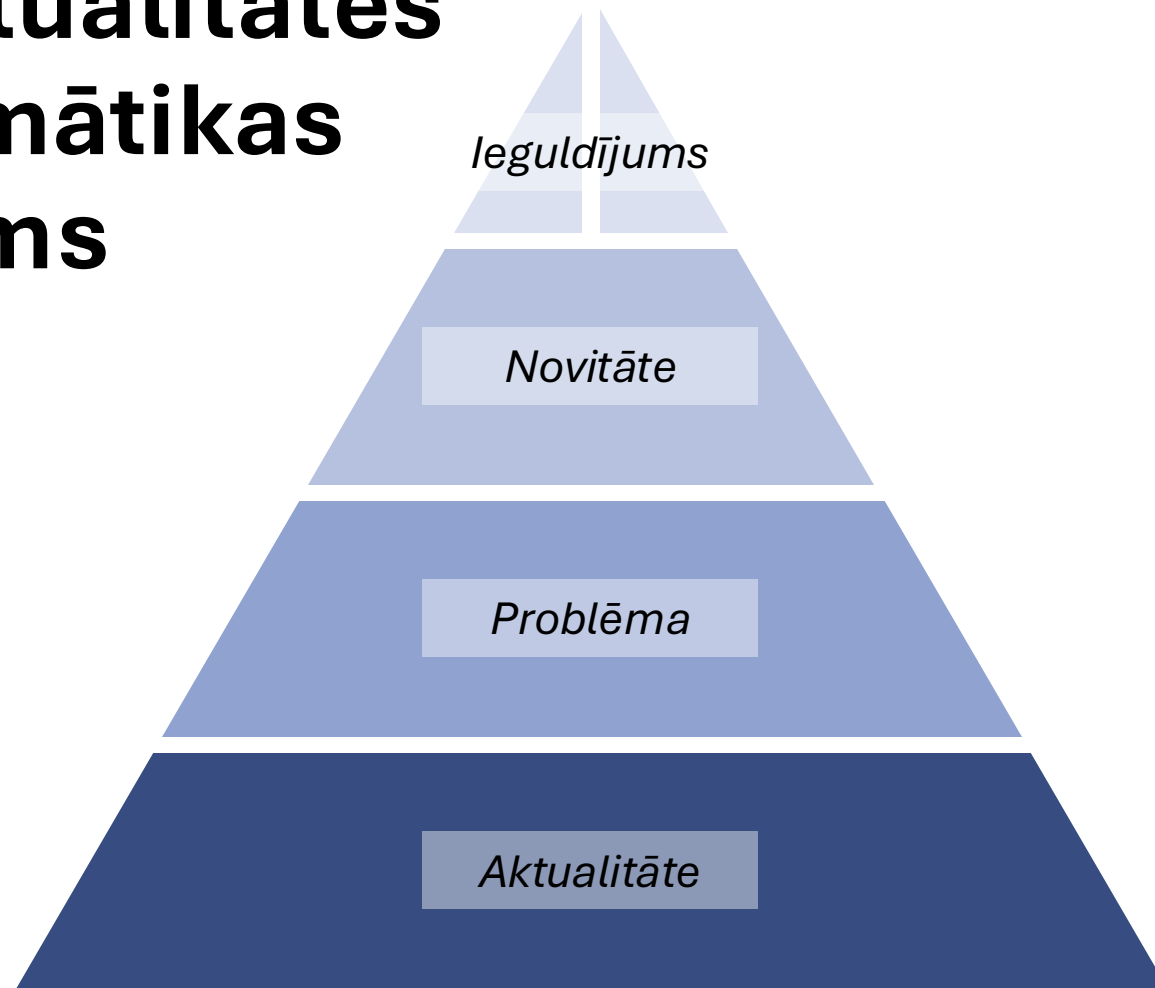


Skolēnu talantu attīstīšana caur pētniecību un projektu darbu izstrādi

L. Tiunčika

**Tēmas, aktualitātes
un problemātikas
pamatojums**

Tēmas, aktualitātes un problemātikas pamatojums



Tēmas, aktualitātes un problemātikas pamatojums

Aktualitāte

Notikumi ne senāki par 5 gadiem;

vai

Trūkst jebkādas informācijas par tēmu.

Neaktuāla tēma:

- ✓ Pārāk plaša;
- ✓ Pārāk vispārīga;
- ✓ Novecojusi;
- ✓ Personīgi interesanta, bet zinātniski neaktuāla;
- ✓ Trūkst sasaiste ar problēmu.

Tēmas, aktualitātes un problemātikas pamatojums

Aktualitāte

Neaktuāla tēma	Aktuāla tēma
<i>Pasaka par Pelnrušķīti</i>	Dzimuma stereotipi un pašnoteikšanās spējas pasakas “Pelnrušķīte” mūsdienu adaptācijās.
<i>Atkritumu šķirošana</i>	Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu šķirošanas paradumu veicināšanā.
<i>Demokrātija Senajā Grieķijā</i>	Sengrieķu mācības demokrātiskās sistēmas integritātes stiprināšanai digitālajā vidē.
<i>Cilvēka prāts</i>	Kognitīvā pārslodze digitālās komunikācijas laikmetā.

Tēmas, aktualitātes un problemātikas pamatojums

Aktualitāte

Laba tēma:

- ✓ Pietiekami konkrēta un specifiska;
- ✓ Risina pētniecības problēmu, tendenci, teorētiskos ierobežojumus;
- ✓ Skaidri sasaistas ar pieejamo literatūru un informāciju;
- ✓ Aktuāla sabiedrībai, politikā, zinātnē vai citādi praktiski noderīga.

Tēmas, aktualitātes un problemātikas pamatojums

Problēma

- ✓ Ko izpēte sniegs?
- ✓ Kādu problēmu tā risinās?

Globālas problēmas 

Vietējas problēmas 

[Eurostat](#)

[Eiropas Barometrs](#)

[Eiropas Atvērtās datu kopas](#)

[Latvijas Oficiālās statistikas portāls](#)

[Pasaules Bankas dati](#)

[IAM analītika](#)

[OECD dati](#)

[Statista](#)

Tēmas, aktualitātes un problemātikas pamatojums

Teorētisks

Praktisks

leguldījums

Novitāte

*Papildina esošo teoriju;
Sniedz praktisku rīku, ieteikumus, stratēģijas.*

*Inovatīva pētījuma metodoloģija, manipulācija, faktors
ietverts, kas līdz šim nav apsvērts*

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma objekts = uz ko vērsts izziņas process

Pētījuma priekšmets = Objekta īpašības vai aspekti, kas tiek pētīti

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma objekts = Satura veidošanas stratēģijas

Pētījuma priekšmets = Satura veidotāju stratēģiju ietekmes novērtējums uz
sekotāju attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumiem.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma ģenerālā kopa = Sekotāji konkrētam satura veidotājam (10'000)

Pētījuma izlases kopa = Sekotāji, kas jāaptaujā (370) [Kalkulators](#)

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma mērķis = Pētījuma nolūks

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Uzzināt, vai satura veidotāji ietekmē sabiedrības
atkritumu šķirošanas paradumus.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

✗ Pārāk vispārīgs, nenorāda konkrētus ietekmes
definējošus konceptus, kas tiktu pētīti;

Pētījuma mērķis = Pētījuma nolūks

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: ~~Uzzināt, vai satura veidotāji ietekmē sabiedrības
atkritumu šķirošanas paradumus.~~

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

✗ Pārāk vispārīgs, nenorāda konkrētus ietekmes
definējošus konceptus, kas tiktu pētīti;

Pētījuma mērķis = Pētījuma nolūks

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kā satura veidotāji palielina sabiedrības
iesaisti atkritumu šķirošanas programmās.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

- ✗ Pārāk vispārīgs, nenorāda konkrētus ietekmes definējošus konceptus, kas tiktu pētīti;
- ✗ Nevajadzētu norādīt uz konkrētu iznākumu;

Pētījuma mērķis = Pētījuma nolūks

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kā satura veidotāji palielina sabiedrības iesaisti atkritumu šķirošanas programmās.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

- ✗ Pārāk vispārīgs, nenorāda konkrētus ietekmes definējošus konceptus, kas tiktu pētīti;
- ✗ Nevajadzētu norādīt uz konkrētu iznākumu;

Pētījuma mērķis = Pētījuma nolūks

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Pierādīt, ka mūsdienu šķirošanas paradumus formē
satura veidotāji.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

- ✗ Pārāk vispārīgs, nenorāda konkrētus ietekmes definējošus konceptus, kas tiktu pētīti;
- ✗ Nevajadzētu norādīt uz konkrētu iznākumu;
- ✗ Pārāk liels uzsvars uz tiešas sakarības noteikšanu;

Pētījuma mērķis = Pētījuma nolūks

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Pierādīt, ka mūsdienu šķirošanas paradumus formē
satura veidotāji.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

- ✗ Pārāk vispārīgs, nenorāda konkrētus ietekmes definējošus konceptus, kas tiktu pētīti;
- ✗ Nevajadzētu norādīt uz konkrētu iznākumu;
- ✗ Pārāk liels uzsvars uz tiešas sakarības noteikšanu;

Pētījuma mērķis = Pētījuma nolūks

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Balstoties uz teorētisko analīzi par satura veidotāju lomu vides aizsardzībā un empīrisko pētījumu, izstrādāt satura veidotāju stratēģiju auditorijas attieksmes un atkritumu šķirošanas paradumu formēšanai.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma mērķis = Pētījuma nolūks

Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu šķirošanas paradumu veicināšanā.

Pētījuma mērķis: Balstoties uz teorētisko analīzi par satura veidotāju lomu vides aizsardzībā un empīrisko pētījumu, izstrādāt satura veidotāju stratēģiju auditorijas attieksmes un atkritumu šķirošanas paradumu formēšanai.

- ✗ Pārāk vispārīgs, nenorāda konkrētus ietekmes definējošus konceptus, kas tiktu pētīti;
- ✗ Nevajadzētu norādīt uz konkrētu iznākumu;
- ✗ Pārāk liels uzsvars uz tiešas sakarības noteikšanu;
- ✓ Pieļauj dažādus iznākuma veidus;
- ✓ Orientēts uz procesu nevis konkrētu iznākumu;
- ✓ Iekļauj galvenos apskatāmos konceptus.

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju
stratēģijas un satura uztvertā ticamība
formē auditorijas attieksmi un
atkritumu šķirošanas paradumus.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma uzdevumi = soļi, kurus nepieciešams
paveikt, lai sasniegtu pētījuma mērķi

1. Noskaidrot satura veidošanas stratēģijas atkritumu šķirošanas komunikācijā, atkritumu šķirošanas paradumu un attieksmes veidus;
2. Izveidot kārtošanas sistēmu stratēģiju uzskaitēi;
3. Izmantot Sociālās ietekmes teoriju datu analīzē;
4. Izstrādāt sistēmu satura uztvertās ticamības mērīšanai;
5. Intervēt satura veidotājus;
6. Veikt sabiedrības aptauju;
7. Noskaidrot sakarības starp stratēģijām un attieksmi, kā arī atkritumu šķirošanas paradumiem;
8. Secināt, ka satura veidotājiem vajadzētu aizstāt tradicionālās vides aizsardzības kampaņas.

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju
stratēģijas un satura uztvertā ticamība
formē auditorijas attieksmi un
atkritumu šķirošanas paradumus.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma uzdevumi = soļi, kurus nepieciešams
paveikt, lai sasniegtu pētījuma mērķi

- ~~1. Noskaidrot satura veidošanas stratēģijas atkritumu šķirošanas komunikācijā, atkritumu šķirošanas paradumu un attieksmes veidus;~~
- ~~2. Izveidot kārtošanas sistēmu stratēģiju uzskaitē;~~
- ~~3. Izmantot Sociālās ietekmes teoriju datu analīzē;~~
- ~~4. Izstrādāt sistēmu satura uztvertās ticamības mērīšanai;~~
- ~~5. Intervēt satura veidotājus;~~
- ~~6. Veikt sabiedrības aptauju;~~
- ~~7. Noskaidrot sakarības starp stratēģijām un attieksmi, kā arī atkritumu šķirošanas paradumiem;~~
- ~~8. Secināt, ka satura veidotājiem vajadzētu aizstāt tradicionālās vides aizsardzības kampaņas.~~

**SASNIEDZAMIE REZULTĀTI /
DATU IEVĀKŠANAS METODES**

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju
stratēģijas un satura uztvertā ticamība
formē auditorijas attieksmi un
atkritumu šķirošanas paradumus.

Pētījuma uzdevumi = soļi, kurus nepieciešams
paveikt, lai sasniegtu pētījuma mērķi

1. Analizēt zinātnisko literatūru par videi draudzīga satura veidošanu, attieksmi, kā arī atkritumu šķirošanas paradumiem;
2. Izpētīt un apkopot satura veidošanas stratēģijas;
3. Analizēt Sociālās ietekmes teoriju;
4. Noteikt kritērijus satura uztvertās ticamības mērīšanai;
5. Novērtēt satura veidotāju stratēģijas;
6. Novērtēt sabiedrības uztverto ticamību satura veidotāju publikācijām, attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus;
7. Analizēt datus;
8. Interpretēt datus un sniegt praktiskus priekšlikumus.

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju
stratēģijas un satura uztvertā ticamība
formē auditorijas attieksmi un
atkritumu šķirošanas paradumus.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma uzdevumi = soļi, kurus nepieciešams
paveikt, lai sasniegtu pētījuma mērķi

1. **Analizēt** zinātnisko literatūru par videi draudzīga satura veidošanu, attieksmi, kā arī atkritumu šķirošanas paradumiem;
2. **Izpētīt un apkopot** satura veidošanas stratēģijas;
3. Analizēt Sociālās ietekmes teoriju;
4. **Noteikt** kritērijus satura uztvertās ticamības mērīšanai;
5. **Novērtēt** satura veidotāju stratēģijas;
6. Novērtēt sabiedrības uztverto ticamību satura veidotāju publikācijām, attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus;
7. Analizēt datus;
8. **Interpretēt** datus un sniegt praktiskus priekšlikumus.

Konstatēt

Prognozēt,

Definēt,

Izpētīt,

**Izstrādāt programmu /
stratēģiju / modeli,**

Rekomendēt

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju
stratēģijas un satura uztvertā ticamība
formē auditorijas attieksmi un
atkritumu šķirošanas paradumus.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma uzdevumi = soļi, kurus nepieciešams
paveikt, lai sasniegtu pētījuma mērķi

1. Analizēt zinātnisko literatūru par videi draudzīga satura veidošanu, attieksmi, kā arī atkritumu šķirošanas paradumiem;
2. Izpētīt un apkopot satura veidošanas stratēģijas;
3. Analizēt Sociālās ietekmes teoriju;
4. Noteikt kritērijus satura uztvertās ticamības mērīšanai;
5. Novērtēt satura veidotāju stratēģijas;
6. Novērtēt sabiedrības uztverto ticamību satura veidotāju publikācijām, attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus;
7. Analizēt datus;
8. Izstrādāt satura veidošanas stratēģiju pozitīvu atkritumu šķirošanas paradumu veicināšanai;
9. Interpretēt datus un sniegt praktiskus priekšlikumus.

Teorijas izpētes uzdevumi

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju
stratēģijas un satura uztvertā ticamība
formē auditorijas attieksmi un
atkritumu šķirošanas paradumus.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma uzdevumi = soļi, kurus nepieciešams
paveikt, lai sasniegtu pētījuma mērķi

1. Analizēt zinātnisko literatūru par videi draudzīga satura veidošanu, attieksmi, kā arī atkritumu šķirošanas paradumiem;
2. Izpētīt un apkopot satura veidošanas stratēģijas;
3. Analizēt Sociālās ietekmes teoriju;
4. Noteikt kritērijus satura uztvertās ticamības mērīšanai;
5. Novērtēt satura veidotāju stratēģijas;
6. Novērtēt sabiedrības uztverto ticamību satura veidotāju publikācijām, attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus;
7. Analizēt datus;
8. Izstrādāt satura veidošanas stratēģiju pozitīvu atkritumu šķirošanas paradumu veicināšanai;
9. Interpretēt datus un sniegt praktiskus priekšlikumus.

Teorijas izpētes uzdevumi

Datu ieguves un analīzes uzdevumi

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju
stratēģijas un satura uztvertā ticamība
formē auditorijas attieksmi un
atkritumu šķirošanas paradumus.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma uzdevumi = soļi, kurus nepieciešams
paveikt, lai sasniegtu pētījuma mērķi

1. Analizēt zinātnisko literatūru par videi draudzīga satura veidošanu, attieksmi, kā arī atkritumu šķirošanas paradumiem;
2. Izpētīt un apkopot satura veidošanas stratēģijas;
3. Analizēt Sociālās ietekmes teoriju;
4. Noteikt kritērijus satura uztvertās ticamības mērīšanai;
5. Novērtēt satura veidotāju stratēģijas;
6. Novērtēt sabiedrības uztverto ticamību satura veidotāju publikācijām, attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus;
7. Analizēt datus;
8. Izstrādāt satura veidošanas stratēģiju pozitīvu atkritumu šķirošanas paradumu veicināšanai;
9. Interpretēt datus un sniegt praktiskus priekšlikumus.

Teorijas izpētes uzdevumi

Datu ieguves un analīzes uzdevumi

Priekšlikumu/ieteikumu izstrādes uzdevumi

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

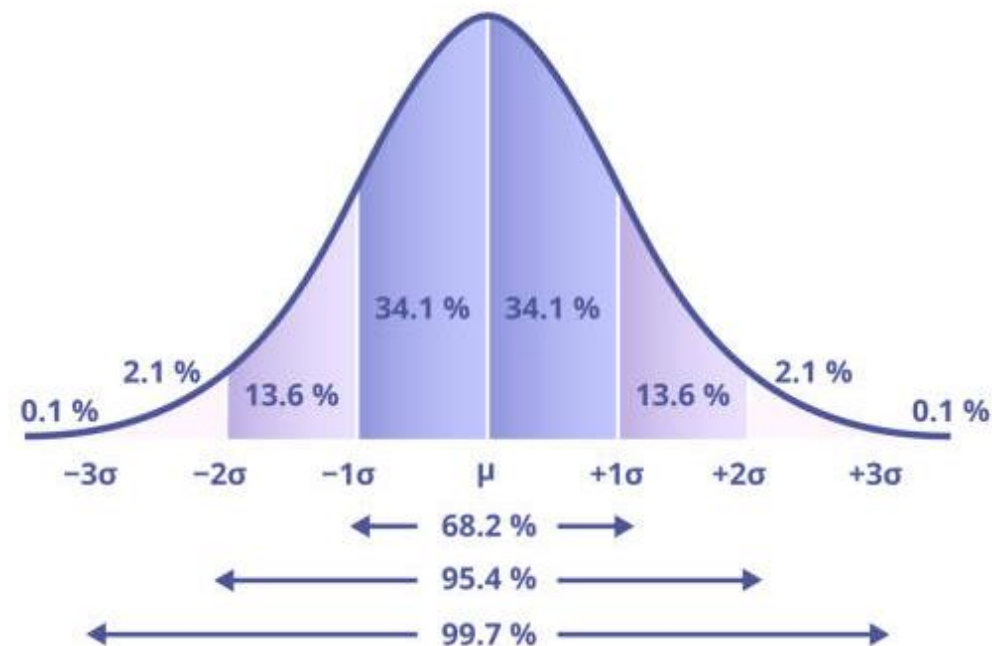
Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu šķirošanas paradumu veicināšanā.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju stratēģijas un satura uztvertā ticamība formē auditorijas attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus.

Hipotēze = Prognoze (apgalvojuma formā) – Ja tas [samazināsies], tad tas [pieaugs]...

H_0 = Neprognozē izmaiņas

H_A = Prognozē izmaiņas



Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

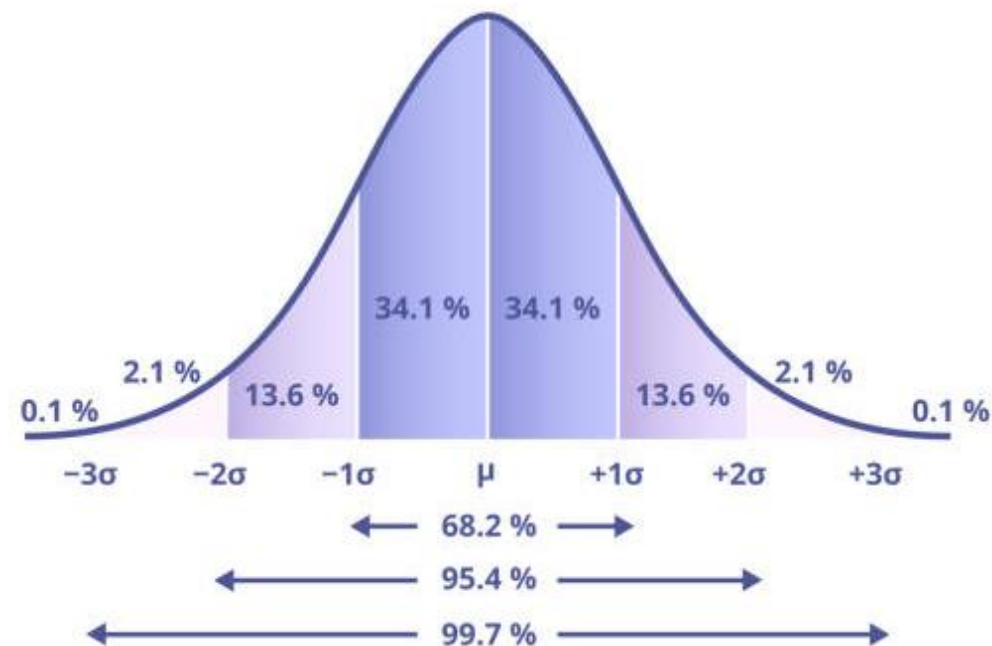
Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu šķirošanas paradumu veicināšanā.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju stratēģijas un satura uztvertā ticamība formē auditorijas attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus.

Hipotēze = Prognoze (apgalvojuma formā) – Ja tas [samazināsies], tad tas [pieaugs]...

H_0 = Satura veidotāji ar augstāku atbildību vides jomā neietekmē attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus.

H_1 = Ja satura veidotāja atbildība vides jomā ir augstāka, tad sekotājiem būs pozitīvāka attieksme pret atkritumu šķirošanu un biežāk tiks ievēroti atkritumu šķirošanas paradumi.



Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu šķirošanas paradumu veicināšanā.

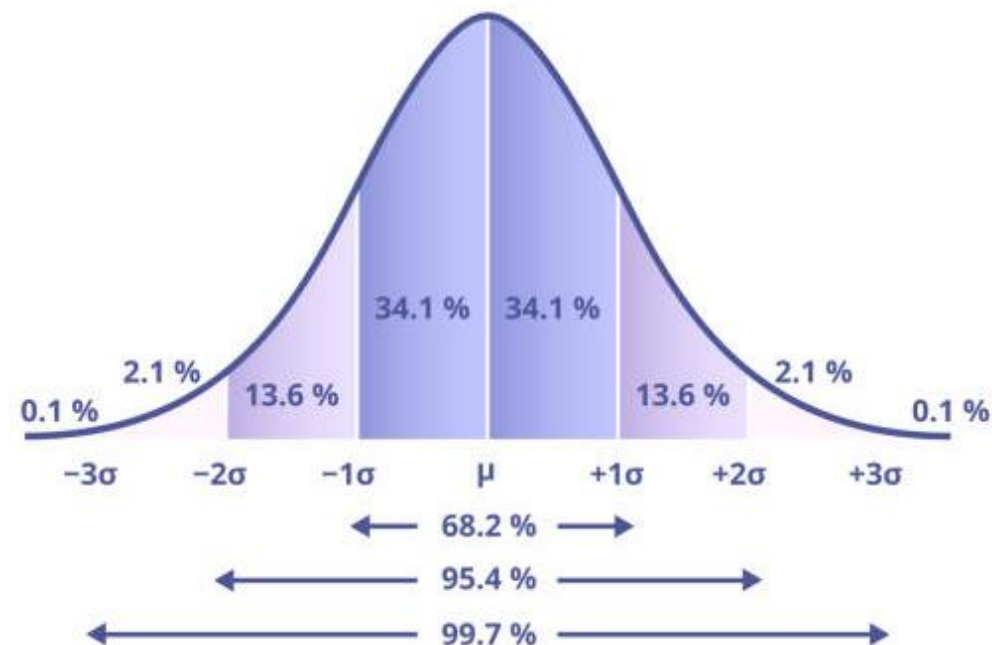
Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju stratēģijas un satura uztvertā ticamība formē auditorijas attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus.

Hipotēze = Prognoze (apgalvojuma formā) – Ja tas [samazināsies], tad tas [pieaugs]...

H_0 = ~~Satura veidotāji ar augstāku atbildību vides jomā neietekmē attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus.~~

H_1 = ~~Ja satura veidotāja atbildība vides jomā ir augstāka, tad sekotājiem būs pozitīvāka attieksme pret atkritumu šķirošanu un biežāk tiks ievēroti atkritumu šķirošanas paradumi.~~

1 hipotēze = 1 apgalvojums 1 sakarības novērtēšanai



Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu šķirošanas paradumu veicināšanā.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju stratēģijas un satura uztvertā ticamība formē auditorijas attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus.

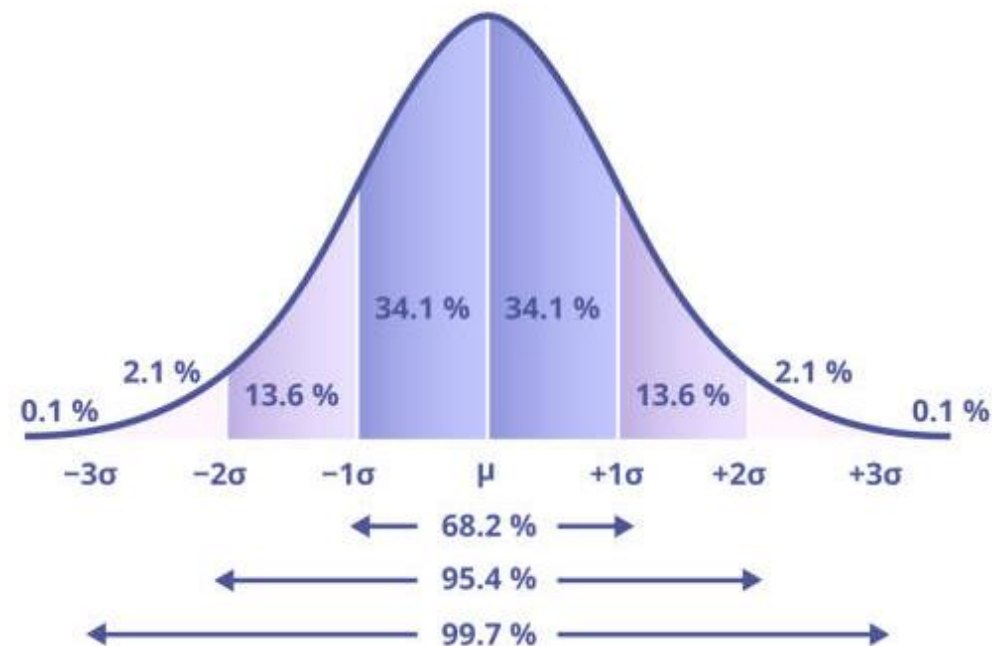
Hipotēze = Prognoze (apgalvojuma formā) – Ja tas [samazināsies], tad tas [pieaugs]...

H_0 = Satura veidotāju atbildība vides jomā neietekmē attieksmi pret atkritumu šķirošanu.

H_1 = Ja satura veidotāju atbildība vides jomā ir augstāka, tad auditorijai būs pozitīvāka attieksme pret atkritumu šķirošanu.

H_0 = Satura veidotāju atbildība vides jomā neietekmē atkritumu šķirošanas paradumus.

H_2 = Ja satura veidotāju atbildība vides jomā ir augstāka, tad auditorija biežāk ievēros pozitīvus atkritumu šķirošanas paradumus.



Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu šķirošanas paradumu veicināšanā.

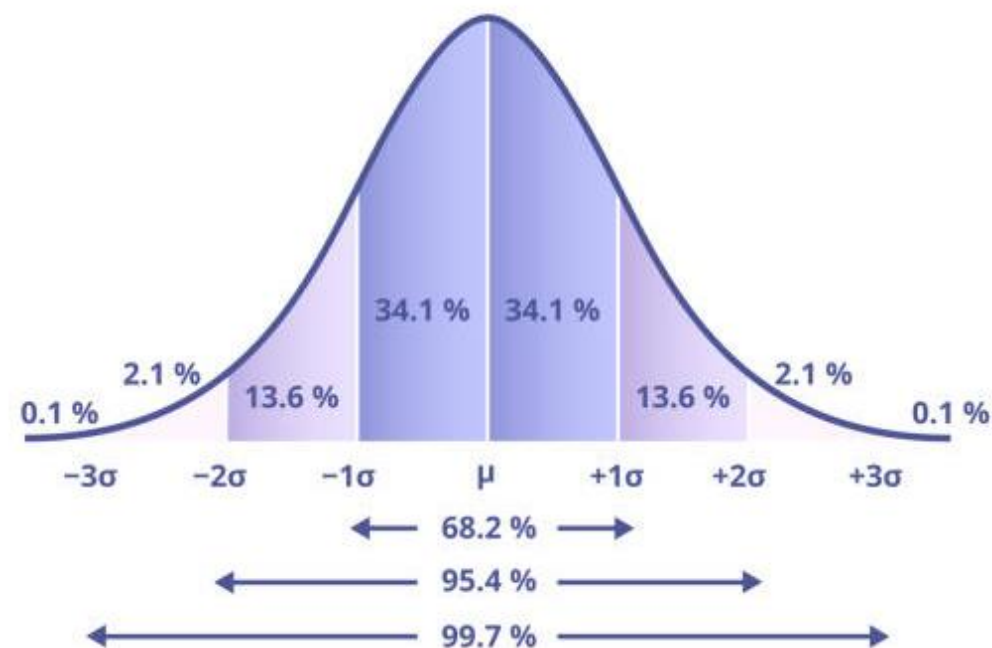
Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju stratēģijas un satura uztvertā ticamība formē auditorijas attieksmi un atkritumu šķirošanas paradumus.

Hipotēze = Prognoze (apgalvojuma formā) – Ja tas [samazināsies], tad tas [pieaugs]...

H_0 = Satura veidošanas stratēģijas neietekmē attieksmi pret atkritumu šķirošanu.

H_1 = Saturs, kas ietver atkritumu šķirošanas izaicinājumus, pozitīvi ietekmē attieksmi pret atkritumu šķirošanu.

H_2 = Saturs, kas satur komēdiju, negatīvi ietekmē atkritumu šķirošanas paradumus.



*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju
stratēģijas un satura uztvertā ticamība
formē auditorijas attieksmi un
atkritumu šķirošanas paradumus.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma jautājums = Norādījums uz to, kas tiks pētīts

Kā satura veidotāji ietekmē auditorijas attieksmi un atkritumu šķirošanas
paradumus?

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju
stratēģijas un satura uztvertā ticamība
formē auditorijas attieksmi un
atkritumu šķirošanas paradumus.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma jautājums = Norādījums uz to, kas tiks pētīts

Kā satura veidotāji ietekmē auditorijas attieksmi un atkritumu šķirošanas
paradumus?

*Satura veidotāju loma ilgtspējīgu atkritumu
šķirošanas paradumu veicināšanā.*

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kādas satura veidotāju
stratēģijas un satura uztvertā ticamība
formē auditorijas attieksmi un
atkritumu šķirošanas paradumus.

Mērķa, uzdevumu, hipotēžu / pētījuma jautājumu definēšana.

Pētījuma jautājums = Norādījums uz to, kas tiks pētīts

- ✓ Kādas stratēģijas izmanto satura veidotāji, lai reklamētu atkritumu šķirošanas paradumus?
- ✓ Kā satura veidotāju atbildība vides jomā ietekmē auditorijas nodomus mainīt atkritumu šķirošanas paradumus?
- ✓ Kādā viedā auditorija iesaistas ar satura veidotāju publikācijām?
- ✓ Vai pastāv atšķirība attieksmē pret atkritumu šķirošanu starp auditoriju, kas seko videi draudzīgiem satura veidotājiem un tādiem satura veidotājiem, kuri nereklamē videi draudzīgu saturu?

Literatūras Analīze

Literatūras avotu atlasīšana

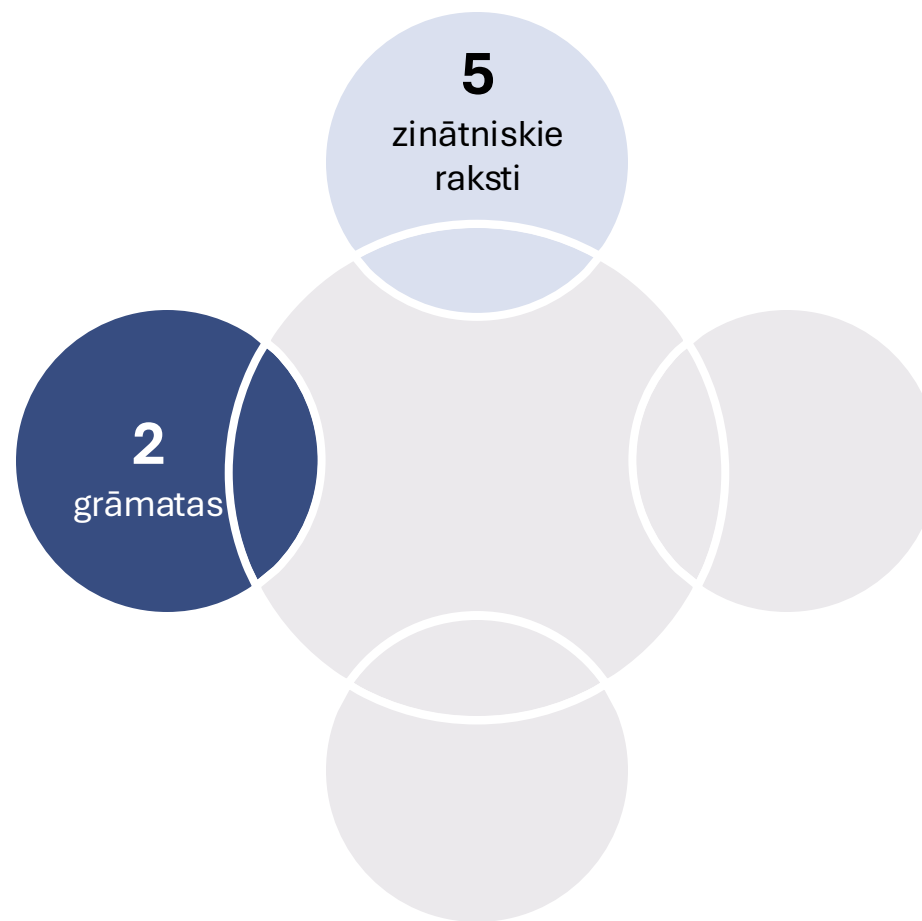


Literatūras avotu atlasīšana

Sekundārie avoti:

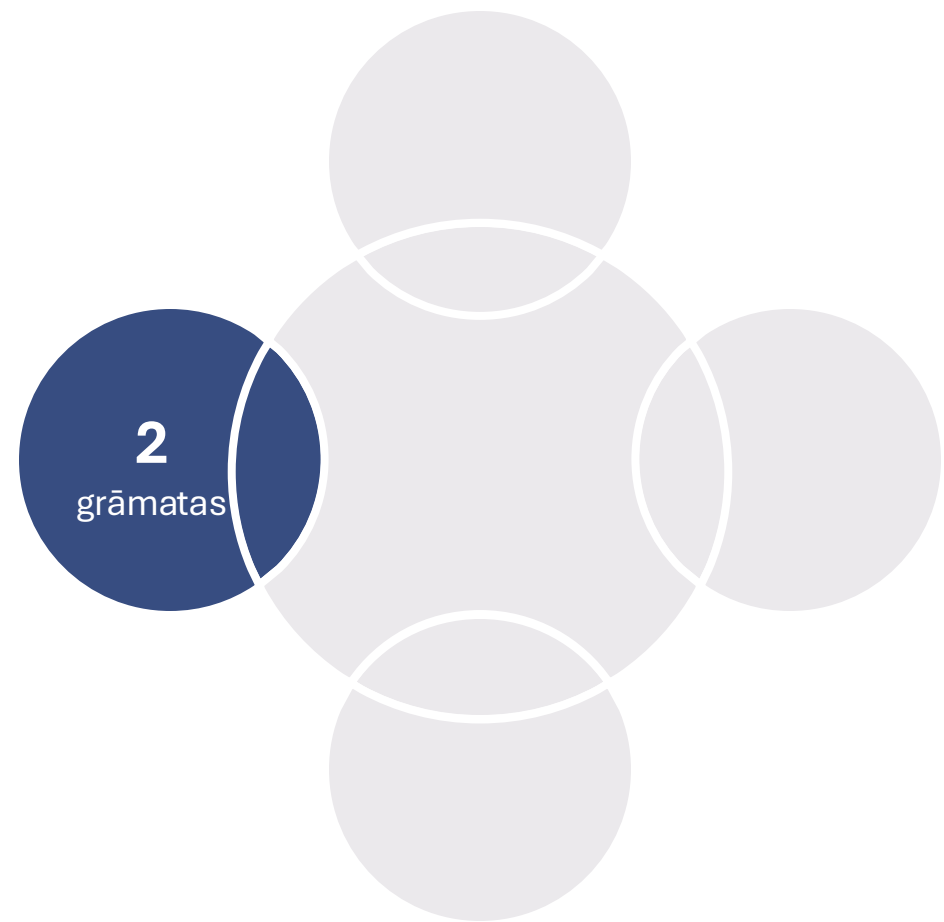
Interpretācijas, analīzes, skaidrojumi

- ✓ Grāmatas, biogrāfijas (*mācību grāmatas, monogrāfijas*);
- ✓ Periodiskie izdevumi (*zinātniskie žurnāli, zinātniski raksti*);
- ✓ Literatūras apskati.



Literatūras avotu atlasīšana

taylorfrancis.com



Literatūras avotu atlasīšana

MDPI

Frontiers

ScienceDirect

SSRN

JSTOR

Google Scholar

Filtri:

Gads – pēdējie 5 gadi

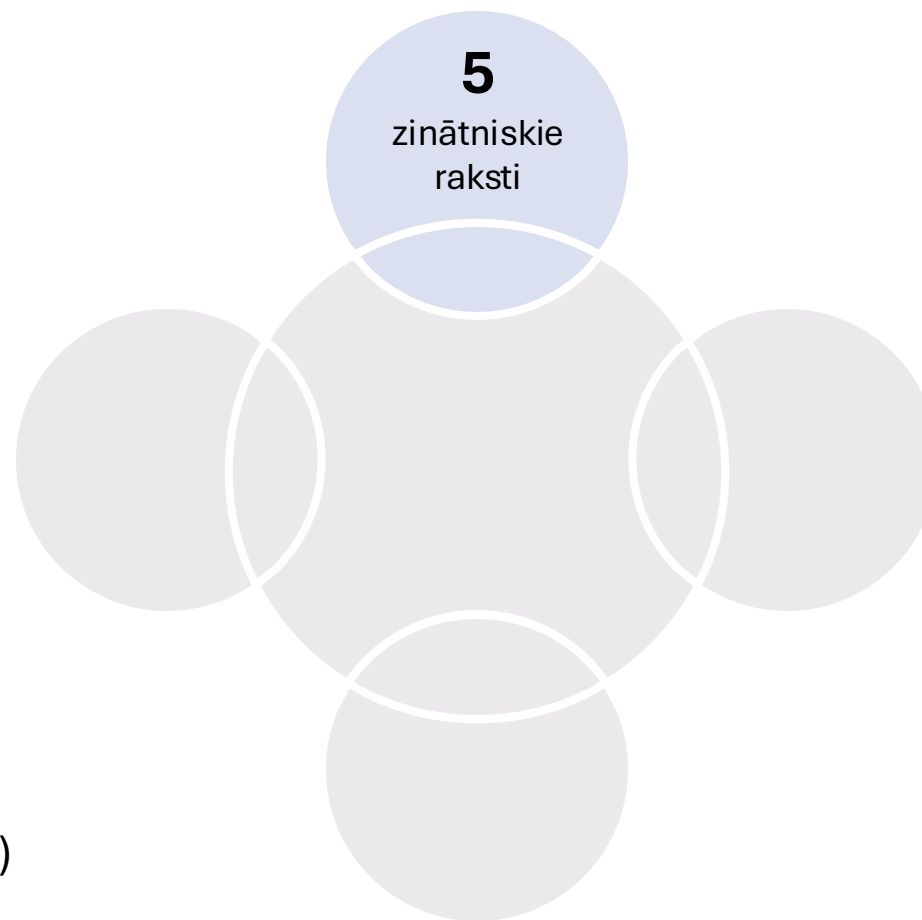
Valoda – angļu

Veids – article

Atslēgas vārdi - ...

Piekluve – open access

Neiekļaut: preprint, thesis (bachelor's, master's, doctoral)

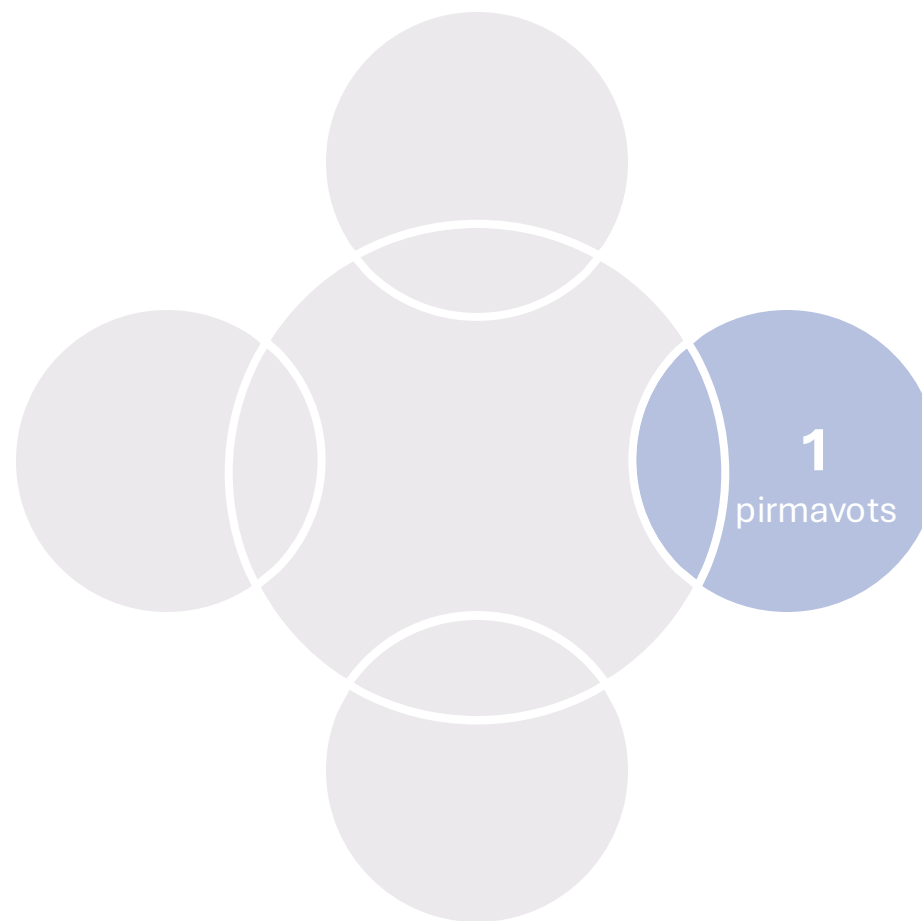


Literatūras avotu atlasīšana

Pirmavoti:

Orģinālas liecības un pierādījumi

- ✓ oriģināli, īsti dokumenti (*vēstules, pastkartes, likumi, lģgumi, lēmumi, sertifikāti, valdības izdoti dokumenti*);
- ✓ mediju reportāžas un raksti (*laikrakstu publikācijas, TV tiešraide, radiopārraidēs*);
- ✓ mutiskā informācija (*aculiecinieka liecība, intervijas, runas, autobiogrāfijas*);
- ✓ grāmatas un citi radošie darbi (*dzeja, teātra izrādes, mūzika, filmas, fotogrāfijas, plakāti, reklāmas (saistģti ar konkrģto notikumu)*);
- ✓ zinātniskās datu kopas; (*eksperimentu un laboratorijas pieraksti, statistikas dati, aptauju dati*);
- ✓ fiziskie avoti (*artefakti, ieskaitot ikdienas lietas, ēkas, pieminekļģ, drupas, monģtas, zģmogi*).



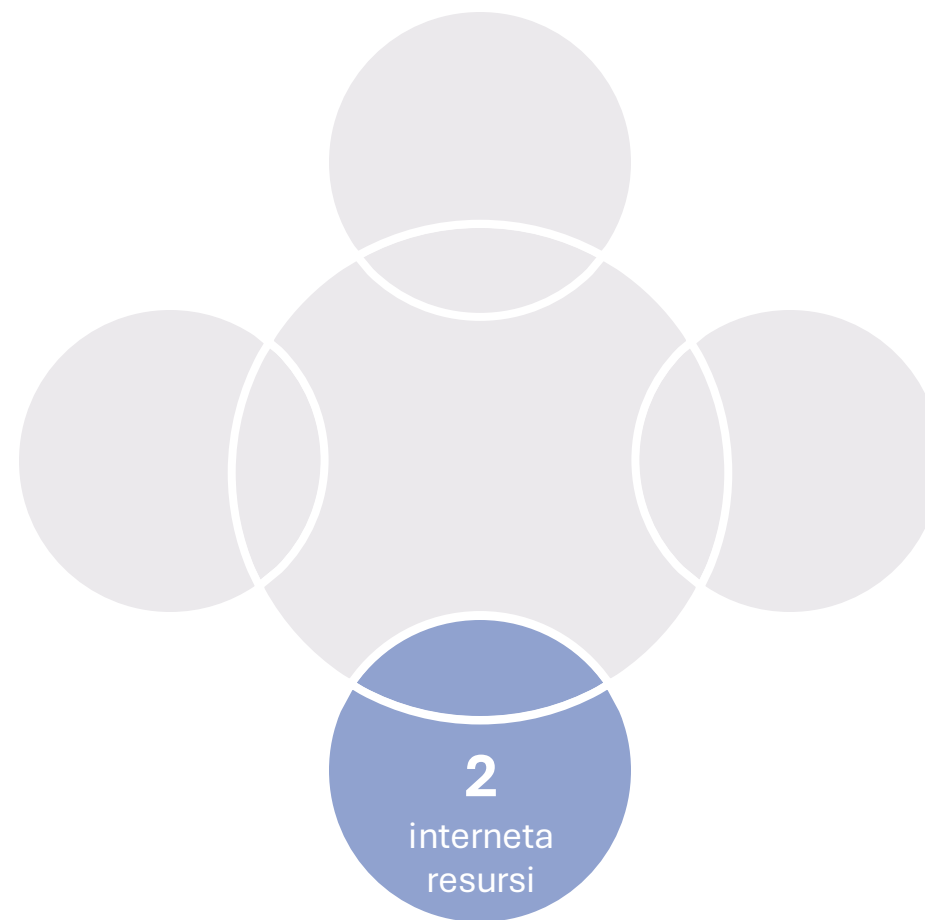
Literatūras avotu atlasīšana

Terciārie:

Informācijas apkopošana un organizēšana

- ✓ Enciklopēdijas
- ✓ Vārdnīcas
- ✓ Kopsavilkumi
- ✓ Faktu grāmatas
- ✓ Datubāzes
- ✓ Almanahi
- ✓ Interneta resursi

Izmantot valstisku, nevalstisku vietēju un globālu organizāciju, institūciju mājaslapas.



Atsauču formatēšana

APA Stils

<https://apastyle.apa.org/>



Atsauču formatēšana

Grāmata:

Literatūras avotu sarakstā:

Uzvārds, V. (GADS). *Grāmatas nosaukums* (izdevums). Izdevniecība.

Jackson, L. M. (2019). *The psychology of prejudice: From attitudes to social action* (2nd ed.). American Psychological Association.

Tekstā:

(Jackson, 2020)

Nodaļa iekš grāmatas:

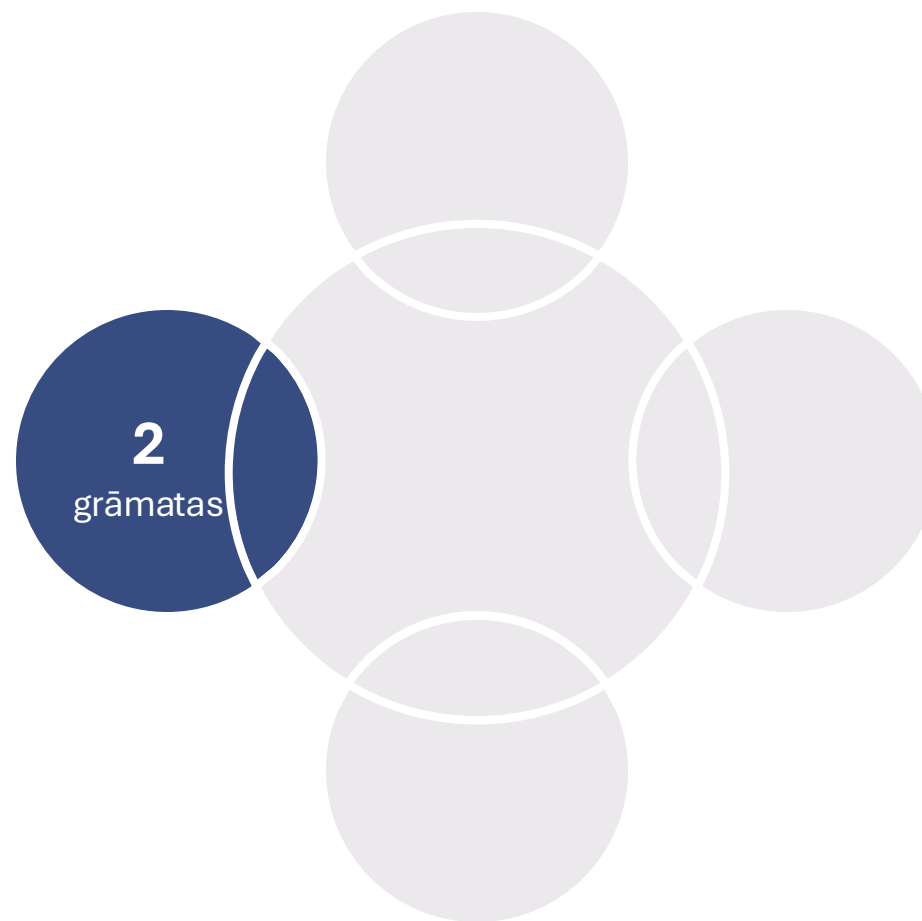
Literatūras avotu sarakstā:

Uzvārds, V. & Uzvārds, V. (GADS). Nodaļas nosaukums. Iekš V. Uzvārds, V. Uzvārds (Eds.), *Grāmatas nosaukums* (pp. lpp-lpp). Izdevniecība.

Kallmuenzer, A. & Peters, M. (2025). Entrepreneurial behaviour, firm size and financial performance: The case of rural tourism family firms. No H. Tzung-Cheng & B. Shenglin (Eds.), *Tourism Economics* (pp. 50-62). Routledge.

Tekstā:

(Kallnuenzer & Peters, 2025)



Atsauču formatēšana

Zinātnisks raksts:

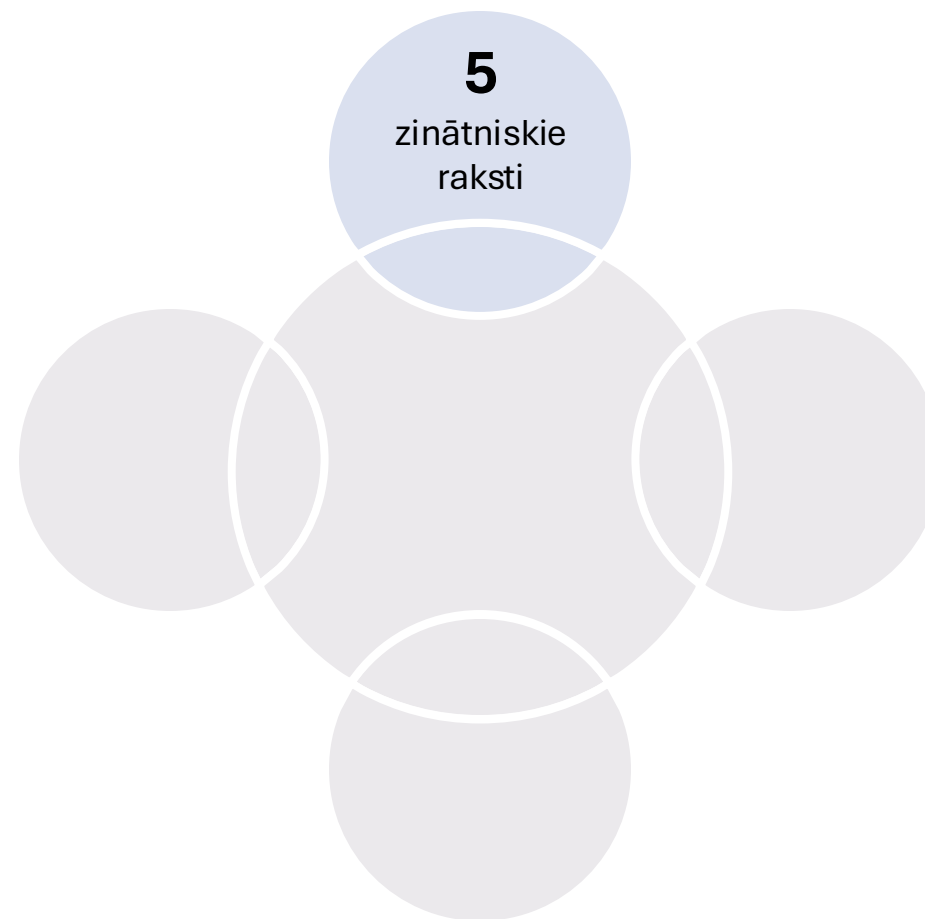
Literatūras avotu sarakstā:

Uzvārds, V. V., Uzvārds, V. V. & Uzvārds, V. V. (GADS). Nosaukums.
Žurnāla nosaukums, krājuma nr.(izdevuma nr.), lpp-lpp/Raksta nr.

Putnam, A. L., Sungkhasettee, V. W. & Roediger, H. L. 3rd (2016).
Optimizing learning in college: Tips from cognitive psychology.
Perspectives on Psychological Science, 11(5), 652-660/Raksts 123.

Tekstā:

(Putnam, Sungkhasettee & Roediger, 2016)



Krājums = volume; izdevums = issue

Atsauču formatēšana

Pirmavots:

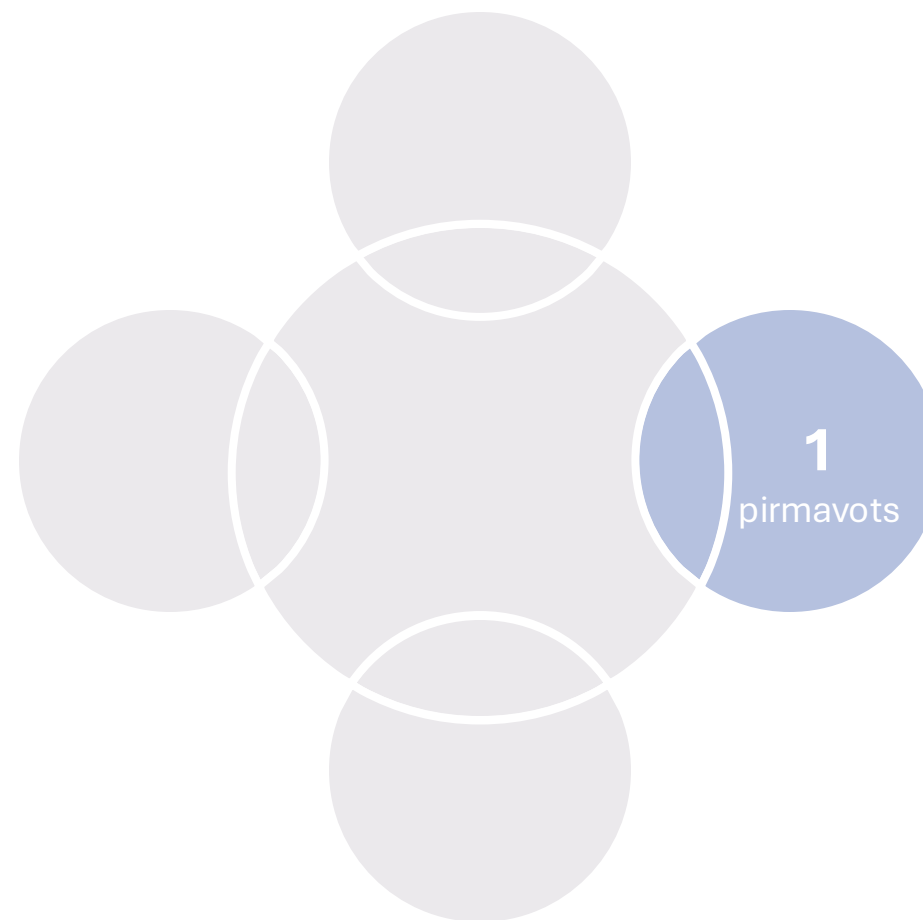
Literatūras avotu sarakstā:

Autora vārds uzvārds vai nosaukums. (GADS). *Dokumenta nosaukums* (dokumenta nr.). Saite.

European Parliament & Council. (2022). *Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 Amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as Regards Corporate Sustainability Reporting* (OJ L 322). <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2022/2464/oj/eng>

Tekstā:

(European Parliament & Council, 2022)



Krājums = volume; izdevums = issue

Atsauču formatēšana

Pirmavots:

Literatūras avotu sarakstā:

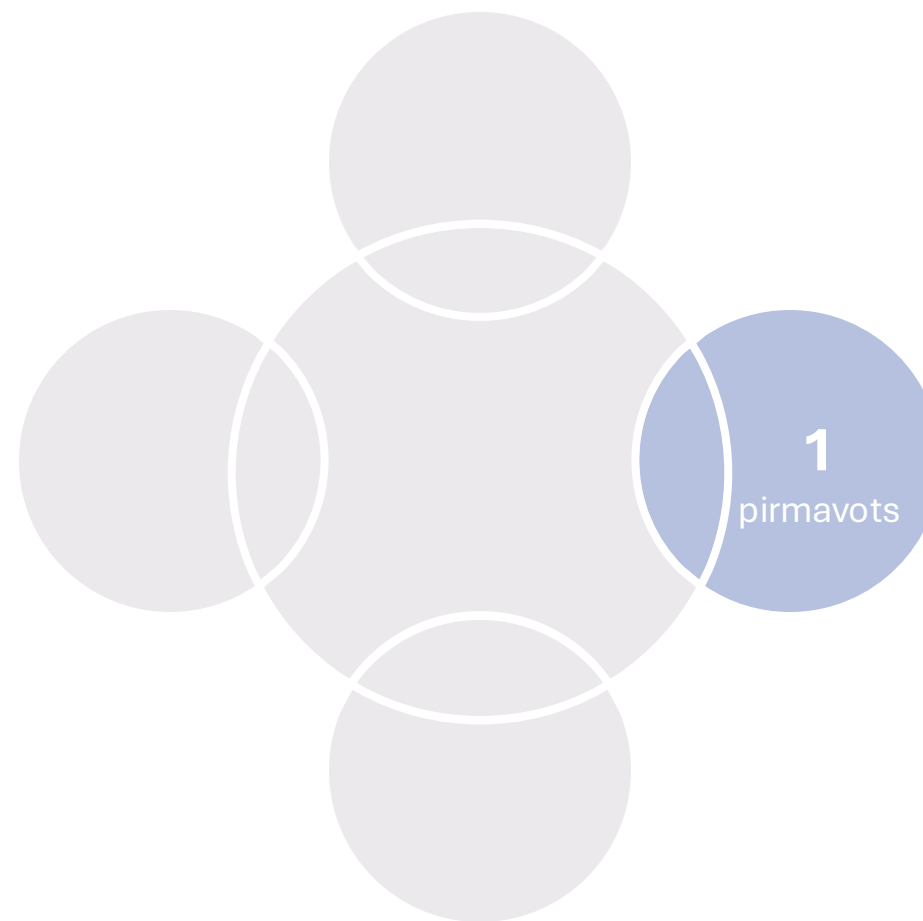
Autori vai nosaukums. (GADS). *Nosaukums* [avota veids]. Krātuve. Saite.

Bērmanis, A. (1860). *Turīga vīrieša portrets* [fotogrāfija]. Latvijas Nacionālais arhīvs.

<https://www.redzidzirdilatviju.lv/en/search/photo/272887>

Tekstā:

(Bērmanis, 1860)



nav gada = (n.d.); *nav autora* = *nosaukumu liek autora vietā*

Atsauču formatēšana

Pirmavots:

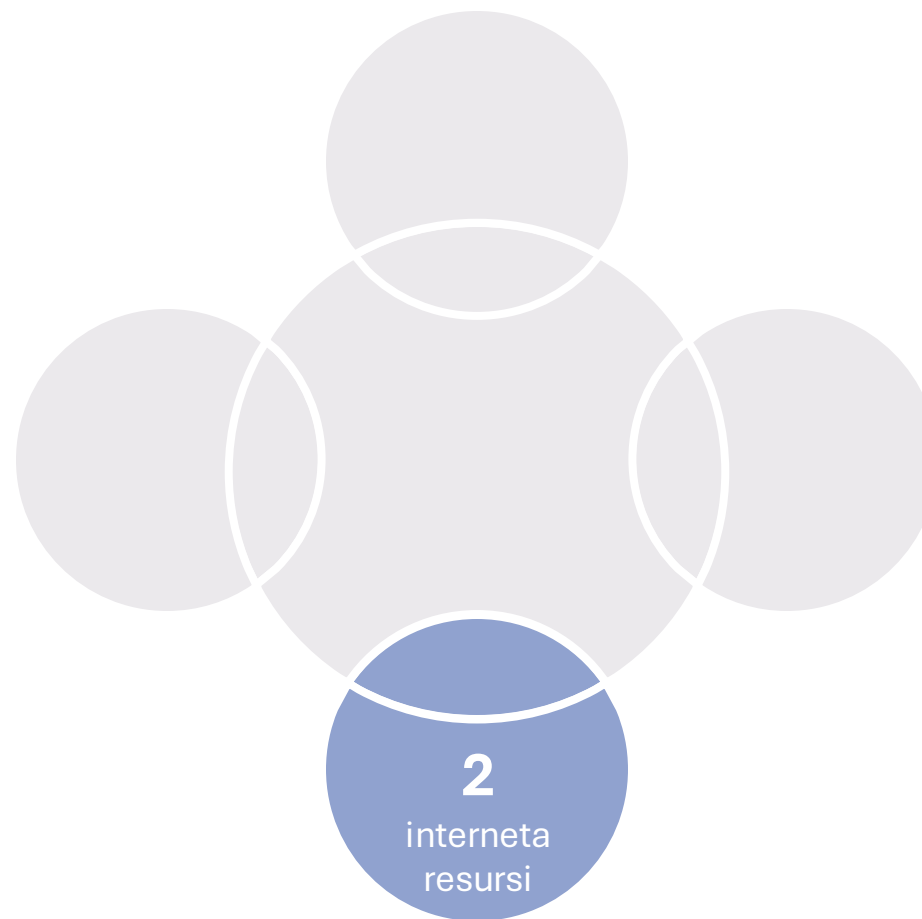
Literatūras avotu sarakstā:

Uzvārds, V. (GADS). *Lapas nosaukums*. Pieklūts Gads, Diena, Mēnesis, saite.

Jennings, J. (2024). *Does money buy happiness? Actually, yes*. Pieklūts 2025. gada 30. septembrī, <https://www.forbes.com/sites/johnjennings/2024/02/12/money-buys-happiness-after-all/>

Tekstā:

(Jennings, 2024)



nav gada = (n.d.); nav autora = nosaukumu liek autora vietā

Atsauču formatēšana

Tekstā uzskaita līdz 3 autoriem:

(Jennings, 2024);

(Putnam, Sungkhasettee & Roediger, 2016);

(Putnam et al., 2016).

Džennings (*Jennings*) secināja (2024, pp. X), ka...

Literatūras avotu sarakstā uzskaita līdz 7 autoriem:

Bērziņš, A., Avotiņš, D., Kārkliņš, E., Celmiņš, L., Ozola, P.,
Ločmelis, K. & Putāne, L.

Bērziņš, A., Avotiņš, D., Kārkliņš, E., Celmiņš, L., Ozola, P.,
Ločmelis, K. et al.



Literatūras apskata veidošana



Temata aktualitātes un problemātikas pamatojums

- ✓ Aktualitāte
- ✓ Problemātika
- ✓ Tēze



Vispārīga tēmas izpēte

- ✓ Kas tiks skaidrots literatūras apskatā
 - Ko pieejamajā literatūrā nepieciešams uzzināt par tēmu?
- ✓ Pētāmie koncepti:
 - Kas tie ir?
 - Ko tie nozīmē?
 - Ko pētnieki zin par tiem?
 - Kādos kontekstos tie ir pētīti?



Padziļināta tēmas izpēte

- ✓ Kas ir zināms par pētāmo sakarību?
- ✓ Kādi pierādījumi norāda uz to?
- ✓ Kādi faktori ietekmē pētāmos konceptus?
- ✓ Kādas priekšrocības (vai pretēji) sakarība sniedz.



Ievads empīriskās daļas struktūrā un plānā

- ✓ Kas tiks darīts empīriskajā daļā?
- ✓ Kas tiks noskaidrots?
- ✓ Kā tiks pārbaudītas hipotēzes/jautājumi
- ✓ Procedūra, metodes
- ✓ Rīki, platformas

Literatūras apskata veidošana



Temata aktualitātes un problemātikas pamatojums

- ✓ Aktualitāte
- ✓ Problemātika
- ✓ Tēze



Vispārīga tēmas izpēte

- ✓ Kas tiks skaidrots literatūras apskatā
 - Ko pieejamajā literatūrā nepieciešams uzzināt par tēmu?
- ✓ Pētāmie koncepti:
 - Kas tie ir?
 - Ko tie nozīmē?
 - Ko pētnieki zin par tiem?
 - Kādos kontekstos tie ir pētīti?



Padziļināta tēmas izpēte

- ✓ Kas ir zināms par pētāmo sakarību?
- ✓ Kādi pierādījumi norāda uz to?
- ✓ Kādi faktori ietekmē pētāmos konceptus?
- ✓ Kādas priekšrocības (vai pretēji) sakarība sniedz.



Ievads empīriskās daļas struktūrā un plānā

- ✓ Kas tiks darīts empīriskajā daļā?
- ✓ Kas tiks noskaidrots?
- ✓ Kā tiks pārbaudītas hipotēzes/jautājumi
- ✓ Procedūra, metodes
- ✓ Rīki, platformas

- ✓ Izmantot vienkāršu valodu;
- ✓ Neizmantot es;
- ✓ Stāstījums trešajā persona;
- ✓ Lietot terminus konsekventi;
- ✓ Iekļaut apstiprinošu un noraidošu informāciju;
- ✓ Pieturēties pie izvirzītās tēzes.

Kopsavilkumi!

Literatūras apskata veidošana



Padziļināta tēmas izpēte

- ✓ Kas ir zināms par pētāmo sakarību?
- ✓ Kādi pierādījumi norāda uz to?
- ✓ Kādi faktori ietekmē pētāmos konceptus?
- ✓ Kādas priekšrocības (vai pretēji) sakarība sniedz.

Datu kārtošana taublās, grafikos, attēlos!

Table 1
Summary of sustainable archetypes and impacts (adapted from Lüdeke-Freund et al., 2017, based on Bocken et al., 2013 and Ritala et al., 2018).

	Environmental			Social			Economic		
	1. Maximise material & energy efficiency	2. Closing resource loops	3. Substitute with renewables and natural processes	4. Deliver functionality, not ownership	5. Adopt a stewardship role	6. Encourage sufficiency	7. Repurpose for society/ environment	8. Inclusive value creation	9. Develop sustainable scale up solutions
<i>Short definition</i>	Do more with fewer resources, generating less waste, emissions and pollution	Reuse materials and products; turn waste into feedstocks for other products/ processes.	Use of non-finite materials and energy sources	Provide services that satisfy users' needs without having to own physical products	Proactively engage with all stakeholders to ensure their long-term health and well-being	Solutions that actively seek to reduce end-user consumption	Seek to create positive value for all stakeholders, in particular society and environment	Sharing resources, knowledge, ownership and wealth creation, inclusive value generation	Delivering sustainable solutions at a large scale to maximise benefits for society and the environment
<i>Innovations within this archetype</i>	Lean manufacturing Dematerialization Increased functionality	Cradle-to-cradle Industrial symbiosis Extended producer responsibility	Cleantech Renewable energy (e.g. solar, wind) Biomimicry	Rental/lease Pay per use Product-service combinations	Community development Biodiversity protection Choice editing	Consumer education Demand management Slow fashion Frugal businesses	Social enterprises and b-corporations Non-profits Hybrid models Net positive initiatives	Collaborative platforms Collaborative consumption Peer-to-peer and Sharing models	Open Innovation platforms Incubators Slow/patient capital
<i>Typical positive impacts</i>	Enhance efficiency and improve resource use Cost savings	Reduces waste Turns waste into value/ new business lines Generate new revenue streams	Reduces use of finite resources, waste and pollution Supports long-term energy supply Contributes to 'green economy'	Can encourage the right behaviours with manufacturers and users Can reduce the need for physical good	Ensuring long-term well-being of planet (e.g. forests) and society (e.g. health) Ensuring long-term viability of the value network	Actively reduce consumption Encouraging community sufficiency, sustainable living Long-term customer loyalty, and new repair and service markets	Deliver positive societal (e.g. community development) value Deliver positive environmental (e.g. afforestation) value Prepare for a resource capacity for long-term business sustainability	Sharing resources, skills and knowledge and distribute wealth Leverage resources and talents Create new business opportunities	Achieve scale – from small sustainability pilot or start-up to large scale project or business Create industry-wide change for sustainability Create breakthrough innovation
<i>Possible negative side-effects</i>	May generate incremental change only May lead to rebound effects May lead to job losses	May lead to quicker sales cycles and more material use May sustain waste streams because 'waste = value'	'Carbon lock in' and NIMBY prevent uptake Embedded footprint of production (e.g. solar panels) Lack of recyclability consideration of (solar-based) products	More product/service usage If not combined with efficiency improvements, it may have negligible environmental impact improvement	More product/ service usage If not combined with efficiency improvements, it may have negligible environmental impact improvement	Potential price premium for consumers Remaining niche because it goes against "growth" principles	Potential to remain niche without policy changes Potential to remain niche within current capitalist framework	If not combined with efficiency improvements, it may lead to limited environmental improvement May induce more product/service use due to wider accessibility	Focus on scale might detract from sustainability purposes Risk of unproven radical innovation

Literatūras apskata veidošana



Padziļināta tēmas izpēte

- ✓ Kas ir zināms par pētāmo sakarību?
- ✓ Kādi pierādījumi norāda uz to?
- ✓ Kādi faktori ietekmē pētāmos konceptus?
- ✓ Kādas priekšrocības (vai pretēji) sakarība sniedz.

Datu kārtošana taublās, grafikos, attēlos!

Table 1. Factor division and references.

Driving Factor	Authors	Assisting factor	Authors
<i>Innovative competency</i>	Bahena-Álvarez, Cordón-Pozo, & Delgado-Cruz, 2019; Burlea-Schiopoiu & Mihai, 2019; Ketprapakorn & Kantabutra, 2019; Dressler, 2020; Bajdor, Pawetozek, & Fidlerova, 2021; Kim, 2021; Al-Mulla, Ari, & Koç, 2022; Avelar, Borges-Tiago, Almeida, & Tiago, 2024; Lazarte-Aguirre, 2024; Salehea, Sesaboa, Isagac, & Mkuna, 2024; Wang, Wang, Pan, & Mata, 2024;		
<i>Dynamic capabilities</i>	Qader, et al., 2019; Tshiaba, Wang, Ashraf, Nazir, & Syed, 2021; Valdez-Juárez, Gallardo-Vázquez, & Ramos-Escobar, 2021; Knoppen & Knight, 2022; Akinlotu & Cavlan, 2023; Lazarte-Aguirre, 2024;		
<i>Knowledge management</i>	Foucreir & Wiek, 2019; Pineyrua, Redondo, Pascual, & Gento, 2021; Zulfikar, Widyanti, Basuki, Mayvita, & Purboyo, 2021; Akinlotu & Cavlan,	<i>Institutional context</i>	Dressler, 2020; Ionescu, et al., 2020; Brendzel-Skowera, 2021; Ephrem, et al., 2021; Prat, 2021; Surya, et al., 2021; Aliabadi, Ataei, & Gholamrezai, 2022; Drago &

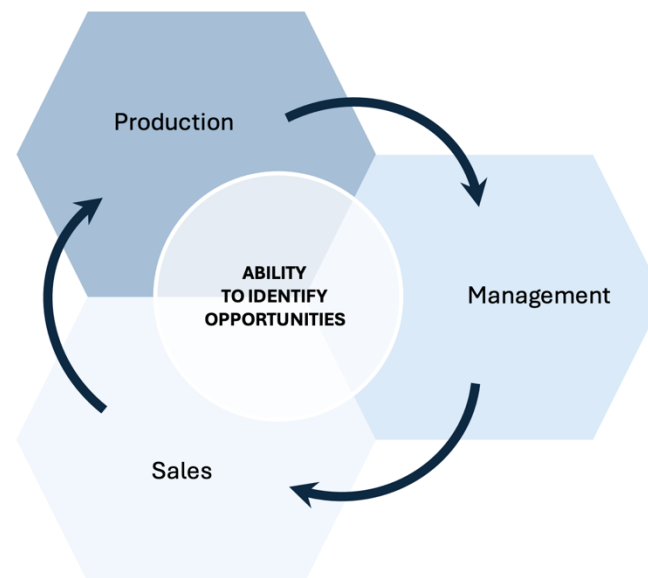
Literatūras apskata veidošana



Padziļināta tēmas izpēte

- ✓ Kas ir zināms par pētāmo sakarību?
- ✓ Kādi pierādījumi norāda uz to?
- ✓ Kādi faktori ietekmē pētāmos konceptus?
- ✓ Kādas priekšrocības (vai pretēji) sakarība sniedz.

Datu kārtošana taublās, grafikos, attēlos!



Literatūras apskata veidošana



*Padziļināta tēmas
izpēte*

- ✓ Kas ir zināms par pētāmo sakarību?
- ✓ Kādi pierādījumi norāda uz to?
- ✓ Kādi faktori ietekmē pētāmos konceptus?
- ✓ Kādas priekšrocības (vai pretēji) sakarība sniedz.

Datu kārtošana taublās, grafikos, attēlos!

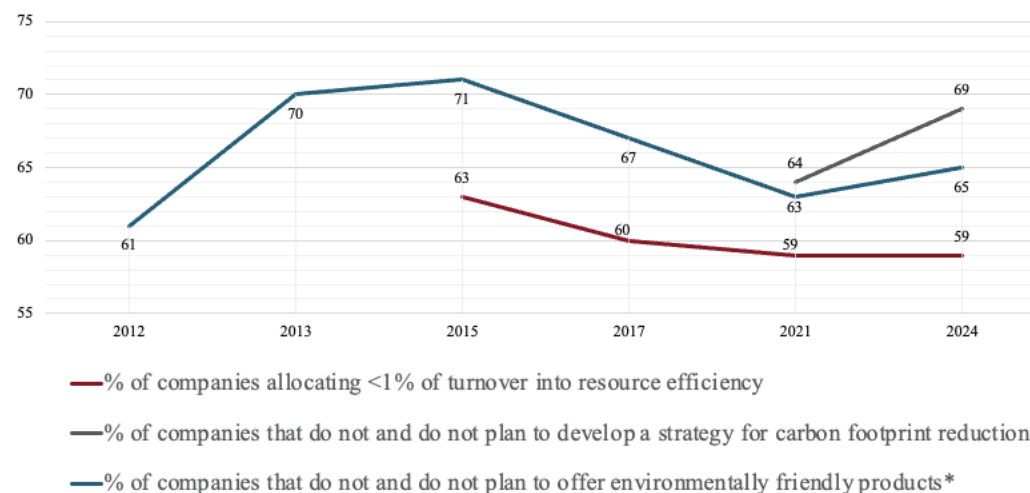
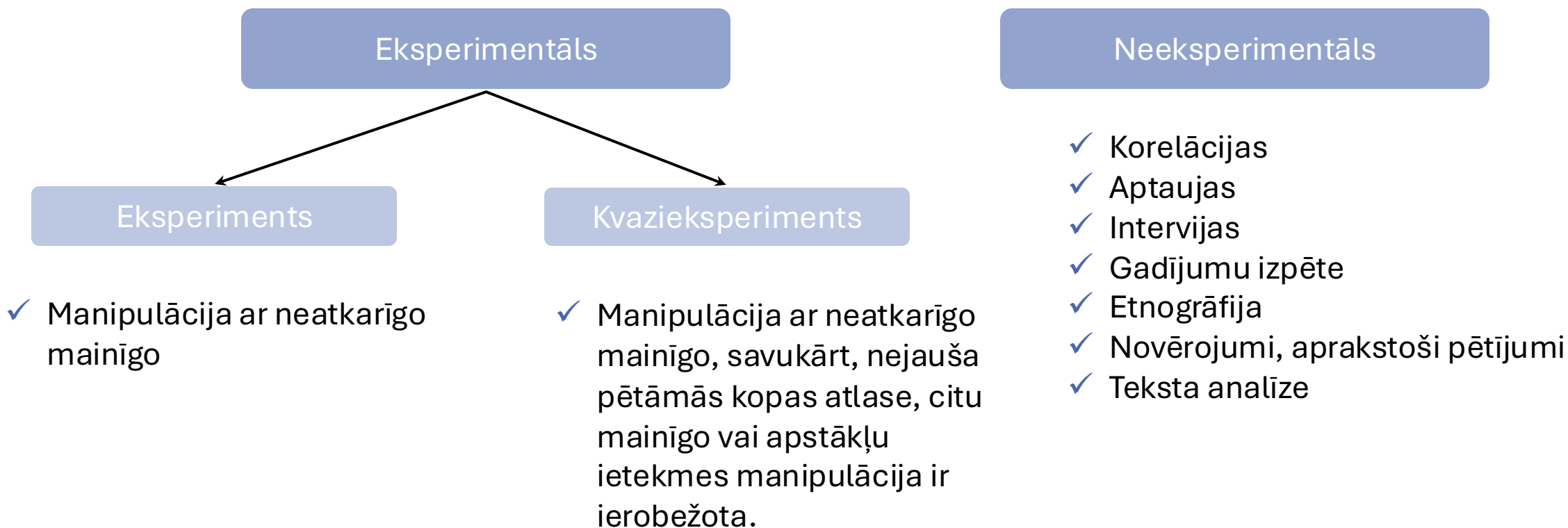


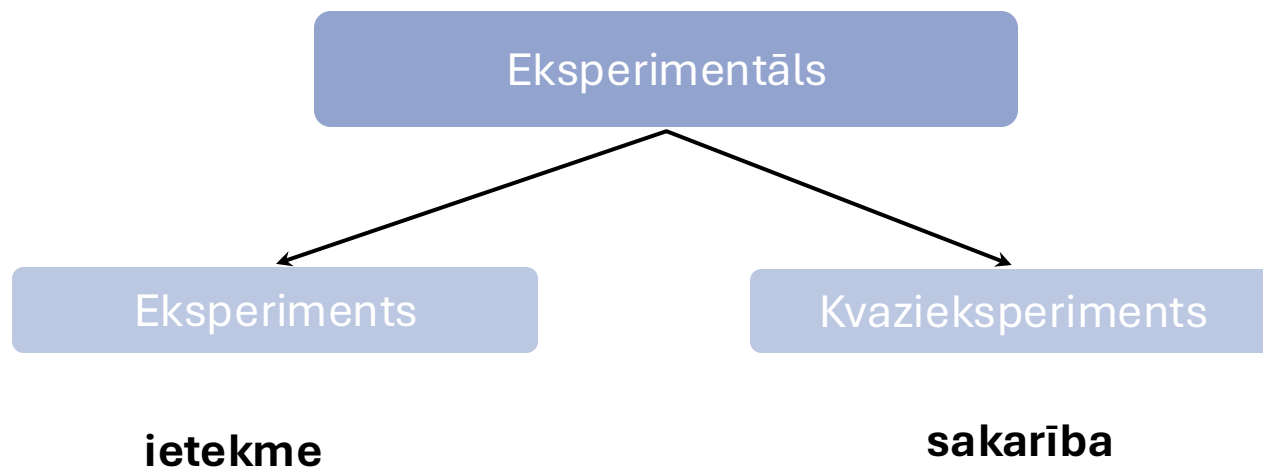
Figure 2. Eurobarometer data on the dynamic of green transition plans of Latvian SMEs between 2012 and 2024

Pētījuma dizains un metodes

Pētījuma dizains



Pētījuma dizains

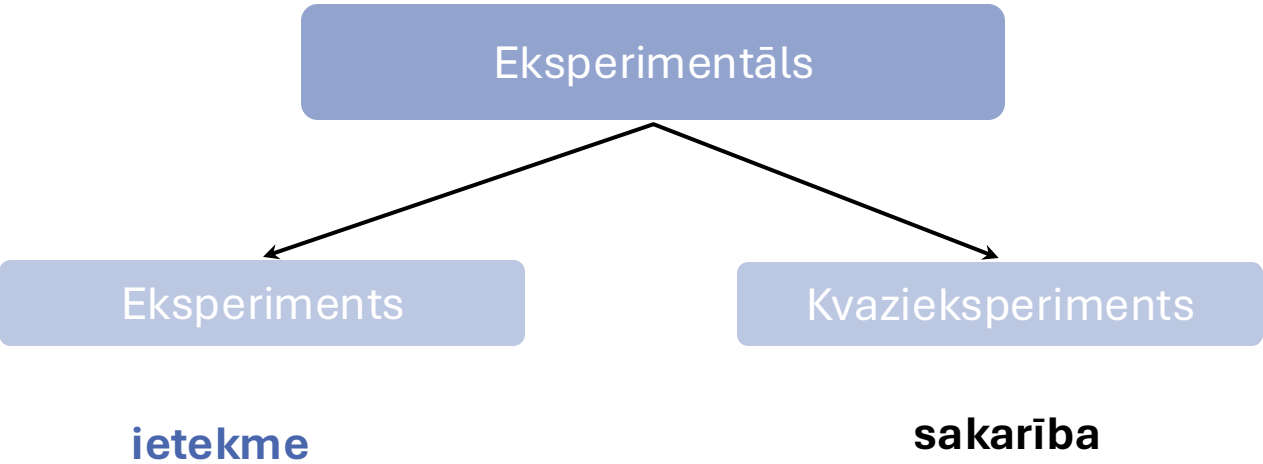


Eksperiments

Sēklu dīgtspēja dažādu faktoru ietekmē

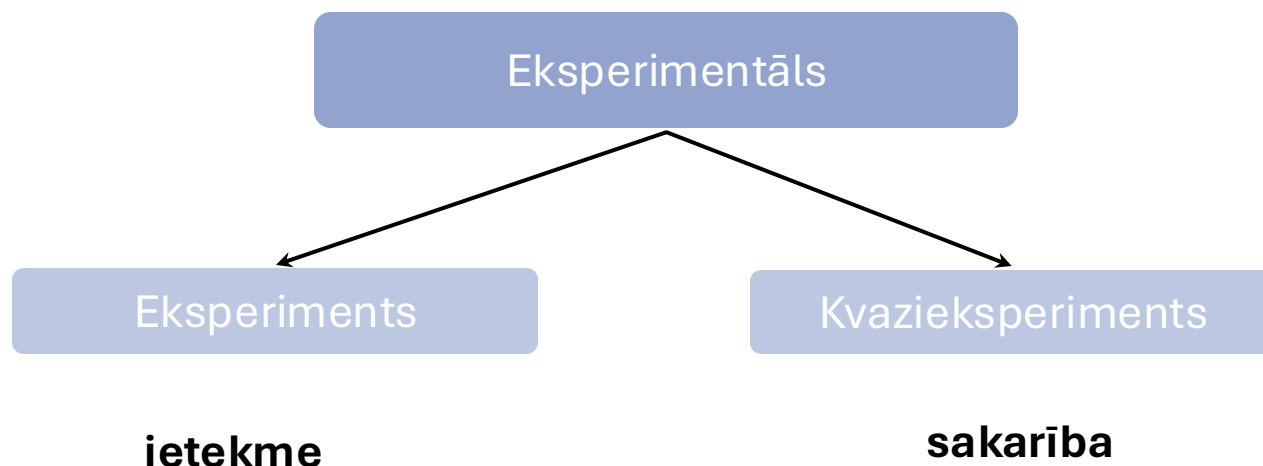
Kontroles grupa	Eksp. gr. 1	Eksp. gr. 2	Eksp. gr. 3
<i>konst. t°, m, g</i>	↑t°, m & g – c.	↑m, t & g – c.	tumsa, t & m – c.
100	100	100	100

Pētījuma dizains



Eksperiments			
Sēklu dīgtspēja dažādu faktoru ietekmē			
Kontroles grupa	Eksp. gr. 1	Eksp. gr. 2	Eksp. gr. 3
<i>konst. t°, m, g</i>	↑t°, m & g – c.	↑m, t & g – c.	tumsa, t & m – c.
100	100	100	100
40	80	25	2

Pētījuma dizains

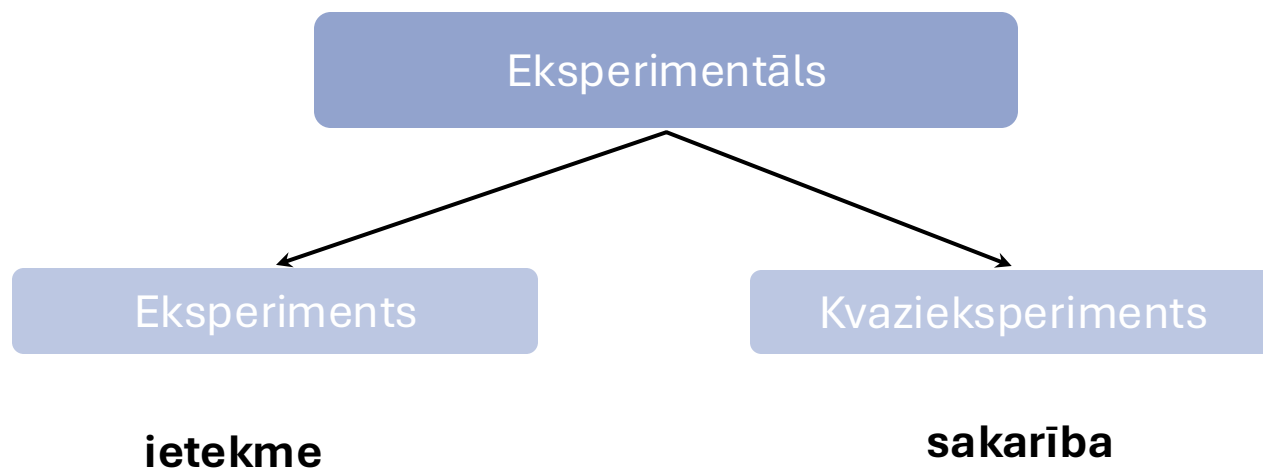


Kvaziekspperiments

Nikotīna lietošanas ietekme uz fiziskajām spējām

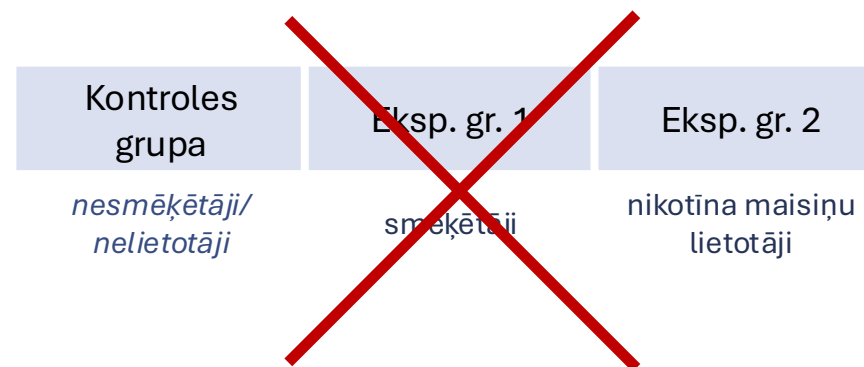
Kontroles grupa	Eksp. gr. 1	Eksp. gr. 2
<i>nesmēķētāji/ nelietotāji</i>	smēķētāji	nikotīna maisiņu lietotāji

Pētījuma dizains

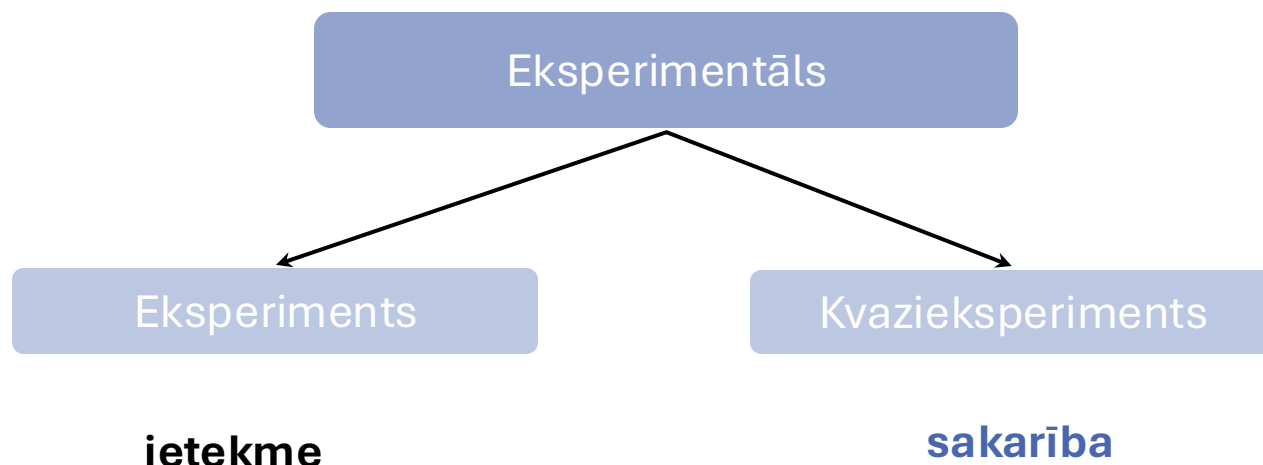


Kvaziekspperiments

Nikotīna lietošanas ietekme uz fiziskajām spējām



Pētījuma dizains

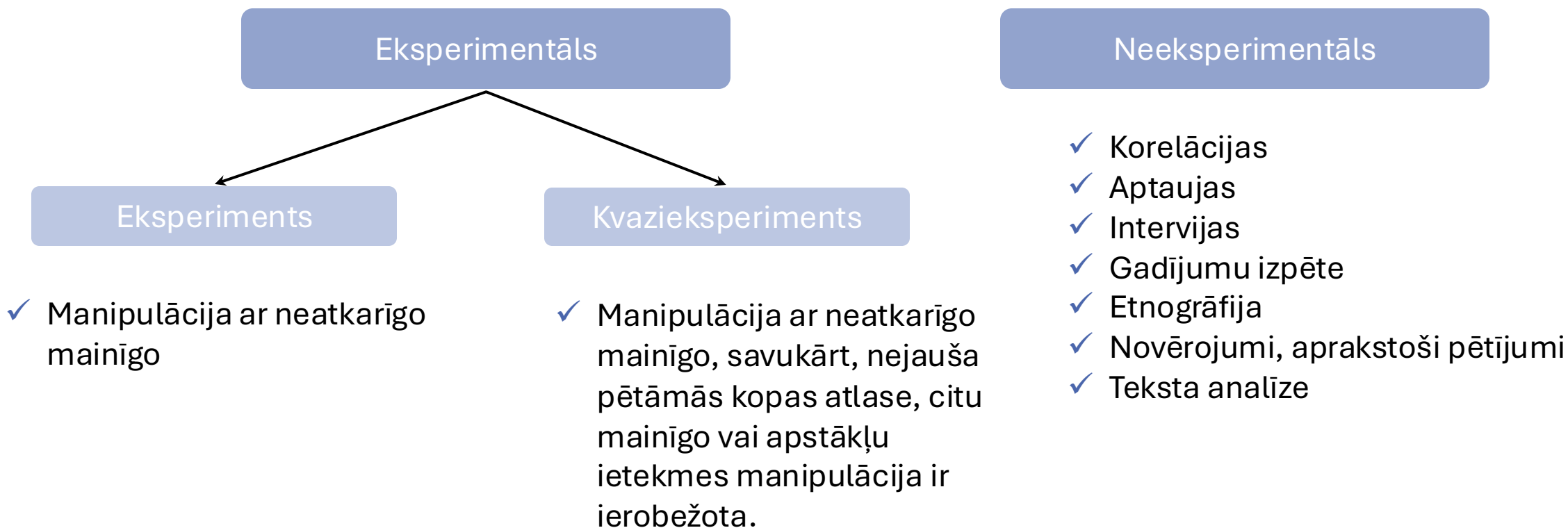


Kvaziekspperiments

Nikotīna lietošanas ietekme uz fiziskajām spējām

	Eksp. gr. 1	Eksp. gr. 2
(aptauja)	statisks vingrinājums (min)	dinamisks vingrinājums (x/min)
<i>nesmēķētāji/nelietotāji</i>	2	90
<i>smēķētāji</i>	1	20
<i>nikotīna maisiņu lietotāji</i>	3	70

Pētījuma dizains



Pētījuma metodes

Kvantitatīvās

- ✓ Satura analīze;
- ✓ Anketēšana;

Puskvantitatīvās

- ✓ Satura analīze;
- ✓ Intervija;
- ✓ Anketēšana;

Kvalitatīvās

- ✓ Intervija;
- ✓ Anketēšana;
- ✓ Salīdzinošā analīze;
- ✓ Gadījuma izpēte;
- ✓ Satura analīze;
- ✓ Dokumentu analīze;
- ✓ Gadījumu izpēte;
- ✓ Etnogrāfija;
- ✓ Fenomenoloģija.

Datu analīzes metodes

Kvalitatīvās

- ✓ **Salīdzinošā analīze** – salīdzināšana, balstoties uz “vislīdzīgākā” vai “visatšķirīgākā” principa.
- ✓ **Satura analīze** – teksta reducēšana līdz mazākām vienībām, arī vienību kārtošana un kodēšana.
- ✓ **Sekundāro datu analīze** – pieeja, kurā tiek analizēti esoši dati nevis ievākti jauni.
- ✓ **Gadījumu izpēte** – pieeja, kurā tiek novēroti, pētīti un analizēti gadījuma raksturojošie faktori un notikumi
- ✓ **Narativā analīze** – pieeja, kurā uzsvars tiek likts uz notikumu hronoloģisko secību
- ✓ **Diskursīvā analīze** – valodas funkcijas analīze, pētot kā tiek izmantota runa/ teksts.
- ✓ **Fenomenoloģiskā analīze** – individuālas vai vairāku indivīdu pieredzes struktūras un būtības izpēte attiecībā uz kādu fenomenu

Anketēšana

Aptaujas anketas veidošana

1. Paziņojums par pētījumu, risku uzskaitē, informēta piekrišana dalībai pētījumā;
2. Demogrāfiska informācija;
3. Likerta skala: apgalvojumi vērtējami 1-5 (*1 – pilnībā nepiekrītu; 2 – daļēji nepiekrītu; 3 – neitrāli; 4 – daļēji piekrītu; 5 – pilnībā piekrītu*); 1-7 (*1 – nekad, 2 – gandrīz nekad, 3 – reti, 4 – dažkārt, 5 – bieži, 6 – gandrīz vienmēr, 7 – vienmēr*).

- ✓ Dati jāuzglabā ar paroli aizsargātā datorā;
- ✓ Nedrīkst atklāti uzglabāt IP adreses vai personīgo informāciju;
- ✓ Informācijai, kas atklāj personas identitāti jābūt šifrētai.

Anonimitāte – Pētniekam nav zināms eksperimenta dalībnieks, un pēc datiem personu nav iespējams atšifrēt

Konfidencialitāte – Pētniekam ir zināma persona, bet atbildes tiek šifrētas, nekompromitējot rezultātu analīzi personīgo aizspriedumu dēļ

Aptaujas anketas veidošana

Apgalvojumi: Vismaz 3, ietver kontrastējošus apgalvojumus; *ieteikums* - izmantot jau esošas skalas

VISPĀRĒJĀS PAŠEFEKTIVITĀTES SKALA (Iltners & Griškēviča, 2021).



Powered By QuestionPro

Gadījuma izpēte

Video

Objektivitāte

- ✓ **Neobjektīva atlase;**
- ✓ **Novērotāja neobjektivitāte** – tendence saskatīt un fiksēt to, ko vēlas redzēt;
- ✓ **Neobjektivitāte pret sniegumu;**
- ✓ **Nosliece uz sava pieņēmuma pierādīšanu** – tendence meklēt tikai hipotēzes apstiprinošos faktus;
- ✓ **Netiešie aizspriedumi** – aizspriedumi vai negatīvs noskaņojums pret sociālajām kategorijām, rasēm. Šādi aizspriedumi var veidoties sabiedrības / audzināšanas ietekmē un ne vienmēr personai tos atpazīst;
- ✓ **Neobjektivitāte pret vienojošo faktoru** – temperatūra, saldējums, ielaušanās.

Satura analīze

Džoja metode (Gioia, Corley & Hamilton, 2013)

Satura analīze

Džoja metode

Uzdevumi:

1. Ievākt datus (citāti, novērojumi);
2. Izvirzīt 1. līmeņa konceptus;
3. Interpretēt 1. līmeņa konceptus, grupējot tos 2. līmeņa tēmās;
4. Interpretēt tēmas, grupējot tās augstākajās dimensijās.

Džoja metode | **Pelnrušķīte**

1. solis: *levākt datus*

Citāts / novērojums

“Liek darīt visus mājas darbus”;

“Feju krustmāte palīdz Pelnrušķītei”;

“Pamāte cenšas Pelnrušķīti slept no prinča”;

“Sapņo doties uz balli”;

“Princis atpazīst pelnrušķīti”.

Citāts / novērojums

“Liek darīt visus mājas darbus”;

“Feju krustmāte palīdz Pelnrušķītei”;

“Pamāte cenšas Pelnrušķīti slept no prinča”;

“Sapņo doties uz balli”;

“Princis atpazīst pelnrušķīti”.

1. līmeņa koncepts

Netaisnīga izturēšanās;

Saņem necerētu palīdzību;

Apspiešana ar varu;

Sapņo par labāku dzīvi;

Atpazīst patieso ”es”.

3. solis: *Grupēt 1. līmeņa konceptus un
izvirzīt 2. līmeņa tēmas*

1. līmeņa koncepts

Netaisnīga izturēšanās, apspiešana ar varu;
Saņem necerētu palīdzību;
Sapņo par labāku dzīvi, atpazīst patieso "es".

2. līmeņa koncepts

Vara un pakļautība;
Ārēja iejaukšanās kā katalizators pārmaiņām;
Vēlme pēc pārmaiņām.

2. līmeņa koncepts

Vara un apspiešana, ārēja iejaukšanās kā katalizators pārmaiņām, vēlme pēc pārmaiņām.

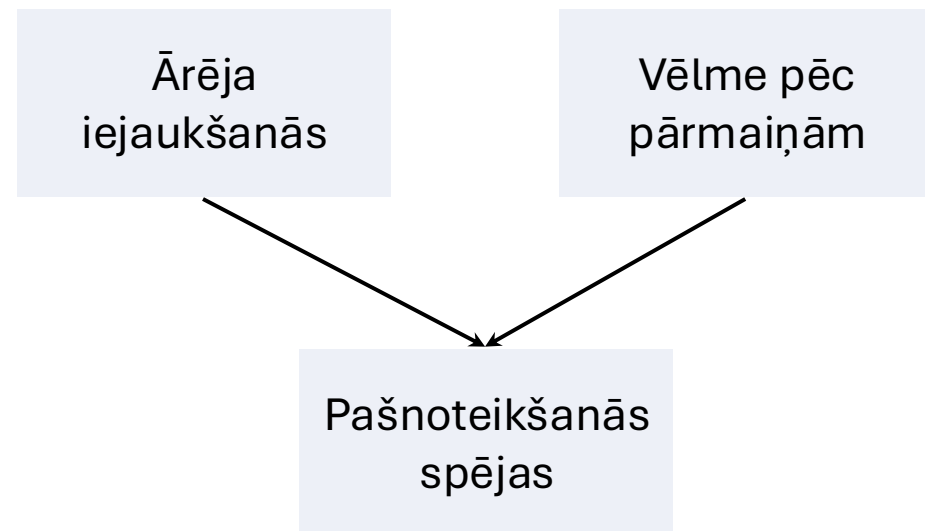
Augstākā kategorija

Ceļš no pakļautības uz brīvību.

Teorētisks modelis: Kā personas iegūst pašnoteikšanās spējas, neskatoties uz sistemātiskiem ierobežojumiem.

Džoja metode | **Pelnrušķīte**

Teorētisks modelis: Kā personas iegūst pašnoteikšanās spējas, neskatoties uz sistemātiskiem ierobežojumiem.



**Dokumentu
analize**

		Iepazīšanās ar dokumentu						
Nr. p.k.	Dokuments	Pirmie iespaidi	Galvenās tēmas	Idejas	Neskaidrības	Pētījuma jautājums 1?	Pētījuma jautājums 2?	Pētījuma jautājums 3?
	kārtot pēc vieda, laika							
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								

Rezultātu analīze un interpretācija

Rezultātu analīze

Kvantitatīviem datiem:

Hipotēze/s – apstiprinātas / noraidītas;

Aprakstošās statistikas mērījumu uzskaitījums (arī tabulās) -

- ✓ Skaits (N)
- ✓ Vidējais aritmētiskais (M)
- ✓ Standartnovirze (SD)
- ✓ Proporcionālie rādītāji (%)
- ✓ Mediāna
- ✓ Moda
- ✓ Diapazons
- ✓ Variācijas koeficients
- ✓ Korelācija, Pīrsona koeficients (r), sakarības stiprums

Rezultātu analīze

Kvalitatīviem datiem:

Tabulas, attēli, domu kartes.

Rezultātu interpretācija

Sasaiste ar esošo literatūru:

- ✓ Vai hipotēze apstiprināta/noraidīta?
- ✓ Vai tika atbildēts uz pētījuma jautājumiem?
- ✓ Ko nozīmē uzzinātais?
- ✓ Kā tas saistās ar izpētīto literatūru?
- ✓ Vai pastāv ierobežojumi?
- ✓ Nākotnes virziens pētījumam?

Secinājumu izvirzīšana

- ✓ Izvairīties no uzskaitīto faktu atkārtotības;
- ✓ Iekļaut secinājumus gan no literatūras apskata, gan no empīriskās daļas;
- ✓ Atgādināt lasītāju par galvenajiem atklājumiem tos strukturējot vai pārstāstot;
- ✓ Uzsvērt atklājuma nozīmīgumu;
- ✓ Izvairīties no neminētu datu uzskaitīšanas;
- ✓ Piešķirt darbam pabeigtības sajūtu.

Secinājumu izvirzīšana

- ✓ Izvairīties no uzskaitīto faktu atkārtošanas;
- ✓ Iekļaut secinājumus gan no literatūras apskata, gan no empīriskās daļas;
- ✓ Atgādināt lasītāju par galvenajiem atklājumiem tos strukturējot vai pārstāstot;
- ✓ Uzsvērt atklājuma nozīmīgumu;
- ✓ Izvairīties no neminētu datu uzskaitīšanas;
- ✓ Piešķirt darbam pabeigtības sajūtu.

Labāk:

Satura veidotāji ar augstāku atbildību vides jomā veicina pozitīvus atkritumu šķirošanas paradumus sekotāju vidū, kas pasvītro digitālo stratēģiju nepieciešamību vides aizsardzības veicināšanā.

nekā

Atkritumu šķirošana ir videi draudzīga.

Paldies!