

2. PIELIKUMS. LIEPĀJAS PILSĒTAS, KULDĪGAS UN DIENVIDKURZEMES NOVADU KULTŪRAS NOZARES PĀRSTĀVJU APTAUJA

Apakšpētījums “Liepāja – Eiropas kultūras galvaspilsēta 2027.gadā” novērtējuma pētījuma ietvaros

Autori: Ilona Asare, Nadīna Medne, Latvijas Kultūras akadēmijas Kultūras un mākslu institūts

SATURS

Ievads	2
Pētījuma metodoloģija	3
Respondentu raksturojums	3
Rezultāti	6
Piederības sajūta savai vietai	6
Liepājas pilsētas vērtējums	6
Vērtību reprezentācijas kultūras piedāvājumā svarīgums	8
Kultūras mantojuma praksēs balstītu produktu radīšana/izplatīšana	9
Vietējo resursus izmantošana produktu radīšanā	10
Iedzīvotāju iesaiste kultūras piedāvājuma veidošanā	11
Sadarbības projekti ar ārvalstu partneriem	12
Ekodizaina principu pārzināšana un izmantošana pasākumu organizēšanā	13
Kultūras produktu pieejamība digitālā vidē	15
Kultūras piedāvājuma daudzveidība	16
Informētība par Eiropas kultūras galvaspilsētas norisēm	17
Kultūras norišu rekomendēšana	18
Sadarbība ar tūrisma nozari	19
Nodarbinātības pievilcība kultūras un radošajā sektorā	19

IEVADS

No 2024.gada 24.oktobra līdz 30.decembrim tika veikta Liepājas pilsētas, Dienvidkurzemes un Kuldīgas novadu kultūras un radošā sektora operatoru aptauja.

Aptaujas mērķis bija noskaidrot Liepājas pilsētas, Dienvidkurzemes un Kuldīgas novadu kultūras un radošā sektora operatoru vērtējumu un viedokli par sekojošām tēmām:

- 1) Kultūras un mākslas pasākumu skaits/proporcija, kuros integrētas ar Eiropu saistītas tēmas un vērtības; KRS pārstāvju pašnovērtējums par šo pasākumu auditorijas kvantitatīvu apjomu;
- 2) viedoklis par iedzīvotāju iesaisti pasākumu rīkošanā;
- 3) sadarbības projektu skaits ar ārvalstu partneriem;
- 4) ekodizaina principu pārzināšana un izmantošana pasākumu organizēšanā;
- 5) Kultūras satura piedāvājums digitālā vidē:
 - kultūras notikumu, kultūras un radošo produktu skaits, kas oriģināli radīts digitālajā vidē;
 - kultūras satura izplatīšana digitālā vidē - digitāli pieejamo KRI produktu skaits.
- 6) kultūras mantojuma praksēs balstītu produktu radīšana un izplatīšana;
- 7) vietējos resursos balstītu produktu radīšana;
- 8) sadarbība ar tūrisma nozari; produktu radīšana tūrisma pakalpojuma vērtību ķēdes ietvaros;
- 9) piederības sajūta dzīvesvietai;
- 10) Liepājas pilsētas tēls, pozitīvās, negatīvās iezīmes;
- 11) nodarbinātības pievilcība radošo industriju jomā.

PĒTĪJUMA METODOLOĢIJA

Aptaujas mērķgrupa bija Liepājas pilsētas, Dienvidkurzemes un Kuldīgas novadu kultūras un radošā sektora operatori – gan publiskā (valsts, pašvaldības iestādes, kapitālsabiedrības), gan privātā sektora (KRI uzņēmumi, NVO (biedrības un nodibinājumi)) dalībnieki. Aptaujas ģenerālā kopā tika veidota pēc datu avotos pieejamās informācijas par kultūras un radošā sektora operatoriem projekta mērķteritorijās.

Izmantotie avoti:

- kultūrasdati.lv,
- Liepājas pilsētas, Kuldīgas un Dienvidkurzemes pašvaldību mājaslapas,
- Liepājas, Kuldīgas novada un Kurzemes plānošanas reģiona kultūras projektu konkursu rezultāti,
- LKA veidota Liepājas un Kuldīgas radošo industriju pārstāvju datubāze,
- Pētījums par Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju sociāli-ekonomisko ietekmi.

Kopā identificēti vairāk kā 800 kultūras un radošā sektora operatori no Liepājas pilsētas, Dienvidkurzemes un Kuldīgas novadiem. Aptaujā izmantota elektroniska aptauja, kas izsūtīta 2024.gada 24.oktobrī uz 543 unikālām e-pasta adresēm no LKA KMI oficiālā e-pasta adreses. Atkārtots aicinājums ar lūgumu aizpildīt aptauju tika izsūtīts 19.novembrī no nodibinājuma «Liepāja Eiropas kultūras galvaspilsēta 2027» biroja e-pasta adreses.

RESPONDENTU RAKSTUROJUMS

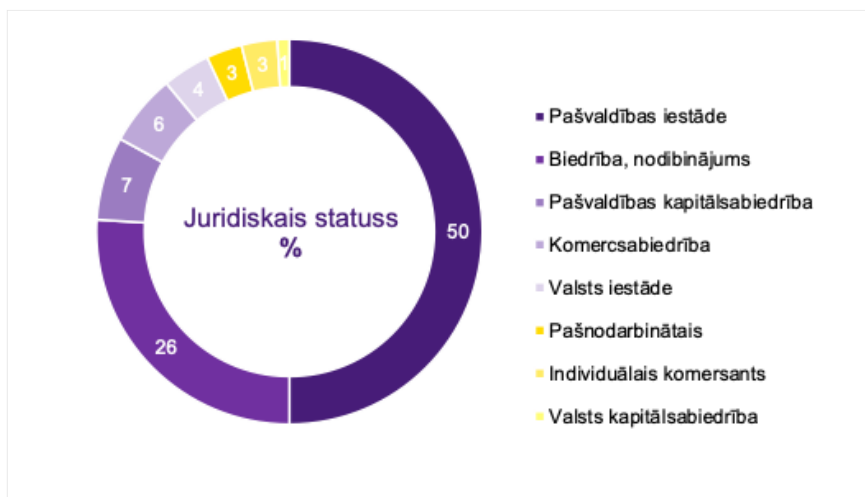
Kopā tika sasniegti 100 respondenti, kas pārstāvēja kultūras un radošā sektora operatorus no visām projekta "Liepāja Eiropas kultūras galvaspilsēta 2027" mērķteritorijām. Lielākā daļa jeb 36% aptaujāto pārstāvēja organizācijas/uzņēmumus, kas atrodas Liepājas valstspilsētā, 29% respondentu – Dienvidkurzemes novadu un 22% - Kuldīgas novadu, bet 13% norādīja Kuldīgas pilsētu.

1.attēls. Organizāciju ģeogrāfiskais pārklājums (%)



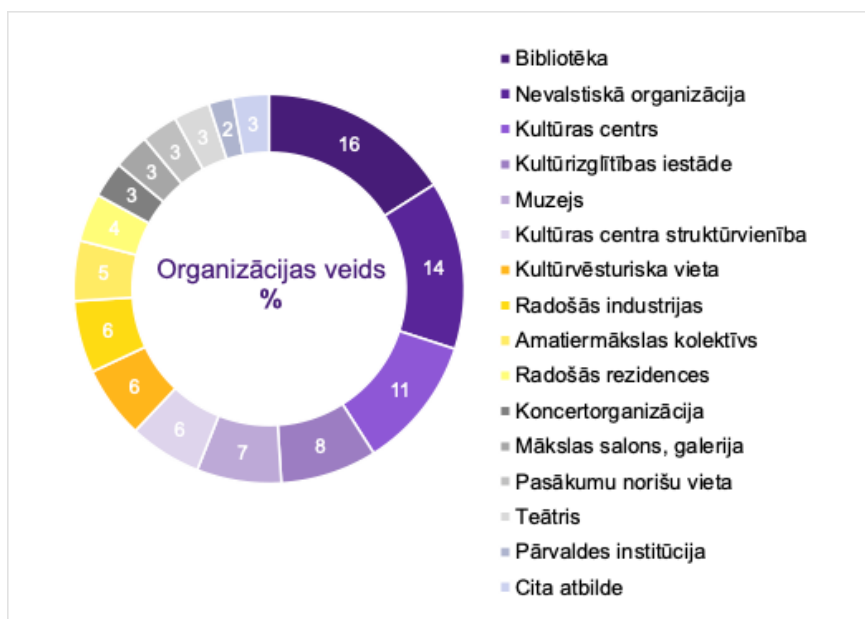
Lielākā daļa (50%) respondentu norādīja, ka pārstāv pašvaldības iestādi. Otra biežāk pārstāvētā organizācijas forma (26%) bija biedrības un nodibinājumi. Salīdzinoši mazāks skaits respondentu (7%) norādīja, ka pārstāv pašvaldības kapitālsabiedrības, 6% komercsabiedrības un 4% valsts iestādi. 3% aptaujāto bija pašnodarbinātie, 3% individuālie komersanti un 1% valsts kapitālsabiedrības.

2.attēls. Organizāciju iedalījums pēc juridiskā statusa (%)



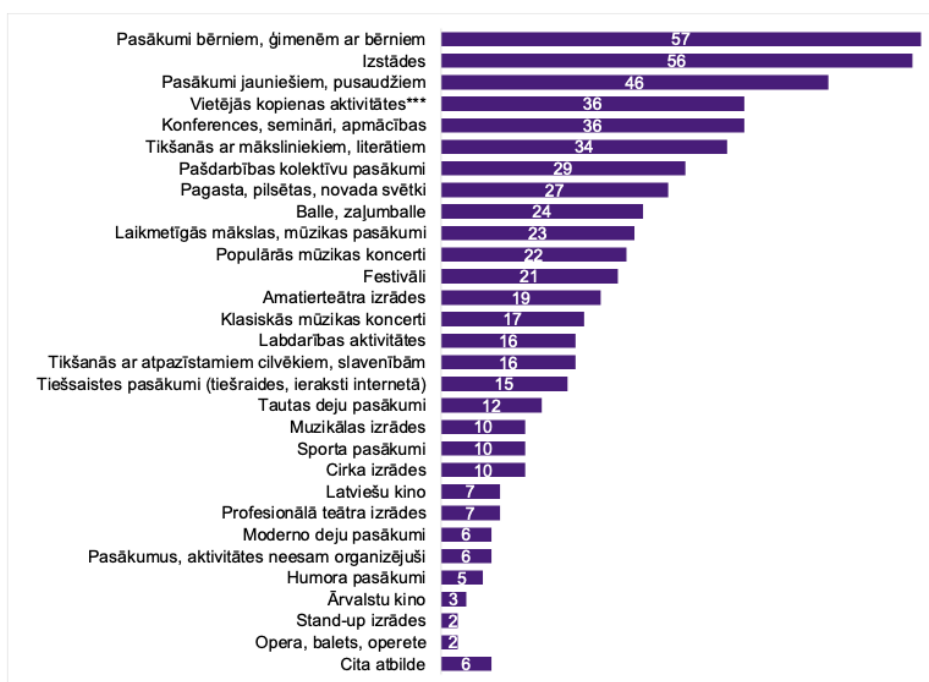
No visiem aptaujātajiem 16% pārstāvēja bibliotēkas, 14% nevalstiskās organizācijas, 11% kultūras centrus, 8% kultūrizglītības iestādes, 7% muzejus. Vienāds skaits aptaujāto norādīja, ka pārstāv kultūrvēsturisku vietu (6%) un radošās industrijas (6%). Nedaudz mazāks skaits respondentu pārstāvēja amatiermākslas kolektīvus (5%), radošās rezidences (4%). Vienāds skaits aptaujāto pārstāvēja koncertorganizācijas (3%), mākslas salonus, galerijas (3%), pasākumu norišu vietas (3%) un teātrus (3%). 2% pārstāvēja pārvaldes institūcijas, bet 3% minēja citu atbildi (tika norādītas atbildes – «pārstāvu vairākas organizācijas», «senlietu krātuve» un 1 respondents organizācijas veidu nenorādīja).

3.attēls. Sasniegtās organizācijas veids (%)



Respondentiem tika lūgts arī norādīt, kāda veida pasākumus, aktivitātes viņi pēdējā gada laikā ir organizējuši. Respondentiem bija iespēja norādīt vairākas aktivitātes, tādēļ kopējais atbilžu skaits pārsniedz 100 %. Visbiežāk rīkotā aktivitāte ir pasākumi bērniem, ģimenēm ar bērniem (57%), gandrīz tikpat bieži (56%) tika minētas arī izstādes, kam seko pasākumi jauniešiem, pusaudžiem (46%). Vienlīdz bieži minētas vietējās kopienas aktivitātes (36%) un konferences, semināri, apmācības (36%). Salīdzinoši bieži minētas arī tikšanās ar māksliniekiem, literātiem (34%). Desmit biežāk minēto atbilžu starpā bija arī pašdarbības kolektīvu pasākumu (29%), pagasta, pilsētas svētku un novada svētku (27%), baļļu un zaļumbalļu (24%) un laikmetīgās mākslas, mūzikas pasākumu (23%) organizēšana.

4. attēls. Organizāciju rīkotās aktivitātes pēdējā gada laikā (%)



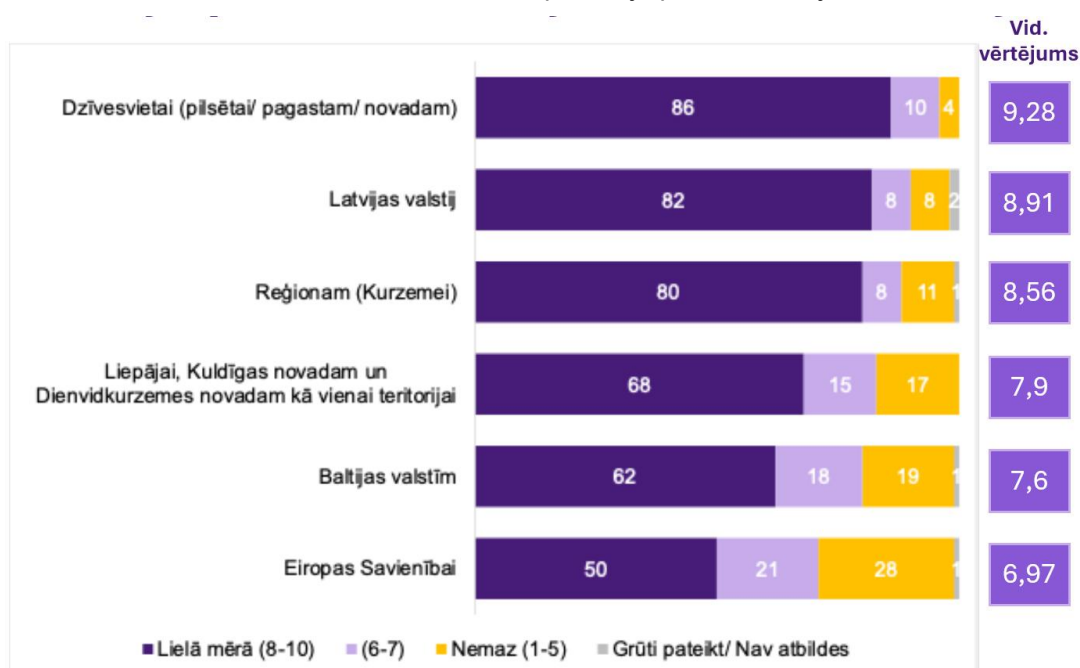
REZULTĀTI

PIEDERĪBAS SAJŪTA SAVAI VIETAI

Vērtējot savu piederības sajūtu katrai no aptaujas anketā iekļautajām teritorijām (novērtējot to 10 punktu skalā, kur "1" nozīmē "nemaz nepiederu", bet "10" nozīmē "ļoti lielā mērā piederu"), lielākā daļa respondentu (86%) norādījuši, ka izteikti izjūt piederību savai dzīvesvietai (pilsētai/ pagastam/ novadam), Latvijas valstij (82%), Kurzemes reģionam (80%), Liepājai, Kuldīgas un Dienvidkurzemes novadiem kā vienai teritorijai (68%) un Baltijas valstīm (62%). Salīdzinoši zemāks vērtējums ir sniegts par piederības izjūtu Eiropas Savienībai, kam pozitīvu vērtējumu devuši vien 50% aptaujāto, un ko vidēji novērtēja ar 6,97 punktiem.

Kopumā aptaujātie kultūras un radošā sektora operatori izjūt lielāku piederību savai dzīvesvietai, valstij un Kurzemes reģionam, kas vidēji novērtēti no 8,56 līdz 9,28 punktiem, bet mazāk jūtas piederīgi Eiropas Savienībai (vidējais vērtējums – 6,97 punkti).

5.attēls. KRS pārstāvju piederības sajūta saavai vietai/teritorijai (%)



Respondenti tika lūgti novērtēt, cik lielā mērā viņi izjūt vai neizjūt Liepājas pilsētu, Kuldīgas un Dienvidkurzemes novadus kā vienu reģionu. Kopumā tikai 25% aptaujāto kultūras un radošā sektora pārstāvju visas teritorijas izjūt kā vienu reģionu (novērtējot to ar 8-10 punktiem). 17% respondenti sniedza viduvēju vērtējumu (6-7 punktus), bet negatīvu vērtējumu (1-5 punktus) sniedza 55% respondenti, norādot, ka neizjūt minētās teritorijas kā vienotu reģionu. Vidējais vērtējums ir 5,04 punkti.

Secināms, ka projekta "Liepāja Eiropas kultūras galvaspilsēta 2027" mērķteritoriju aptaujātie kultūras un radošā sektora pārstāvji drīzāk neizjūt, nekā izjūt kā vienotu reģionu.

LIEPĀJAS PILSĒTAS VĒRTĒJUMS

Lūgti novērtēt, vai Liepāja ir laba vieta, kur dzīvot, kopumā 78% respondentu novērtējuši, ka tā ir laba vieta, kur dzīvot. 34% aptaujāto to atzinušu par ļoti labu vietu un 44% aptaujāto par drīzāk labu vietu. 11% no visiem respondentiem to atzina par viduvēju vietu, kur dzīvot. Tikpat liels skaits (11%) respondentu sniedza atbildi "Grūti pateikt/ Nav atbildes". Jāatzīmē, ka neviens no respondentiem to novērtēja kā sliktu vai ļoti sliktu vietu, kur dzīvot.

6. attēls. Liepājas pilsētas vērtējums (%)



Aptaujāto kultūras un radošā sektora pārstāvju 10 biežāk minētās Liepājas pilsētas pozitīvās iezīmes:

- 1) Jūra/jūras tuvums (minēts 59 reizes),
- 2) Kultūras piedāvājums/pasākumi/iestādes (minēts 23 reizes),
- 3) Teātris (minēts 18 reizes),
- 4) Pludmale (minēts 18 reizes),
- 5) Visur var nokļūt ar kājām (minēts 12 reizes),
- 6) Kultūra/kultūras dzīve (minēts 10 reizes),
- 7) Lielais dzintars (minēts 9 reizes),
- 8) Infrastruktūra (minēts 9 reizes),
- 9) Sakārtota/skaista pilsētvide (minēts 8 reizes),
- 10) Karosta (minēts 8 reizes).

Aptaujāto kultūras un radošā sektora pārstāvju 11 biežāk minētās Liepājas pilsētas negatīvās iezīmes:

- 1) Nesakārtotas/pamestas ēkas/grausti (minēts 27 reizes),
- 2) Nesakoptas teritorijas/raioni (minēts 22 reizes),
- 3) Bezmaksas autostāvvietu trūkums (minēts 18 reizes),
- 4) Nesakārtota satiksmes infrastruktūra/sastrēgumi (minēts 18 reizes),
- 5) Dzīvojamā fonda nepieejamība un dārdzība (minēts 10 reizes),
- 6) Nesakārtotas ielas (minēts 13 reizes),
- 7) Piesārņots gaiss un netīra vide (minēts 9 reizes),
- 8) Viss patīk (minēts 9 reizes),
- 9) Maz iedzīvotāju (minēts 8 reizes),
- 10) Nav vienotu noteikumu par arhitektūras pieminekļu (vecu ēku) saglabāšanu (minēts 6 reizes),
- 11) Autoosta/stacija (minēts 6 reizes).

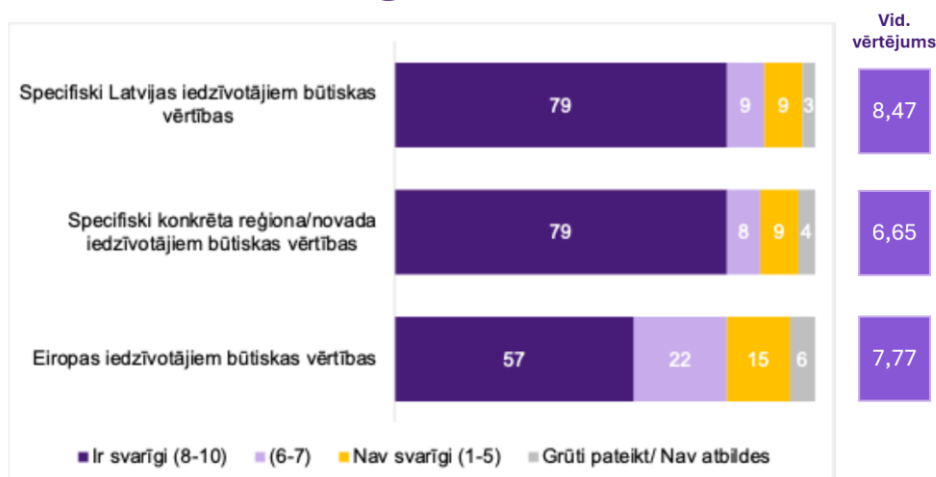
Respondentu minētās pirmās trīs asociācijas ar Liepājas pilsētu tika apzīmētas ar vārdiem *jūra*, *vējš*, *mūzika*.



VĒRTĪBU REPREZENTĀCIJAS KULTŪRAS PIEDĀVĀJUMĀ SVARĪGUMS

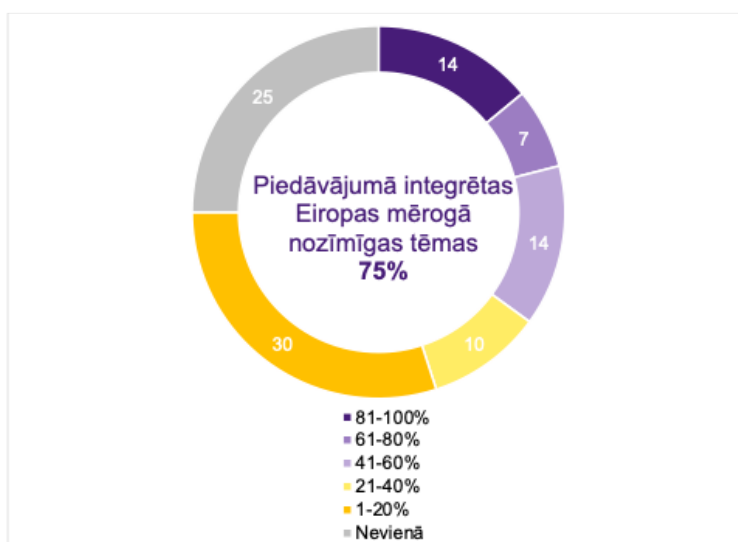
Respondentiem tika lūgts norādīt, cik lielā mērā ir vai nav svarīgi viņu pārstāvētajām organizācijām savā piedāvājumā reprezentēt aptaujas anketā iekļautās vērtības. Vispozitīvāk novērtēta specifiski Latvijas iedzīvotājiem būtisku vērtību iekļaušana - 79% respondentu snieguši vērtējumu 8-10 punkti (vid. vērtējums 8,47 punkti). Specifiski konkrēta reģiona/novada iedzīvotājiem būtisku vērtību reprezentācija ir svarīga 79% aptaujāto (vid. vērtējums 6,65%). Eiropas iedzīvotājiem būtisku vērtību atspoguļošana organizācijas piedāvājumā svarīga ir 57% respondentu (vid. vērtējums 7,77 punkti).

8.attēls. Vērtību reprezentācijas kultūras piedāvājumā svarīgums (%)



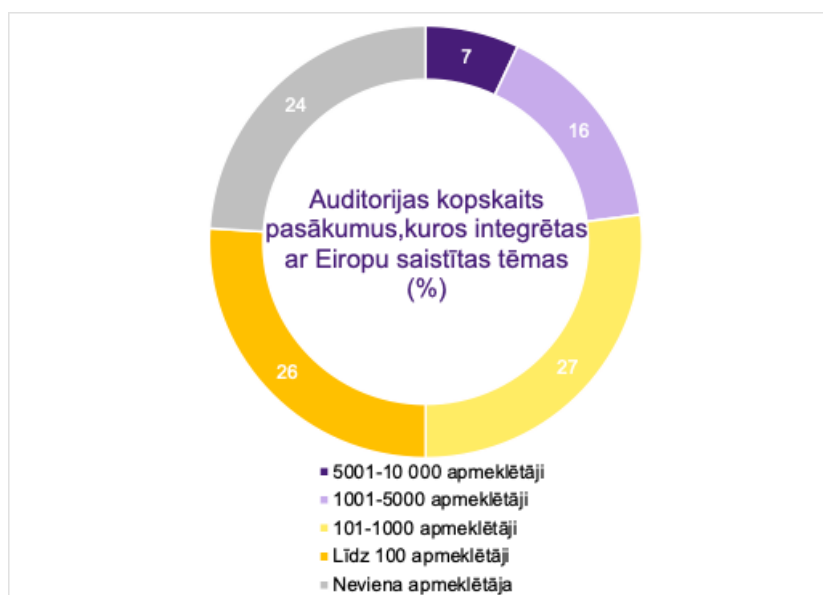
Aptaujas dalībniekiem tika lūgts norādīt, cik daudz (aptuveni %) viņu organizācijas piedāvājumā pēdējo 12 mēnešu laikā ir bijušas integrētas Eiropas mērogā nozīmīgas tēmas. Dominantais vairākums jeb 75% respondentu norādīja, ka viņu organizāciju piedāvājumā pēdējā gada laikā bijušas iekļautas Eiropas mērogā nozīmīgas tēmas, tai skaitā 30% aptaujāto norādījuši, ka tās integrētas 1-20% organizācijas piedāvājuma, 10% aptaujāto – 21-40% piedāvājuma, 14% aptaujāto 41-60% piedāvājuma, 7% aptaujāto 61-80% piedāvājuma un 14% aptaujāto 81-100% piedāvājuma. Savukārt 25% respondentu norādīja, ka nevienā organizācijas piedāvājumā šādas tēmas nav tikušas integrētas. Vidēji pēdējo 12 mēnešu laikā Eiropas mērogā nozīmīgas tēmas integrētas 31,76% piedāvājumu.

9.attēls. Eiropas tēmu integrācija pasākumos (%)



Respondenti tika lūgti arī norādīt kultūras un mākslas pasākumu kopskaitu, kuros pēdējo 12 mēnešu laikā bijušas integrētas Eiropas mērogā nozīmīgas tēmas. 70% aptaujāto šīs tēmas integrējuši 1-50 pasākumos, 5% aptaujāto 51-100 pasākumos, 1% aptaujāto – 101-150 pasākumos un 1% aptaujāto – 151-200 pasākumos. 23% respondentu norādīja, ka Eiropas tēmas nav iekļāvuši nevienā organizācijas pasākumā. Vidējais pasākumu skaits – 14,49 pasākumi.

10.attēls. Eiropas mērogā nozīmīgu tēmu integrācija pasākumos: auditorijas kopskaits (%)



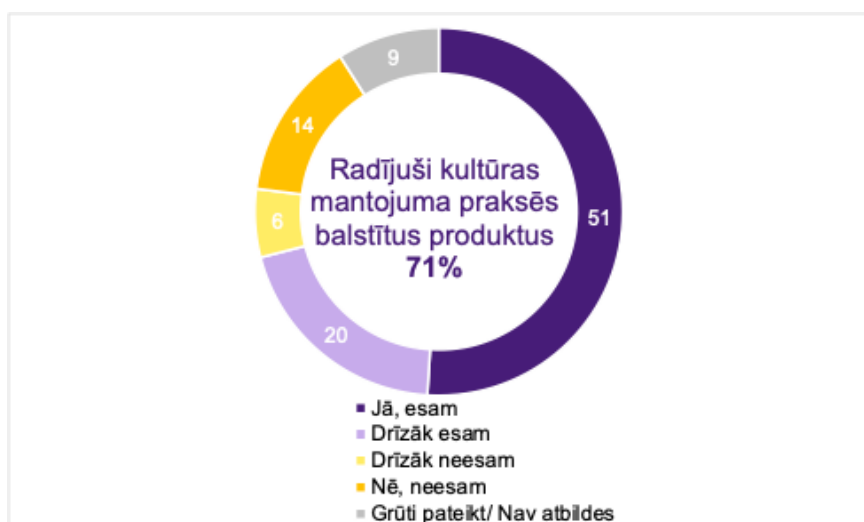
11. attēls. Eiropas mērogā nozīmīgu tēmu integrācija pasākumos: pasākumu skaits (%)



KULTŪRAS MANTOJUMA PRAKSĒS BALSTĪTU PRODUKTU RADĪŠANA/IZPLATĪŠANA

Pēdējo 12 mēnešu laikā kopumā 71% respondentu pārstāvētās organizācijas/uzņēmumi ir radījuši vai izplatījuši kultūras mantojuma praksēs balstītus produktus (pasākumus, izrādes, izstādes, koncertus vai citas kultūras norises), bet 20% aptaujāto atzina, ka viņu organizācija/uzņēmums šādus produktus nav radījis vai izplatījis. 9% respondentu sniedza atbildi "Grūti pateikt/Nav atbildes". Dati liecina, ka aptaujāto kultūras un radošā sektora pārstāvju vidū kultūras mantojuma praksēs balstītu produktu radīšana/izplatīšana ir populāra.

12.attēls. Kultūras mantojuma praksēs balstītu produktu radīšana/izplatīšana (%)



No 71% aptaujāto kultūras un radošā sektora pārstāvju, kuru organizācijās/uzņēmumos pēdējo 12 mēnešu laikā ir radīti/izplatīti kultūras mantojuma praksēs balstīti produkti, lielākā daļa jeb 64 respondenti norādīja, ka pēdējā gada laikā radījuši/izplatījuši 1-20 šādus produktus. Vairāk nekā 20 produktus radījuši tikai 7 respondenti: 3 respondenti 21-40 produktus, 2 respondenti 41-60 produktus un 2 respondenti 81-100 produktus. Vidējais kultūras mantojuma praksēs balstīto produktu skaits ir 9,05 produkti.

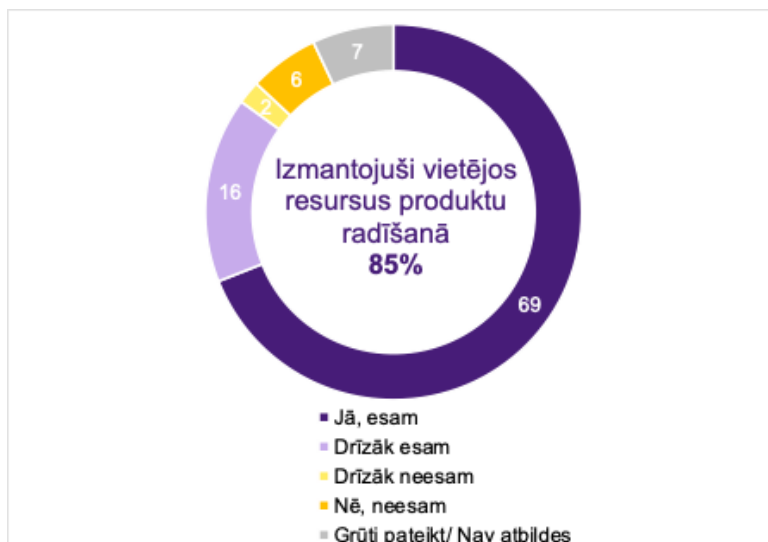
13. attēls. Kultūras mantojuma praksēs balstīto produktu skaits



VIETĒJO RESURSUS IZMANTOŠANA PRODUKTU RADĪŠANĀ

Absolūtais vairākums 85% respondentu norādīja, ka viņu pārstāvētā organizācija/uzņēmums pēdējo 12 mēnešu laikā produktu radīšanai ir izmantojis vietējos resursus, 8% respondentu norādīja, ka šie resursi viņu organizācijās/uzņēmumos nav tikuši izmantoti. Savukārt 7% bija uz jautājumu atbildēja norādot "Grūti pateikt/ nav atbildes". Aptaujas dati liecina, ka vietējo resursu izmantošana aptaujāto kultūras un radošā sektora pārstāvju vidū ir ļoti bieži izplatīta.

14.attēls. Vietējo resursu izmantošana produktu radīšanā (%)



IEDZĪVOTĀJU IESAISTE KULTŪRAS PIEDĀVĀJUMA VEIDOŠANĀ

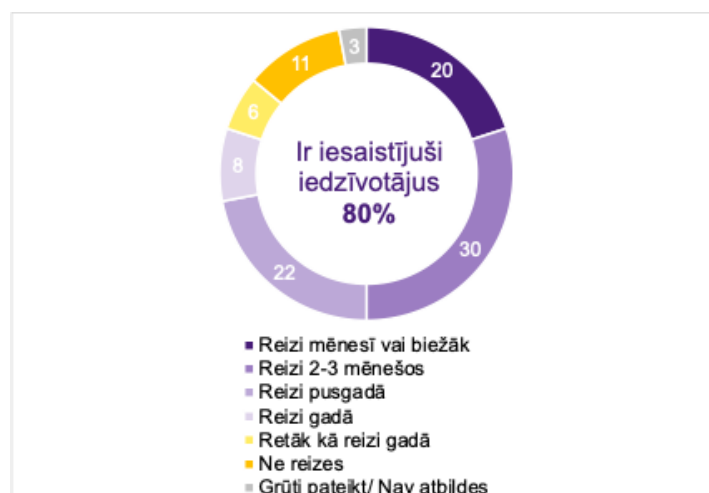
Lūgti norādīt, vai kultūras un radošā sektora pārstāvjiem ir vai nav svarīgi, ka kultūras piedāvājuma veidošanā iesaistās vietējie iedzīvotāji, dominantais vairākums (74%) atbildēja, ka iedzīvotāju iesaiste ir svarīga (izvēlētas atbildes no “8” līdz “10” desmit punktu skalā, kur “1” nozīmē “nav svarīgi”, bet “10” nozīmē “ļoti svarīgi”) . Salīdzinoši mazāks skaits (17%) iedzīvotāju iesaisti vērtē viduvēji (sniegti 6 un 7 punkti), un tikai 9% aptaujāto norādīja, ka iedzīvotāju iesaiste nav svarīga (novērtējot to ar 1-5 punktiem). Vidējais vērtējums ir 8,64 punkti. Secināms, ka kopumā aptaujātie kultūras un radošā sektora pārstāvji iedzīvotāju iesaistīšanu kultūras piedāvājuma veidošanā uzskata par ļoti svarīgu.

15.attēls. Iedzīvotāju iesaiste kultūras piedāvājuma veidošanā: svarīgums (%)



Lielākā daļa respondentu (80%) norādīja, ka pēdējo 12 mēnešu laikā ir iesaistījuši iedzīvotājus pasākumu rīkošanā. 20% aptaujāto norādīja, ka iedzīvotāju iesaiste kultūras norišu rīkošanā notikusi reizi mēnesī vai biežāk. Katrs 3 respondents (30%) iedzīvotājus bija iesaistījis reizi 2-3 mēnešos un 22% respondentu – reizi pusgadā. Ievērojami mazāks skaits respondentu norādīja, ka iesaistījuši iedzīvotājus reizi gadā (8%) vai retāk (6%). Savukārt 11% aptaujāto pēdējā gada laikā iedzīvotājus pasākumu rīkošanā nav iesaistījuši vispār. 3% respondentu atbildēja ar "Grūti pateikt/ nav atbildes". Aptaujas dati liecina, ka pārliecinošs vairākums kultūras un radošā sektora operatoru ir pēdējo 12 mēnešu laikā salīdzinoši bieži iesaistījuši iedzīvotājus pasākumu rīkošanā.

16.attēls. Iedzīvotāju iesaiste kultūras piedāvājuma veidošanā: biežums (%)



SADARBĪBAS PROJEKTI AR ĀRVALSTU PARTNERIEM

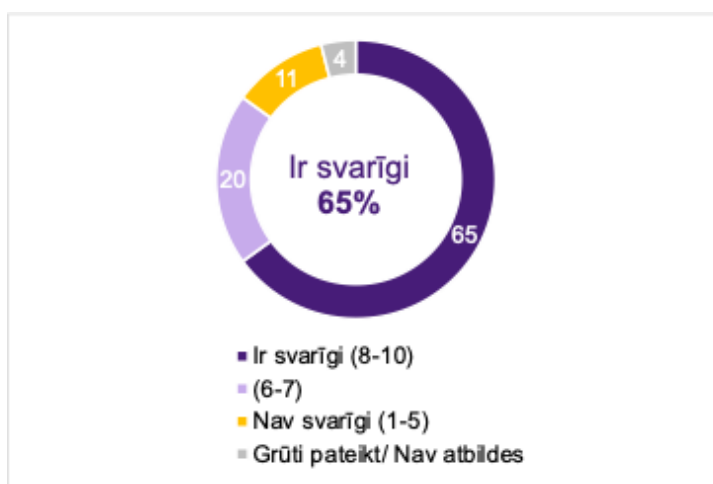
Kultūras un radošā sektora pārstāvjiem aptaujā tika lūgts norādīt, cik sadarbības projektu ar ārvalstu partneriem ir īstenoti pēdējo 12 mēnešu laikā. Vairāk nekā puse aptaujāto (61%) norādīja, ka ar starptautiskiem partneriem nav īstenots neviens projekts. Tikai 39% aptaujāto norādīja, ka ir pēdējā gada laikā ir īstenojuši starptautiskas sadarbības. 30% aptaujāto īstenojuši 1-5 projektus un 6% aptaujāto īstenojuši 6-10 projektus. Pēdējo 12 mēnešu laikā vairāk nekā 10 projektus īstenojuši tikai 3% aptaujāto, bet 16-20 projektus tikai 1% aptaujāto. Vidējais īstenoto projektu skaits ir 1,71 projekti. Secināms, ka kultūras un radošā sektora pārstāvju sadarbība ar starptautiskiem partneriem pēdējā gada laikā ir bijusi salīdzinoši zema.

17.attēls. Sadarbības projektu skaits ar ārvalstu partneriem (%)



Kopumā vairāk nekā puse (65%) aptaujāto kultūras un radošā sektora pārstāvju norādīja, ka viņiem ir svarīgi, lai viņu dzīvesvietā notiktu starptautiska mēroga kultūras notikumi, sniedzot vērtējumu 8-10 punktu robežās. 20% aptaujāto sniedza vērtējumu 6-7 punktu ietvaros, un 11% aptaujāto - 1-5 punktu robežās. Vidējais vērtējums - 8,12 punkti.

18.attēls. Starptautiska mēroga kultūras notikumu būtiskums (%)



EKODIZAINA PRINCIPU PĀRZINĀŠANA UN IZMANTOŠANA PASĀKUMU ORGANIZĒŠANĀ

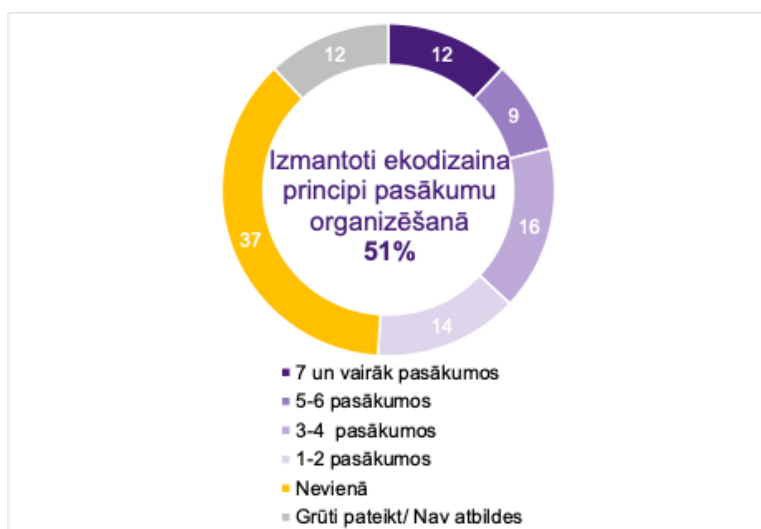
Lūgti norādīt, cik labi pārzina ekodizaina principus pasākumu organizēšanā (10 punktu skalā, kur "1" nozīmē "nemaz nepārzinu", bet "10" nozīmē "pilnībā pārzinu"), vairāk nekā puse aptaujāto (54%) novērtēja savas zināšanas salīdzinoši zemu, sniedzot vērtējumu robežās no 1 līdz 5 punktiem. 22% aptaujāto KRS pārstāvju sniedza viduvēju vērtējumu, novērtējot savas zināšanas ar 6 vai 7 punktiem, bet tikai 17% respondentu atbildēja, ka pārzina ekodizaina principus, vērtējot tās ar 8 līdz 10 punktiem. 7% respondentu sniedza atbildi "Grūti pateikt/Nav atbildes". Vidējais vērtējums ir 4,81 punkti. Aptaujas dati liecina, ka aptaujāto KRS operatoru zināšanas par ekodizaina principiem pasākumu organizēšanā ir salīdzinoši zemas un tikai neliela daļa šos principus pārzina.

19.attēls. Ekodizaina zināšanu principu pašvērtējums (%)



Lai gan ekodizaina principus pasākumu organizēšanā kopumā viduvēji vai pilnībā pārzina tikai 39% aptaujāto kultūras un radošā sektora pārstāvju, no visiem respondentiem kopā 51% ir tos praktiski pielietojuši vismaz 1 pasākuma rīkošanā. 14% aptaujāto ekodizaina principus pielietojuši 1-2 pasākumos, 9% aptaujāto 3-4 pasākumos, 16% aptaujāto – 3-4 pasākumos, 9% aptaujāto – 5-6 pasākumos, bet 7 un vairāk pasākumos – 12% aptaujāto. Aptaujas dati liecina, ka ekodizaina principus pasākumu organizēšanā no visiem aptaujā sasniegtajiem kultūras un radošā sektora pārstāvjiem izmantojis katrs otrais.

20. attēls. Ekodizaina principu izmantošana pasākumu organizēšanā (%)



Respondenti, kuri norādīja, ka pēdējo 12 mēnešu laikā pasākuma organizēšanā ir izmantojuši ekodizaina principus, tika lūgti sniegt konkrētus piemērus, kur izmantojuši ekodizaina risinājumus, pasākumus, prakses. Visbiežāk tika minēta keramikas, stikla u.tml. trauku izmantošana (22% jeb minēts 11 reizes). Otrā biežāk minētā atbilde bija materiālu/ resursu otrreizēja/ atkārtota izmantošana (20% jeb minēts 10 reizes), bet trešā minētākā ekodizaina prakse bija depozīta glāzes, trauki, suvenīri (18% jeb minēts 9 reizes). Tika minētas arī tādas risinājumi kā atkritumu šķirošana (16% jeb minēts 8 reizes), vienreiz lietojamo trauku neizmantošana (12% jeb minēts 6 reizes), dekorāciju izgatavošana no lietotiem materiāliem (10% jeb minēts 5 reizes). Vienlīdz bieži minēta (8% jeb katrs minēts 4 reizes) transporta koplietošana un sabiedriskā transporta izmantošana, izglītojošu pasākumu un meistarklašu organizēšana par vides ilgtspēju, biomateriālu un ekoloģisku līdzekļu izmantošana, kā arī dabīgu materiālu izmantošana. Dabisks vides noformējums un dabai draudzīgas ēdienkartes izvēle – katra minēta 3 reizes (6%). Salīdzinoši retāk minēta atkritumu un drēbju pārstrāde, kā arī digitāla dokumentu aprīte un digitāli pasākumu materiāli, programmas – katra no tām minēta 2 reizes (4%).

21.attēls. Izmantotie ekodizaina principi (%)



Citas sniegtās atbildes (minētas 1 reizi):

- virtuālas sanāksmes;
- vides ietekmes novērtējums;
- neveicināt atkritumu rašanos;
- iedzīvotāju informēšana par Domes aktivitātēm apzaļumošanā, lai uzlabotu gaisa kvalitāti apkaimē;
- Zero waste principi;
- iesaistu pārstāvjus, kas piedāvā šādus risinājumus;
- mākslinieku lidojumu vietā izvēlēti citi ceļošanas veidi.

KULTŪRAS PRODUKTU PIEEJAMĪBA DIGITĀLĀ VIDĒ

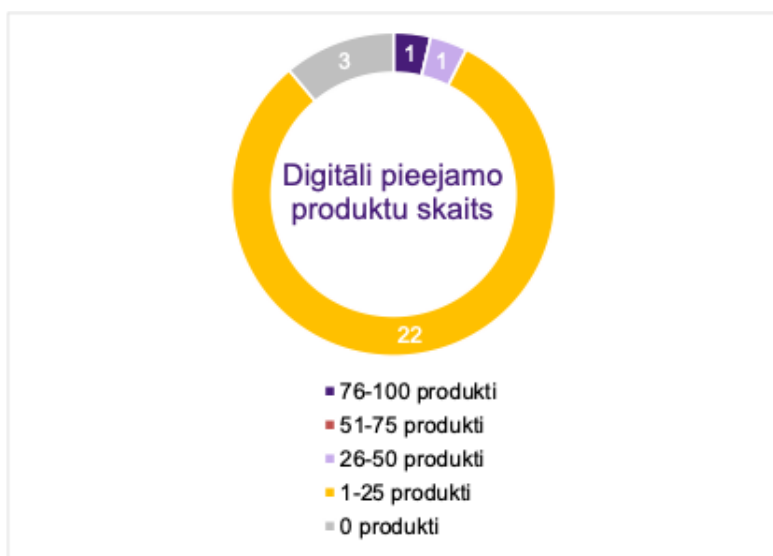
Aptaujātajiem kultūras un radošā sektora pārstāvjiem tika lūgts norādīt, vai viņu organizācija/uzņēmums šobrīd nodrošina kādu kultūras produktu pieejamību digitālajā vidē. Kopumā tikai 27% respondentu organizācijas/uzņēmumi šobrīd nodrošina kultūras produktu pieejamību digitālajā vidē. Dominantais vairākums jeb 70% aptaujāto norādīja, ka šobrīd digitālajā vidē kultūras produktus nepiedāvā. 3% respondentu sniedza atbildi "Grūti pateikt". Secināms, ka kopumā kultūras produktu pieejamību digitālajā vidē nodrošina tikai katrs 4 aptaujātais kultūras un radošā sektora pārstāvis.

22.attēls. Kultūras produktu pieejamība digitālā vidē (%)



Aptaujātie kultūras un radošā sektora pārstāvji, kuri norādīja, ka viņu organizācija/uzņēmums nodrošina kultūras produktu pieejamību digitālajā vidē (kopā 27 respondenti), tika lūgti norādīt šobrīd digitāli pieejamo produktu skaitu. Lielākā daļa jeb 22 respondenti norādīja, ka digitālajā vidē tiek nodrošināta pieejamība 1-25 produktiem. Vienāds skaits aptaujāto norādīja, ka piedāvā 26-50 produktus (1 respondents) un 76-100 produktus (1 respondents). 3 respondenti norādīja, ka šobrīd nepiedāvā nevienu produktu. Vidējais digitāli pieejamo produktu skaits – 9,3 produkti.

23. attēls. Digitāli pieejamo KRI produktu skaits



Lūgti norādīt, vai pēdējo 12 mēnešu laikā jūsu organizācija/uzņēmums ir radījis kādu kultūras produktu tieši digitālajā vidē, pozitīvu atbildi sniedza tikai 17% aptaujātie kultūras un radošā sektora pārstāvji. Vairāk nekā puse jeb 61% respondentu atzina, ka nav radījuši tieši digitālajai videi paredzētu kultūras piedāvājumu. 5%

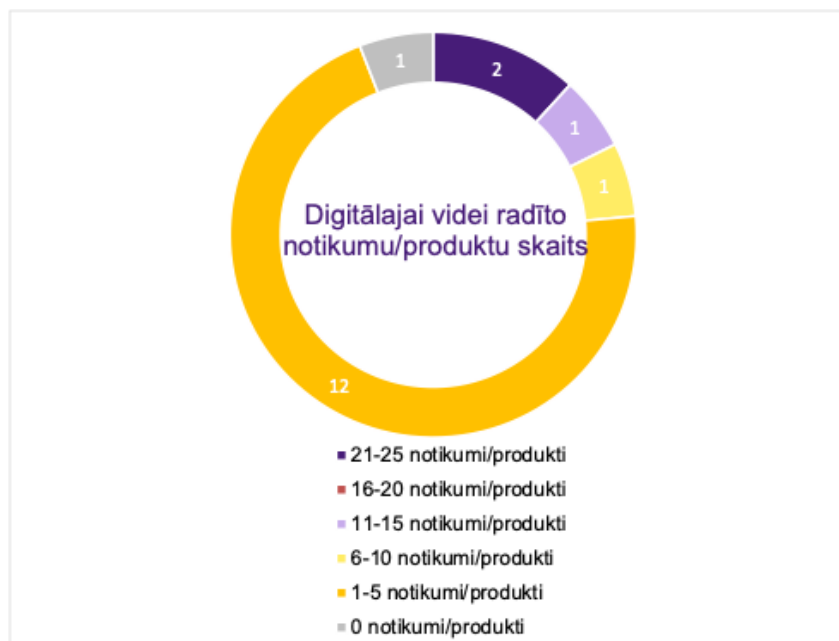
aptaujāto uz jautājumu atbildēja ar "Grūti pateikt". Secināms, ka tikai katru 6 respondentu organizācija vai uzņēmums pēdējā gada laikā ir radījis tieši digitālajai videi paredzētu kultūras produktu.

24. attēls. Kultūras produktu radīšana digitālajā vidē (%)



No respondentiem, kas norādīja, ka pēdējo 12 mēnešu laikā viņa organizācija/uzņēmums ir radījis kādu kultūras notikumu vai produktu tieši digitālajai videi, lielākā daļa (12 respondenti) norādīja, ka pēdējā gada laikā radījuši 1-5 notikumus/produktus. Vienāds skaits respondentu radījuši 6-10 notikumus/produktus (1 respondents) un 11-15 notikumus/produktus (1 respondents). 2 aptaujātie norādīja, ka radīti 21-25 produkti, bet 1 respondents norādīja, ka pēdējā gada laikā šādi produkti nav radīti. Vidējais radīto produktu skaits – 6,24 produkti.

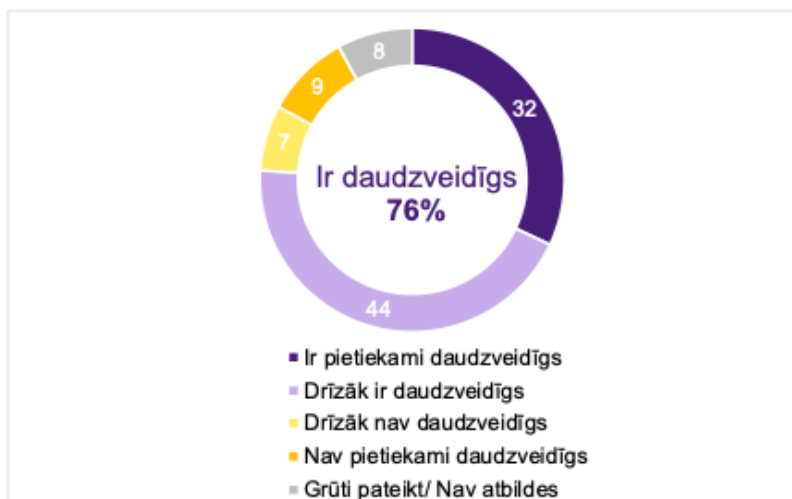
25. attēls. Digitālajai videi radīto notikumu/produktu skaits



KULTŪRAS PIEDĀVĀJUMA DAUDZVEIDĪBA

Lielākā daļa (76%) respondentu atzina, ka kultūras piedāvājums projekta "Liepāja Eiropas kultūras galvaspilsēta" mērķteritorijās ir daudzveidīgs. Tikai 16% aptaujāto to novērtēja kā nepietiekami daudzveidīgu, bet 8% sniedza atbildi "Grūti pateikt/ nav atbildes". Secināms, ka kultūras piedāvājums projekta mērķteritorijās aptaujāto vērtējumā ir daudzveidīgs.

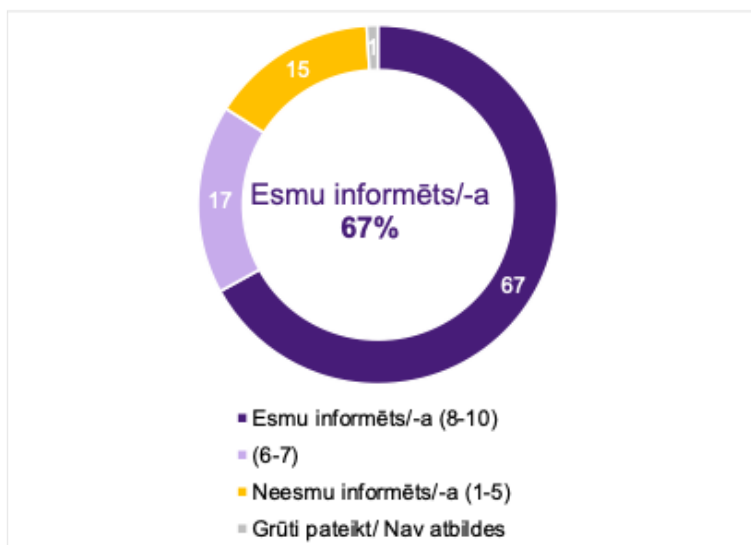
26. attēls. Kultūras piedāvājuma daudzveidība (%)



INFORMĒTĪBA PAR EIROPAS KULTŪRAS GALVASPILSĒTAS NORISĒM

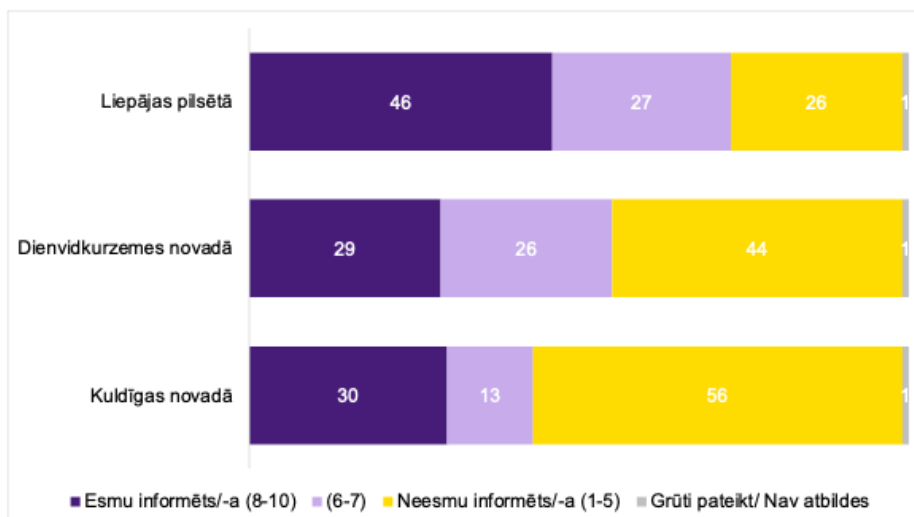
Kopumā 67% aptaujas dalībnieku ir informēti, ka Liepāja 2027.gadā būs Eiropas kultūras galvaspilsēta, novērtējot savu informētību ar 8-10 punktiem. Vērtējumu 6-7 punktu robežās snieguši 17% respondentu, bet 15% respondentu snieguši kritiskāku vērtējumu sniedzot vērtējumu 1-5 punktu ietvaros. Vidējais vērtējums ir 7,97 punkti, kas liecina, ka respondentu informētība par Liepājai piešķirto Eiropas kultūras galvaspilsētas statusu ir salīdzinoši augsta.

27. attēls. Informētība par Eiropas kultūras galvaspilsētas statusu (%)



Salīdzinot aptaujāto kultūras un radošā sektora pārstāvju pašnovērtējumu par to, cik informēti vai neinformēti viņi ir par kultūras pasākumiem un notikumiem projekta "Liepāja Eiropas kultūras galvaspilsēta 2027" mērķteritorijās, vispozitīvāk novērtēta informētība par kultūras pasākumiem/notikumiem Liepājas pilsētā – 46% respondentu snieguši vērtējumus 8-10 punktiem, bet 26% snieguši kritisku vērtējumu robežās no 1-5 punktiem, un 27% respondentu novērtējuši informētību ar 6-7 punktiem (vidējais vērtējums 6,88 punkti). Informētību par kultūras notikumiem Dienvidkurzemes novadā 29% aptaujāto vērtē ar 8-10 punktiem, bet 44% aptaujāto ar 1-5 punktiem (vidējais vērtējums 5,92). Savukārt informētība par kultūras notikumiem Kuldīgas novadā vērtēta viskritiskāk – 30% respondentu sniedza vērtējumu 8-10 punktu ietvaros, bet 56% respondentu 1-5 punktu robežās.

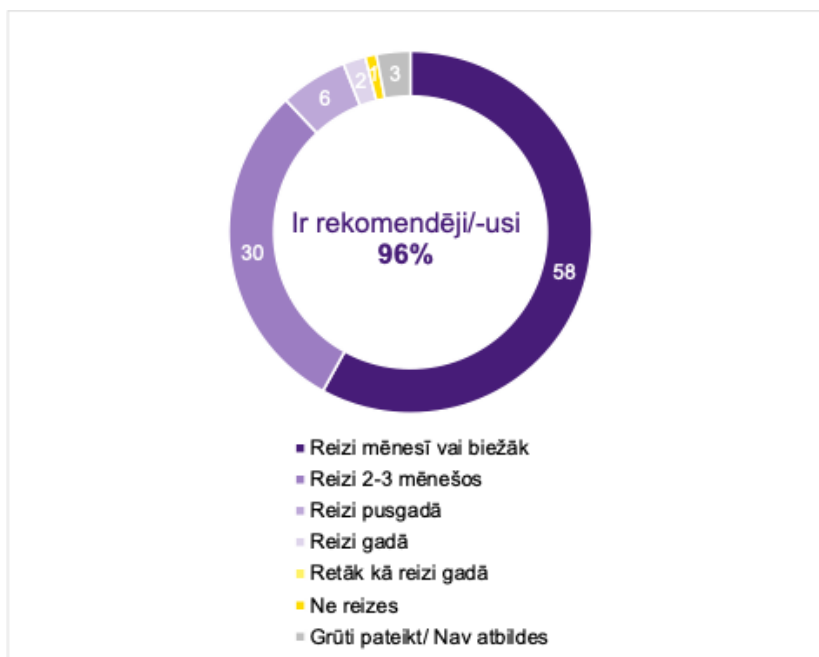
28. attēls. Informētība par kultūras pasākumiem un notikumiem (%)



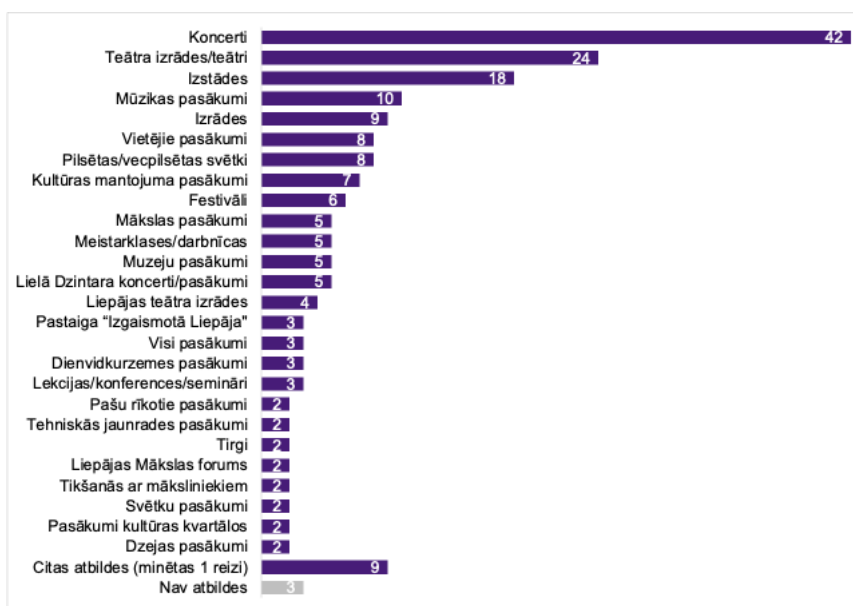
KULTŪRAS NORIŠU REKOMENDĒŠANA

Pēdējo 12 mēnešu laikā absolūtais vairākums jeb 96% respondentu ir rekomendējuši piedalīties kādā kultūras norisē vai apmeklēt kādu kultūras pasākumu. 58% respondentu to rekomendējuši darīt reizi mēnesī vai biežāk, 30% respondentu – reizi 2-3 mēnešos, 6% respondentu – reizi pusgadā, bet 2% respondentu reizi gadā. Tikai 1% aptaujāto pēdējā gada laikā nav rekomendējis apmeklēt kultūras pasākumus.

29. attēls. Kultūras pasākumu un norišu rekomendēšana (%)



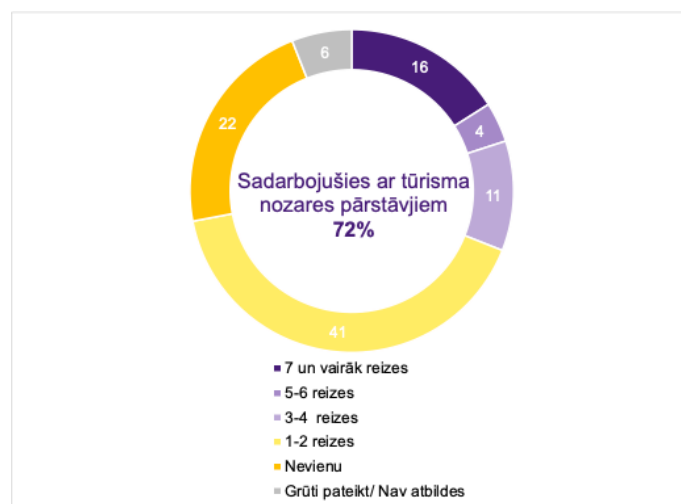
30.attēls. Rekomendētās kultūras norises



SADARBĪBA AR TŪRISMA NOZARI

Jautājumā par sadarbību ar tūrisma nozares pārstāvjiem, lielākā daļa respondentu (72%) norādīja, ka pēdējā gada laikā viņu pārstāvētās organizācijas/uzņēmumi ar tūrisma nozari ir sadarbojušies vismaz 1 reizi: 41% aptaujāto sadarbojušies 1-2 reizes, 11% aptaujāto 3-4 reizes, 4% aptaujāto 5-6 reizes, bet 16% aptaujāto 7 un vairāk reizes. Nevienu reizi pēdējo 12 mēnešu laikā ar minētās nozares pārstāvjiem nav sadarbojušies 22% respondentu, un 6% respondentu atbildēja ar "Grūti pateikt/ nav atbildes".

31. attēls. Sadarbība ar tūrisma nozari (%)

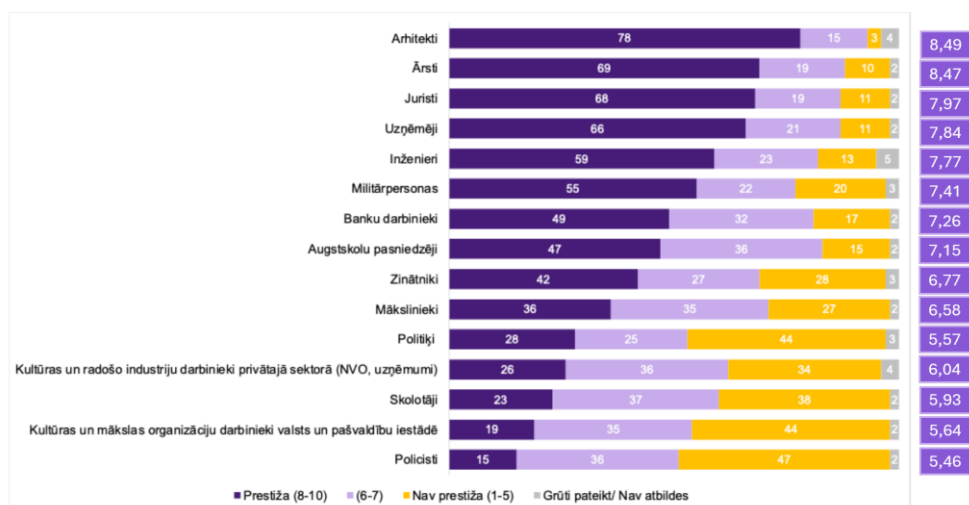


NODARBINĀTĪBAS PIEVILCĪBA KULTŪRAS UN RADOŠAJĀ SEKTORĀ

Salīdzinot nodarbinātības pievilcību kultūras un radošajā sektorā ar nodarbinātību citās profesijās, secināms, ka respondentu vērtējumā kultūras un radošā sektora profesijas Latvijas sabiedrībā netiek uzskatītas par prestižām. Par prestižāko no aptaujā dotajām profesijām respondenti atzina arhitekta profesiju (ar 8-10 punktiem to novērtēja 78% aptaujātie, vid. vērtējums 8,49). Otra pozitīvāk vērtētā profesija bija ārsti (ar 8-10

punktiem to novērtēja 69% aptaujātie, vid. vērtējums 8,47), kam seko juristi (8-10 punktus sniedza 68%, vid. vērtējums 7,97) un uzņēmēji (8-10 punktu robežās novērtēja 69% aptaujātie, vid. vērtējums 7,84).

32.attēls. Nodarbinātības pievilcība kultūras un radošajā sektorā (%)



Visaugstāk no kultūras un radošā sektora profesijām tika novērtēta mākslinieka profesija, ko ar 8-10 punktiem novērtēja 36% respondenti (vidējais vērtējums 6,58 punkti), kas novērtēta arī augstāk par politiķa profesiju (ar 8-10 punktiem novērtēja 28% respondenti, vid. vērtējums 5,57). Darbu kultūras un radošo industriju privātajā sektorā par prestižu atzina tikai 26% respondentu (vid. vērtējums 6,04), kas ir nedaudz augstāk novērtēts nekā skolotāja profesija, ko par prestižu atzina 23% respondentu (vid. vērtējums 5,93). Savukārt darbu valsts un pašvaldību kultūras un mākslas organizācijās par pievilcīgu novērtēja tikai 19% aptaujāto kultūras un radošā sektora pārstāvju (vid. vērtējums 5,64). Viszemāk novērtēta policista profesija, ko par prestižu uzskata tikai 15% respondentu (vid. vērtējums 5,46).