



Kultūras aktivitātes barometrs 2022

Kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums

Rīgā, Kultūras ministrijā

26.01.2023.

Anda Laķe

Ko pētījām?

- Kultūras patēriņa un līdzdalības kopējās attīstības tendences.
- Jauniešu kultūras aktivitāte: iesaistes mehānismi un izaicinājumi.
- Covid-19 izplatības ierobežojumu ietekme uz kultūras patēriņu.
- Kultūras pakalpojumu pieklūstamība.
- Kultūras organizāciju pārstāvju viedoklis par izmaiņām darbā ar auditoriju.



Pētījuma laika ietvars un dati

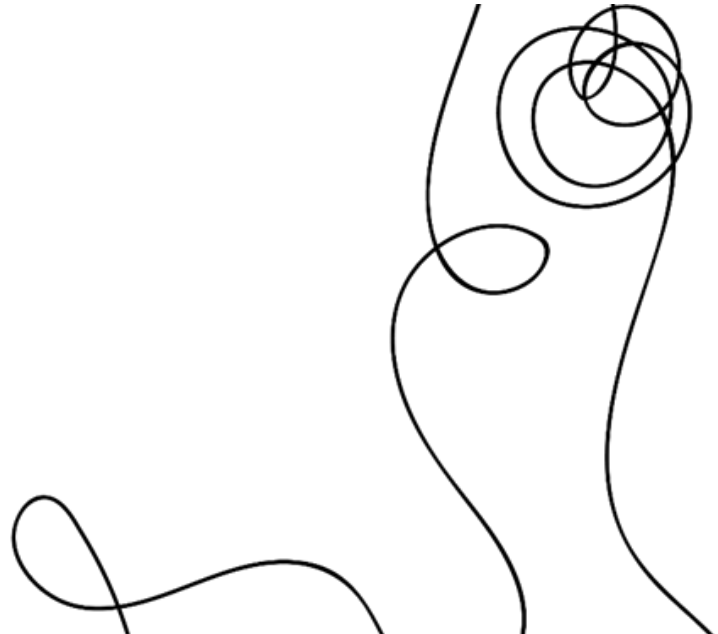
- **Latvijas iedzīvotāju** aptauja Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 75 gadiem, 1004 respondenti, no 07.10.2022. līdz 19.10.2022. (Lauka darbs - SKDS)
- **Kultūras organizāciju un pasākumu organizētāju** aptauja, 264 respondenti. No 03.11.2022. līdz 17.11.2022.
- **Aktīvo kultūras pasākumu apmeklētāju** retrospektīvās un padziļinātās individuālās intervijas (sadalā par kultūras patērētāju paradumu izmaiņām pēc pandēmijas) – 14 informanti; 2022. gada oktobris-decembris.
- Fokusgrupu diskusijas (jaunieši un sociālā pieejamība) – 4; 2022.gada oktobris-novembris.



Kāpēc pēta kultūras patēriņu?

- Kultūras satura pieaugums.
- Pierādīta kultūras patēriņa saikne ar nevienlīdzību, identitāti, piederību un citiem sociālās dzīves aspektiem.
- Viens no kultūras patēriņa pētījumu mērķiem ir identificēt, kādas ir iedzīvotāju prioritārās izvēles starp noteikta skaita kultūras produktiem/pieredzēm.





Kultūras patēriņa un līdzdalības kopējās attīstības tendences

Latvijas iedzīvotāju reprezentatīvi aptaujas dati

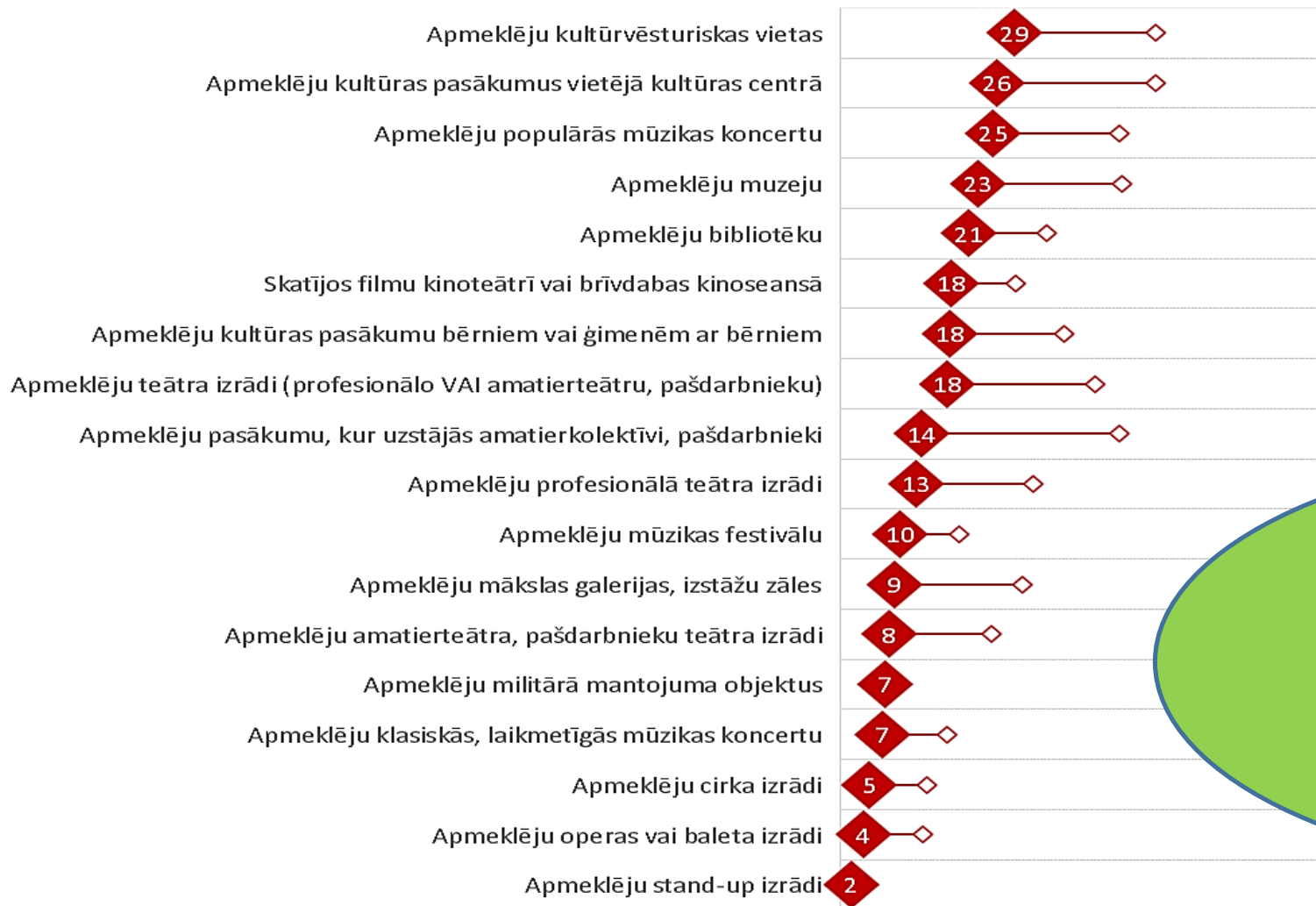
Iedzīvotāji vērtēja savus kultūras patēriņa paradumus par laika posmu no 2021. gada oktobra
līdz 2022. gada oktobrim

Rādītāji raksturo sasniegto maksimālo pandēmijas negatīvo ietekmi uz kultūras aktivitāti

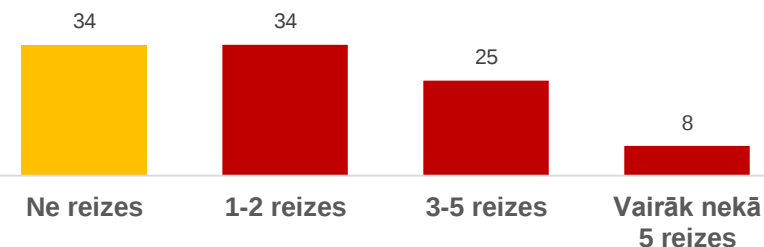


Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņa raksturojums (%)

2022/2018: kritums visās 18 mērītajās kategorijās



Kultūras pasākumu Latvijā
apmeklēšanas biežums
Pēdējo sešu mēnešu laikā (%)



**PĒDĒJO SEŠU MĒNEŠU
LAIKĀ**

**32,4% Latvijas iedzīvotāji
apmeklējuši kultūras
pasākumus 1x divos
mēnešos vai biežāk!!!**



Katrs trešais Latvijas iedzīvotājs pēdējā gada laikā klātienē nav apmeklējis nevienu kultūras pasākumu vai aktivitāti

Iedzīvotāju klātienē kultūras aktivitāte ir kritusies

Lai gan pēdējā gada laikā pasākumu un aktivitāšu apmeklēšana bijusi ievērojami vairāk pieejama kā iepriekšējos divos gados, tomēr to iedzīvotāju īpatsvars, kuri gada laikā nav apmeklējuši nevienu kultūras pasākumu vai aktivitāti, 2022. gadā ir būtiski pieaudzis:

«Neapmeklētāju īpatsvara» pieaugums pandēmijas ietekmē

- pirms pandēmijas tādu bija mazāk nekā 10%,
- pandēmijas sākumposmā 2020. gadā 20%,
- 2022. gadā šis rādītājs ir pieaudzis līdz 34%.



Top aktivitātes – ko apmeklē liels iedzīvotāju īpatsvars

- Kultūrvēsturisku vietu apmeklēšana (29%)
- Kultūras pasākumu vietējā kultūras centrā apmeklēšana (26%)
- Populārās mūzikas koncertu apmeklēšana (25%)
- Muzeju apmeklēšana (23%)
- Bibliotēku apmeklēšana (21%)

Pārējās anketā iekļautajās aktivitātēs bijuši iesaistīti ne vairāk kā 1/5 iedzīvotāju katrā.



Digitālais vs klātienes kultūras patēriņš

Iedzīvotāju digitālajā kultūras patēriņā ir aktīvāki nekā klātienes kultūras patēriņā

- Kopējie digitālā kultūras patēriņa rādītāji ir izteikti augstāki, nekā klātienes kultūras patēriņam.
- Piemēram,
 - filmas internetā skatās 55% iedzīvotāju, bet klātienē kinoteātros - tikai 18%.
 - Koncertu translācijas internetā skatījušies vai klausījušies 35% iedzīvotāju, bet klātienē koncertus apmeklējuši 25% iedzīvotāju.



Latvijas iedzīvotāju kultūras aktivitātes internetā (%)

pieaugums visās (21) mērītajās kategorijās

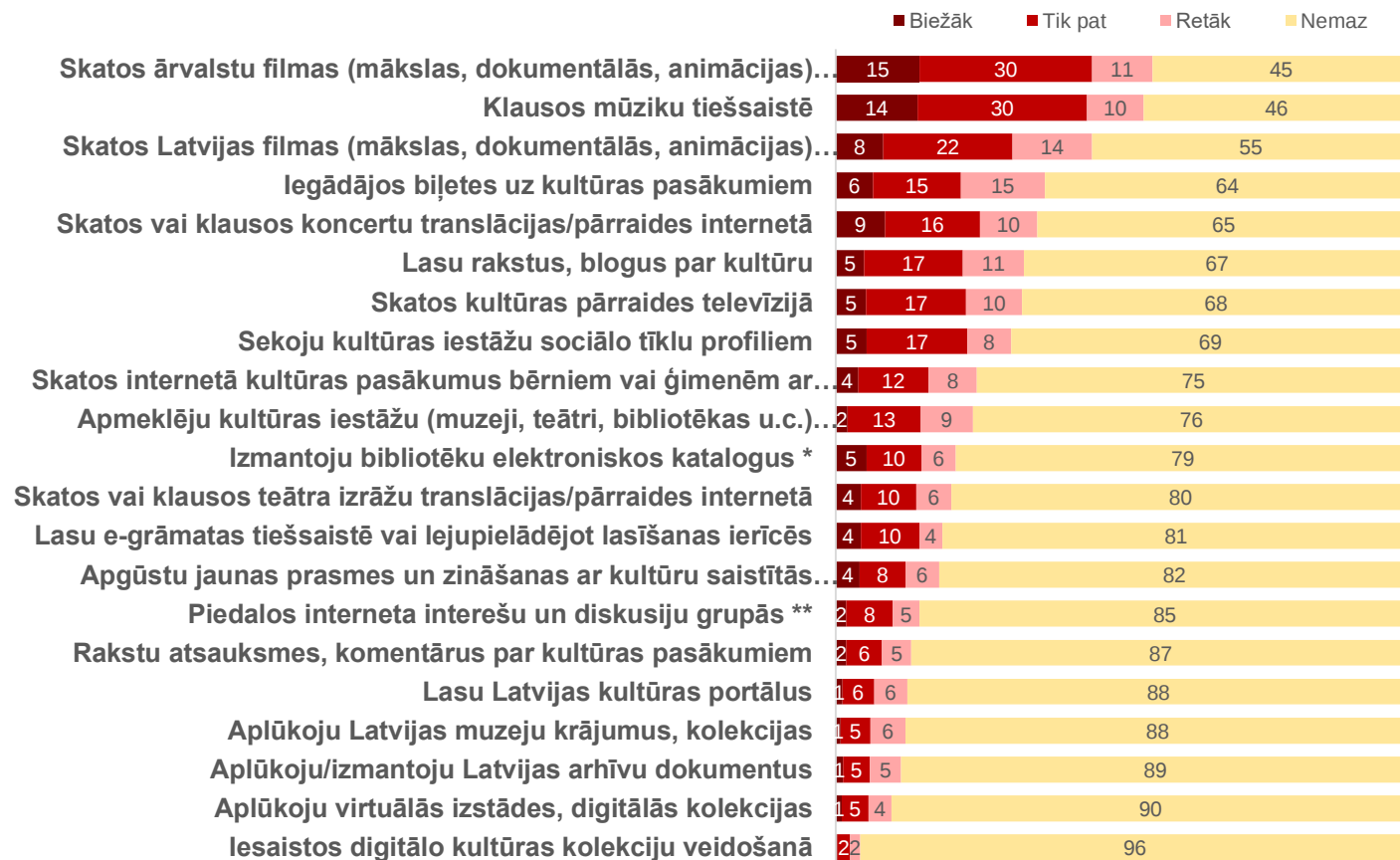
◆ 2022 ◆ 2018



Kopumā vairāk nekā 1/3 daļa iedzīvotāju ir maksājuši par digitālo kultūras saturu



Digitālā kultūras patēriņa aktivitātes 2022. gadā, salīdzinot ar laiku pirms diviem-trim gadiem



* Izmantoju bibliotēku elektroniskos katalogus un digitālos resursus, t.sk. abonētās datu bāzes

** Piedalos interneta interešu un diskusiju grupās/ forumos/ čatos par ar kultūru saistītiem jautājumiem

**SASKAŅĀ AR
AUDITORIJAS
PAŠNOVĒRTĒJUMU
BIEŽĀK INTERNETĀ
SKATĀS:**
filmas, tai skaitā
Latvijas, mūziku,
koncertus, kultūras
pārtraides TV, blogus
par kultūru, kultūras
iestāžu sociālo tīklu
profilus, izmanto
bibliotēku
elektroniskos
katalogus, teātra
izrādes



Rīga, Jūrmala, Rēzekne, Ventspils, Liepāja pandēmijas dēļ zaudējuši visvairāk kultūras pasākumu vies-apmeklētāju

2018. gadā kopumā 56% Latvijas iedzīvotāju (kas nedzīvo Rīgā) bija apmeklējuši pasākumus Rīgā - šogad šis rādītājs ir 39%;

Jūrmalu apmeklēja 21% (2018) un 9% (2022);

Rēzekni apmeklēja 11% (2018) un 5% (2022);

Liepāju apmeklēja 14% (2018) un 10% (2022);

Ventspili apmeklēja 14% (2018) un 9% (2022) citu Latvijas teritoriju iedzīvotāji

Kopumā novērojama sakarība – jo lielāka bijusi piesaistītā auditorija pirms pandēmijas, jo lielāks apmeklējuma samazinājums pēc pandēmijas.



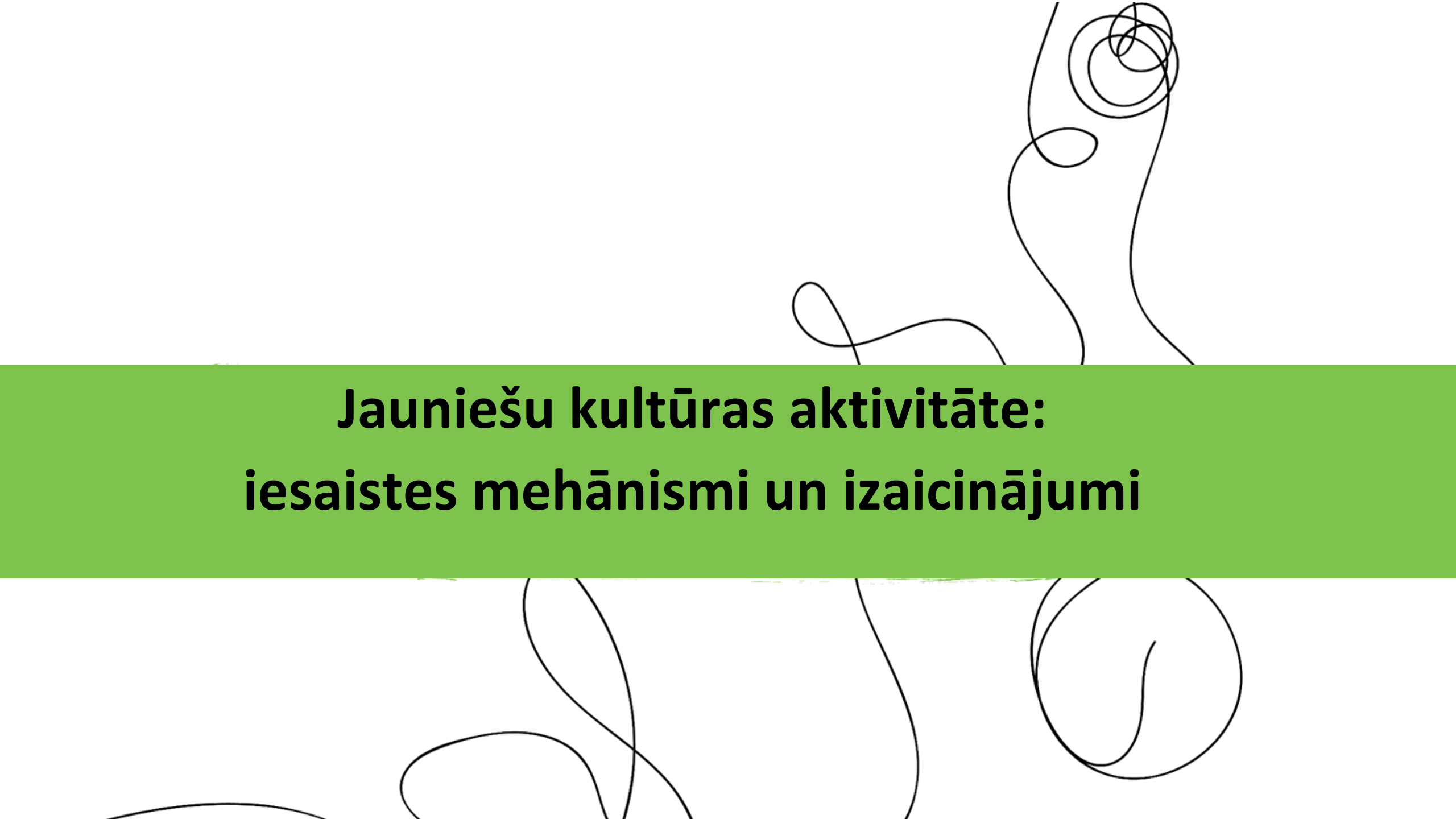
26% apgalvo, ka neplāno apmeklēt kultūras pasākumus

40% grib apmeklēt tuvāk mājām

Atgriešanās kultūras pasākumos notiek, bet tā nav strauja un pirmspandēmijas rādītājus sasniegs tikai ilgtermiņā. Lai gan daļa iedzīvotāji plāno atgriezties kultūras patēriņā, tomēr pasākumu apmeklēšanas regularitāte un biežums joprojām saglabāsies zems vai viduvējs (ne biežāk kā reizi 2-3 mēnešos).

Liels to iedzīvotāju īpatsvara pieaugums, kuriem ir **būtiska pasākumu norise tuvāk dzīvesvietai** - netieša norāde uz iedzīvotāju ieradumu maiņu un nevēlēšanos doties uz pasākumiem uz attālākām vietām.



The background features abstract, thin black line art. In the top right corner, there is a series of overlapping circles and loops. In the bottom left, there are several elongated, teardrop-like shapes. In the bottom right, there is a large circle with a smaller circle inside it, and a line extending from the inner circle. The central text is overlaid on a solid green horizontal band.

Jauniešu kultūras aktivitāte: iesaistes mehānismi un izaicinājumi

Kultūras patēriņā un kultūras līdzdalībā jaunieši ir izteikti aktīvāki nekā pārējie Latvijas iedzīvotāji



**VISI
JAUNIEŠI**



...arī digitālajā kultūras patēriņā jauniešu aktivitāte būtiski augstāka



**VISI
JAUNIEŠI**



Jauniešu auditorijas segmenti pēc to kultūras patēriņa un līdzdalības praksēm

1. Sociāli aktīvākā jauniešu daļa, ar piesātinātu dienas kārtību un iesaisti daudzveidīgās sociālās un kultūras līdzdalības formās, bet salīdzinoši zemu kultūras un mākslas patēriņa intensitāti.
2. Mazāk aktīva jauniešu daļa ar zemāk izteiktām līdzdalības izpausmēm uzvedībā, bet pietiekami augstu kultūras un mākslas patēriņa intensitāti.
3. Jaunieši ar zemu aktivitātes intensitāti gan sociālās un kultūras līdzdalības formās, gan kultūras un mākslas patēriņā.



Jaunieši par kultūras dzīvi Latvijā

- Latvijā kopumā ir daudzveidīgs un intensīvs kultūras piedāvājums.
- Pietrūkst starptautiski zināmu mākslinieku koncertu, izrāžu, izstāžu piedāvājuma, radošas pašizpausmes iespējas jauniešiem.
- Kultūras piedāvājums nav vienādi pieejams visā Latvijas teritorijā un visiem Latvijas iedzīvotājiem, tostarp jauniešiem.
- Ir konkrēti kultūras notikumu veidi, kuri interesē jauniešus, bet, kuri trūkst Latvijas kultūrvidē.
- Uzsvērtā skolas/formālās izglītības loma kultūras pieredzes bagātināšanā (“Latvijas skolas somas” programmas un kursa “Kultūra un māksla” loma)
- Atšķirīgas pieredzes informācijas ieguvē par kultūras norisēm, kas ļauj identificēt diferencētu ģimenes lomu.



**Aktīvie apmeklētāji par Covid-19 izplatības
ierobežojumu ietekmi uz kultūras patēriņu**

Subjektīvie pieņēmumi par faktoriem, kas noteica kultūras paradumus pēc pandēmijas

- Kultūras pasākumu apmeklējums visbiežāk tiek atsākts ar emocionāli piesātinātākajām formām un tādām kolektīvajām aktivitātēm, kas bija krass kontrasts pandēmijas individuālismam – t.i. **teātris, opera, koncerti**, arī muzeji un izstādes.
- Apmeklējuma pilnīga pārtraukšana pandēmijas periodā, nespēja pārvarēt ieilgušo neaktivitāti pasākumu apmeklēšanā.
- Nevēlēšanās riskēt saslimt ar Covid-19.
- Pārsātināta kultūras dzīve pirms pandēmijas, vēlme pēc kvalitatīvāka un atlasīta satura.
- Biļešu cenu pieaugums.
- Krievijas kara Ukrainā kontekstā kultūra nešķiet prioritāra.
- Trūkst kāda, kas ārēji pamudina doties.



Auditorijas viedoklis: Restarts māksliniekiem, kopīga pārdzīvojuma radīšana un augstāka kvalitāte

- Pieņemums, ka pēc pandēmijas vērojams mākslas dzīves restarts, apmeklētājiem sajūta, ka kopumā ir kvalitatīvāks saturs vai sniegums.
- Atzīts, ka ir novērojams entuziasms mākslinieku priekšnesumos, mākslinieku un auditorijas vienotības sajūta.
- Atzīts, ka ir izteikti plašs un kvalitatīvāks piedāvājums, daudz inovatīvu un digitālu risinājumu, izcils sniegums.
- Aktīvākā auditorijas daļa uzskata, ka organizācijām nav problēmu piesaistīt auditoriju un biļetes daudzkārt nevar nopirkt.

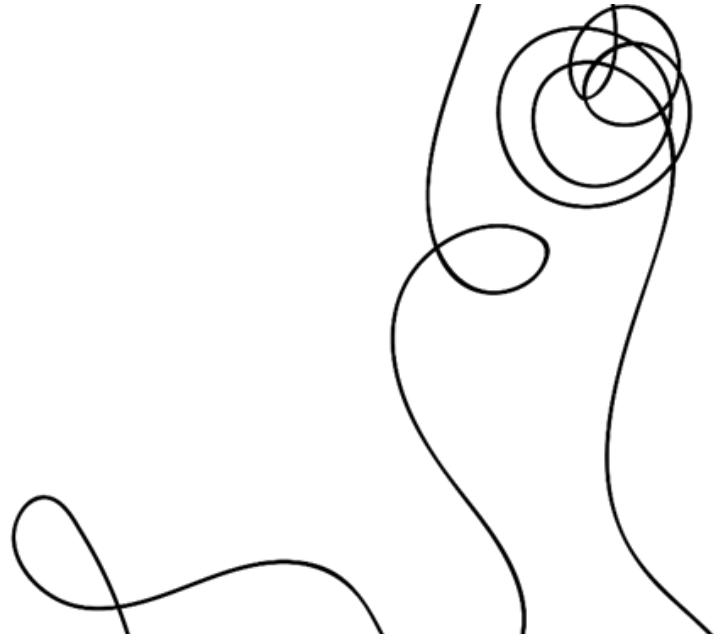


Vai ir restarts auditorijai?

Dažādi viedokļi, dažādas pieredzes

- Viedoklis: Pandēmija radījusi “izsalkumu” un ilgas pēc pasākumiem – tie tiek apmeklēti biežāk.
- Viedoklis: Citi atzīst, ka pēc pandēmijas netiek apmeklēti kultūras pasākumi bet nespēj izskaidrot iemeslus un no tās izrauties.
- Viedoklis: Apmeklē mazāk, jo svarīgāka kļuvusi pasākumu kvalitāte.
- Viedoklis: nespēj atsākt kultūras pasākumu apmeklēšanu, jo bažas par iespējamo saslimšanu ar Covid-19.
- Viedoklis: Klātienē apmeklē daudz mazāk, jo pieraduši pie straumēšanas servisiem
- Viedoklis: Atsākot apmeklējumu pēc pandēmijas daļa auditorijas izvēlas dinamiskākas kultūras formas (kā teātri un koncertus)
- Dažādas stratēģijas biļešu iegādē – radikāli pretējas cilvēku pieredzes





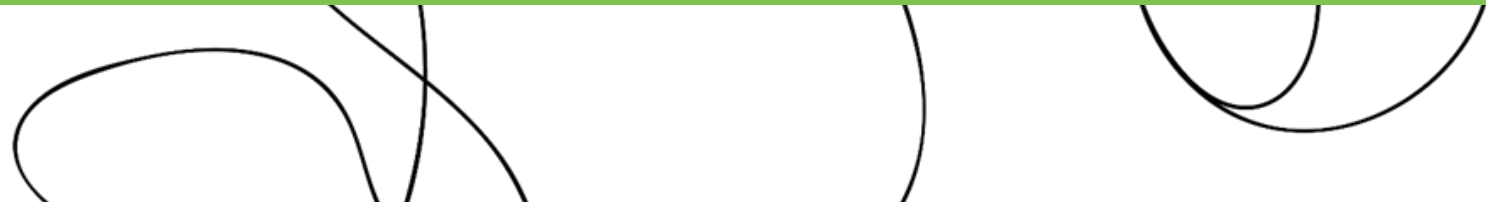
Kultūras pakalpojumu pieejamība

Pieejamība vs piekļūstamība

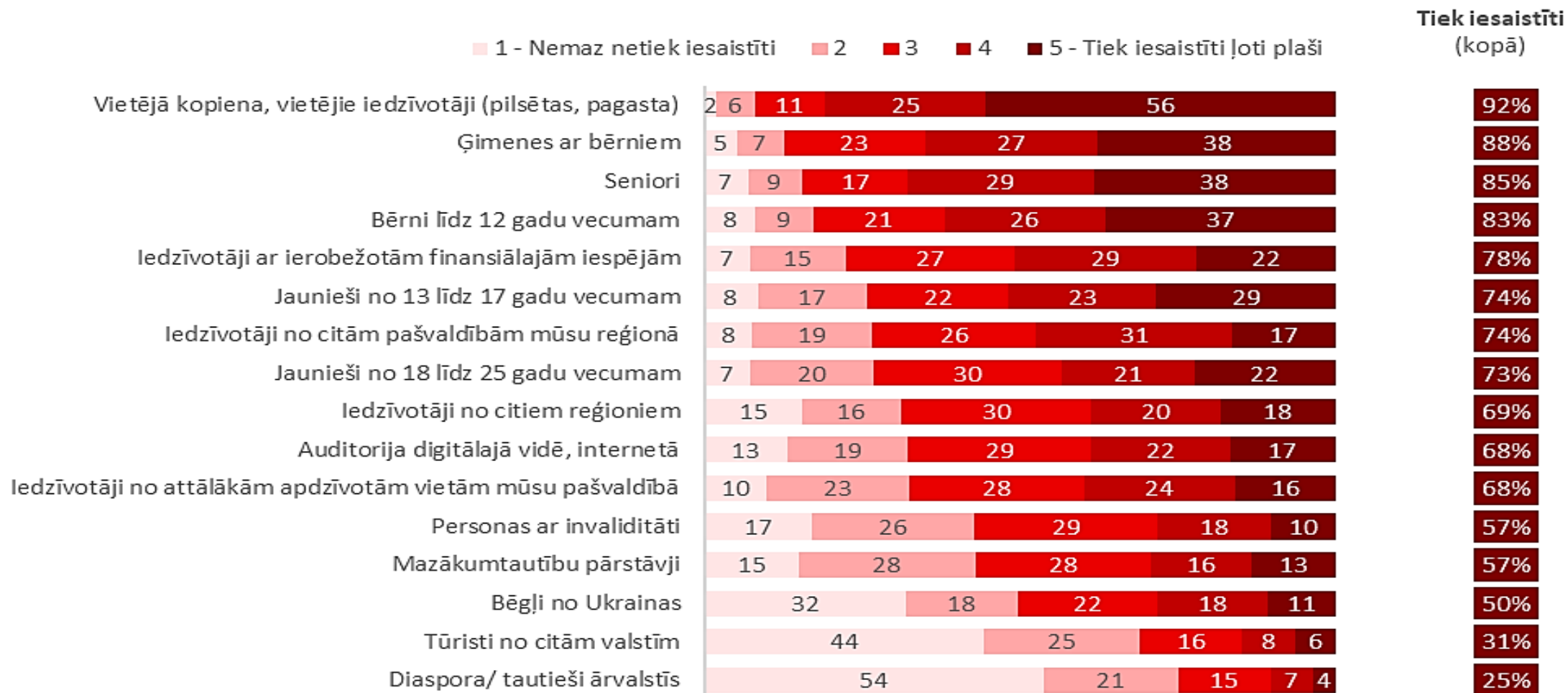
Pieejamība: vai pakalpojums vispār pastāv

Piekļūstamība: akcentē iespējas vai ierobežojumus, kas skar šī pakalpojuma izmantošanu dažādām iedzīvotāju grupām

Kultūras organizācijas biežāk nekā iepriekš aktivitātēs iekļauj personas ar invaliditāti (pieaugums no 48% līdz 57%)



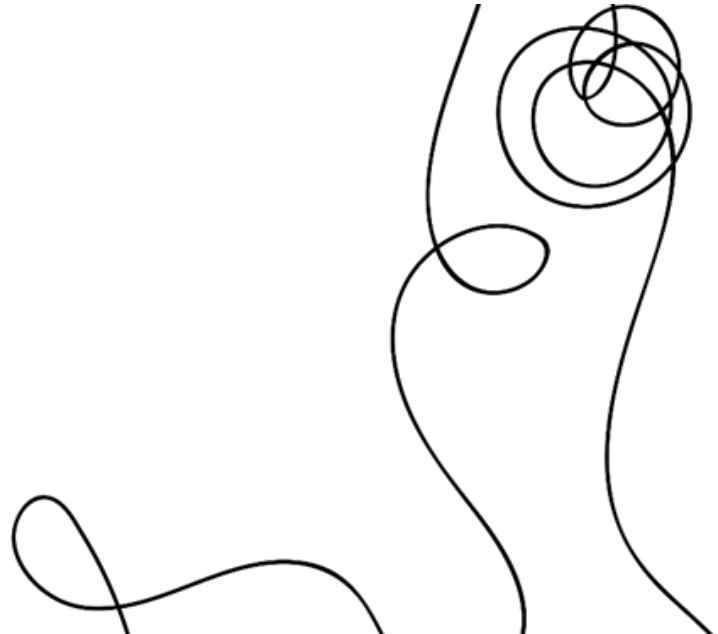
Kultūras organizāciju darbs ar auditorijas dažādām mērķgrupām, %



Kultūras organizāciju pārstāvju viedokļi par pieklūstamību

- Atzīst, ka cilvēkus ar ierobežotām iespējām iesaistīt kultūras piedāvājuma izmantošanā var pielāgojot vidi, veidojot īpašu un adaptējot esošo piedāvājumu.
- Norāda uz daudzām barjerām: atbilstošu normatīvo aktu trūkums/politikas trūkums; finansējuma trūkums; atbilstošu pakalpojumu/ satura piedāvājuma trūkums; negatīvā attieksme un izpratnes trūkums; pieejamības un pieklūstamības trūkums; trūkst pašu šo cilvēku un viņu pārstāvošo institūciju iesaiste un konsultācijas.
- Uzskata, ka ir labāk informēti par cilvēkiem ar fiziskiem ierobežojumiem, bet daudz mazākā mērā – par citu mērķgrupu vajadzībām un iespējām.





Kultūras organizāciju un pasākumu rīkotāju darbs ar auditoriju

**Vērtējumus par auditorijas izmaiņām, informāciju par organizāciju praksēm digitālo kultūras
produktu ieviešanā, kā arī par pandēmijas radītajām izmaiņām darbībā kopumā**



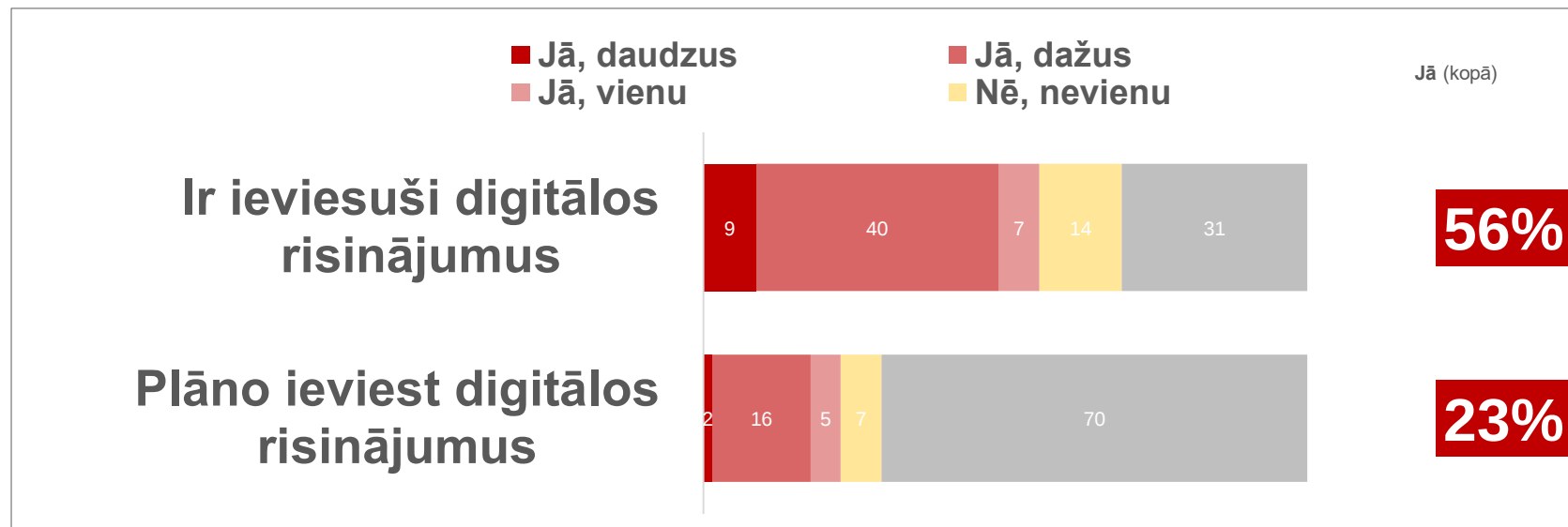
Kultūras organizāciju pārstāvju viedoklis par izmaiņām/uzlabojumiem savā darbā ar auditoriju



Sociālie tīkli
Plānošana
Jauni pasākumu veidi un
pakalpojumi
Jauna auditorija
Uzlabota infrastruktūra



56% kultūras organizācijas ieviesušas digitālos risinājumus





PALDIES!
Jautājumi?