:
 - Ja izmanto, tad visbiežāk kā fonu (mūzika)
- Internets:
 - Izmanto galvenokārt izklaidei un spēlēm
 - E-skola

Pusaudži (14-17) - televīzija



- Skatās maz (?)
 - Laika kavēklis
 - No rītiem fonam, vakarā pirms gulētiešanas
- Biežāk kopā ar citiem ģimenes locekļiem
 - Skatās to, kas interesē arī citiem ģimenes locekļiem
- Vajadzības:
 - Izklaidējoši seriāli
 - Populārzinātniski raidījumi
- Sabiedriskā televīzija
 - LTV 1 – Likteņa līdumnieki, Neprāta cena, Smalkais stils
 - LTV 7 - izziņa
 - „LTV7 ir interesantāks, jo tur ir interesantākas filmas, dokumentālās filmas arī tur ir.”
 - „Ja tur iemestu vēl arī jautrākas filmas, tad būtu superīgi.”

„Citreiz es vienkārši aizeju apskatīties ko vecāki skatās un ja man iepatīkas, tad es arī paskatos. Kas nu tur pa TV ir, to arī jāskatās.”

Pusaudži (14-17) - radio



- Biežāk no rītiem
 - Mājās, pa ceļam uz skolu
 - Rīta izklaidējošo raidījumu bloki
- Klausās neregulāri, vairāk fonam
- Sabiedriskais radio nav populārs

„Pirmajā jau tur runā praktiski visu laiku.”

„NABA ir šausmīga. Onkuls vienmēr mašīnā klausās, man ļoti besī. Man nav nekas pret regeju, bet viņš tur tik daudz skan, ka es lūdzu, lai pārslēdz. [...] Pirmā dzirdēšana, ka tas ir jauniešiem, man liekas ka tas ir 40 gadīgiem onkuļiem.”

- Mūzikas izvēle
 - „Kad ir apnikusi sava „playliste”, tad klausās radio.”*

Jaunieši (18-25) - televīzija



- Apgalvo, ka skatās maz vai gandrīz nemaz (*tomēr ir labi informēti par televīziju piedāvājumu*)
„Televizors tevi ierobežo – jābūt tikos un tikos mājās, tad viņš ir jāieslēdz.”
- Skatīšanās situācijas:
 - Kopā ar citiem ģimenes locekļiem
 - Vakaros fonā
 - Pasākumos ar draugiem
 - Sporta pārraides, TV šovi
- Internetā atrod interesējošo saturu agrāk kā pieejams televīzijā
- Izvēle:
 - Ziņas
 - Diskusijas
 - Sporta pārraides
 - Seriāli

Jaunieši (18-25) - radio



- Klausās maz

- Biežāk no rītiem, pa ceļam
- Dienas laikā kā fonu
- Klausās interneta radio stacijas (datorā, telefonā)

- Izvēle

- Pēc satura

„Es piekrītu, ka „Latvijas radio - 1” ir visplašākais ziņu klāsts, jo citreiz mani arī interesē nevis tas, ko es izlasu ziņu portālos, bet arī kaut kas cits, piemēram, kas reģionos notiek un tā.”

„Es klausījos aplikāciju raidījumu, vienkārši nevienam radio nekur tāds nav, kas tieši stāsta par jaunākajām tehnoloģijām, tāpēc man patīk „Radio 101”. Vēl man patīk raidījums „Overtime”, kas stundas laikā izklāsta visus jaunumus sportā.”

- Pēc mūzikas stila

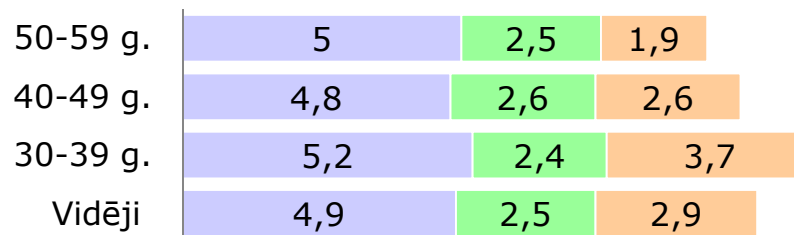
„Man arī patīk „Radio Rīga”, labas dziesmas, labs mūzikas stils, kas man patīk.”

Vidējā vecuma grupa (25-59)



- References grupa – iedzīvotāji vecumā no 25 līdz 59 gadiem, kas izjūt piederību Latvijai un interesējas par sabiedrībai aktuāliem jautājumiem
 - Piederība: izjūt saikni ar Latviju un izvēlētos dzīvot Latvijā
 - Interese par sabiedrības norisēm: biežāk kā reizi nedēļā izmanto vismaz divus ziņu avotus (dienas laikraksti, TV ziņas, radio ziņas vai interneta ziņu portāli)
- Mediju piedāvājuma plānošanai izmantojamās segmentēšanas metodes grupas ietvaros pēc vajadzībām, interesēm un mediju izmantošanas ieradumiem

Medijiem patērētais laiks (stundas)



■ TV ■ Radio ■ Internets

TNS 2012

Nodrošina sociālās struktūras stabilitāti, tās atražošanu un adaptāciju

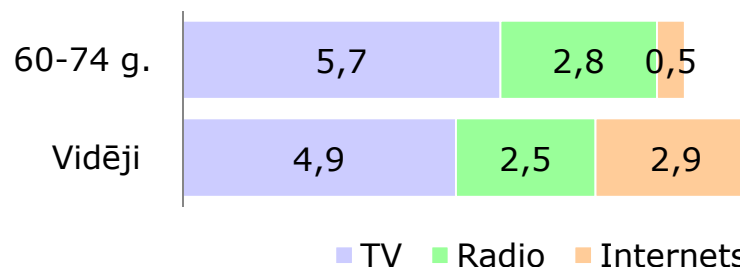
Seniori (60+)



- Veido būtisku Latvijas sabiedrisko mediju šībrīža auditorijas daļu
 - >95% skatās LTV un >85% klausās kādu no LR programmām reizi nedēļā vai biežāk
- Salīdzinājumā ar citām grupām vairāk interesējas par politiku, vēsturi, kultūras dzīves notikumiem, mazāk interesē izklaides joma, ar tehnikas attīstību un tehnoloģijām saistīti jautājumi

Uztur vēsturiski veidojušos un nacionālās identitātes uzturēšanai svarīgu vērtību pārmantojamību

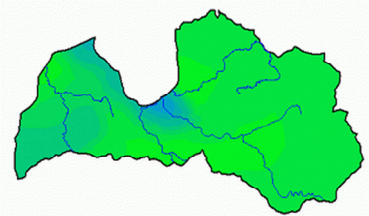
Medijiem patērētais laiks (stundas)



TNS 2012

Krieviski runājošā auditorija

Krievu valodas lietotāji



Eksperti:
Jāatsakās no
kopienu
hierarhijas,
[visiem]
cilvēkiem
jāierauga sevi
medijos un
jāsaista ar sevi
to saturs.

- Valodas barjera vairākumam nav noteicošais faktors mediju satura izmantošanai latviešu valodā
 - To vidū, kuriem latviešu valoda nav dzimtā valoda, 85% skatās TV raidījumus, 54% klausās radio raidījumus un 53% lasa preses izdevumus latviešu valodā
- Ietver atsevišķu grupu, kas pilnībā atrodas ārpus latviešu valodas informatīvās telpas valodas zināšanu dēļ
 - Pirmajā (zemākajā) pakāpē latviešu valodu nezin 7% iedzīvotāju, kuriem latviešu valoda nav dzimtā valoda (LVAVA/BSZI 2008)
- Krievvalodīgie jaunieši:
 - Televīzija - izvēlē dominē Krievijas televīzijas kanāli ar plašāku un kvalitatīvāku satura piedāvājumu
 - Internets – izmanto resursus pārsvarā krievu un angļu valodās, dažkārt latviešu valodā (galvenokārt ziņas)
 - Radio – patērē dažādus mūzikas kanālus neatkarīgi no programmas valodas, bet ziņas vai tematiskos raidījumus izvēlas klausīties krievu valodā
 - Vāji pārzina Latvijas mediju (īpaši televīzijas un radio) piedāvājumu latviešu valodā

