

## Pētījumi

Publicēts: 30.03.2022.

2021.gads 



 [Pētījums par audiovizuālo mediju satura pieejamību un pakalpojumu izmantošanu elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos un interneta vidē.](#) 

 [Prezentācija: Pētījums par audiovizuālo mediju satura pieejamību un pakalpojumu izmantošanu elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos un interneta vidē.](#) 

Pētījuma mērķis: izvērtēt audiovizuālo mediju satura pieejamību un pakalpojumu izmantošanu elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos un interneta vidē;

Mērķa grupa: Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecuma grupā no 16 gadiem un vecāki, tajā skaitā iedzīvotāji ar iedzimtiem redzes un dzirdes traucējumiem.

“Latvijas Fakti”, 2021.gada novembris - decembris.

---

 [Pētījums par Latvijas iedzīvotāju medijpratību un mediju satura lietošanas paradumiem.](#) 

 [Prezentācija: Pētījums par Latvijas iedzīvotāju medijpratību un mediju satura lietošanas paradumiem.](#) 

Pētījuma mērķis: noskaidrot Latvijas iedzīvotāju medijpratību un mediju satura lietošanas paradumus.

Mērķa grupa:

Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecuma grupā no 16 gadiem un vecāki, tajā skaitā mazākumtautību Latvijas iedzīvotāji un jaunieši vecumā no 16 līdz 30 gadiem;

Latvijas mediju vides eksperti.

“Latvijas Fakti”, 2021.gada jūlijs - septembris.

2020.gads 



 [Pētījums par Latvijas iedzīvotāju mediju satura lietošanas paradumiem un sabiedrības vajadzībām.](#) 

 [Prezentācija: Pētījums par Latvijas iedzīvotāju mediju satura lietošanas paradumiem un sabiedrības vajadzībām.](#) 

Pētījuma mērķis: noskaidrot Latvijas iedzīvotāju mediju satura lietošanas paradumus un sabiedrības vajadzības;

Mērķa grupa: Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecuma grupā no 16 gadiem un vecāki, tajā skaitā mazākumtautību Latvijas iedzīvotāji un jaunieši vecumā no 16 līdz 30 gadiem.

“Latvijas Fakti”, 2020.gada oktobris.

2019.gads 



 [Pētījums: Kādu sabiedrisko labumu LTV, LR un LSM.lv sniedz iedzīvotājiem?](#) 

 [Prezentācija: Kādu sabiedrisko labumu LTV, LR un LSM.lv sniedz iedzīvotājiem?](#) 

Pētījuma mērķis: izpētīt sabiedrisko labumu, ko LTV, LR un LSM.lv sniedz Latvijas iedzīvotājiem;

Mērķa grupa: Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecuma grupā no 16 gadiem un vecāki, tajā skaitā mazākumtautību Latvijas iedzīvotāji un jaunieši vecumā no 16 līdz 30 gadiem.

“Latvijas Fakti”, 2019.gada decembris.

2018.gads 



 [Pētījums par Latvijas iedzīvotāju interesēm, dienaskārtību un uzticēšanos medijiem.](#) 

Pētījuma mērķis: noskaidrot Latvijas iedzīvotāju intereses, dienaskārtību un uzticēšanos medijiem;

Mērķa grupa - Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecuma grupā no 16 gadiem un vecāki, tajā skaitā mazākumtautību Latvijas iedzīvotāji un jaunieši vecumā no 16 līdz 30 gadiem.

“Latvijas Fakti”, 2018.gada augusts.

2017.gads 



 [Radio patēriņš dažādās platformās un attīstības prognozes. Latvijas iedzīvotāju aptauja 2017. gada decembris.](#) 

Pētījuma mērķis: izpētīt radio patēriņu dažādās platformās un modelēt lietošanas prognozes, izmantojot Kantar TNS *Conversion Model* metodoloģiju;

Mērķa grupa: Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 60 gadiem;

Izlases lielums: 1002 respondenti.

KANTAR TNS, 2017. gada decembris.

2016.gads 



 [Televīzijas auditorijas pētījums. Latvijas iedzīvotāju aptaujas dati 2016.gada oktobris - novembris.](#) 

 [Televīzijas auditorijas pētījums. Fokusa grupu diskusiju kopsavilkums 2016.gada oktobris - novembris.](#) 

Pētījuma mērķis:

Apzināt Latvijā pieejamo televīzijas programmas raidošo elektronisko plašsaziņas līdzekļu auditoriju, atbilstoši katra apgabala (Rīga, Vidzeme, Latgale, Kurzeme, Zemgale) iedzīvotāju sociāldemogrāfiskajam sastāvam;

Noskaidrot, kādas ir attiecīgās auditorijas intereses un vajadzības, skatoties Latvijā pieejamās televīzijas programmas;

Analizēt atšķirības TV skatīšanās paradumos, izvēlē dažādu vecumu respondentu, reģionu iedzīvotāju, tautību vidū;

Aprakstīt Latvijā pieejamo televīzijas programmu satura un apraides sektoru, t.sk., sniegt vērtējumu par Latvijā pieejamiem ziņu raidījumiem, vietējo un reģionālo televīziju satura piedāvājumu;

Noskaidrot TV auditorijas intereses un vajadzības, skatoties Latvijā pieejamās TV programmas.

Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs (SKDS), 2016. gada oktobris - novembris.

 [Valsts SIA "Latvijas Televīzija" \(LTV\) sabiedriskā labuma izvērtējums par 2013. - 2015. gadu.](#) 



Neatkarīgas ekspertīzes atzinums, ietverot aptverošu un salīdzinošu LTV sabiedriskā labuma izvērtējumu par 2013.-2015. gadu, balstoties uz:

LTV sabiedriskā pasūtījuma gada plāniem un izpildes pārskatiem;

NEPLP apstiprinātajiem LTV valdes ikgadējiem mērķiem un uzdevumiem attiecībā uz sabiedrisko pasūtījumu un to izpildes novērtējumu;

NEPLP iniciētajiem LTV ikgadējiem zīmolu, raidījumu un auditorijas pētījumiem, it īpaši par auditorijas apmierinātību un uzticēšanos.

Dr. sc. comm. Jānis Buholcs, 2016. gada februāris.

 [Ekspertu diskusijas argumentu apkopojums: Stiprināt Latviju hibrīdkara apstākļos: sabiedriskā medija pienākums. LTV krievvalodīgā kanāla kā multimedijas platformas attīstība.](#) 

NEPLP kopā ar Baltijas – Melnās jūras aliansi (BMJA) rīkoja ekspertu diskusiju “Kā sabiedriskajam medijam sasniegt krievvalodīgo auditoriju?”, kas deva iespēju argumentus par un pret LTV krieviski runājošas programmas paplašināšanu izvētīt ar Eiropas Demokrātijas fonda un Igaunijas sabiedriskā medija ERR valdes locekļa un ERR mediju ombuda palīdzību. Diskusijas rezultātā tapis šis ekspertu argumentu apkopojums.

NEPLP un Baltijas – Melnās jūras alianses (BMJA) ekspertu diskusijas “Kā sabiedriskajam medijam sasniegt krievvalodīgo auditoriju?” apkopojums, 21.05.2015.

 [Radio apraide Latvijā - ekonomiskā analīze. Gala ziņojums.](#) 

Pētījums ir radio apraides sektora ekonomiskā analīze.

Pētījuma veikšanas vispārīgais mērķis ir aprakstīt komerciālo radio apraides sektoru Latvijā un analizēt to no ekonomiskās un sociālās efektivitātes viedokļa.

Baltijas Starptautiskais Ekonomikas Politikas Studiju Centrs (BICEPS), 2015.gada janvāris.

 [Raidījumos fiksēto valodas un domāšanas stratēģiju analīze](#) 

Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes Monitoringa centra 2014. gada 4. marta ziņojumos Nr. 15, 16, 5. marta ziņojumos Nr. 17, 18, 19, 7. marta ziņojumā Nr. 21, 11. marta ziņojumā Nr. 22, 12. marta ziņojumos Nr. 23, 24, 25, 17. marta ziņojumos Nr. 26, 27, 18. marta ziņojumā Nr. 28, 20. marta ziņojumā Nr. 29, 24. marta ziņojumā Nr. 32, 25. marta ziņojumā Nr. 33 raidījumos fiksēto valodas un domāšanas stratēģiju analīze.

Prof. Dr. phil. Daina Teters (02.04.2014.)

Mediju apraide Latvijā.

 [Nacionālo mediju apraides stratēģija Latvijā. Kopsavilkums.](#) 

 [Prezentācija: Tendences patērētāju lietošanas paradumos. Mediju industrijas prioritātes.](#) 

2012.gada 27.decembris.

 [Prezentācija: Mediju apraide Latvijā.](#) 

2012.gada 7.decembris.

---

Pētījumi par mediju lietošanas paradumiem.

 [Pētījums: Mediju lietošanas paradumu pētījums Latgales reģionā. Galvenie rezultāti.](#) 

Factum group, 2012. gads.

 [Pētījums: Sabiedrības vajadzību un mediju lietošanas paradumu izpēte. Galvenie rezultāti.](#) 

Factum group, 2012. gads.

---


Atzinums.

 [J.Dombura atzinums saskaņā ar 2012.gada 27.februāra līgumā noteiktajiem NEPLP padomnieka pienākumiem.](#) 

2012.gada 31.marts.

 [Saistību izpildes akts.](#) 

2012.gada 10.aprīlis

2011. gads 



 [Situācijas izpēte elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas 2012. - 2017. gadam izstrādei.](#) 

Pētījuma mērķis: Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei 2011. gadā ir jāsagatavo „Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālo stratēģiju” 2012. – 2017. gadam. Stratēģija ir nozīmīgs elektronisko plašsaziņas līdzekļu attīstību un sabiedrisko pasūtījumu regulējošs dokuments, un tam ir jāatbilst mainīgajām sabiedrības vajadzībām, tehnoloģiju attīstības tendencēm un jāņem vērā plašsaziņas līdzekļu konkurences apstākļus. Stratēģijā nepieciešams arī norādīt nepieciešamo lēmumu kopumu un rīcības virzienus, lai Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome varētu stimulēt elektronisko mediju attīstību Latvijā.

Baltic Institute of Social Sciences, 2011. gada februāris – aprīlis.

2007.gads 



 [Pētījums par Latvijas radio raidorganizāciju programmām.](#) 

 [Pētījums par Latvijas TV raidorganizāciju programmām.](#) 

Socioloģiskie pētījumi par Latvijas televīziju raidorganizāciju programmām (vietējām, reģionālajām, nacionālajām, sabiedriskajām) un Latvijas radio raidorganizāciju programmām (vietējām, reģionālajām, nacionālajām, sabiedriskajām).

Data Serviss 2007. gada augusts.

 [Ziņas Latvijas televīzijās. LTV1, LTV7, TV3, LNT, TV5 un PBK ziņu raidījumu satura analīze 2007. gada 16. - 27. aprīlis.](#) 

Sergejs Kruks, Jānis Juzefovičs, Elena Kikuste, Gusts Kikusts. Rīga 2007. gads.

2005.gads 



 [Pētījums: Ziņu atlasē un ziņu izlaiduma veidošana Latvijas nacionālajās televīzijās.](#) 

 [Pētījuma pielikumi.](#) 

Pētījuma mērķis: analizēt televīzijas nacionālo ziņu sižetu stuktūru, to veidojošos elementus, kā arī ziņu raidījumu satura veidošanas tendences.

Pētījuma autore: Gunita Berķe, Vineta Silkāne. Vidzemes augstskola, Valmiera 2005.gads.