



Pētījuma īstenotājs: Latvijas Kultūras akadēmija

# PĒTĪJUMS PAR LIEPĀJAS PILSĒTAS KULTŪRAS UN RADOŠO INDUSTRIJU SOCIĀLI-EKONOMISKO IETEKMI

Pētījuma rezultātu ziņojums

Pasūtītājs: Liepājas pilsētas pašvaldības iestāde “Kultūras pārvalde”  
2019

## Saturs

Ievads un pētījuma dizaina raksturojums.....	3
1. Kultūras un radošo industriju jēdziena teorētiskā izpratne un izpausmes Eiropas Savienībā, Latvijā un Liepājas pilsētā .....	7
1.1. Radošās industrijas: jēdziena un politikas mērķu attīstība ārpus Latvijas .....	7
1.1.1. Radošo industriju jēdziena teorētiskā izpratne .....	7
1.1.2. Radošo industriju jēdziena izpratnes izmaiņas ES politikas dokumentos: no 1998. gada līdz 2010. gadam.....	12
1.1.3. Jēdziena evolūcija ES politikas dokumentos: pēckrīzes posms un jaunākās nostādnes .....	14
1.1.4. Apkopojums.....	17
1.2. Kultūras un radošās industrijas: jēdziena un politikas mērķu attīstība Latvijā .....	18
1.3. Kultūras un radošo industriju sektora attīstība Liepājā.....	20
1.3.1. Līdzšinējie pētījumi par kultūras un radošo industriju sektora attīstību Liepājā un būtiskākie secinājumi .....	20
1.3.2. Kultūras un radošo industriju diskursa attīstība Liepājas pilsētas attīstības plānošanas dokumentos.....	30
1.3.3. Liepājas kultūras un mākslas sektora operatoru pieredze un attīstības vajadzības .....	32
2. Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju sociāli ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodoloģija.....	59
2.1. Kultūras un radošo industriju sektorā iesaistītie operatori, to raksturojums un tipoloģija.....	59
2.1.1. Valsts institūcijas .....	59
2.1.2. Pašvaldības institūcijas .....	59
2.1.3. Nevalstiskās organizācijas .....	61
2.1.4. Komerccsektors.....	62
2.1.5. Apkopojums.....	64
2.2. Pieejamie datu avoti, kas ļauj identificēt konkrētu operatoru ietekmes uz sektora un pilsētas attīstību .....	66
2.3. Līdzšinējos pētījumos sniegtās rekomendācijas kultūras un radošo industriju sektora ietekmes novērtēšanas metodoloģijas izvēlei.....	68
2.4. Rekomendētā Liepājas kultūras un radošo industriju sektora sociāli ekonomiskās ietekmes noteikšanas metodoloģijas ceļa karte .....	71
3. Secinājumi un rekomendācijas.....	76
Iekļaujošāks skatījums uz KRI sektoru .....	76
KRI sektors Liepājā un tā potenciāla attīstīšana .....	77
Kultūras dzīves piedāvājums un patēriņš .....	78
Liepājas pilsētas attīstība un KRI .....	80
Sociāli-ekonomiskās ietekmes mērīšana .....	80
4. PIELIKUMI .....	82
Pētījuma anotācija.....	82

## Levads un pētījuma dizaina raksturojums

Latvijas Kultūras akadēmijas Zinātniskās pētniecības centrs 2018. – 2019. gadā pēc Liepājas pilsētas pašvaldības iestādes “Kultūras pārvalde” pasūtījuma (līguma nr. 219/1.17 veica pētījumu **“Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju sociāli-ekonomiskā ietekme”**. Pētījuma **mērķis** bija izstrādāt Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju (turpmāk KRI) sociāli-ekonomiskās ietekmes novērtējuma metodoloģiju, tajā skaitā, nozares attīstības monitoringa indikatorus un veikt KRI sektora ietekmes novērtējumu. Pētījuma galvenais plānotais rezultāts ir sniegt ieguldījumu kultūras un radošo industriju ilgtspējīgā attīstībā Liepājas pilsētā. Pētījumu paredzēts īstenot divos posmos. Pirmā posma uzdevumi bija:

- 1) analizēt kultūras un radošo industriju jēdziena lietojuma nozīmi ES, Latvijas un Liepājas pilsētas attīstības plānošanas kontekstā;
- 2) izstrādāt Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju sociāli ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodoloģiju.

Otrajā posmā plānots:

- 1) veikt kultūras un radošo industriju sociāli ekonomiskās ietekmes kvalitatīvo un kvantitatīvo novērtējumu, balstoties uz iepriekš noteiktiem ietekmes indikatoriem.
- 2) izstrādāt Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju nozares attīstības monitoringa sistēmas pamatprincipus, norādot uzkrājamo datu veidu, avotus un ieguves metodes.

**Šajā ziņojumā iekļauti izpētes rezultāti, kas vērsti uz pirmā posma uzdevumu izpildi.** Pirmkārt, tiks parādīti zinātniskajā literatūrā attīstītās kultūras un radošo industriju definīcijas un izpratnes, kā arī dažādu līmeņu (Eiropas Savienība (ES), Latvija, Liepājas pašvaldība) attīstības plānošanas dokumentos pašlaik atzītie KRI ietekmes veidi un to radīšanas specifika, otrkārt, tiks raksturotas Liepājas pilsētas KRI darbības jomas un nozīmīgāko pārstāvju aktivitātes, kā arī atklāts, kādu (sociālu, ekonomisku u.c.) ietekmi un devumu pilsētai tie veido; treškārt, raksturota KRI sektora ietekmes novērtējuma metodoloģija un izveidoti priekšlikumi sistemātiskai KRI ietekmju monitorēšanai.

Ziņojums strukturēts atbilstoši pētījuma uzdevumiem.

**Pirmajā nodaļā “Kultūras un radošo industriju jēdziena teorētiskā izpratne un izpausmes Eiropas Savienībā, Latvijā un Liepājas pilsētā”** tiks raksturota “radošo industriju” jēdziena izcelsme un nozīmes interpretācijas, kā arī galvenās tendences šī jēdziena lietojumā ES un Latvijas politikā (nonākot līdz kultūras un radošajām industrijām un kultūras un radošo sektoru). Šajā sadaļā uzsversim, kas līdz ar jauno jēdzienu mainījās skatījumā uz kultūru kā politikas objektu.

1.1. apakšnodaļā tiks analizēts, kā radošo industriju jēdziens un ideja attīstās akadēmiskajā un politiskajā vidē **ārpus Latvijas (ES)**, atklāsim KRI kā sektora īpatnības un sniegsim ieskatu tajā, kā var attīstīt sektora potenciālu. 1.2. apakšnodaļā analizēsime kultūras un radošo industriju sektora atbalsta politiku **Latvijā**, bet 1.3. apakšnodaļā detalizēti raksturosime kultūras un radošo industriju sektora attīstību **Liepājā**. Apakšnodaļas sākumā tiks sniegts strukturēts pārskats par līdzšinējiem pētījumiem saistītajā tematikā (Liepājas pilsētas mērogā), lai konstatētu jau izpētīto, t.i., zināmos faktus par Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju sektoru, kā arī tā attīstības dinamiku (vēsturiski). Tā kā KRI sektora attīstībā it visur liela nozīme ir politikas iniciatīvām, tad analizēsime “Liepājas pilsētas attīstības programmā” pārstāvēto skatījumu uz KRI un to attīstīšanai plānotos pasākumus. Izteiktais KRI jēdziena izpratnes plurālisms gan pētnieku, gan politiķu, gan nozares praktiķu redzējumā (ES, Latvijā, citur) nosaka to, ka pētījumā liela uzmanība tika pievērsta Liepājas kultūras un mākslas sektora operatoru pieredzei un attīstības vajadzībām, tāpēc tiks detalizēti analizēti ar KRI sektoru dažādos veidos saistīto ieinteresēto pušu viedoklis par 1) kultūras un radošo industriju

jēdziena nozīmi, KRI sektora izpausmēm un devumu Liepājas pilsētas attīstībai; 2) Liepājas pilsētas kultūras dzīvi kopumā (piedāvājums, auditorija u.c.); 3) galvenajiem kultūras dzīves dalībniekiem un to partnerību/tīkliem; 4) KRI saikni ar Liepājas pilsētas tēlu; 5) radošas pilsētas pazīmēm un 6) Liepājas pilsētas pretendēšanu uz Eiropas kultūras galvaspilsētas statusu.

**Otrajā nodaļā “Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju sociāli ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodoloģija”** pamatoti konkrēti metodoloģiskie principi, kuros jābalstās, lai veiktu Liepājas KRI sociāli ekonomiskās ietekmes novērtējumu. Pirmkārt, raksturotas un grupētas kultūras un radošo industriju sektorā iesaistītās operatoru grupas, norādot uz to iespējamā ieguldījuma un ietekmes veidu sektora un pilsētas attīstībā. Otrkārt, sniegtas norādes par pieejamajiem datu avotiem, kas ļauj identificēt konkrētu operatoru ietekmes uz sektora un pilsētas attīstību. Treškārt, piedāvāta un raksturota indikatoru kopa kultūras un radošo industriju sektora attīstības monitorēšanai ilgtermiņā. Ceturtkārt, aprakstīta Liepājas kultūras un radošo industriju sektora sociāli ekonomiskās ietekmes noteikšanas metodoloģijas ceļa karte.

**Ziņojuma noslēgumā** tiks apkopoti visa pētījuma gaitā iegūtie secinājumi un sniegtas tiem pakārtotas rekomendācijas.

Pētījuma uzdevumu izpilde paredzēja gan **teorētisku avotu studijas, gan empīrisku datu analīzi.**

**Teorētisku avotu studijas** bija nepieciešamas, lai attīstītu holistisku pamatojumu kultūras un radošo industriju kā attīstības resursa novērtējumam, kā arī precizēt pētījuma uzdevumu izpildei būtiskākos jēdzienus un konceptus. Būtiskākie izmantotie teorētiskie avoti: T. Flew (2012) “The Creative Industries: Culture and Policy”; R. Caves (2000) “Creative Industries: Contracts between Art and Commerce”; Clifton, N., Chapain, C., and Comunian, R. (2016) (Eds.) “Creative Regions in Europe”; S. Cunningham (2002) “From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy Implications”; C. Grodach (2012) “Cultural Economy Planning in Creative Cities: Discourse and Practice”; Hausmann A. and A. Heinze (2016) “Entrepreneurship in the CCI: Insights from an Emergent Field”; J. Howkins (2001) “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas”; H. Jenkins (2006) “Convergence Culture: Where Old and New Media Collide”; J. O’Connor (2010) “the Cultural and creative Industries: a Literature Review”, u.c. Papildus tam, izmantota virkne empīrisku pētījumu ziņojumu, īpaši no KEA European Affairs, kas ir starptautisks kultūras un radošo industriju pētniecības centrs Briselē, kā arī izmantoti LKA veiktie pētījumi par kultūras un radošo industriju darba tirgus īpatnībām.

Nozīmīgākie analizētie politikas un attīstības plānošanas dokumenti ir sekojoši: European Parliament resolution on Cultural Industries (2002/2127(INI)); Decision No 1855/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 establishing the Culture Programme (2007 to 2013); Regulation (EU) No 1295/2013 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2013 establishing the Creative Europe Programme (2014 to 2020); Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises; European Commission (2010) “Green Paper: Unlocking the Potential of the Cultural and Creative Industries”; Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions (2018) A New European Agenda for Culture {SWD(2018) 167 final}; Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006 – 2015. gadam “Nacionāla valsts”; Valsts kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014. – 2020. gadam “Radošā Latvija”; Liepājas pilsētas attīstības programma 2014 – 2020.

KRI īpašo potenciālu pilsētu un reģionu attīstībai pamato tā dēvētais *ne-delokalizācijas faktors*: kultūras produkti un pakalpojumi ir cieši saistīti ar vietu, tās auditorijas un kultūrvides īpatnībām, vairumā gadījumu pat industriālo/ražošanas posmu ir grūtāk pārcelt uz citu valsti nekā citu nozaru gadījumā. Tāpēc KRI potenciāls ir cieši saistīts ar izcelsmes vietu. Otrs faktors

ir kultūras un inovāciju pozitīvā ietekme uz investīciju, radošo talantu, tūrisma un jaunu iedzīvotāju piesaisti pilsētām un reģioniem. Tehnoloģiju attīstības laikmetā fiziskās vietas pievilcīgums un dzīves kvalitāte joprojām ir nozīmīgs ekonomiskās attīstības faktors (KEA 2006; KEA 2017; EK 2017).

Lai sniegtu Liepājas pilsētas KRI raksturojumu, pētnieku uzdevums bija veikt pamatotu izvēli par to, kādas organizācijas, grupas, indivīdi un kāda rakstura aktivitātes tiks analizētas. Izaicinājumu rada tas, ka šobrīd dažādu līmeņu plānošanas dokumentos un arī zinātniskajos avotos vienlaikus tiek lietoti vairāki jēdzieni (radošās industrijas, kultūras un radošās industrijas, kultūras un radošais sektors, radošais sektors). Jēdzienu tvērums dažādu institūciju vai autoru grupu lietojumā var būt gandrīz identisks vai būtiski atšķirīgs. Tāpēc pētījumā liela uzmanība tika pievērsta kultūras un radošo industriju jēdziena un ar to saistīto fenomenu attīstības starptautiskajam un arī teorētiskajam kontekstam.

Lielākās atšķirības jēdziena lietojumā rada tas, vai "industrijas" apzīmē konkrētas nozares (nošķirot arī "kultūras" un "radošās" industrijas un mākslas), vai arī jēdziens apzīmē uzņēmējdarbības un produkta/pakalpojuma tehnoloģiskās pavairošanas aspektu jebkurā mākslas, kultūras un mediju nozarē. Tāpat būtiski, ka līdztekus "industriju" jēdzienam pēdējos gados lieto arī "sektora" jēdzienu, kas ietver kultūras, mākslas un mediju satura radīšanu visās nozarēs, un galvenokārt jaunrades posmu. Šie nošķīrumi ir svarīgi, lai saprastu plānošanas dokumentos paustos mērķus un rekomendētos politikas pasākumus.

Izpratne par KRI turpina attīstīties. To ieviesa 90. gadu beigās Lielbritānijā, kur jēdziens puda tā brīža politikas veidotāju ieinteresētību apzīmēt būtiski jaunas tendences kultūras radīšanā un patēriņā, kultūras un digitālo tehnoloģiju, kultūras un tautsaimniecības attiecībās. Pārceļot jēdzienu citu valstu politiskajā un sabiedriskajā kontekstā (kā arī ES līmenī) saturiskie akcenti ir mainījušies. Paralēli tikuši uzkrāti dati par KRI kā sektora īpatnībām, saiknēm ar citām nozarēm, attīstības šķēršļiem un veicinošajiem faktoriem. Tāpēc pakāpeniski (īpaši ES politikā) attīstījies arī redzējums par to, kas ir KRI potenciāla pamatā, kādus devumus no tām var sagaidīt un kā tās iespējams veicināt ar politikas pasākumiem. Datu uzkrāšana daudz straujāk notikusi ES līmenī, nekā Latvijas nacionālajā līmenī. Arī ES kopējo mērķu īpatnības ietekmējušas to, ka ES politikas skatījumā būtiskie KRI devumi tiek saskatīti daudz plašākā spektrā, nekā nepastarpināti ekonomiskā griezumā. Līdz ar to jāreķinās ar zināmām atšķirībām jēdziena lietošanā ES un nacionālajā līmenī.

Ņemot vērā minēto situāciju, šī pētījuma autori izvēlējās sekojošu pieeju: 1) raksturoja dažādu avotu (politikas dokumentu, pētījuma respondentu) pārstāvētos skatījumus un identificēja kopīgo un atšķirīgo, kā arī aktuālās tendences, 2) KRI ietekmju raksturojumā balstījās uz zinātniskajos pētījumos konsekventi apliecinātajiem secinājumiem par to, kādas īpatnības ir KRI produktu ciklam, sektoram un tā devumam sabiedrībai un citiem tautsaimniecības sektoriem.

Pētījuma ziņojuma autori lieto jēdzienu kultūras un radošās industrijas (KRI), jo šāds jēdziens dominēja pašlaik spēkā esošo nacionālās kultūrpolitikas pamatnostādņu un arī Liepājas pilsētas attīstības programmas veidošanas laikā (nacionālajā līmenī), kā arī ticis lietots ietekmīgajā ES diskusiju dokumentā "Zaļā grāmata" (2010)<sup>1</sup>. Ziņojumā skaidrosim, kas šī jēdziena lietojumā pašlaik mainās (vismaz ES līmenī) un kā tas ietekmējis pētījumā iegūto datu analīzi.

Tā kā šī pētījuma secinājumi veidoti, lai tos izmantotu konkrētiem pašvaldības īstenotiem pasākumiem un politikas instrumentiem, uz Liepājas pilsētas KRI analītiski skatīsimies arī dažādu juridisko formu griezumā – tāpēc, ka juridiskā forma ietekmē KRI pieejamo resursu

---

<sup>1</sup> European Commission (2010) "Green Paper: Unlocking the Potential of the Cultural and Creative Industries"

raksturu, to ieguvu un izmantošanu. Tāpēc atsevišķi akcentēsim arī to KRI daļu, kurai ir komercuzņēmuma forma.

Raksturojot visa veida iesaistīto pušu radītos sociāli-ekonomiskos efektus Liepājas pilsētā, izmantosim arī apzīmējumu “kultūras dzīve” – ar to uzsverot kopējo KRI radīto vidi, kādu to var uztvert pilsētas iedzīvotāji un interesenti no citām vietām.

Pētījuma gaitā tika veikts izvērsts līdzšinējo pētījumu (9 pētījumi) apskats, kas ietvēra arī apjomīgu **sekundāro datu** analīzi.

Pētījuma **primāro empīrisko datu** ieguve balstīta jauktajā stratēģijā, izmantotas sekojošas kvalitatīvās datu ieguves metodes:

1. Satura analīze. Datu avots: publiski pieejamās datu bāzes un informācija.
2. Padziļinātās, daļēji strukturētās intervijas (N=17) ar Liepājas pilsētas Domes vadības pārstāvjiem, Liepājas pilsētas pašvaldības iestādes “Kultūras pārvalde” vadību; Liepājas kultūras organizāciju vadītājiem; valsts un pašvaldības kapitālsabiedrību, kā arī kultūras NVO, privāto uzņēmumu pārstāvjiem un LIAA inkubatoru tīkla Liepājas Biznesa inkubatora pašreizējo un bijušo vadību. Intervijas notika 2019. gada janvārī – jūlijā.
3. Fokusgrupu diskusijas (N= 4, kopā 28 dalībnieki), kurās piedalījās dažādu juridisko statusu kultūrizglītības institūciju pārstāvji (9), radošās jomas uzņēmēji (7), kultūras NVO (8) un Liepājas Kultūras pārvaldes darbinieki (4). Fokusgrupu diskusijas notika 2019. gada janvārī un maijā.

# 1. Kultūras un radošo industriju jēdziena teorētiskā izpratne un izpausmes Eiropas Savienībā, Latvijā un Liepājas pilsētā

## 1.1. Radošās industrijas: jēdziena un politikas mērķu attīstība ārpus Latvijas

### 1.1.1. Radošo industriju jēdziena teorētiskā izpratne

#### *Radošo industriju jēdziena pamatraksturojums*

Vispārzināms, ka Latvijas kultūrpolitikā “radošo industriju” jēdzienu pārņēma no Lielbritānijas, no kurienes tas aizceļojis arī uz citām Eiropas Savienības un pasaules valstīm. Laika gaitā jēdziena saturiskie uzsvāri un arī pats apzīmējums daļēji mainījušies.

Lai gan briti ieviesa politiskās pārmaiņas visātrāk, “radošo industriju” jēdziena apzīmētie procesi nebija nekas pilnīgi jauns nedz Latvijā, ne ES. Izmaiņas ekonomikā un kultūras izteikti pieaugošā ietekme toreiz, jau 90. gadu otrajā pusē, rosināja gan šo procesu pētniecību, gan kultūrpolitikas saturisko akcentu pārmaiņas Latvijā un arī ES līmenī.

20. gadsimta pēdējās desmitgadēs aizvien vairāk attīstījās **jauns ekonomikas modelis** – tāds, kurā ekonomiskās vērtības pamats vairs nebija zeme, kapitāls vai algots darbs, bet gan radošā iztēle. Pārmaiņas bija radušās tehnoloģiju attīstības, globalizācijas, sabiedrības pieaugošā izglītības līmeņa, brīvā laika pieaugošā īpatsvara u.c. faktoru ietekmē. Priekšplānā izvirzījās pakalpojumi un inovācijas. Par jauno nemateriālo izejvielu aizvien vairāk kļuva individuālā un kolektīvā iztēle un radošums. Notika strauja digitalizācijas attīstība un ar to saistītās pārmaiņas mediju un interneta lietošanas paradumos, satura lietotāji varēja kļūt par satura līdzradītājiem. Patērētājiem svarīgāka nekā jebkad kļuva produktu un pakalpojumu simboliskā nozīme un pieredzējuma gūšana. Tradicionālā ražojošā ekonomika bija pārvērtusies un turpināja mainīties. Ekonomisti un citu nozaru pētnieki aizvien vairāk uzsvēra mākslas, kultūras, mediju un radošuma nozīmi šajos procesos. Savukārt britu politiķu devums ir tajā, ka viņi pirmie nosauca jaunā vārdā šīs aktuālās pārmaiņas un attiecīgi pārveidoja savu kultūras politiku.

Tradicionāli politikā kultūra, mākslinieciskā jaunrade tika skatītas kā jomas, kurās **resursi jāiegulda**. Savukārt radošo industriju jēdziena ieviesēji uzskatījuši, ka šāds skatījums ir pārāk šaurs. Lai parādītu, kāds ir patiesais radošuma un kultūras devums ekonomikai, pirmo reizi tika apkopoti dati par visa veida aktivitātēm, kas izriet no mākslinieciskās jaunrades, medijiem un kultūras (iekļaujot arī komerciālās formas). Parādot tās kā vienotu kopumu, kļuva redzams šo nozaru ekonomiskā devuma patiesais mērogs<sup>2</sup>. Piemēram, pirmo reizi Lielbritānijā apkopojot datus par “radošo industriju” apakšnozarēm no video spēlēm līdz klasiskajai mūzikai, bija acīmredzami, ka joma ir nozīmīgāka, nekā tā brīža tekstila, automašīnu un tērauda ražošana valstī (Hawkins 2001).

Būtiski, ka tobrīd Lielbritānijā parādīja – nozīmīgu pievienoto vērtību rada arī tradicionālās kultūras nozares (televīzija, teātri, kino, mūzika, u.c.), tikai tas notiek attīstoties **cietienu produktu veidošanas modeļiem**. Īpaši tālredzīgi bija tas, ka kultūras sfērā tika iekļauts arī digitālo tehnoloģiju radītais saturs. Atzīstot, ka mākslai, kultūrai un medijiem ir aizvien lielāks sakars ar tehnoloģijām, pavērs neaptveramas jaunu kultūras produktu un pakalpojumu

---

<sup>2</sup> British Council (2010) Mapping the Creative Industries: A Toolkit, 33. Lpp., pieejams [https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English\\_mapping\\_the\\_creative\\_industries\\_a\\_toolkit\\_2-2.pdf](https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf)

attīstības perspektīvas. Būtiski bija atbalstīt notiekošās izmaiņas produktu un pakalpojumu veidošanā un izplatīšanā.

Britu politiskā inovācija bija tajā, ka jaunā tautsaimniecības nozare tika **nosaukta jaunā vārdā**. Iepriekš nošķirtu politiku ietvaros attīstītas sfēras (konkrēti – kultūra, māksla, mediju un digitālie produkti) tika savienotas arī institucionāli. Tika akcentēts jaunās jomas ekonomiskais potenciāls, un tā attīstīšanai tika izveidoti **cita tipa politikas instrumenti**. Piemēram, kultūras politikā tika iekļauti un akcentēti agrāk nebijuši rīcības virzieni – (radošās) uzņēmējdarbības un privātā sektora atbalstam.

Liekot jaunā jēdziena pamatā **vispārīgu balstīšanos kultūras, mākslas, simboliskā saturā**, tika atstāta iespēja paplašināt radošo industriju politiku uz jebkādam jaunām parādībām vai izpausmju veidiem, kas vēl tikai varētu rasties (nevis tikai tradicionālajām kultūras un mākslas formām) – to daži pētnieki atzīmē kā jēdziena demokrātisku iezīmi.

Sākotnējā britu versija ietvēra konkrētu nozaru skaitu (no vizuālās un izpildītājmākslas līdz videospēlēm). Vēlākajos gados šis saraksts ticis kritizēts par to, ka tas savieno kapitāla ietilpīgas nozares ar cilvēkresursu ietilpīgām, biznesa ciklā cieši balstītas (kā reklāmas nozare) un ar biznesa ciklu nesaistītas. Turpmāk tikuši meklēti dažādi pragmatiski sektorā ietilpināmo nozaru pārgrupēšanas veidi.

Kā norāda Britu Padome, turpmākajā attīstībā Lielbritānijā jēdzienu sāka saistīt arī **ar daudz plašākām ietekmēm**: vērtības pievienošanu citām nozarēm (ko veica dizains, reklāma, zīmološana), augsti kvalificēta darbaspēka nodarbināšanu, devumu pilsētu un reģionu reģenerācijai, saiknēm ar profesionālo un augstāko izglītību, kopienu saliedēšanu.<sup>3</sup> Tas liek **apšaubīt, ka ir lietderīgi meklēt striktas RI robežas** vai veidot iesaistīto dalībnieku uzskaitījumu, jo tas mākslīgi sašaurina skatījumu uz mākslas, kultūras un mediju daudzveidīgajām ietekmēm.

#### *Kultūras un radošo industriju specifiskās iezīmes*

Līdz ar pieminēto jauno parādību ienākšanu kultūras, mākslas un uzņēmējdarbības praksē un politikā, pēdējās divās desmitgadēs izteikti paplašinājusies gan atsevišķu nozaru pētniecība, gan plaši salīdzinoši pētījumi. Joprojām nerimst arī pētnieku diskusijas par to, vai jēdzieni “radošās industrijas”, “kultūras industrijas”, “radošās un kultūras industrijas/sectori” patiešām apzīmē aktivitātes ar būtisku vienojošu pazīmi. Viens no izplatītākajiem pretargumentiem jau sākotnēji bija tas, ka simboliskie un radošie elementi ir izteikti arī citos mūsdienu ekonomikas sektoros (piemēram, Cunningham 2002; Pratt 2005).

Tomēr, pētot mākslas un kultūras jomas attīstību, uzkrāti dati un secinājumi, kas norāda uz KRI **darbības īpatnību pastāvēšanu**. Ja arī dažas no īpatnībām piemīt arī citiem sektoriem, tieši KRI tās izpaužas īpaši spilgti un sastopamas kā iezīmju kopums. Protams, ne visas KRI raksturīgās parādības ir pozitīvas. Pētnieki norāda uz daudzām sektora iezīmēm, kas apdraud tā ilgtspējīgu attīstību vai mazina potenciālu. Raksturos šīs iezīmes, jo to apzināšanās var palīdzēt veidot **sekmīgākus KRI atbalsta pasākumus**.

#### **Subjektīvā vērtība un riski**

Būtiska sektora iezīme ir tā, ka kultūras un radošo produktu **vērtība ir nemateriāla, simboliska** – to nosaka lietotāji, kuru vērtējums ir subjektīvs, un to ietekmē plašākā sociālajā vidē paustie viedokļi<sup>4</sup>. Radot kultūras produktu, ir gandrīz neiespējami droši prognozēt, kā tas tiks uztverts. Arī lietotājs nezina savu reakciju, līdz sācis produkta lietošanu. Īpaši tas attiecas uz inovatīviem

<sup>3</sup> British Council (2010) Mapping the Creative Industries: A Toolkit, 33.lpp, pieejams [https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English\\_mapping\\_the\\_creative\\_industries\\_a\\_toolkit\\_2-2.pdf](https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf)

<sup>4</sup> Kanoniskam radošā produkta raksturojumam skatīt Ričarda Keivsa 2002. gada darbu “Creative Industries: Contracts between Arts and Commerce”.



produktiem. Pieprasījuma un pieņemšanas **neprognozējamība** ir būtiska KRI produktu un pakalpojumu tirgus īpatnība. Ričards Keivss to apzīmējis ar “neviens nezina”. Saistītā iezīme ir tā, ka mūsdienās pastāv gandrīz neierobežota radošo produktu **daudzveidība** dažādos formātos. To mēdz saukt “hiperdaudzveidība” (angl. *excessive heterogeneity*, citēts O’Connor 2010). Abi pieminētie faktori padara jaunu produktu izredzes izteikti neprognozējamas. Tomēr patērētāju interesē aizvien jauni pieredzējuma un kultūrvērtības veidi, un tas uztur pastāvīgu telpu **aizvien jaunu produktu radīšanai**. Sektors rada aizvien jaunu piedāvājumu – produktus, pakalpojumus, procesus.

Jāpiebilst, ka KRI lietotāju loma nav tikai pasīva. Sektora produktus raksturo arī neparasti augsta **lietotāju iesaiste** un to aktīvā loma, īpaši digitālā satura un mediju jomā (piemēram, tas detalizēti analizēts pazīstamajā Henrija Dženkinsa 2006. gada darbā “Konverģences kultūra”). Lietotāju aktīvā iesaiste, no vienas puses, paplašina produkta tapšanā iesaistīto loku, no otras puses, piešķir produkta radīšanai papildus nenoteiktību.

Ko tas nozīmē sektora **atbalsta pasākumiem**? Galvenokārt, tas parāda augsto **riska** pakāpi, kas piemīt jaunu ideju izstrādei šajā sektorā. Radāmo produktu nemateriālā vērtība ietekmē arī finansējuma pieejamību: radošajā sektorā ir īpaši grūti iegūt investoru atbalstu, un tam nepieciešamas prasmes, kuras bieži ir nepietiekamas šīs nozares pārstāvjiem. Tādējādi atbalsta pasākumiem būtu vēlams izpausties gan kā konkrētiem finanšu instrumentiem, gan potenciālo investoru izpratnes veicināšanai par KRI produkta īpatnībām, gan arī biznesa attīstības pakalpojumiem/konsultācijām/apmācībām.

### **Tikli un projekti**

KRI raksturīga **tīklveida un projektu organizācija**. Tas nozīmē, ka sektoru veido izteikti daudzskaitlīgi pārsvarā mikro, maza un vidēja darbības mēroga dalībnieki, kas galvenokārt piesaista resursus (talantus, finanses, telpas, tehnoloģijas) uz konkrētu laiku – konkrētai idejai, produktam (piemēram, Pratt 2005; Scott 2008). Nākamās idejas vai produkta īstenošanā bieži nepieciešamas jau citas prasmes vai idejas, un iesaistīto dalībnieku loks mainās. Tas nozīmē pastāvīgu talantu un ideju pārvietošanos no projekta un projektu, jaunus nepieciešamo prasmju savienojumus. Šis **saiknes un iesaistīto daudzveidība** rada sākotnējo vērtību, izplata un pārveido idejas, produktus, tehnoloģijas, iekļauj tās jaunus produktos un pakalpojumos un šādi rada aizvien plašāku (turklāt sākotnēji neprognozējamu) ietekmi. Arī mikro un mazie uzņēmumi ir spējīgi kļūt par nozīmīgiem sektora dalībniekiem, trāpīgi specializējoties perspektīvā **tirgus nišā** (Birch 2008).

Radošuma potenciāls un sekmīga reaģēšana uz iespējām var būt gandrīz neizsīkstoši – taču tie ir izteikti atkarīgi no piesaistāmo **talantu pieejamības** (arī ģeogrāfiskās), daudzveidības un kvalitātes. Savukārt no iesaistīto talantu skatu punkta darbs KRI izteikti **nedrošs** – ar vāju sociālo aizsardzību, neprognozējamu noslodzi, arī nelabvēlīgs dzimumu griezumā (piemēram, Gill 2010; Comunian et al 2010).

Ko tas nozīmē **atbalsta pasākumu** veidošanai? Pirmkārt to, ka sektora attīstībai nepieciešami dažāda veida dalībnieki: dažādu nozaru, dažāda mēroga, juridisko formu un ar dažādu uzsvāru uz uzņēmējdarbību. Pašreizējā kultūras realitātē nosacīti dotētās un nosacīti komerciālās izpausmes ir cieši savstarpēji saistītas (to parādīsim arī šajā pētījumā). Nav ilgtspējīgi atbalstīt tikai viena veida darbības (piemēram, tikai pilnīgi nekomerciālas un alternatīvas vai tikai pilnīgi komerciālas). Otrkārt to, ka sektora attīstību sekmē viss, kas sekmē **savstarpējās saiknes**: kopstrādes un koprades vietas, atbalsts pārnozaru idejām un produktiem, labvēlīgi apstākļi sektora dalībnieku ģeogrāfiskajam tuvumam – piemēram, darba telpu īrēšanai vai noteikta aprīkojuma/tehnoloģiju kopīgai lietošanai. Treškārt, atbalstu **cilvēkresursu izcilībai**, sākot ar izglītības ieguves posmu un turpinot ar jebkādiem pasākumiem, kas kompensē sektora nodarbinātības nedrošo raksturu.

Citiem vārdiem, būtiskākais atbalsta pasākumos ir veicināt **priekšnoteikumus, vidi radošuma tīkla** funkcionēšanai. Tāpēc gan pētījumos, gan ES politikas dokumentos (to parādīsim vēlāk) attiecībā uz KRI ienāk **ekosistēmas** jēdziens. Tas nozīmē, ka KRI potenciāla īstenošanai nepieciešams, lai pastāv ne tikai jau pieminētās iekšējās saiknes starp dažādiem sektora dalībniekiem, bet **arī atbalsta un saistītās sistēmas**: publiskās pārvaldes institūciju darbs, izstrādājot KRI ietekmējošos noteikumus un programmas; intelektuālo tiesību aizsardzības institūcijas; finanšu instrumenti (tai skaitā, mikrofinansēšanas un pūļa finansēšanas jeb *crowdsourcing* instrumenti) un biznesa attīstības pakalpojumi; kultūrizglītības institūcijas; saistītie speciālisti un eksperti (kultūras menedžeri, kuratori, kultūras žurnālisti, u.c.); kā arī fiziskas un virtuālas telpas kultūras produktu radīšanai, eksponēšanai, izplatīšanai u.c. (piemēram, šī shēma atspoguļota Kultursistema 2018).

### **Atšķirības dažādos vērtību radīšanas posmos**

KRI produkta radīšana notiek vairākos posmos, katrā no tiem ir savi raksturīgie dalībnieku veidi un darbības priekšnoteikumi. Tie atšķiras konkrētās KRI nozarēs. Piemēram, kinofilmas tapšana no idejas līdz demonstrēšanai ir, iespējams, viena no sazarotākajām ķēdēm ar daudzveidīgākajiem dalībniekiem un specifiskām tehnoloģiskām prasībām. Pētot konkrētu nozaru **vērtības radīšanas ķēdes** (angl. *value chains*), iespējams saprast, kuros posmos pastāv resursu (t.sk., prasmju un zināšanu) trūkums vai neefektīva sadarbība, pārprodukcija vai neizmantotas iespējas.

Ietekmīgs ES līmeņa salīdzinošs pētījums (KEA 2017) analizējis vērtības radīšanas ķēdes deviņās nozarēs (no kultūras mantojuma līdz multimedijiem), nošķirot četras pamata funkcijas – idejas radīšana, izgatavošana/izstrāde, izplatīšana/pārdošana un eksponēšana/pienēmšana, kā arī virkni atbalsta funkciju. Pētījums fokusējas uz to, kāda ir digitalizācijas ietekme uz dažādām KRI nozarēm. Tika secināts, ka digitalizācijas ietekme uz nozarēm būtiski atšķiras atkarībā no tā, cik vienkārša vai daudzus posmus ietveroša ir vērtības ķēde, cik apjomīgi ir sākotnēji nepieciešamie finanšu ieguldījumi, kādā mērā analogo produktu var aizstāt ar digitālo un kādā mērā radīto produktu iespējams pavairot, nemazinot tā vērtību. Kopumā atklāts, ka digitalizācija padara vērtību ķēdes komplicētākas, ievieš tajās jaunus dalībniekus, un tas var radīt grūtības mazākajiem sektora dalībniekiem.

Ko tas nozīmē **atbalsta pasākumiem**? Plānojot atbalstu dažādām nozarēm: 1) jāņem vērā nozarei raksturīgais vērtības radīšanas veids, tai skaitā, jau pieminētie apsvērumi par iesaistīto dalībnieku loka daudzveidību, sākotnēji nepieciešamajām finansēm, produkta pavairošanas iespējām, digitalizācijas ietekmi; 2) jāapsver iespēja atbalstīt sadarbību un tīklošanās pasākumus radniecīgu un saistītu uzņēmumu un organizāciju ietvaros, lai palielinātu iespēju sekmīgāk izmantot jaunus tehnoloģiju rīkus, palīdzētu gūt pieeju ES kultūras un inovāciju finansējumam.

### **Saikne ar vietu (pilsētu, reģionu)**

Atsevišķi pētniecības virzieni nodarbojušies ar sektora ģeogrāfiskajiem aspektiem: kādas ir sektora dalībnieku saiknes ar to atrašanās/darbības vietām – gan kā vietas ietekmē KRI darbību, gan kā KRI ietekmē vietu attīstību.

Jau sākotnējā KRI izpētes posmā akcentēts, ka kultūras un radošie produkti lielā mērā vērsti uz **vietējām** auditorijām, valodām un kultūrām – līdz ar to, kultūras produktu un pakalpojumu radīšana un izstrāde, pat masveida pavairošana **nav tik viegli pārceļami cituviet**. Tas atšķir KRI no daudzām citām nozarēm, kurās visa produktu cikla vai to daļa pārceļšana uz izmaksu ziņā izdevīgāku vietu ir viegla un izplatīta.

Ciešā sasaiste ar vietu un līdz ar to mazāk mainīga sektora nodarbinātspēja tiek apzīmēta kā **“ne-delokalizēšana”**. Tā ir viena no būtiskākajām iezīmēm, kas padara KRI par potenciālu vietējās attīstības dzinējspēku (KEA 2006). Papildus nodarbinātības aspektam, kultūra un inovācija ir ietekmīgs faktors **investīciju, radošo talantu un tūrisma piesaistei**. Pilsētas

sacenšas par investīcijām un talantiem, jo vietu konkurence saglabā aktualitāti arī globalizācijas laikmetā. Kultūra ir viens no nozīmīgākajiem **vietas pievilcīguma** veidotājiem un attiecīgi arī tūrismu sekmējošiem faktoriem (KEA 2006).

Daudzi pētījumi apliecina, ka KRI dalībniekiem ir tendence veidot **klāsterus vai pudurus** – gan tāpēc, ka tas dod iespēju efektīvzēt izmaksas, gan tāpēc, ka šādi ir vieglāk gūt pieeju dažādu veida vajadzīgajiem cilvēkresursiem un pakalpojumiem – augstskolu absolventiem, radošajiem un saistīto jomu profesionāļiem, un institūcijām – publiskajai pārvaldei, radošajām organizācijām, dažādām kultūrvietām, kā arī citiem vietējās ekonomikas dalībniekiem. Šī virziena pētījumi tiecas izziņāt, kā KRI ietekmē **pilsētu un reģionu inovācijas spēju un attīstības** potenciālu (piemēram, Chapain et al., 2010; Ketels 2015; Clifton et al 2016).

Piemēram, plašā 2010. gada pētījumā par radošajiem klāsteriem Lielbritānijā secināts, ka daudzām augsti attīstītu reģionu pilsētām ir individuāli “**specializācijas profili**”, taču virknei mazāk attīstītu reģionu pilsētu tie ir līdzīgi. Līdzīgumu var būt izraisījis līdzīga rakstura resursu trūkums (vai pieejamība), taču tiek uzskatīts, ka individuāla specializācija **vairo pilsētas konkurētspēju** (Chapain et al 2010). Tiek analizēts arī tas, kādām nozarēm ir tendences veidot pudurus. Piemēram, jau pieminētajā Lielbritānijas pētījumā secināts, ka ģeogrāfiska koncentrācija raksturīga reklāmas un programmatūras izstrādes uzņēmumiem, kas savukārt mēdz veidot saiknes ar citu nozaru augsto tehnoloģiju uzņēmumiem un zināšanu ietilpīgu biznesa pakalpojumu uzņēmumiem. Tomēr tikai ģeogrāfisks tuvums vēl nenozīmē augstāku inovāciju līmeni – tam nepieciešamas **starpnozaru saiknes** (sadarbība, līdzīga klientu bāze, ideju pārnese). Svarīgi piebilst, ka klāsteri nevar kompensēt konkrētās nozares darbībai nelabvēlīgu vidi (Ketels and Protsiv 2013).

Pētnieku uzmanības lokā aizvien vairāk nonāk arī **KRI un citu nozaru saiknes**. Jau sākotnējā KRI izpētes posmā pētījumi apliecināja, ka kultūras un radošās industrijas būtiski ietekmē informācijas un komunikāciju tehnoloģijas (IKT) nozari, jo jaunu mobilo un citu ierīču, kā arī citu satura nesēju pārdošanai nepieciešams, lai uz tiem būtu pieejams pievilcīgs saturs – spēles, filmas, mūzika u.c. (KEA 2006). Acīmredzamas ir arī saiknes ar izglītības industriju. Vienlaikus, pārnozaru saiknēm ir dažādi šķēršļi, kas kavē inovācijas potenciāla izmantošanu (KEA 2017).

Būtisks tēmu loks saistīts ar “**radošo pilsētu**” un “**radošo kvartālu**” problemātiku. Tiek norādīts, ka augsts kultūras un radošo organizāciju blīvums kādās apkaimēs rada dažādus pozitīvus efektus – piesaista citus uzņēmumus, veido vietas tēlu, var sekmēt dažādu grupu iedzīvotāju savstarpēju klātienē komunikāciju un līdz ar to lielāku uzticēšanos (Amin and Thrift 2007) un piederību vietai. Vienlaikus, kā risks “radošo kvartālu” izveidei jāatzīmē nekustamā īpašuma cenu kāpums šādā apkaimē un tā iedzīvotāju struktūras maiņa (ģentrifikācija), kas var arī nelabvēlīgi ietekmēt noteiktu iedzīvotāju grupu dzīves kvalitāti (piemēram, Slater 2006).

Ko tas nozīmē **atbalsta pasākumiem**? Līdzšinējie pētījumi rosina meklēt un atbalstīt jau esošus (bet pagaidām nepamanītus) klāsteru iedīgļus un sekmēt to savstarpējās saiknes un atpazīstamību. Tāpat tiek ieteikts analizēt vietas īpašos resursus un veidot unikālu šai vietai raksturīgu specializācijas profilu. Publiski finansēti tehnoloģiju resursi mēdz būt universitātēm – tāpēc būtu jāmeklē veidi, kā radošie uzņēmumi var tos izmantot. Apmācības pasākumi konkrētā aktuālā jomā ir labs veids, kā sekmēt savstarpējos kontaktus starp nozarēm. Vēl viens ieteikums ir līdzsvarot ieguldījumus “ikoniskos” kultūras infrastruktūras objektos un daudz lētāku infrastruktūru investīcijās, kas var palīdzēt dažādu nozaru sadarbībai. Attīstot vietas un apkaimes, rūpīgi jāvērtē riski iedzīvotājiem un uzņēmumiem, ko var radīt ģentrifikācija.

#### *Apkopojums*

- 90. gados ievērojamu atpazīstamību gūst ideja par to, ka kultūra ietekmē tautsaimniecību un sabiedrību daudz plašāk, nekā agrāk uzskatīts;

- Digitālo tehnoloģiju attīstība paver plašas jaunas iespējas mākslas, kultūras un mediju produktu radīšanā un izplatīšanā;
- Turpmākajos gados veikta plaša pētniecība, lai izzinātu KRI sektora īpatnības un veidotu sekmīgākus atbalsta pasākumus šī potenciāla izmantošanai;
- Secināts, ka KRI atbalsta pasākumu piemērotākais līmenis ir tieši pilsētu un reģionu mērogs. Pilsētu līmenī politikas veidotājiem ir labāka iespēja apzināt sektora dalībniekus un resursus, sekmēt to ciešākas saiknes. Tam ir gan tieši un netieši ekonomiski ieguvumi, gan sociāli ieguvumi.

### 1.1.2. Radošo industriju jēdziena izpratnes izmaiņas ES politikas dokumentos: no 1998. gada līdz 2010. gadam

ES politikas dokumentos kultūras sociāli-ekonomiskā ietekmes daudzveidību sāk uzsvērt jau 90. gadu otrajā pusē. Tiek norādīts uz kultūras saikni ar reģionālo attīstību, nodarbinātību, sinerģijām ar citām nozarēm un digitalizācijas sniegtajām iespējām.

Tiešu ekonomisko devumu attiecībā uz kultūras sektoru sāk pieminēt tikai 2000. gadu beigās. Taču arī šajā posmā un vēlāk attiecībā uz kultūru ES politikas dokumentos turpina dominēt neekonomiskie mērķi un netieša kultūras ekonomiskā ietekme<sup>5</sup>. Var pieņemt, ka tas skaidrojams ar ES projekta raksturu, kurā kopīgai identitātei, nevienlīdzības pārvarēšanai un sociālajai labbūtībai ir īpaša loma.

Posma sākumā ES vēl lieto jēdzienu “kultūras industrijas”. Piemēram, 2002. gadā Eiropas Parlaments pieņem rezolūciju “Par kultūras industrijām”<sup>6</sup>. Tajā kultūra tiek uzsvērtā kā vienojošais elements, īpaši ES paplašināšanās kontekstā.

“Kultūras industriju” lokā ietver visu, kas attiecas uz mākslu un kultūru (gan “augsto”, gan “populāro”), nemateriālo un materiālo kultūras mantojumu, amatniecību, popmūziku, muzejus un literatūru, kino, teātrus un medijus u.c. Netiek veikta nekāda šķirošana nedz pēc nozarēm, nedz juridiskajām formām vai organizāciju komercializācijas pakāpes. Pat mazo un vidējo uzņēmumu (MVU) piedāvātajos kultūras produktos tiek uzsvērti to nekomerciālie devumi sabiedrībai kopumā.

Kā tobrīd aktuālas parādības un izaicinājumi kultūras sfērā, kas prasa aktīvu ES rīcību, jau šajā dokumentā (pirms 17 gadiem) tiek iezīmētas joprojām aktuālas tēmas: kultūras patēriņa izmaiņas saistībā ar digitalizāciju, mediju satura lomu demokrātijā, pirātismu un intelektuālo tiesību aizsardzību, kultūras tūrismu, kultūras satura daudzveidības un satura radītāju brīvības saglabāšanu u.c.

**Būtiski, ka pieminētais dokuments 2002. gadā rosina Eiropas Komisiju izstrādāt kultūras un radošo industriju definīciju, identificējot konkrētus sektorus, un veikt esošo resursu kartēšanu, kā arī izstrādāt ziņojumu, kas sniegtu ieteikumus par kultūras resursa turpmāko attīstīšanu. Tā dēvētā “Zaļā grāmata” par KRI potenciālu publicēta vien 2010. gadā. Tāpat jau 2002. gada dokuments rosina Eiropas Komisiju ietvert kultūras atbalsta pasākumus Struktūrfondu programmēšanā (tas sākts pēc 2010. gada); virkne joprojām aktuālu rekomendāciju adresēta arī dalībvalstīm.**

Citiem vārdiem, sākotnēji lietojot apzīmējumu “kultūras industrijas”, kas iekļauj gan mākslas, gan medijus, gan kultūras organizācijas, gan ar mākslu un kultūru saistīto komercsektoru, ES

<sup>5</sup> Clifton, N., Chapain, C., and Comunian, R. (2016) (Eds) *Creative Regions in Europe*, London: Routledge

<sup>6</sup> European Parliament resolution on Cultural Industries (2002/2127(INI)), skatīta <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P5-TA-2003-0382+0+DOC+XML+V0//EN>

institūcijas jau no Eiropas paplašināšanās pirmsākumiem skatīja kultūru **plašu sociālu un (netiešu) ekonomisku mērķu** kontekstā.

2006. un 2007. gadā beidzot tiek pieņemtas ES programmas kultūras un mākslu atbalstam: atsevišķi audiovizuālā sektora atbalstam ("Media") un visām pārējām mākslas, kultūras un radošajām nozarēm, visa veida kultūras operatoriem bez ierobežojuma ("Culture").

Programmas "Kultūra" pamatojumā<sup>7</sup> tiek uzsvērts, ka pastāv skaidra saikne starp ieguldījumiem kultūrā un ekonomisko attīstību, no kā izriet nepieciešamība atbalstīt "kultūras industrijas". Taču arī tad programma "Kultūra" kā būtiskākos mērķus nosauc kultūru daudzveidības attīstīšanu, kopīga Eiropas kultūras mantojuma apziņas veicināšanu un sociālās atstumtības mazināšanu un kā īpaši vēlamos atbalsta saņēmējus nosauc mazas kultūras organizācijas, industrijas daļu, kurai ir **bezpeļņas** darbības mērķi.

Jānorāda, ka tieši programmas "Media" un "Culture", vēlāk apvienotas kā "Creative Europe", ir būtiskākās atbalsta programmas kultūras jomā ES un to pamatojums atspoguļo aktuālo skatījumu uz kultūras jomu. Gadu gaitā galvenie ES politikas mērķi (un sagaidāmie sektora devumi) bijuši Eiropā radītā kultūras **satūra konkurētspējas un daudzveidības** veicināšana.

Jāsecina, ka lai arī būtiskākajos politikas pasākumos vienmēr bijuši akcentēti arī ekonomiskie mērķi, to sasniegšana caur kultūru saskatīta netieši: konkurētspējīgu, aktuālu saturu radošas organizācijas spēj nodarbināt cilvēkus, sniegt aktuālas prasmes, veicināt vietējo attīstību caur saistītajām nozarēm, aktivizēt un iesaistīt sabiedrību, pārstāvot dažādām grupām aktuālas tēmas radošā satūra veidā, veidojot jaunas kultūras līdzdalības formas u.c. Savijas ekonomiskie un sociālie mērķi.

Nozīmīgs impulss diskusijai **par kultūras un mākslas aktuālajiem procesiem un devumu bija diskusiju dokuments "Green paper"<sup>8</sup> ("Zaļā grāmata")** 2010. gadā. Lai atceramies, ka tas bija finanšu krīzes laiks. Iespējams, tas skaidro lielāku nekā agrāk īpatsvaru, kas šajā diskusiju dokumentā piešķirts industrijām, inovācijai, pievienotajai vērtībai, tehnoloģiskajām prasmēm un saistīto IKT nozaru attīstībai.

"Zaļā grāmata" uzsver nemateriālo vērtību nozīmi **jaunajā digitālajā ekonomikā** un patērētāju pieaugošo vēlmi gūt jauna veida pieredzējumus, tai skaitā, iespējas komunikācijai un savu sociālo tīklu uzturēšanai. Kultūras loma tiek cieši saistīta ar **inovāciju veicināšanu**, kā ekonomikas dzinējspēku īpaši uzsverot platjoslas interneta infrastruktūru un pakalpojumus, digitālās tehnoloģijas un elektronikas preču ražošanu. Taču papildus šiem tiešajiem ieguldījumiem ekonomikā, KRI tiek akcentēti kā **netiešu ekonomikas un sociālu inovāciju radītāji**: sākot ar jauna tēla radīšanu pilsētām, reģioniem un valstīm, tehnoloģijas prasmju izplatīšanu, vērtību komunicēšanu dažādām grupām pieejamā veidā, saskarsmi starp dažādām paaudzēm un tradīcijām un kopienu stiprināšanu.

Īpaši tiek uzsvērtā KRI saikne ar izglītību, kurā šīs industrijas var veicināt uzņēmējdarbības, radošās un starpkultūru prasmes. Savukārt šādi **izglītots lietotājs veicina pieprasījumu** pēc aizvien daudzveidīgāka un attīstītāka satūra un produktiem. Tiek uzsvērts, ka tādējādi tiek veidoti nākotnes produktu un pakalpojumu tirgi.

Apkopojot, Eiropas kontekstā KRI tiek pozicionētas kā ceļš uz saliedētāku, pārtikušāku un cilvēku vajadzībām atbilstošāku nākotni.

Tieši "Zaļajā grāmatā" tiek pirmo reizi ES piedāvāts detalizēts skaidrojums par **nošķirumu starp "kultūras industrijām" un "radošajām industrijām"**. Tiek nosauktas KRI nozares, kas ietver

<sup>7</sup> Decision No 1855/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 establishing the Culture Programme (2007 to 2013), skatīta <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32006D1855>

<sup>8</sup> Green Paper - Unlocking the potential of cultural and creative industries /\* COM/2010/0183 final \*/, skatīta <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52010DC0183>

mākslas, kultūras mantojumu, medijus, mūziku un izdevējdarbību, un tās tiek iedalītas radošajā kodolā (ko veido mākslas), kultūras industrijās un radošajās industrijās. Par galveno kultūras industriju pazīmi piedāvā uzskatīt to, ka šo nozaru produkti vai pakalpojumi ir ar kultūras vērtību (*cultural expressions*), saistot šo pazīmi ar 2005. gada UNESCO Konvenciju par kultūras izpausmju daudzveidības aizsardzību un veicināšanu. No “kultūras industrijas” produktiem un pakalpojumiem netiek sagaidīta specifiski komerciāla vērtību – gluži otrādi, tiek uzsvērts, ka komerciālās vērtības esamībai vai neesamībai nav nozīmes (“*irrespective of the commercial value they may have*”).

Savukārt “radošās industrijas” ir tās, kas izmanto kultūru kā “izejvielu”, bet kuru produkts ir galvenokārt funkcionāls. “Zaļajā grāmatā” tiek nosauktas **konkrētas radošo industriju nozares**: arhitektūra un dizains (kuri integrē radošumu plašākos citu nozaru procesos), kā arī to apakšnozares – grafiskais dizains, modes dizains un reklāma.

Jāatzīmē, ka balstīt nošķirumu “funktionalitātes” jēdzienā nešķiet īpaši veiksmīgs risinājums, jo mūsdienās, kad lietotāji meklē pieredzējumu, komunikāciju un mijiedarbi, “funktionalitātes” robežas ir visai netveramas.

“Zaļā grāmata” norāda arī uz to, ka KRI ietekmē **plašāku nozaru loku**, kuras ir zināmā mērā atkarīgas no KRI (piemēram, tūrisms un jauno tehnoloģiju sektors). Tās netiek iekļautas specifiski KRI lokā, taču būtiska ir šādu **ārējo saikņu akcentēšana** attiecībā uz KRI devumu.

**Apkopojot**, var teikt ka šis posms ES politikas veidošanā noslēdzas ar piedāvājumu skatīt KRI kā dažāda rakstura nozaru kopumu, kurā ir radošais kodols un nosacīti aizvien attālinātākas nozares, kurās pieaug produkta funkcionālais raksturs.

Lai gan visa šo nozaru kopuma apzīmēšanai izmanto “industriju” jēdzienu, tā tiešā ekonomiskā ietekme netiek izvirzīta priekšplānā. Dominē **netiešas ietekmes** radīšana caur radošumu, izglītību, sabiedrības labbūtību.

### 1.1.3. Jēdziena evolūcija ES politikas dokumentos: pēckrīzes posms un jaunākās nostādnes

Nākamā posma “Creative Europe” programmu (2014–2020) izveides regulā<sup>9</sup> tiek lietots apzīmējums **kultūras un radošie sektori** un atkārtoti uzsvērta kultūras duālā daba – gan aksiomātiskā, neatņemamā vērtība, gan ekonomiskā. Ekonomiskais devums tiek skatīts arī netieši – kā sabiedrības radošums, inovācijas un sociālā iekļaušana.

Regulas 2. pantā izteiktas jau pazīstamās idejas par to, ka kultūras un radošie sektori ir tie, kas balstās kultūras vērtībās vai mākslinieciskās un citās radošās izpausmēs, neatkarīgi no to tirgus orientācijas vai struktūras/organizācijas, kas tās īsteno, un no finansējuma avota. Tiek akcentēts, ka šajos sektoros notiek gan ideju radīšana, gan ieviešana/īstenošana, izplatīšana un saglabāšana, un tam piederīga ir arī izglītības un menedžmenta funkciju īstenošana šajā nozarē. Sektoru **uzskaitījumā ir visas nozares**, sākot ar mākslām un beidzot ar video spēlēm un multimedijiem.

Par galveno kultūras un radošo sektoru devumu tiek nosaukta tādu **inovatīvu ideju radīšana**, kas vēlāk var tikt izstrādāta kā produkti un pakalpojumi, kas savukārt rada izaugsmi un darbavietas un risina sabiedrībai aktuālus jautājumus. Tā kā šādu ideju radīšana ir centrāla, tad likumsakarīgs ir regulā paustais **uzsvars uz mākslinieku, ideju radītāju un profesionāļu izcilības** sekmēšanu un atbalstīšanu. Tiek uzsvērta nepieciešamība uzlabot finansējuma pieejamību izcilībai.

<sup>9</sup> Regulation (EU) No 1295/2013 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2013 establishing the Creative Europe Programme (2014 to 2020), skatīts <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32013R1295>

Citiem vārdiem, šajā posmā ES atkāpjas no mākslas, kultūras un mediju nozares šķirošanas dažāda rakstura apakšgrupās (kā "Zaļajā grāmatā") un par pamatu atbalstam izvirza inovatīvu ideju radīšanu. Pamatojums: tās vēlāk var tikt pārveidotas produktos un pakalpojumos un darbavietās, taču bez izciliem māksliniekiem, satura radītājiem un profesionāļiem inovatīvas idejas radītas netiks. Līdz ar to primāri jāatbalsta **jaurade un inovācijas**. Komercializācija var sekot nākamajā fāzē, ja ir bijusi iespēja attīstīties mākslinieciskajai un radošajai idejai.

Līdz 2013. gadam notikušās KRI attīstības nepilnības un arī plašā finanšu krīze aktualizē jautājumu par sektora pieeju finansējumam savu darbību finansēšanai, attīstīšanai, starptautiskajai sadarbībai. Kā īpaši problemātiska tiek uzsvērtā mikro, mazo un vidējo uzņēmumu un organizāciju situācija. Būtiski, ka šajā lokā tiek iekļautas arī NVO. Tiek uzsvērti tieši kultūras un radošo sektoru īpašie **izaicinājumi finansējuma ieguvē**. Tie saistīti ar radāmo vērtību nemateriālo raksturu, prototipu (ideju modeļu, nevis produktu) radīšanu un sektoriem spilgti piemītošo eksperimentēšanas un riska aspektu.

Tāpēc pieminētā regula iedibina vēl vienu finanšu instrumentu: "Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility", kas domāts specifiski maziem un vidējiem spēlētājiem. Tā mērķis ir palīdzēt kultūras un radošo sektoru dalībniekiem attīstīties un veidot savstarpējas saiknes.

Svarīgi, ka ES izpratnē MVU un "uzņēmuma" definīcija ir plaša: par uzņēmumu uzskatāma jebkura organizatoriskā vienība, neatkarīgi no tās juridiskās formas, kas iesaistās saimnieciskā darbībā. Tas ietver arī amatniekus, individuus, ģimenes, partnerības vai apvienības, kas pastāvīgi veic saimniecisko darbību<sup>10</sup>.

Citiem vārdiem, arī šajā posmā tieša KRI ekonomiskā ietekme nav dienaskārtības centrā; nozaru ietekmi saredz jaunu ideju radīšanā, jo bez tām nebūtu ko komercializēt.

Visjaunākais politikas dokuments<sup>11</sup> kultūras jomā ir "The New Agenda For Culture" (2018), kas izskatāma par kultūras ietvarprogrammu. Tā veidos pamatu turpmākā posma ES aktivitātēm kultūras jomā, saiknēm ar citām nozarēm, un sadarbībai starp dalībvalstīm, dažādiem politikas instrumentiem, tai skaitā, arī nākamā posma "Creative Europe" programmai.

Šai kultūras ietvarprogrammai ir trīs stratēģiskie mērķi:

- Sociālā iekļaušana un labbūtība, kas vislielākajā mērā iekļauj kultūras līdzdalību kā ceļu uz iekļaujošāku sabiedrību. Ar līdzdalību saistītas kultūras mantojuma un kultūrpratības tēmas.
- Kultūrā balstīts radošums izglītībā, inovācijās, darbavietu radīšanā – uzsverot sinerģiju ar izglītību visos līmeņos, un KR sektorus atbalstošas ekosistēmas. Ekosistēmas kā saiknes starp dalībniekiem un resursi attīstībai tiek skatītas trīs līmeņos – izglītībā, pilsētu līmenī, un uz KR sektora darba izaicinājumiem vērstas atbalsts.
- Starptautiskās kultūras aktivitātes un kultūras diplomātija.

Nozīmīgi, ka pirmo reizi ES kultūrpolitikas dokumentā lietots **ekosistēmas** jēdziens. Ekosistēmu attīstīšana tiek saistīta ar atbalstu izejai uz jaunām auditorijām un tirgiem, pieeju finansēm, darba attiecību regulējumam (īpaši digitalizācijas radītās satura aizsardzības un sociālās aizsardzības kontekstā), izglītību un pārrobežu mobilitātes iespējām.

Jāatzīmē, ka visā ietvarprogrammā **caurviju tēmas ir digitalizācija un kultūras mantojums**. Digitalizācijas tēmas ietver ne tikai kultūras mantojuma digitalizāciju un audiovizuālā sektora

<sup>10</sup> COMMISSION RECOMMENDATION of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises (notified under document number C(2003) 1422), skatīts <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:EN:PDF>

<sup>11</sup> COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE EUROPEAN COUNCIL, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS A New European Agenda for Culture {SWD(2018) 167 final}, skatīts [https://ec.europa.eu/culture/sites/culture/files/commission\\_communication\\_-\\_a\\_new\\_european\\_agenda\\_for\\_culture\\_2018.pdf](https://ec.europa.eu/culture/sites/culture/files/commission_communication_-_a_new_european_agenda_for_culture_2018.pdf)

izaicinājumu pārvarēšanu, bet arī ciešākas saiknes starp mākslām un tehnoloģijām kopumā, ar mērķi sekmēt inovācijas konkrētās nozarēs un sabiedrībā. Savukārt kultūras mantojuma aspekts tiek saistīts ar iedzīvotāju līdzdalību, kultūras mantojuma ilgtspēju un aizsardzību un mantojumā balstītām inovācijām.

Arī šajā dokumentā turpina attīstīties jēdziens/i, ar kuriem apzīmē mākslas, kultūras un mediju jomas aktivitātes. "The New Agenda" **lieto abus jēdzienus** – gan KR sektori, gan KR industrijas. Pašā dokumentā nošķirums netiek skaidrots, taču Eiropas Komisijas mājas lapā rodams šāds skaidrojums: "sektori" ir tas, kur notiek mākslas, kultūras un citu radošuma veidu individuālās un kolektīvās radošās izpausmes, bet "industrijas" ir produktu plašāka mēroga ražošanas un izplatīšanas fāzes darbības. Tas ir precīzāks skaidrojums, nekā "Zaļās grāmatas" "funkcionalitātes" kritērijs, un attiecas uz visām mākslas, kultūras un mediju nozarēm, tātad ir **starpnozarisks**.

Kopumā finanšu atbalsts vismaz "Creative Europe" ietvaros tiek paredzēts "sektoram", tātad jaunradei.

Sagaidāmā sektora atdeve tiek saistīta ar gandrīz to pašu, ko iepriekšējos posmos, taču tiek **aplašināta** ar dažām vēl specifiskākām devuma jomām, piemēram, veselību un psiholoģisko labbūtību; izteikti liels uzsvars tiks uz saiknēm ar izglītību. Tāpat izteikts ir ārējās ietekmes paplašināšanas aspekts: kā būtiskas jomas tiek pieminēti KR sektoru devums ārējās tirdzniecības un attiecību ar trešajām valstīm sekmēšanai.

Apkopojot dokumentā paustās idejas par to, kādi devumi sagaidāmi no KR sektora un kādi ir šo devumu iegūšanas mehānismi – tātad, kas būtu jāatbalsta, pētījuma autori piedāvā šādu versiju:

**Tabula 1. KRI ietekmes un to radīšanas ceļi**

Ietekmju joma	Būtiskās dimensijas	Kas rada ietekmi (=kas būtu jāatbalsta)	Iznākumi
Sociālā	Dzīves kvalitāte caur līdzdalību daudzveidīgās un auditoriju iesaistošās kultūras aktivitātēs, caur piederības izjūtu.	Kultūras piedāvājums, kas iekļauj dažādas grupas. Iespēja pašiem iesaistīties radošās aktivitātēs; apkaimju līmeņa kultūras dzīve; kultūras un mākslu kompetenču iekļaušana visu līmeņu izglītībā (lai sekmētu kultūrpratību).	Psiholoģiskā labbūtība (Pētījums <sup>12</sup> ), labāka saprašanās starp grupām, iesaistīšanās un piederība.
Ekonomiskā	Radošums un kritiskā domāšana, uzņēmējspēja, jauni savienojumi: gan KRI sektorā, gan citās nozarēs.	Radošuma un kritiskās domāšanas kompetenču iekļaušana visos izglītības līmeņos (STEAM <sup>13</sup> ). Jaunu saturs veidu un jaunu organizāciju darbības modeļu veicināšana vietējā līmenī, t.sk., savienojot tehnoloģijas, mākslas, kultūru, dizainu, izglītību un publisko pārvaldi.	Nostiprinās radošās un kritiskās domāšanas kompetences – vairāk inovatīvu uzņēmumu (piem., kas savieno dažādas nozares). Vairāk darba vietu, kvalificētāki cilvēkresursi. Daudzveidīgāks mākslas un kultūras saturs paplašina auditorijas.

<sup>12</sup> Rossi, Enzo & Blessi, Giorgio & Sacco, Pier & Buscema, Massimo. (2011). The Interaction Between Culture, Health and Psychological Well-Being: Data Mining from the Italian Culture and Well-Being Project. *Journal of Happiness Studies*. 13. 129-148. 10.1007/s10902-011-9254-x.

<sup>13</sup> Science, Technology, Engineering, the Arts and Mathematics



		<p>Veiksmīgāk integrēt kultūru un tūrismu, tai skaitā, kultūras un dabas resursos balstītu.</p> <p>Augšupvērstu inovāciju sekmēšana (pašiniciatīva): radošās telpas un inkubatori, kopstrādes un koprades vietas, uzņēmumu un organizāciju klāsteri.</p> <p>Sociālā aizsardzība satura autoriem un māksliniekiem.</p> <p>Pieeja finansēm (publiskā finansējuma grantu shēmas, publiskas–privātās partnerības, pūļa finansējums, mecenātisms).</p> <p>Uzņēmējspēju stiprināšana KRI.</p>	<p>Aktīva mākslas un kultūras dzīve piesaista iedzīvotājus un talantus no ārpusē.</p>
--	--	---	---

Avots: Autoru adaptēts, no “New European Agenda for Culture” (2018)

#### 1.1.4. Apkopojums

Apkopojot šī ziņojuma 1.1. sadaļu, varam secināt sekojošo:

- “Radošo industriju” jēdziena ieviešana un kultūras politikas instrumentu izmaiņas izrietējušas no pārmaiņām ekonomikā, ko var raksturot kā post-industriālā kapitālisma bāzes pārvirzi no plaša mēroga ražošanas uz informācijā, pakalpojumos un inovācijā, radošumā balstītu vērtību ražošanu.
- Zinātniskie pētījumi parāda, ka KRI piemīt noteiktu raksturīgu iezīmju kopums, kas jāņem vērā plānojot KRI potenciāla attīstību: produkta simboliskā, subjektīvā vērtība; pieprasījuma neprognozējamība; tīklveida un projektos balstīta darbība; mākslinieciskās un citas idejas ģenerējošais profesionālis kā galvenā vērtība; lietotāju iesaiste produktu un pakalpojumu veidošanā; nozaru ciešā saikne ar vietu, taču vienlaikus digitalizācijas sniegtas iespējas izplatīt idejas un produktus; iespējas piešķirt pievienoto vērtību daudzām citām nozarēm.
- KRI attīstīšanai pateicīgākais darbības mērogs ir pilsētas. Pilsētas, kas investē kultūras ekosistēmu atbalstā, piesaista augsti kvalificētus cilvēkresursus, sekmē nodarbinātību. Būtisks resurss ir materiālais un nemateriālais mantojums, īpaši kultūras mantojuma un dabas mantojuma integrēta attīstīšana.
- Pārveidi radošo industriju jēdziena saturā ES ietekmējuši vismaz divi faktori. Pirmkārt, ES specifiskais politiskais projekts, kas akcentē Eiropas sabiedrību kopīgo identitāti un saliedētību. Otrkārt, apgūtie apjomīgie pētījumu dati, kas vairojuši izpratni par KRI kā sektoru un tā saiknēm ar citiem sektoriem.
- Rezultātā ES kultūras politikā akcentēta ne tik daudz komerciālā darbība ar tiešu ekonomisko ietekmi, bet gan netiešie ekonomiskie un sociālie devumi, kas izriet no cilvēkresursu kvalitātes, jaunrades, ideju pārneses starp nozarēm, iedzīvotāju kultūras līdzdalības un pašizpaušmes, u.c.
- Sākotnēji notikuši KRI nozaru grupēšanas un šķirošanas centieni, taču pašreizējais ES kultūras politikas skatījums nošķir jaunu mākslas, kultūras un radošo ideju radīšanu jebkurās nozarēs, no vienas puses (sektors), un tajās balstīto jebkuru nozaru produktu sistemātisku pavairošanu un izplatīšanu, no otras puses (industrijas). Tomēr ES kultūras

politikā lielāks uzsvars likts uz atbalstu nevis komercializācijas, bet jaunrades posmam un profesionāļu izcilībai un tīklojumam.

- Aizvien vairāk tiek uzsvērtas saiknes ar citiem sektoriem un inovāciju potenciāls, savienojot zināšanas un prasmes KRI un citos sektoros. Tiek uzsvērts, ka tas vēl nav pietiekami izmantots. Šī potenciāla attīstīšanas plānošanai izmantots ekosistēmas skatījums – novērtējot un pilnveidojot KRI attīstības priekšnoteikumus, ko rada publiskā pārvalde, finanšu pieejamība, infrastruktūra, pilsētvide un saiknes veidojošas vietas, izglītības sistēma un citi aspekti.

## 1.2. Kultūras un radošās industrijas: jēdziena un politikas mērķu attīstība Latvijā

Redzējums par kultūras ciešāku saikni ar ekonomiku ienāk Latvijas kultūrpolitikas telpā 90. gadu beigās – apmēram tajā pašā laikā, kad tiek izstrādāts Lielbritānijas jaunais kultūras politikas modelis, un arī Eiropas Savienībā “kultūras industriju” lomu sāk skatīt plašāk, reģionālās attīstības, nodarbinātības u.c. kontekstos.

Jaunais redzējums Latvijā sākotnēji ienāk vairāk caur pētniecību. “Latvijas valsts kultūrpolitikas pamatnostādnes” 1996. gadā gan ietver sadaļu “Kultūras industrija”, kas tiek attiecināta uz grāmatniecību, skaņu ierakstu industriju, kinomākslu, elektroniskajiem masu informācijas līdzekļiem un presi. Taču jāatzīmē, ka šajā dokumentā visas pieminētās nozares vēl skatītas kā **valsts budžeta dotētas**, definējot tikai valsts un pašvaldību pienākumus attiecībā uz šo nozaru pastāvēšanu.

Savukārt pētniecībā **saiknes starp kultūru un tautsaimniecību** – gan tiešās, gan netiešās ietekmes – tiek pētītas izvērsti. Pirmos trīs šādus pētījumus pēc Kultūras ministrijas pasūtījuma (1998, 1999, 2003) īstenoja LZA Ekonomikas institūts, vēlāk arī citas institūcijas.

1998. gada pētījuma ziņojuma ievadā zinātnieki raksta sekojošo: “Pētījuma nepieciešamību noteica **jauna pieeja kultūras nozarei** – pāreja no kultūras kā vienīgi humanitāras vērtības izpratni uz izpratni par kultūru kā humanitāru un tautsaimniecisku vērtību. Jaunās pieejas mērķis ir uzsvērt kultūras nozīmi attīstības veicināšanā, ar attīstību saprotot ne tikai ekonomisko attīstību, bet kopumā tautas attīstību” (Karnīte et al. 1998; 2. lpp.).

Var pieņemt, ka šie pētījumi, kā arī diskusijas kultūras nozares profesionāļu vidū ir gatavojuši augsni turpmākajai kultūrpolitikas attīstībai, kas ar 2006. gadu jau ietver **radošās industrijas** jēdzienu.

Pārņemot **radošo industriju** jēdzienu Latvijas kultūrpolitikā<sup>14</sup>, pamatnostādnes “Nacionāla valsts” tās vēl lietoja vienskaitlī, norādot kā attīstības iespēju kultūras un ekonomiskas saikņu stiprināšanu, valstij atbalstot “spēcīgu radošās industrijas sektoru” (18. lpp.), kas var ietvert “mazos un mikro kultūras biznesus” (20. lpp.).

Pamatnostādnes skata “radošo industriju” kā **horizontālu dimensiju**, kas paplašina katras mākslas, kultūras un kultūras mantojuma nozares darbības lauku (līdzīga horizontāla dimensija ir kultūrizglītība, kultūras infrastruktūra, intelektuālā īpašuma aizsardzība u.c.) (20. lpp.).

Konkrētajā dokumentā gan dominē jautājums par nacionālo identitāti, bažas par “popkultūras ekspansiju” un “patērētājsabiedrības vērtībām” (18. lpp.), tomēr kultūras/radošā industrija (šāds lietojums izmantots pamīšus ar radošo industriju) tiek iezīmēta kā starpnozarju jautājums, un šis jēdziens iekļauts kultūrpolitikas stratēģisko mērķu formulējumā.

<sup>14</sup> Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006.–2015. gadam “Nacionāla valsts”. Skatīts <http://polsis.mk.gov.lv/documents/1936>

**Kultūrpolitikas pamatnostādņēs 2014.–2020. gadam “Radošā Latvija”<sup>15</sup>** “konkurētspējīgas kultūras un radošās industrijas” jau ir viena no patstāvīgām prioritātēm. Šīs industrijas tiek raksturotas kā viens no ekonomikas sektoriem, un tās tiek **viennozīmīgi saistītas ar uzņēmējdarbību**. Dominē tādi jēdzieni kā tirgus situācija, eksports, pieminēts arī pastarpināts citu ekonomikas sektoru attīstīšanas potenciāls, inovāciju kapacitātes celšana ekonomikā kopumā.

Vadlīnijās atzīts (citējot 2013. gada pētījumu<sup>16</sup>), ka “nav vispārpieņemta un vienota priekšstata par kultūras industriju radošo industriju sektoram piederošajām nozarēm, sektora pārstāvju juridisko formu un darbības veidu”. Vienlaikus, Kultūras ministrijas mājas lapā kā kultūras un radošo industriju nozares tiek nosauktas praktiski visas mākslas, kultūras, mediju u.c. nozares<sup>17</sup>.

Jāsecina, ka prioritātē “Konkurētspējīgas kultūras un radošās industrijas” visu mākslas, kultūras, mediju u.c. nozares skatītas to tiešā (uzņēmējdarbība un eksports) un netiešā (inovāciju pārnese uz citiem sektoriem, vērtības piešķiršana citām nozarēm, u.c.) **ekonomiskā devuma** griezumā. Citi ar mākslas, kultūras, mantojuma un mediju nozaru darbību saistīti aspekti (kultūrizglītība, infrastruktūra, starptautiskā sadarbība, sabiedrības iesaiste u.c.) iekļauti citās kultūrpolitikas pamatnostādņu prioritātēs.

Prioritātes “Konkurētspējīgas kultūras un radošās industrijas” situācijas raksturojumā uzsvērts, ka **līdzšinējie atbalsta pasākumi bijuši fragmentāri**: “Kultūras ministrija ir finansējusi atsevišķas iniciatīvas radošo uzņēmumu dalībai starptautiskajās izstādēs, ar Valsts Kultūrkapitāla fonda starpniecību īstenotas atsevišķas mērķprogrammas (2013. gadā mērķprogramma „Dizaina un arhitektūras eksporta veicināšana”), savukārt Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras programmas finansējums „Ārējo tirgu apgūšana – ārējais mārketing” dod iespēju uzņēmējiem daļēji segt ar eksporta veicināšanu saistītās izmaksas.” (36. lpp.)

Tiek iezīmētas sekojošas rīcības nākotnē:

- Atsevišķi izcelti pasākumi sekojošu **nozaru** atbalstam: dizains, audiovizuālā nozare (īpaši kino), mūzika un grāmatniecība;
- Atsevišķu apakštēmu veido pasākumi, kas saistīti ar **digitalizāciju** (piemēram, izveidot atbalsta mehānismu starpmediju audiovizuālu produktu izveidei, izplatīšanai digitālos nesējos);
- Īpašu uzmanību paredz **internacionalizācijai** un eksportspējai (piemēram, valsts līdzfinansējums ārvalstu filmu piesaistei; kopražojumu programma, starptautiskās tīklošanās veicināšana kino nozarē; sadarbībā ar LIAA sekmēt radošo industriju komersantu ārējo tirgu apgūšanu un sadarbības tīkla veidošanu);
- Praktiskam radošās **uzņēmējdarbības** atbalstam (var pieņemt, ka dažādās nozarēs) un īpaši sākumposmā paredz attīstīt RI inkubatoru un dažādus alternatīvā finansējuma instrumentus;
- Paredz veikt **sabiedrības izglītošanu** par KRI un atsevišķu nozaru popularizēšanu (tas visvairāk attiecas uz dizainu), kā arī nozares attīstības monitorēšanu;
- Ievērojama cieņa ir Tabakas fabrikas kā **multifunkcionālas telpas** attīstīšanas iecere. Pamatnostādņēs tā raksturota kā platforma “radošās uzņēmējdarbības uzsākšanai un

<sup>15</sup> Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.–2020. gadam “Radošā Latvija”, skatīts <http://polsis.mk.gov.lv/documents/4877>

<sup>16</sup> Personu apvienība „SIA „Baltijas Konsultācijas” un SIA „Konsorts””, 2013. “Latvijas radošo industriju darbība. Priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai”, skatīts <https://www.km.gov.lv/lv/kultura/kultura-timekli/informativi-materiali/petijumi>

<sup>17</sup> KRI nozares: arhitektūra, dizains, kino, izpildītājmāksla, vizuālā māksla, mūzika, izdevējdarbība, televīzija, radio un interaktīvie mediji, reklāma, datorspēles un interaktīvās programmatūras, kultūras mantojums, kultūras izglītība, atpūta, izklaide un citas kultūras darbības. Skatīts: <https://www.km.gov.lv/lv/kultura/radosas-industrijas/kulturas-un-radoso-industriju-definicija>

attīstībai, inovatīvu augstākās izglītības programmu un modeļu, tostarp starpdisciplināru programmu, izstrādei un ieviešanai, kā arī telpa vizuālās, audiovizuālās, skatuves mākslas aktivitātēm, radošajām rezidencēm, darbnīcām, dizaina prototipēšanas darbnīcai u.c.”. Šī rīcība ir zīmīga ar to, ka šī multifunkcionālā telpa **apvieno gan māksliniecisko jaunradi, gan starpnozarisku izglītību, gan kopstrādes un koprades iespējas**, tai skaitā aprīkojuma un tehnoloģiju koplietošanu, gan mākslas aktivitātes plašākai sabiedrībai. Šis redzējums savieno jaunradi un komercdarbību, auditoriju iesaisti un izglītību; dažādu darbības veidu sintēze pārkāpj “industriju” robežas un ir **izteikti mūsdienīgs modelis**.

Apkopojot, var secināt, ka Latvijas gadījumā jautājums par kultūras daudzveidīgajām lomām tautsaimniecībā aktualizēts praktiski vienlaikus ar šīs tēmas attīstību citu valstu un ES politikā.

Latvijas kultūrpolitikā no Lielbritānijas aizguva (kultūras un) radošo industriju jēdzienu, taču tā **interpretācija** ir tuvāka ES skatījumam – “industrijas” tiek lietotas kā **starpnozarisks** apzīmējums mākslas, kultūras un mediju aktivitātēm, kas sniedz tiešu vai netiešu ekonomisku devumu.

Latvijas KRI politikas pasākumos vairāk nekā ES akcentēti komercdarbības aspekti. Vienlaikus jāatzīmē, ka ES kultūras atbalsta politikā šobrīd lietotais apzīmējums “kultūras un radošais sektors” pēc būtības attiecas uz kultūru, mākslu un medijiem **visos to aspektos un juridiskajās formās**, tātad uz visu Latvijas kultūrpolitikas jomu un rīcību kopumu.

Var piebilst, ka komerciālo un nekomerciālo kultūras, mākslas un mediju aktivitāšu **nenošķiršana** atbilst arī šī empīriskā pētījuma gaitā secinātajam, ka dažādas darbības formas un mērķi praksē savijas, un netiešie ekonomiskie efekti (cilvēkresursu kvalitātes veicināšana, iedzīvotāju piesaiste un iesaiste, u.c.) ir ne mazāk svarīgi kā tiešie (piemēram, nodokļu nomaksa pilsētas budžetā).

### 1.3. Kultūras un radošo industriju sektora attīstība Liepājā

#### 1.3.1. Līdzšinējie pētījumi par kultūras un radošo industriju sektora attīstību Liepājā un būtiskākie secinājumi

Šajā apakšnodaļā sniegts pārskats par iepriekšējiem desmit gadu laika periodā īstenotajiem pētījumiem un izvērtējumiem, kuru dati tieši vai kontekstuāli raksturo Liepājas KRI sektoru. Apkopojums iekļauj būtiskākos datus un secinājumus, kas savstarpējā kopsakarā veido vispārīgu Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju vides raksturojumu.

Pētījums	Būtiskākie dati un secinājumi
<p><b>Noslēguma izvērtējuma „2007.–2013. gada ES fondu plānošanas perioda Darbības programmas „Infrastruktūra un pakalpojumi” 3.4.3. pasākuma “Kultūrvides sociālekonomiskā ietekme” ietekmes un 2014. – 2020. gada ES fondu plānošanas perioda (specifiskā atbalsta mērķa 5.6.1.) ieguldījumu kultūrvides attīstībā ieviešanas efektivitātes izvērtējums”</b></p> <p>Pētījuma pasūtītājs: Finanšu ministrija</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kopumā laika posmā no 2015. līdz 2017. gadam jaunuzbūvētos daudzfunkcionālos centrus apmeklēja 1,76 milj. apmeklētāji. <b>Visvairāk kultūras pasākumus apmeklēja “Lielajā dzintarā”, bet vismazāk Vidzemes koncertzālē “Cēsis”.</b></li> <li>○ Palielinoties kultūras patēriņam, reģionālās koncertzāles paplašina piedāvāto pakalpojumu un kultūras pasākumu skaitu. Kopumā visās trīs reģionālās koncertzālēs laika posmā no 2015. līdz 2017. gadam realizējuši 1526 profesionālās skatuves mākslas pasākumus. <b>Liepājas un Vidzemes reģionālajās koncertzālēs organizēto pasākumu skaits bijis vislielākais</b>, ko ietekmē koncertzāļu ilgtermiņa nomnieku organizētie pasākumi, bet vismazāk Latgales reģionālajā koncertzālē.</li> </ul>

<p>Pētījuma īstenotājs: SIA “Enviroprojekts” sadarbībā ar SIA “CSE COE”</p> <p><b>2019. gads</b></p> <p>Pieejams: <a href="http://ejuz.lv/2231liepaja">http://ejuz.lv/2231liepaja</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Reģionālajās koncertzālēs ļoti reti producē pasākumus kopā</b>, kā piemēru 2017. gadā var minēt koncertuzvedumu “Latvijas gredzens”, kuru kā vienu no būtiskākajiem pasākumiem minējušas reģionālās koncertzāles. <b>Nākotnē šādus kopēji producētus pasākumus vajadzētu attīstīt</b>, kas radītu vienlīdzīga satura un kvalitātes pasākumu pieejamību reģionos.</li> <li>○ Balstoties uz SIA “Lielais dzintars” vadības ziņojumu SIA “Liepājas dzintars” 2017. gadā nodrošināja daudzveidīgus dažādu žanru pasākumus ar profesionālo un amatiermākslinieku piedalīšanos no Latvijas un ārvalstīm. Kopumā <b>2017. gadā Liepājas koncertzālē “Lielais dzintars” notika 204 pasākumi</b>, no kuriem 55 bija SIA “Liepājas dzintars” producētie pasākumi, 64 bija koncertzāles ilgtermiņa nomnieku rīkoti pasākumi. Ārējo producentu rīkoto pasākumu skaits bija 58. Konferenču un korporatīvo pasākumu skaits 2017. gadā bija 28.</li> <li>○ ES fondu līdzekļu ieguldījumu rezultātā <b>apmeklējumu skaits Liepājas Svētās Trīsvienības katedrālē par ~18 tūkst. apmeklējumu</b> gadā. Ņemot vērā, ka baznīcas apmeklējums ir salīdzinoši neilgs, apmeklējumu pieaugums pārklājas ar citās aktivitātēs aprakstīto ietekmi, piemēram, Liepājas Svētās Trīsvienības katedrālē norādīja, ja Lielā dzintara apmeklētāji pirms koncertiem bieži izvēlas apmeklēt katedrāli un uzkāpt katedrāles tornī.</li> </ul>
<p><b>Kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums</b></p> <p>Pētījuma pasūtītājs: Latvijas Republikas Kultūras ministrija</p> <p>Pētījuma īstenotājs: Pretendentu apvienība: Latvijas Kultūras akadēmija, Pētījumu centrs SKDS, Biedrība Culturelab</p> <p><b>2018. gads</b></p> <p>Pieejams: <a href="http://ejuz.lv/7755liepaja">http://ejuz.lv/7755liepaja</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ārpus Rīgas esošo teātru vidū <b>populārākais bijis Liepājas teātris ar 76 002 apmeklējumu</b>, nedaudz atpaliekot Valmieras drāmas teātrim ar 56 403 apmeklējumu.</li> <li>○ <b>Pēdējo piecu gadu laikā apmeklējumu visvairāk palielinājās Mihaila Čehova Rīgas krievu teātris (+57%) un Liepājas teātris (+39%).</b></li> <li>○ <b>Liepājas Simfoniskais orķestris piesaistījis 44,8 tūkst. apmeklētāju.</b> Salīdzinot ar 2008. gada rādītājiem, <b>visbūtiskāk pieaudzis apmeklējums Liepājas Simfoniskajam orķestrim (+93%) un Latvijas Koncertiem (+78%).</b></li> <li>○ 2014. gada aptaujā iedzīvotāji tika lūgti novērtēt, vai būtu ieinteresēti apmeklēt konkrētus reģionālos kultūras infrastruktūras objektus. Šī gada aptaujas dati savukārt ļauj novērtēt, vai konkrētie objekti ir spējusi pārvērst iedzīvotāju interesi reālā apmeklējumā. Visiem objektiem tas ir izdevies, izņemot Latvijas Nacionālās bibliotēkas jauno ēku – to apmeklēt vēlējās 35% iedzīvotāju, bet reāli apmeklējuši tikai 20%. Dzintaru koncertzāli 2016. gadā apmeklējuši 19% Latvijas iedzīvotāju, Latgales vēstniecību GORS – 12%, Vidzemes koncertzāli Cēsīs – 10% un <b>Lielo dzintaru Liepājā – 9%.</b></li> <li>○ Dati liecina, ka <b>ievērojama daļa no kopējā apmeklējuma veido tūristu apskates, nevis pasākumu apmeklēšana.</b> Piemēram, Latgales vēstniecībā GORS nedaudz vairāk nekā 1/3</li> </ul>

	<p>apmeklētības rādītāju veido tūristu apmeklējumi, <b>Vidzemes koncertzālē un Liepājas Lielajā dzintarā – 40%.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Finanšu ieguldījumi un kultūrpolitikas iniciatīvas ir būtiski faktori, kas ietekmē kultūras pakalpojumu pieejamību un patēriņu reģionos, taču vienlīdz nozīmīgas ir arī vispārējās sociāli demogrāfiskās tendences. Šajā sakarā, pirmkārt, jāpiemin, ka iedzīvotāju skaits ārpus Rīgas aglomerācijas samazinās un prognozes rāda, ka šī tendence turpināsies. Ja ap reģionālajām koncertzālēm izveidojam nosacītus areālus, tajos iekļaujot Latvijas pašvaldības, līdz kuru robežai no koncertzālēm ir ne vairāk kā 60 km un kuras savieno ceļi, pa kuriem pārvietojoties koncertzāli var sasniegt stundas laikā, redzam, ka <b>saskaņā ar prognozēm visos šajos areālos līdz 2022. gadam iedzīvotāju skaits, visticamāk, samazināsies.</b> Alūksnes Kultūras centra un Latgales vēstniecības "Gors" areālos dzīvos par 8% mazāk iedzīvotāju, <b>Liepājas koncertzāles "Lielais dzintars" areālā – par 7% mazāk,</b> bet Vidzemes koncertzāles "Cēsis" – par 3% mazāk. Protams, areālu robežas ir nosacītas un koncertzāļu apmeklētāji bieži ierodas arī no tālāk esošām dzīvesvietām, taču areālu paplašināšana pozitīvi ietekmētu tikai Vidzemes koncertzāli, kas potenciāli var piesaistīt auditoriju no Pierīgas – vienīgā reģiona, kur iedzīvotāju skaits palielinās.</li> <li>○ Jebkurā gadījumā <b>jaunās koncertzāles Rēzeknē, Cēsīs un Liepājā nav padarījušas šīs pilsētas par Latvijas mēroga kultūras centriem,</b> kas pēc popularitātes būtu salīdzināmas ar Rīgu un Jūrmalu. Iedzīvotāju koncentrācija Rīgas aglomerācijā lielā mērā turpina noteikt tajā esošo pilsētu kā kultūras pasākumu norises vietu popularitāti, un <b>jauno koncertzāļu būtiskākais pienesums kultūras pasākumu dažādībā un pieejamībā jūtams tieši reģionālajā līmenī</b> (kas arī bija šo infrastruktūras objektu izveides pamatmērķis).</li> </ul>
<p><b>Latvijas muzeju nozīme dažādām sabiedrības mērķgrupām: muzeju un sabiedrības mijiedarbība</b></p> <p>Pētījuma pasūtītājs: Latvijas Republikas Kultūras ministrija</p> <p>Pētījuma īstenotājs: Latvijas Kultūras akadēmija</p> <p><b>2018. gads</b></p> <p>Pieejams: <a href="http://ejuz.lv/6753liepaja">http://ejuz.lv/6753liepaja</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Interneta meklējumu dati pašvaldību griezumā rāda, ka <b>informāciju par Muzeju nakts pasākumiem visbiežāk meklē Rīgā un Pierīgā dzīvojošie,</b> bet reģionos interese par to ir izteikti neliela. <b>Izņēmums ir nacionālas nozīmes pilsētas (Liepāja, Ventspils, Daugavpils, Rēzekne u.c.),</b> kurās arī novērojama izteikta interese par šo akciju.</li> <li>○ <b>Liepājas muzeja apmeklējums</b> 2017. gadā ir 39 969 personas. 60% no kopējā apmeklējuma ir bijuši bezmaksas apmeklējumi. <b>22% no kopējā gada apmeklējuma veido Muzeju nakts pasākumu apmeklējums.</b> Liepājas muzeja auditorijas <b>lielāko daļu (76%) veido individuālie apmeklētāji,</b> 18% – skolēni grupās. <b>Kurzemes reģionā Liepājas muzejs ir trešais apmeklētākais</b> aiz Ventpils Piejūras brīvdabas muzeja un Livonijas ordeņa pils, kā arī Liepājas muzejs ir viens no <b>Top20 apmeklētākajiem muzejiem ārpus Rīgas.</b> Pēdējo 10 gadu laika periodā apmeklējuma</li> </ul>

<p><b>Sabiedriskās domas aptauja Liepājā</b> Pētījuma pasūtītājs: Liepājas pašvaldība Pētījuma īstenotājs: SIA "Latvijas fakti" <b>2018. gads</b> Pieejams: <a href="http://ejuz.lv/5321liepaja">http://ejuz.lv/5321liepaja</a></p>	<p>rādītāji bijuši svārstīgi, tomēr kopumā novērojama pakāpeniska apmeklējuma palielināšanās.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>90% Liepājas iedzīvotāju atbalsta Pūt vējiņi rekonstrukciju</b>, 87% – Zirgu salas pastaigu taku izveidi, bet <b>kopumā 55% neatbalsta jaunas bibliotēkas iespējamo celšanu nākotnē.</b></li> <li>○ Par <b>prioritāri risināmajiem jautājumiem pašvaldībā</b> iedzīvotāji visbiežāk uzskata: <b>bezdarbs (15%), ielu remonts (8%), iedzīvotāju emigrācija (7%)</b>. Tūrisma veicināšanu kā risināmu jautājumu par prioritāru uzskata tikai 2% iedzīvotāju. Pie tam – kopumā 31% iedzīvotāju nav spējuši nosaukt nevienu prioritāri risināmu jautājumu.</li> <li>○ <b>Kultūras nozarē kā prioritāri risināmas problēmas</b> iedzīvotāji visbiežāk identificē: <b>cenu politikas maiņa, pārāk dārgas biļetes uz pasākumiem (4%), maz iespēju izklaidēties vecākiem ar bērniem (2%)</b>. Tai pat laikā izteikti daudz iedzīvotāju – <b>48% – novērtē, ka Liepājā kultūras nozarē viss ir kārtībā un nav nekādu problēmu.</b></li> <li>○ Kopumā Liepājas iedzīvotāji uzskata, ka prioritāri risināmas problēmas visvairāk ir veselības aprūpes jomā un satiksmē/transportā, savukārt <b>visretāk kā problemātiskas jomas tiek identificēta kultūra un sports.</b></li> </ul>
<p><b>2017. – 2018. gada Liepājas pilsētas sociālekonomiskais pārskats: Kultūra &amp; Tūrisms &amp; Uzņēmumi</b> Liepājas pašvaldība <b>2018. gads</b> Pieejams: <a href="http://ejuz.lv/iepaja255">http://ejuz.lv/iepaja255</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2016. gadā <b>no kultūras iestādēm apmeklētākais bija kinoteātris – 45,4% no apmeklētāju kopskaita.</b> Liepājas teātru apmeklējumi bija 32,2% no kultūras iestāžu (kinoteātris, teātris, muzeji) apmeklējumu kopskaita, muzeju apmeklējumi – 22,4%.</li> <li>○ 2016. gadā, salīdzinot ar 2014. gadu, Liepājas teātru apmeklējumu skaits samazinājās par 2,7%, bet <b>kinoteātra apmeklējumu skaits palielinājās par 40,7%</b> un Liepājas muzeju apmeklējumu skaits palielinājās par 19,2%.</li> <li>○ 2017. gadā <b>Liepājas viesnīcās un citās tūristu mītnēs apkalpoti 90,2 tūkstoši cilvēku</b>, kas ir par 3,6% vairāk nekā 2016. gadā. Tūristu mītnēs <b>apkalpoto ārvalstu tūristu skaits palielinājies par 6,3%</b>. Liepājas viesnīcās un citās tūristu mītnēs apkalpoto personu skaita īpatsvars kopējā Latvijas viesnīcās un citās tūristu mītnēs apmeklējušo cilvēku skaitā 2017.gadā ir 3,5%.</li> <li>○ Salīdzinot ar 1995.gadu, Liepājā 2017.gadā tūristu mītnēs <b>apkalpoto tūristu skaits palielinājies par 526%</b>. Latvijā tūristu mītnēs apkalpoto personu skaits palielinājies par 850%.</li> <li>○ Salīdzinot astoņas valsts lielākās pilsētas, 2017. gadā <b>Liepājā bijis ceturtais augstākais tūristu mītnēs apkalpoto viesu skaits, rēķinot uz 100 iedzīvotājiem (130 personas)</b>. Visaugstākais tūristu mītnēs apkalpoto personu skaits uz 100 iedzīvotājiem bija Jūrmalā – 426 personas, bet viszemākais Jēkabpilī – 24 personas.</li> <li>○ 2017. gadā, rēķinot uz 1000 iedzīvotājiem, visvairāk ekonomiski aktīvo uzņēmumu bija Rīgā (86,3), bet vismazāk ekonomiski aktīvo uzņēmumu bijis</li> </ul>

	<p>Daugavpilī (33,3). <b>Starp 9 republikas pilsētām Liepājā bijis piektais augstākais ekonomiski aktīvo uzņēmumu skaits uz 1000 iedzīvotājiem – 39,0.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2017. gadā tāpat kā iepriekšējos gados, Liepājā pozīcijas saglabāja <b>trīs nozares, kurās reģistrēts vislielākais aktīvo uzņēmumu skaits:</b> 1) tirdzniecība, automobiļu un motociklu remonts – 22% no aktīvo uzņēmumu kopskaita, 2) rūpniecības nozare –12% no aktīvo uzņēmumu kopskaita, 3) profesionālie un zinātniskie pakalpojumi – 9% no aktīvo uzņēmumu kopskaita. Būvniecības nozarē darbojās 9% uzņēmumu, nekustamo īpašumu nozarē darbojās 11% uzņēmumu, transporta un uzglabāšanas nozarē darbojās 8% uzņēmumu, mežsaimniecības un zvejniecības nozarē – 3% uzņēmumu, veselības un sociālās aprūpes nozarē – 2% uzņēmumu, izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarē – 4% uzņēmumu un citās nozarēs 20% uzņēmumu.</li> </ul>
<p><b>Sabiedriskās domas aptauja Liepājā</b> Pētījuma pasūtītājs: Liepājas pašvaldība Pētījuma īstenotājs: SIA “Latvijas fakti” <b>2017. gads</b> Pieejams: <a href="http://ejuz.lv/9977liepaja">http://ejuz.lv/9977liepaja</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kopumā <b>75% Liepājas iedzīvotāju pozitīvi vērtē koncertzāles "Lielais Dzintars" realizēto projektu.</b> Tai pat laikā <b>16% paiduši kritiskus vērtējumus.</b> Savukārt kopumā <b>31% pilsētas iedzīvotāju uzskata, ka koncertzāle ir nozīmīgākais infrastruktūras objekts</b> pēc tā ieguldījuma pilsētas attīstībā (kamēr 36% par nozīmīgāko uzskata lidostu "Liepāja").</li> <li>○ Sociāli demogrāfiskā griezumā novērojams, ka <b>koncertzāli par nozīmīgāko pilsētas projektu biežāk uzskata 65 un vecāki iedzīvotāji, latvieši, iedzīvotāji ar augstāku izglītības līmeni un augstākiem ienākumiem,</b> kamēr lidostu kā nozīmīgāko projektu novērtē 18–24 gadīgie, cittautieši, iedzīvotāji ar zemākiem ienākumiem.</li> <li>○ Domājot par nākotnē plānotiem projektiem, <b>84% Liepājas iedzīvotāju kā būtiskāko pēc ieguldījuma pilsētas attīstībā novērtē koncertdārza "Pūt vējiņi!" rekonstrukciju.</b></li> </ul>
<p><b>Kultūras auditorija Latvijā: situācija, procesi, tendences</b> Valsts Kultūrkapitāla fonda atbalstīts projekts „Kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums” Pētījuma īstenotājs: Biedrība “Culturelab” <b>2016. gads</b> Pieejams: <a href="http://ejuz.lv/1137liepaja">http://ejuz.lv/1137liepaja</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>74% no Latvijas iedzīvotājiem ir apmeklējuši kultūras pasākumus kādā no lielpilsētām – 59% vismaz reizi gadā devušies uz pasākumiem Rīgā, 24% Jūrmalā, 16% Liepājā, 13% Jelgavā, Ventspilī un 12% Cēsīs un Rēzeknē.</b></li> </ul>
<p><b>Liepājas pilsētas iedzīvotāju aptauja dzīvesvietās</b> Pētījuma pasūtītājs: Liepājas pašvaldība Pētījuma īstenotājs: SIA “Latvijas fakti” <b>2016. gads</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>85% aptaujāto liepājnieku vismaz reizi gadā apmeklē kādu kultūras pasākumu,</b> apmēram divas trešdaļas Liepājas iedzīvotāju (69%) to dara vairākas reizes gadā, bet nedaudz vairāk kā trešdaļu (36%) var uzskatīt par aktīviem kultūras dzīves cienītājiem, kas vismaz reizi mēnesī apmeklē kādu kultūras pasākumu.</li> <li>○ <b>Salīdzinoši vairāk kultūras dzīves aktīvu atbalstītāju un dalībnieku ir šādās iedzīvotāju sociāli demogrāfiskajās grupās:</b></li> </ul>



Pieejams: <http://ejuz.lv/345liepaja>

- **Gados jaunāko** (18–29 gadi) liepājnieku grupā – 51%;
- **Latviešu** auditorijā;
- Iedzīvotāju **ar augstāku izglītības līmeni** vidū – jo augstāks izglītības līmenis, jo lielāka kultūras pasākumu regulāro apmeklētāju pārstāvniecība;
- Respondentu ar salīdzinoši **augstāku ienākumu līmeni** vidū;
- It īpaši salīdzinoši **nesen Liepājā uz dzīvi pārcēlušos iedzīvotāju grupā** – divas trešdaļas jaunpienācēju atzina, ka apmeklē kultūras pasākumus vismaz reizi mēnesī, un katrs otrais šīs grupas pārstāvis pats personīgi piedalās mākslas vērtību radīšanā kultūras dzīves veidošanā.
- Lai arī to Liepājas iedzīvotāju daļu (36% jeb katrs trešais liepājnieks), kas paši personīgi ir iesaistījušies kultūras vērtību radīšanā, nevar raksturot kā mazu, tomēr **kopumā liepājnieki labprātāk pasākumos piedalās kā skatītāji un mākslas baudītāji nevis kā aktīvi pašdarbnieki.**
- Runājot par kultūras pasākumu apmeklēšanai atvēlētajiem līdzekļiem, **salīdzinoši biežāk minētās summas ietilpa intervālā no 11–25 eiro**, šādu summu kultūras pasākumiem atļaujas gandrīz trešdaļa to liepājnieku, kuri vismaz reizi gadā tajos piedalās. Katrs piektais jeb **21% kultūras cienītāju ir gatavi maksāt vairāk par 26 Eiro**, bet 6% kultūras pasākumiem un izklaidei tērē vairāk par 50 eiro mēnesī.
- Aptaujas rezultāti apliecina faktu, ka **iedzīvotāji, kas labprāt vairāk un biežāk apmeklētu kultūras un izklaides pasākumus (jaunieši), nebūt nav tie, kas vairāk ir gatavi par tiem maksāt**, savukārt tie, kas ir gatavi maksāt, izvirza prasības pasākumu mākslinieciskajai vērtībai un kvalitātei, – jautājumā par kultūras pasākumu apmeklēšanas noteicošajiem faktoriem tūlīt aiz biežāk minētās atbildes – “biļešu cena” kā nākamā seko “mākslinieki/ pasākuma mākslinieciskā vērtība”, kas tikai apstiprina liepājnieku kā “mākslas pazinēju” tēlu.
- **Biežāk minētie kultūras patēriņa produkti ir teātra izrādes, populārās mūzikas koncerti un kino**, kas tikai apstiprina Liepājas kā nozīmīgas mūzikas un teātra mākslas pilsētas tēla atbilstību patiesajam iedzīvotāju dzīves stilam un patēriņam.
- **Liepājnieku vēlmes, runājot par pasākumu nākotnes piedāvājumu, daudz neatšķirās no esošā piedāvājuma klāsta, vien vēloties to paplašināt**, kas kopumā raksturojamas kā “viņi zina ko grib”, tādējādi liepājniekus raksturojot nevis kā konservatīvus kultūras un mākslas pasākumu apmeklētājus, bet gan kā “gardēžus”, kuri prot novērtēt mākslinieciskās kvalitātes, un kuru ekspektācijām raksturīgs salīdzinoši augsts prasību līmenis.

<p><b>Radošo industriju nozares attīstība</b></p> <p>Pētījuma pasūtītājs: Zemgales plānošanas reģions</p> <p>Pētījuma īstenotājs: SIA „NK Konsultāciju birojs”</p> <p><b>2012. gads</b></p> <p>Pieejams: <a href="http://ejuz.lv/9923liepaja">http://ejuz.lv/9923liepaja</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Visbūtiskākās iespējas, kādas iedzīvotāji attiecina uz <b>ideālu dzīves vietu</b>, ir – <b>izglītība</b> (54%), <b>iepirkšanās</b> (43%), <b>zināšanu, kompetenču papildināšana</b> (41%), kā arī <b>kultūras pasākumi</b> (33%).</li> <li>○ <b>Ar radošumu Latvijas iedzīvotājiem visizteiktāk asociējas Rīga</b> (36%) un <b>Kurzeme (27%)</b>, bet visretāk – Zemgale (4%).</li> <li>○ <b>Pilsētu vidū visradošākās</b> Latvijas iedzīvotājiem šķiet – Rīga (36%), Ventspils (16%), <b>Liepāja (7%)</b>, Valmiera (6%) un Sigulda (5%).</li> <li>○ <b>55% iedzīvotāju uzskata, ka radošās industrijas lielā mērā varētu nodrošināt reģiona attīstības iespējas</b>, vēl 36% – ka nelielā mērā, bet tikai 6% ir tādu, kuri uzskata, ka radošās industrijas nemaz nevar nodrošināt attīstību.</li> </ul>
<p><b>Kultūras patēriņa un pieprasījuma tendences Liepājas pilsētā</b></p> <p>Pētījuma pasūtītājs: Liepājas pilsētas pašvaldības iestāde „Kultūras pārvalde”</p> <p>Pētījuma īstenotājs: SIA „Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija”</p> <p><b>2008. gads</b></p> <p>Pieejams: <a href="http://ejuz.lv/765liepaja">http://ejuz.lv/765liepaja</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Salīdzinot ar Latvijas iedzīvotājiem kopumā, <b>liepājnieki ir daudz aktīvākas atpūtas piekritēji</b> – viņi biežāk kā Latvijā vidēji apceļo Latviju, dodas uz ielu koncertiem un pasākumiem, apmeklē atrakciju, izklaides parkus un dodas uz citām valstīm tūrisma braucienos.</li> <li>○ <b>Absolūtais vairākums Liepājas iedzīvotāju pēdējā gada laikā ir apmeklējuši pasākumus brīvā dabā.</b></li> <li>○ Tai pat laikā pēdējā gada laikā lielākā daļa liepājnieku nav apmeklējuši ne klasiskās mūzikas koncertus, ne baleta un operas izrādes, kas rāda, ka visai liels šobrīd ir potenciāls attīstīt tieši šīs kultūras jomas.</li> <li>○ Kopumā <b>46% Liepājas iedzīvotāju ir aktīvi līdzdalībnieki</b> vismaz vienā no brīvā laika aktivitātēm, jāpiebilst gan, ka 28% aktīvistu nodarbojas ar sportu, kas nozīmē, ka <b>kultūras aktivitātēs iesaistīto īpatsvars ir visumā mazs, nepārsniedzot 10% robežu.</b></li> <li>○ Galvenās aktivitātes, kurās Liepājas iedzīvotāji iesaistīti kā līdzdalībnieki, ir – sportošana, mūzikas instrumentu spēlēšana, koru dziedāšana, dalība pulciņos un moderno deju dejošana.</li> <li>○ Aptuveni <b>puse Liepājas iedzīvotāju pēdējo 12 mēnešu laikā ne reizes nav apmeklējuši Liepājas muzeju</b>, savukārt <b>aptuveni 2/3 iedzīvotāju nav ne reizes bijuši kultūras namos Liepājā</b> un Liepājas simfoniskā orķestra koncertzālē.</li> <li>○ 24% aptaujāto ik mēnesi apmeklē vismaz vienu kultūras un izklaides vietu, 12% – vismaz divas, bet 10% – vismaz trīs, bet aptuveni 6% parasti mēneša laikā apmeklē pat vairāk kā 4 atpūtas vietas. Tas lielā mērā liecina, ka <b>liepājnieki nav aktīvi dažādu vietu apmeklētāji, bet viņiem ir drīzāk dažas, iemīļotākās atpūtas vietas, kuras tiek apmeklētas vairāk vai mazāk regulāri.</b></li> <li>○ <b>Tikai 12% Liepājas iedzīvotāju nekad neapmeklē pasākumus ārpus savas pilsētas.</b> Šis rādītājs ir daudz zemāks nekā Latvijā kopumā – vidēji valstī 26% iedzīvotāju apgalvo, ka nekad neapmeklē pasākumus ārpus savas dzīves vietas (pilsētas, pagasta).</li> <li>○ Dati liecina, ka <b>aptuveni 3% Latvijas iedzīvotāju pasākumus Liepājā apmeklē vismaz reizi gadā.</b></li> </ul>

	<p>Liepājas kā pasākumu apmeklēšanas pievilcību apliecina arī pārējie dati – <b>9% Latvijas iedzīvotāju novērtē, ka būtu ļoti ieinteresēti apmeklēt pasākumus Liepājā, vēl 23% ir drīzāk ieinteresēti. Šie kopumā aptuveni 32% Latvijas iedzīvotāju noteikti būtu uzskatāmi par piesaistāmu un aktivizējamu Liepājas kultūras un izklaides pasākumu piedāvājuma patērētāju potenciālu.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Novērtējot iespējas apmeklēt kultūras un izklaides pasākumus, lielākā daļa Liepājas iedzīvotāju bijuši apmierināti, kamēr 27% pauduši neapmierinātību ar pieejamajām iespējām apmeklēt kultūras pasākumus.</b></li> <li>○ <b>Absolūtais vairākums (68%) liepājnieku piekrituši, ka pilsētā būtu nepieciešams plašāks kultūras un izklaides iespēju piedāvājums arī ārpus pilsētas centra.</b></li> <li>○ <b>Aptuveni 56% pilsētnieku vēlētos, lai viņiem pašiem būtu plašākas iespējas iesaistīties dažāda veida kultūras un izklaides aktivitātēs.</b></li> <li>○ <b>Kā aspekti, kas Liepājas kultūras piedāvājumā būtu uzlabojami, jāmin, pirmkārt, kultūras un izklaides iespēju pieejamība dzīvesvietas tuvumā – 60% novērtē, ka tas ir nepietiekams. Nepietiekams šķiet arī piedāvājums vecāka gadagājuma cilvēkiem – 54% novērtē, ka Liepājā tas ir pārāk mazs. Neviennozīmīgi tiek vērtēts ģimenes un bērnu pasākumu piedāvājums – aptuveni vienāds respondentu skaits to vērtē pozitīvi un negatīvi.</b></li> <li>○ <b>Visumā liepājnieki ir pozitīvi noskaņoti par jauno Liepājas koncertzāles projektu – 68% novērtē, ka labprāt apmeklēs pasākumus tajā, 62% uzskata, ka koncertzāle būs nozīmīgs kultūras objekts visas Latvijas mērogā, 58% domā, ka koncertzāle noteikti piesaistīs Liepājai daudz tūristu. Tai pat laikā novērojams, ka Liepājas iedzīvotājiem trūkst pilnīgas informācijas par topošo koncertzāli – 57% atzīst, ka viņi ir dzirdējuši par koncertzāles projektu, bet viņiem nav zināms, kas tajā notiks, bet īpaši jāuzsver, ka tikai 19% liepājnieku novērtē, ka ir labi informēti par topošo koncertzāles projektu.</b></li> <li>○ <b>Veicot Liepājas iedzīvotāju segmentāciju pēc kultūras un izklaides patēriņa ieradumiem, tika iegūti pieci Liepājai raksturīgi patēriņa segmenti, kas lielā mērā atšķiras ne tikai pēc brīvā laika pavadīšanas, bet arī sociāli demogrāfiskiem parametriem. Visvairāk Liepājas pilsētā ir tradicionālās kultūras patērētāju (28%), kuriem raksturīgs izteikts kultūras patēriņš tajās kultūras jomās, ko pieņemts uzskatīt par tradicionālām – teātris, muzeji, mākslas galerijas, klasiskā mūzika u.tml. Otra lielākā liepājnieku grupa ir modernās kultūras patērētāji (25%) – šī segmenta pārstāvju aktivitāte pamatā ir vērsta uz dažu, sev iemīļotāko kultūras un izklaides veidu patēriņu, kamēr pārējās aktivitātes šajā segmentā ir sastopamas ievērojami retāk. Pēc apjoma trešā lielākā Liepājas iedzīvotāju grupa ir pasīvie kultūras patērētāji (18%), kuru kultūras patēriņš ir izteikti zems. Izņēmums ir</b></li> </ul>
--	--

	<p>grāmatu lasīšana, daļēji arī brīvdabas pasākumu apmeklēšana. <b>Aptuveni vienāds apjoms Liepājas iedzīvotāju pārstāv ģimenes pasākumu apmeklētāju un aktīvo kultūras baudītāju segmentus (aptuveni 14% katrā segmentā).</b> Ģimenes pasākumu apmeklētāji ir aktīvi tajās aktivitātēs, kuras varētu uzskatīt par ģimenes izklaidēm – zoologiskais dārzs, tradicionālās kultūras pasākumi, pasākumi brīvā dabā, pasākumi bērniem un ģimenēm ar bērniem, kā arī Latvijas un ārvalstu apceļošana. Aktīvie kultūras baudītāji ir iesaistījušies praktiski visās kultūras un izklaides aktivitātēs, kādas tika analizētas pētījuma ietvaros. Mazāk raksturīgas šai grupai ir tādas aktivitātes kā populārās mūzikas koncertu apmeklēšana, došanās ārvalstu tūrisma braucienos, kā arī diskotēku un naktsklubu apmeklēšana.</p>
<p><b>Latvijas pilsētu sociāli ekonomiskās attīstības tendences</b></p> <p>Pētījuma pasūtītājs: Valsts reģionālās attīstības aģentūra</p> <p>Pētījuma īstenotājs: SIA „Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija”</p> <p><b>2008. gads</b></p> <p>Pieejams: <a href="http://ejuz.lv/7864liepaja">http://ejuz.lv/7864liepaja</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Iedzīvotāju apmierinātība ar dzīves kvalitāti Liepājā ir salīdzinoši zemākā Kurzemes reģionā</b> (līdz ar Talsu iedzīvotājiem). Liepājā 41% iedzīvotāju snieguši pozitīvus vērtējumus, kamēr, piemēram, Kuldīgā 52%.</li> <li>○ Salīdzinot republikas mēroga pilsētas, <b>visdrošāk jūtas Liepājas un Ventspils iedzīvotāji</b>, savukārt visnedrošāk – Jelgavas un Rīgas.</li> <li>○ No LM pētījuma “Darbaspēka profesionālā mobilitāte” (2006) aptaujas jautājuma par patreizējo respondenta profesiju izriet, ka visās pētījumā ietvertajās pilsētās kopā ir aptuveni 299 000 <b>radošās šķiras pārstāvju (zinātnieki, inženieri, mākslinieki, mūziķi, arhitekti, menedžeri, profesionāļi u.c., kuru darbs saistīts ar radošiem vai konceptuāliem uzdevumiem</b> (Florida and Tinagli 2004: 13)). No tiem Rīgā – 173,7 tūkstoši, kas ir 58,1% no visiem radošās šķiras pārstāvjiem Latvijas pilsētās. Skaitliski otrs lielākais rādītājs ir Latgales reģiona Daugavpilī (23,3 tūkst.), kam seko <b>Liepāja Kurzemes reģionā (17,3 tūkst.)</b>, Jūrmala Pierīgas reģionā (13,3 tūkst.) un Jelgava Zemgales reģionā (12,2 tūkst.).</li> <li>○ LM pētījuma “Darbaspēka ģeogrāfiskā mobilitāte” (2006) ietvaros Latvijas pilsētu iedzīvotāji tika aptaujāti par augstāko līdz šim iegūto izglītības līmeni. Lai aprēķinātu <b>talantu skaitu</b> šajās pilsētās, tika skatīti iedzīvotāji, kas ir ieguvuši vismaz bakalaura grādu un iedzīvotāji darbaspējas vecumā. Visu reģionu pilsētās un Rīgā kopā ir aptuveni 207,3 tūkst. talantu darbaspējas vecumā, no kuriem Rīgā ir koncentrēts vislielākais talantu skaits – aptuveni 128,1 tūkstotīs darbaspējas vecumā (26,9% no visiem Rīgas iedzīvotājiem), bet pārējās pilsētās kopā – 79,2 tūkst. Rīgas talantu skaits veido 61,8% no kopējā Latvijas pilsētu talantu skaita. Latgales reģionā visvairāk talantu ir Daugavpilī (aptuveni 13 tūkst. darbaspējas vecumā, jeb 17,9% no Daugavpils iedz.), <b>Kurzemes reģionā – Liepājā (apm. 9,3 tūkst darbaspējas vecumā jeb 17,0% no Liepājas iedzīvotājiem).</b></li> <li>○ Papildus vispārējam talanta radītājam, tika aprēķināts arī <b>zinātniskais talants</b>, ko veido fizikas, dabas un</li> </ul>

	<p>sociālo zinātņu pārstāvji. Visu reģionu pilsētās un Rīgā kopā ir aptuveni 25,3 tūkst. zinātniskā talanta, no kuriem Rīgā – 16,7 tūkst., bet pārējo reģionu pilsētās kopā – 8,54 tūkst. zinātniskā talanta. Kurzemes reģionā visvairāk zinātniskā talanta ir <b>Liepājā – 0,7 tūkst.</b>, bet Ventspilī, kas ir uz pusi mazāka par Liepāju – 0,6 tūkst.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nosakot <b>bohēmas pārstāvju skaitu</b> pilsētās, apskatītas tādas radošās profesijas kā dažādu jomu mākslinieku, izklaides un mediju industrijas darbinieku skaits pilsētas iedzīvotāju vidū 2006. gadā (dati – LM pētījums “Darbaspēka profesionālā mobilitāte”). Visās aplūkotajās reģionu pilsētās un Rīgā kopā ir aptuveni 30,3 tūkst. bohēmas pārstāvju, no kuriem 19,6 tūkst. ir Rīgā (2,7% no Rīgas iedzīvotājiem), bet 10,8 tūkst. – pārējās reģionu pilsētās. Tādējādi Rīgā ir 64,6% visu aplūkoto Latvijas pilsētu bohēmas pārstāvju. Kurzemes reģionā visvairāk bohēmas pārstāvju bija šī reģiona lielākajā pilsētā <b>Liepājā – 2,6 tūkst (3,0% no Liepājas iedzīvotājiem)</b>. Ventspilī, kas ir aptuveni divas reizes mazāka nekā Liepāja, 2006. gadā bija gandrīz piecas reizes mazāk bohēmas pārstāvju nekā Liepājā – 0,6 tūkst (1,3%).</li> <li>○ Kurzemes reģionā visvairāk jeb 63,3% Aizputes (iedzīvotāju skaits pilsētā gandrīz 5 400) iedzīvotāju <b>nevēlētos dzīvot kaimiņos ar homoseksuāļiem</b>. Salīdzinoši augsts rādītājs (<b>52,9%</b>) šajā kategorijā ir Kurzemes reģiona lielākajā pilsētā <b>Liepājā</b>. Čigāniem kaimiņos visvairāk (61,3%) nevēlētos dzīvot Saldus (pilsētā gandrīz 12 500 iedzīvotāju) iedzīvotāji, bet <b>viestrādniekiem – Liepājas iedzīvotāji (39,2%)</b>. Aizputē ir vislielākie iebildumi arī pret citas rases cilvēkiem – 26,7%. <b>Otrs augstākais rādītājs šajā kategorijā ir Liepājā – 21,6%</b>. Arī Kurzemes reģionā <b>salīdzinoši maz cilvēku nevēlētos dzīvot kaimiņos māksliniekiem</b>. Šajā kategorijā visaugstākie rādītāji ir Talsos (iedzīvotāju skaits ap 11 400) – 8,1% un <b>Liepājā – 7,8%</b>.</li> </ul>
--	--

Līdzšinējie pētījumi liecina, ka kopumā Liepājā ir augoši kultūras patēriņa radītāji ne tikai “Lielajam Dzintaram”, bet arī Liepājas teātrim, Liepājas Simfoniskajam orķestrim, Liepājas muzejam. “Lielais Dzintars” spējis piesaistīt kvantitatīvi vislielāko apmeklētāju skaitu, salīdzinājumā ar citiem no 2015. līdz 2017. gadam jaunuzbūvētajiem daudzfunkcionālajiem centriem Latvijā. Arī Liepājas muzejs ir viens no Top20 apmeklētākajiem muzejiem ārpus Rīgas. Pēdējo 10 gadu laika periodā apmeklējuma rādītāji bijuši svārstīgi, tomēr kopumā novērojama pakāpeniska apmeklējuma palielināšanās. Liepājas iedzīvotāju aptaujās visretāk kā problemātiskas jomas tiek identificēta kultūra un sports. Kultūras nozarē kā prioritāri risināmas problēmas iedzīvotāji visbiežāk identificē ar dzīves izmaksām saistītus problēmjaucējumus, piemēram, cenu politikas maiņu, bet ar kultūras dzīvi saistītus aspektus kā problemātiskus norāda statistiski neliela iedzīvotāju daļa, piemēram, pārāk dārgas biļetes uz pasākumiem (4%), maz iespēju izklaidēties vecākiem ar bērniem (2%). Tai pat laikā izteikti daudz iedzīvotāju – 48% – novērtē, ka Liepājā kultūras nozarē viss ir kārtībā un nav nekādu problēmu. Šāds viedoklis zināmā mērā norāda arī uz to, ka iedzīvotāji kultūras dzīvi saista ar atpūtas tematiku un nesaskata šī sektora potenciālu pilsētas attīstībā kopumā.

Kopumā pētījumu dati un secinājumi ļauj konstatēt, ka, lai gan Liepāja un tās kultūras infrastruktūras objekti ir būtiski reģionālā kontekstā kultūras patēriņā un līdzdalībā (mazāk – radošo industriju aspektā), tomēr esošais potenciāls nav pilnībā izmantots. Īpaši tādos aspektos kā kultūras patēriņa mērķgrupu daudzveidība (pasākumi bērniem un ģimenēm, jauniešu (p)iesaiste, krievvalodīgo auditorijas piesaiste, tūrisma aktivizējoši pasākumi visa gada garumā u.c.), kā arī kultūras institūciju savstarpējā sadarbībā kā pilsētas, tā reģiona un valsts (iespējams, arī starpvalstu ar Lietuvu) mērogā.

### 1.3.2. Kultūras un radošo industriju diskursa attīstība Liepājas pilsētas attīstības plānošanas dokumentos

Liepājas kultūras un radošo industriju attīstības aktuālie mērķi ietverti vidēja termiņa attīstības plānošanas dokumentā **Liepājas pilsētas attīstības programma 2014.–2020. gadam**<sup>18</sup>.

Iepriekšējā plānošanas posmā bijis arī **atsevišķs** kultūras nozares plānošanas dokuments: Liepājas kultūrpolitikas attīstības stratēģija 2008. – 2015. gadam. Stratēģija cita starpā ietvēra idejas par atbalstošiem stimuliem radošo industriju attīstībai.

Savukārt pašreizējā posmā kultūras nozares stratēģija Liepājā **integrēta** Liepājas pilsētas attīstības programmā.

Pilsētas attīstības programmā izvirzīti **četri mērķi**, kas raksturo pilsētas vēlamu situāciju 2020. gadā un formulēti saskaņā ar pilsētas ilgtspējīgās attīstības stratēģijas virzieniem:

- Liepājnieki un viņu labklājība (mērķis: Liepāja ir nacionālas nozīmes attīstības centrs un pilnvērtīga dzīves un darba vieta);
- Dzīves vide (mērķis: Liepājā ir saglabātas un atjaunotas dabas vērtības un kultūrvēsturiskais mantojums, pilsētas apsaimniekošana ir ilgtspējīga);
- Ekonomika (Liepājā ir stabila mazo, vidējo uzņēmumu darbība un modernizētas tradicionālās ražošanas nozares);
- Sasniedzamība, atpazīstamība (Liepāja ir daudzveidīgi sasniedzama Baltijas jūras reģionā).

Ar kultūru plašākā nozīmē saistītās tēmas atrodamas visu četru programmas mērķu un tiem pakārtoto deviņu rīcībpolitiku ietvaros. Savukārt konkrēti ar radošo industriju attīstību saistītās rīcības atrodamas Rīcību plānā 2015.–2020. gadam 1., 3. un 4. mērķa rīcībpolitiku ietvaros. Piebūvēsim, ka programmā lietots tieši “radošo industriju” jēdziens, tāpat kā tā paša posma nacionālā līmeņa kultūrpolitikas pamatnostādnes.

Raksturosim, kādi uzdevumi programmā izvirzīti attiecībā uz radošajām industrijām un kāda veida rīcības plānotas (saskaņā ar 2017. gada datiem, kas aktualizēti 2018. gada maijā).

**Vistiešāk radošās industrijas pieminētas pirmā mērķa rīcībpolitikā 1.3.:** Pilnvērtīgas brīvā laika pavadīšanas iespējas, t.sk., mūsdienīga un kvalitatīva kultūrizglītība, atpazīstami sasniegumi kultūrā, sportā un piederības sajūtas stiprināšana.

Šīs rīcībpolitikas ietvaros radošās industrijas akcentētas saistībā ar Liepājas muzeja darbību rīcībā 1.3.2. (7) (izdevējdarbība un konkrētu ekspozīciju sagatavošana); radošā kvartāla Kungu ielā renovāciju (Interjera muzejs un Namīns) un Kungu ielas mājas lapas un sociālo kontu informācijas atjaunošanu, rīcībā 1.3.3.(2).

Šī mērķa ietvaros paredzētas arī citas darbības, kuru formulējumos ietverts “radošums” vai saskatāma potenciāla saikne ar radošo industriju attīstību. Konkrēti, tās ir sekojošas rīcības:

- Izglītības pārvaldes atbildības jomā esošie pasākumi Liepājas un tās apkārtnes uzņēmējdarbības videi atbilstošu izglītības programmu izstrāde, iesaistot uzņēmējus, rīcība

<sup>18</sup> Liepājas pilsētas attīstības programma 2014.–2020. gadam, skatīts: <https://www.liepaja.lv/liepajas-pilsetas-attistibas-programma-2015-2020-gadam/liepajas-attistibas-programma-2015-2020-gadam/>

1.1.1.6. (1); Stiprināt sadarbību ar Latvijas profesionālajām tautsaimniecības u.c. nozaru asociācijām darbaspēka sagatavošanā, PIKC "LMMDV", rīcība 1.1.1.6. (5); Veicināt jaunu un konkurētspējīgu profesionālās vidējās kultūrizglītības iestāžu programmu (tostarp starpnozaru) veidošanu atbilstoši darba tirgus pieprasījumam, rīcība 1.3.3.(5);

- un jo īpaši – attīstīt studiju programmas un jauno speciālistu sagatavošanu perspektīvajās Liepājas tautsaimniecības jomās (kurortoloģijā, radošo industriju jomā – jauno mediju māksla, dizains, foto māksla u.c.), rīcība 1.1.7. (4); kā arī rīcība "veicināt Liepājas augstāko izglītības iestāžu sadarbību ar uzņēmējiem jauno speciālistu sagatavošanā un zināšanu pārnesē biznesā (Liepājas Universitāte Sadarbība ar Kurzemes biznesa inkubatoru un Liepājas biznesa inkubatoru)", rīcība 1.1.7. (7).

Lai arī radošās industrijas specifiski pieminētas tikai vienā no šīm rīcībām, radošo industriju **ekosistēmas loģika** paredz, ka kultūrizglītības un uzņēmējdarbības izglītība, saiknes ar vietējiem uzņēmējiem ir **pēc būtības KRI attīstības mērķim atbilstoši** politikas pasākumi.

Tāpat saikne ar radošo industriju attīstību saskatāma vēl vismaz vienā Izglītības pārvaldes atbildības lokā esošā rīcībā: 1.3.5.(3.) leinteresēt, iesaistīt bērnus un jauniešus Liepājas norisēs, veidojot piederības sajūtu pilsētai. Darbības: Organizētas Radošuma dienas, iesaiste un līdzdarbība izstādē "Ražots Liepājai".

**Programmas otrais mērķis** veltīts pilsētvides pilnveides un sociālo jautājumu risināšanai, un tajā nepārprotamas saturiskas saiknes ar radošajām industrijām nav saskatāmas.

**Trešā mērķa** ietvaros formulēti pasākumi ekonomikas konkurētspējai dažādās nozarēs. Atbildīgā institūcija ir pašvaldības Attīstības pārvalde. Rīcības **tradicionālo un vietējo nodarbinātībai** nozīmīgo nozaru atbalstam (3.1. ) saprotamu apsvērumu dēļ akcentē Liepājas kā ostas pilsētas pozīcijas, Speciālās Ekonomiskās zonas teritorijas investīcijas, industriālās teritorijas, degradēto teritoriju revitalizāciju uzņēmējdarbības vajadzībām u.c.

Taču turpat rodamas arī divas rīcības, kas potenciāli saistāmas ar radošajām industrijām. Konkrēti:

- 3.1.3. (1) Atbalstīt inovatīvu uzņēmumu veidošanos Liepājā un sekmēt privātā sektora ieguldījumus pētniecībā un **inovatīvos risinājumos, jaunu un eksportspējīgu** produktu vai pakalpojumu radīšanai (kā darbības pieminēti semināri par Biznesa inkubatora piedāvājumu);
- 3.1.3. (2) Stimulēt Liepājas ražošanas jomas komersantus ieguldīt uzņēmumu **modernizācijā**, paaugstinot konkurētspēju un eksportu (būtiska darbība ir MVK projektu konkursi). Veiktais pētījums liecina, ka MVK konkursos patiešām gūst atbalstu radošo industriju uzņēmumi. Īpaši sekmīgi konkursā piedalās dizaina, multimediju, pasākumu industrijas pārstāvji.

Savukārt **rīcībpolitikā 3.2.** , kura paredzēta **perspektīvo ekonomikas virzienu atbalstam**, starp dažādiem ar tūrisma attīstību, atjaunojamo energoresursu, viedo tehnoloģiju energoresursu jomā saistītiem pasākumiem rodami arī pasākumi radošo industriju atbalstam:

- 3.2.2. (1) Atbalstīt radošo industriju uzņēmējdarbības attīstību Liepājā un nodrošināt nepieciešamo infrastruktūru radošo kvartālu izveidei (šeit ir runa par radošo industriju centru Dārza ielā 10, kura lietderīgums 2018. gadā vēl nebija finalizēts, kā arī pasākumiem Radošās Eiropas projektā "Future DiverCities" (žurnāls, starptautiska konference).
- 3.2.2. (1) Turpināt regulāri apsekot ēku kompleksu Kungu ielā 24, veikt tehnisko un elektroapgādes sistēmu uzraudzību un apkopi (atbildīgais SIA "Liepājas Latviešu biedrības nams").

Jānorāda, ka potenciāli ar radošajām industrijām saistāma rīcība varētu būt arī Attīstības pārvaldes atbildības lokā esošā rīcība 3.2.4. (1): "Atbalstīt informāciju un komunikācijas pakalpojumu nozares uzņēmumu darbību pilsētā un **augstas pievienotās vērtības produktu** ražošanu (darbs investoru piesaistē)".

Ar radošajām industrijām saistīto rīcībpolitiku pārskatu noslēdz **ceturtnā mērķa** ietvaros plānotās rīcības. Starp rīcībām, kas saistītas ar transporta savienojumiem, Liepāju kā ģimenēm draudzīgu pilsētu, ostas pilsētu, unikālas atpūtas vietu, lielu un iecienītu kultūras un sporta pasākumu vietu, investīciju vietu izklaides, kultūras, sporta ēku izbūvei, atrodamas arī vairākas rīcības Liepājas kā **inovāciju un radošuma pilsētas** atpazīstamības veicināšanai (4.1.2. (4)).

Plānotās darbības sekojošas: reklāmas kampaņā par Liepāju tiks turpināta radošuma un inovāciju tēma, popularizējot radošās industrijas Latvijas auditorijai, starptautiskajās izstādēs un darbā ar sadarbības partneriem, tūraģentūrām un žurnālistiem tiks sniegta informācija par radošo industriju attīstību Liepājā, par tās sniegtajām iespējām. Šīm darbībām atbildīgā institūcijas ir SIA "Liepājas reģiona TIC".

**Apkopojot**, pašreizējās Attīstības programmas ietvaros ir pasākumi, kuri nepārprotami norāda uz radošo industriju atbalsta mērķiem, kā arī tādi, kuru formulējumos radošās industrijas nav ietvertas, taču ir saistāmas ar radošo industriju attīstību **saskaņā ar ekosistēmas loģiku** (izglītība, biznesa pakalpojumi, investoru piesaiste, u.c.).

Jāatzīmē arī tas, ka pieminētie pasākumi atrodas **vairāku institūciju atbildības sfērā**, kas īstenošanā var raisīt institūciju horizontālās sadarbības izaicinājumus.

Būtiski arī uzsvērt, ka viss augstākminētais attiecināms specifiski uz radošo industriju attīstību (t.i. radošumu un biznesu savienojošu darbību). Uz **dažāda rakstura kultūras, mākslas un mediju sektora aktivitātes** varam skatīties arī **kā pilsētas attīstības resursu visā to daudzveidībā**. Tādā gadījumā var secināt, ka papildus jau pieminētajām, programmā ietvertas rīcības gan profesionālās mākslas, gan amatiermākslas, gan kultūras infrastruktūras, gan jaunrades izcilības, dažāda rakstura kultūras pasākumu un arī kultūras tūrisma atbalstam. Šādi skatot, programma paredz atbalstu gan kultūras un radošajam sektoram (plašākā ES politikas izpratnē), gan arī komercdarbības veicējiem (kas būtu specifiski radošās industrijas).

### 1.3.3. Liepājas kultūras un mākslas sektora operatoru pieredze un attīstības vajadzības

Lai izpētītu kultūras un radošo industriju sociāli ekonomisko ietekmi, pirmais uzdevums ir identificēt uz sektoru attiecināmo operatoru kopu un to ieguldījuma veidus. Kā jau minēts, ES izpratnē, KRI ir daļa no kultūras, mākslas un radošās darbības sektora. Arī mūsu veiktā jēdzienu attīstības un transformāciju izpēte liecina, ka komerciālās un nekomerciālās kultūras, mākslas un mediju aktivitātes, dažādas darbības formas un mērķi praksē savijas. Tāpēc rekomendējam skatīt kultūras un radošās, nekomerciālās un komerciālās darbības kā vienotu kopumu. Turpmāk Ziņojuma sadaļās, kur analizēti Liepājas pārstāvju viedokļi un pieredze, dominējoši tiek lietots jēdziens kultūras un radošo industriju sektors (KRI sektors), lai konsekventi ievērotu ES un Latvijas politikas dokumentos lietotos jēdzienus.

Iepriekš aprakstītā akadēmiskā un politiskā diskusija par to – kādi operatori būtu jāskata kā piederīgi sektoram, kā arī atzinums, ka sektors jāskata kā savstarpēji saistītu organizāciju, uzņēmumu, dažādu satura elementu radītāju kopums, kurā cirkulē resursi, idejas un tehnoloģiski risinājumi, atklāj to, ka akadēmiskajā vidē un dažādu teritoriju plānošanas dokumentos dažādos kontekstos ir atšķirīgas izpratnes un nav vispārpieņemtas definīcijas, kuras iestādes, organizācijas, uzņēmumi, personības u.tml. būtu jāskata kā nozīmīgākie un ietekmīgākie KRI sektora attīstības resursi. Kā viens no atskaites punktiem sektora mēroga noteikšanā ir LR Kultūras ministrijas sniegtais radošo industriju nozaru uzskaitījums, taču tas neizsmēļ visu sektorā iesaistīto resursu kopu. Liepājas pilsētas kontekstā liela nozīme ir visu iesaistīto pušu priekšstatiem par sektora nozīmi pilsētas attīstībā kopumā, kā arī izpratne un refleksija par savu aktivitāšu piederību un saikni ar šo sektoru. Pētnieku komanda pētījuma



ietvaros kā padziļināto interviju un fokusgrupu informantus atlasīja pārstāvjus no šādām iesaistīto pušu grupām:

- Liepājas pilsētas Domes vadības pārstāvji;
- Liepājas pilsētas pašvaldības iestādes Kultūras pārvalde vadība un darbinieki; Liepājas kultūras organizāciju vadītāji;
- kapitālsabiedrību, kurās Liepājas pilsētas pašvaldībai pieder kapitāla daļas (Lielais Dzintars, Liepājas Leļļu teātris, Liepājas Latviešu biedrības nams, Liepājas Olimpiskais centrs, Liepājas teātris) vadītāji;
- kultūrizglītības institūciju pārstāvji;
- Kultūras NVO pārstāvji;
- privāto uzņēmumu pārstāvji.

Kopumā tika intervēti 17 informanti un novadītas 4 fokusgrupu diskusijas.

### *Viedoklis par kultūras un radošo industriju jēdziena nozīmi, KRI sektora izpausmēm un devumu Liepājas pilsētas attīstībai*

Kultūras un radošo industriju neviendabīgā izpratne akadēmiskajos avotos un politikas plānošanas dokumentos liek īpašu uzmanību pievērst Liepājas KRI sektorā iesaistīto viedoklim par to, kādas iezīmes raksturo KRI sektoru un priekšstatiem, kuras organizācijas, NVO, uzņēmumi, individuālie uzņēmēji būtu skatāmi kā KRI sektora operatori ar konkrētu ieguldījumu pilsētas un/vai KRI sektora attīstībā Latvijā. Iesaistīto pušu priekšstati par šo jomu lielā mērā nosaka mērķtiecīgas rīcības un stratēģiski fiksētu aktivitāšu iespējamību KRI ekosistēmas attīstībā. Izpratne par KRI sektora lomu Liepājas tautsaimniecības attīstībā lielā mērā nosaka arī politikas iniciatīvu esamību vai neesamību šī sektora atbalstam.

Intervijās un fokusgrupu diskusijās iegūtie viedokļi un iesaistīto pušu pieredzes analīze liecina, ka publiskā sektora un komercsektora pārstāvju priekšstati par KRI sektora iezīmēm nedaudz atšķiras, jo publiskā sektora pārstāvji uzsver *spillover* jeb pārnese efektu nozīmi un akcentē sektora lomu uzņēmējdarbības vides veidošanā, bet komercsektora pārstāvji uzsver KRI sektora uzņēmējdarbības pusi, ar KRI saistot jaunuzņēmumu darbību un uzņēmējdarbību, kas saistīta ar inovatīvām tehnoloģijām.

#### **Publiskā sektora pārstāvju viedoklis**

Domes vadības un Kultūras pārvaldes pārstāvju (publiskais sektors) paustajā dominē **temats par kultūras-radošuma-biznesa sinerģiju**, visbiežāk nenoškirot “kultūras industriju” un “radošo industriju” konceptus un definējot radošās industrijas kā “kultūras sfēru, kas spēj pelnīt”. Intervijās tiek pausts viedoklis, ka, iespējams, bijis pārsteidzīgi pilsētas “*plānošanas dokumentos norādīt, ka Liepāju nepieciešams veidot par radošo industriju meku, jo koncepts bija attīstīts tikai “idejiskā līmenī”, “nebija nekādu padziļinātu pētījumu, kas un cik daudz ar kultūru spēj pelnīt”*”. Bieži vien uzsvērti tiek nošķirtas kultūras un mākslinieciskās jaunrades bezpelnas aktivitātes no sektora, saistot tās tikai ar atpūtas un brīvā laika pavadīšanas diskursu vai uzsverot normatīvi noteikto pašvaldību atbildību “*rūpēties par kultūru un sekmēt tradicionālo kultūras vērtību saglabāšanu un tautas jaunrades attīstību (organizatoriska un finansiāla palīdzība kultūras iestādēm un pasākumiem, atbalsts kultūras pieminekļu saglabāšanai u.c.)*”<sup>19</sup>, kas paredz publiskos ieguldījumus, bet asociatīvi netiek saistītas ar ieguldījumu pilsētas ekonomiskajā izaugsmē. Priekšstats, ka KRI sektors nozīmē kultūras aktivitāšu lauku, kas nes peļņu, bieži tiek papildināts ar atziņu, ka šādi kultūras un mākslas produktu veiksmīgas komercializācijas gadījumi ir retums, jo radošās aktivitātes bieži ir saistītas ar nepieciešamību pēc eksperimentāliem un inovatīviem projektiem, kuriem var būt nelielas, nišas auditorijas un niecīgas peļņas iespējas. Šāda izpratne vērtējama kā nedaudz

<sup>19</sup> Likums Par pašvaldībām, 15. pants. Pašvaldību autonomās funkcijas. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=57255>, skatīts 30.03.2019.

sašaurināta, kaut, protams, norāda uz nozīmīgu KRI sektora iezīmi, taču ne vienīgo. Akcentējot radošo industriju potenciāli peļņu ģenerējošo raksturu, vienlaikus tiek paustas bažas par to, vai tiešām KRI organizācijas ir pelnīt spējīgas. Tāpat, būtiski, ka netieši tiek pausts priekšstats, ka tipisks radošās industrijas pārstāvis nav, piemēram, mediju vai pasākumu aģentūra vai dizaina produkta ražotājs (kas darbojas pēc uzņēmējdarbības loģikas un kādu Liepājā netrūkst), bet drīzāk indivīdi vai grupas, kuru darbības galvenais akcents ir mākslinieciskā jaunrade, eksperimentāli projekti, alternatīva “radošā gara” izpausmes. Līdz ar šo netieši pausto pretrunu (radošo industriju organizācijām jāspēj pelnīt, bet to ne vienmēr spēj “eksperimentējoši brīvdomātāji”), viena no caurviju tēmām šajā respondentu grupā ir jautājums par to, kādas pašvaldības atbalsta sniegšanas formas būtu efektīvas, nevis mākslīgas. Ja radošo industriju pārstāvji ir “eksperimentējoši brīvdomātāji”, tad tiešu ekonomisku atdevi sagaidīt ne vienmēr ir iespējams. Taču ir vērts pievērst uzmanību diviem apstākļiem. Pirmkārt, šis nošķirums (peļņa/jaunrade) bieži nemaz nav krasī izteikts un organizāciju mērķi var būt kombinēti – piemēram, uzņēmums spēj strādāt ar peļņu, taču daļu tas vēlas izmantot savas mākslinieciskās jaunrades finansēšanai. Otrkārt, ekonomiskā atdeve var rasties ar laika nobīdi vai citos apstākļos – piemēram, ieviesta vai pašu izveidota tehnoloģija var rast komerciālu pielietojumu, atrodot jaunu saikni ar kāda cita pakalpojuma vai produkta veidotājiem. Piemērs no Liepājas pilsētas ir idejas attīstība, kas pakāpeniski notiek, savienojoties eksperimentālas telpiskās skaņas izstrādei, virtuālās realitātes produktiem un nišas festivāliem/pasākumiem. Citiem vārdiem, potenciāli gūstamās ekonomiskās atdeves jautājums ne vienmēr ir izvēle starp peļņu un jaunradi vai ne vienmēr ir sagaidāms uzreiz. Pētījuma dati ļauj apgalvot, ka pilsētas pašvaldības īstenotie projektu konkursi uzņēmējdarbības atbalstam (un/vai kultūras projektiem) vairāku gadu laikā ir snieguši faktiskū atbalstu Liepājas radošo industriju uzņēmumiem (multimediju, pasākumu, izklaides, dizaina, u.c. uzņēmumiem).

**Secināms**, ka publiskā sektora pārstāvju priekšstati par KRI sektora mērogu, tam piederīgo operatoru kopu aptver salīdzinoši šauru operatoru loku ar ierobežotu funkciju un attīstības resursa potenciālu. Tas šobrīd neļauj modelēt stratēģisku šī sektora ieguldījumu Liepājas pilsētas attīstībā, jo, pirmkārt, nepietiekami tiek novērtēts KRI sektora bezpeļņas aktivitāšu esošais un potenciālais ieguldījums uzņēmējdarbības vides veidošanā (uzsverot šo aktivitāšu brīvā laika un atpūtas funkciju), otrkārt, dominē ierobežots skatījums uz to, kuras uzņēmējdarbības aktivitātes ir piederīgas sektoram. Šāds skatījums arī problematizē diskusiju par pašvaldības lomu šādu aktivitāšu atbalstā, jo dalās domas par KRI sektorā iesaistīto operatoru lomu, darbības mērķiem un sasniedzamajiem rezultātiem. Šobrīd dominē vispārēji priekšstati par kultūras un mākslinieciskās jaunrades nozīmi pilsētas kultūrvides attīstībā, taču grūti konstatēt skaidru vīziju/ priekšstatu par katras operatoru grupas specifisko ieguldījumu pilsētas attīstībā un KRI sektora kā vienota resursa izpratni.

**Otrs tematiskais aspekts**, kas dominē publiskā sektora pārstāvju priekšstatos par KRI sektoru, ir **vietas (vietu) nozīme kultūras, radošuma un biznesa sinerģijas izveidē**. Vairāki respondenti norāda, ka nepieciešamas vietas, kurās “zem viena jumta” strādātu vairākas radošo industriju organizācijas, kas būtu “līdzīgi domājošo” darba vieta. Pēc respondentu domām, tās varētu būt arī vairākas vietas, nevis viena, kā sākotnēji plānots; tās var arī rasties kā radošo industriju pārstāvju pašiniciatīva. Tiek uzsvērts arī, ka radošajam kvartālam vai vietai jābūt piepildītai ar daudzveidīgām aktivitātēm un piedāvājumu pilsētniekiem, lai vieta ir aktīva un dzīva.

Gan Domes un Kultūras pārvaldes pārstāvji, gan citi respondenti saista radošo industriju jautājumu ar īpašu vietu vai, gluži otrādi, ar vairākām un daudzveidīgām vietām. Šeit var norādīt uz divām tēmas variācijām. Pirmkārt, daži respondenti runāja par īpašu vietu, atsaucoties uz iepriekš aktuālajiem “radošā kvartāla” plāniem par Dārza ielu 10, kuri gan vairs neesot pamanāmi mediju telpā. Vienā gadījumā spēcīgi uzsvērts, ka šāda vieta var veiksmīgi darboties tikai tad, ja tā ir sabiedrībai pievilcīga un tur būtu vēlme uzturēties arī tiem, kam tur

nav darbavieta. Kā radošajām industrijām nozīmīgas vietas piemērs pieminēts arī “Lielais Dzintars” – kā vieta, kura veido “radošo industriju garu”, kā arī pilda citu būtisku funkciju – “pievelk līdzī” citas nozares. Otrkārt, kā radošo industriju attīstībai būtiskas tiek pieminētas vietas, kur cilvēki var vienkārši pulcēties – “kafejnīcas, interneta lasītavas, izklaides vietas kā tādās”. Var secināt, ka respondenti akcentē dažādus vietu aspektus – vietas pilsētas radošā gara attīstībai (šajā gadījumā peļņas aspekts netiek akcentēts), īpaši iezīmīgas kultūras vietas, kas sekmē arī citu nozaru attīstību, un vietas, kas ir pievilcīgas pilsētnieku/viesu piesaistei. Var norādīt, ka viedokļos par vietām nav tiešu norāžu uz Liepājas radošajām industrijām kā specifisku aktivitāšu īstenotājiem, tie ir drīzāk viedokļi par kontekstu, pilsētas radošuma potenciāla attīstību. Tādā nozīmē visi pieminētie vietu aspekti ir aktuāli arī pēdējo gadu pētnieciskajā literatūrā, kur radošas telpas attīstība dažādos teritoriālos mērogos: konkrētas telpas (koprades telpas, kafejnīcas, izstāžu zāles, koncertzāles, bibliotēkas u.tml.), radošie kvartāli pilsētvidē, pilsēta kopumā tiek akcentēta kā nozīmīgs inovatīvu ideju un cilvēkresursu attīstības potenciāls. Intervijās un diskusijās dominēja viedoklis, ka radošo telpu attīstībai ir liela nozīme, taču tika norādīts, ka Liepājā šis resurss tiek izmantots tikai daļēji, jo pārāk daudz potenciālo koprades telpu stāv tukšas, radošie cilvēki kaut kur pulcējas, bet viņu aktivitātes nav aktualizētas publiskajā telpā. Datu ieguves laikā izskanēja vairāki aicinājumi no KRI sektora pārstāvjiem, veidot vietas, kas ir pievilcīgas pilsētniekiem un radošajiem profesionāļiem, tādējādi sekmējot saiknes starp aktīvajiem, līdzīgi domājošajiem. Tiek atzīts, ka tieši KRI pārstāvji var apdzīvot tukšās vietas pilsētā, padarot vidi daudzveidīgāku.

**Secināms**, ka radošo telpu potenciālu Liepājas pilsētas un KRI sektora attīstībā novērtē gan publiskā sektora, gan citi pārstāvji, taču visi atzīst, ka tas vēl lielā mērā ir neizmantots.

#### **Privātā sektora un biznesa atbalsta organizāciju pārstāvju viedoklis**

Privātā sektora un biznesa atbalsta organizāciju pārstāvji (individuālajās intervijās), raksturojot KRI sektoru visbiežāk uzsver radošo industriju saistību ar jaunuzņēmumu darbību vai inovatīvu formu, biznesa inkubatoriem. Tāpat, tiek runāts arī par studentiem (piemēram, no Jauno mediju kultūras centra), tādējādi norādot uz īpašu profesionāļu tipu, kas tiek skatīts kā būtiska sektora iezīme. Interesanti, ka biznesa atbalsta organizāciju gadījumā un arī radošās jomas uzņēmumu gadījumā tiek atzīmēta tieša saikne starp kultūrizglītību un uzņēmējdarbību, kurpretim publiska sektora, jo īpaši kultūras pārvaldībā iesaistīto skatījumā kultūrizglītības nozīme KRI sektora attīstībā netika īpaši akcentēta. Komerccsektora pārstāvju priekšstatī par to, kādas nozares uzņēmējdarbība būtu attiecināma uz KRI sektoru atšķiras no publiskā sektora pārstāvju skatījuma. No biznesa atbalsta organizāciju puses pausta tēze par to, ka liela daļa tehnoloģiju uzņēmumu un jaunuzņēmumi pēc definīcijas ir radoši. Arī pētnieciskajos avotos uzņēmējdarbība, kas vērsta uz jauno tehnoloģiju radīšanu vai izmantošanu produktu izstrādē tiek klasificēta kā radoša uzņēmējdarbība. Turklāt, Liepājas radošā sektora uzņēmēji atzīst, ka Liepājā pastāv un ir izteikti liels skaits “tipiski radošo nozaru” uzņēmumu (dizaina produkti u. tml.), kas gan ir vai nu nelieli, vai gluži pretēji – strādā eksportam un tāpēc nav pazīstami pilsētniekiem, lai gan “*noteikti nopelna labu algu*”. Uzņēmējdarbībā iesaistītie akcentē, ka šajā uzņēmējdarbības jomā liela nozīme ir nišas produktiem, svarīgi ir atrast specifisku jauno pakalpojuma vai preces veidu, kuram ir plašs, visbiežāk arī ārvalstu tirgos bāzēts pieprasījums. Intervijās tiek raksturots uzņēmējdarbības modelis, kur mākslinieciskajā jaunradē vai cita tipa radošumā balstīts produkts nes peļņu, kura tiek ieguldīta bezpeļņas mākslas aktivitātēs. Tiesa, bieži tiek atzīts, ka komerciālo un tīrās mākslas aktivitāšu kombinēšana ir ļoti sarežģīti vadāms process. “Klasiskas” formas kultūras jomas komercuzņēmuma (piemēram, mākslas galerijas) saistība ar radošajām industrijām respondentiem šķiet šaubīgāka, abas sfēras (“klasiskā” un “inovatīvā”), kā arī “inovatīvo” sfēru pārstāvošās jauno mediju mākslas organizācijas šī sektora respondentiem šķita kā “paralēlas pasaules”. Dažādu jomu pārstāvji atkārtoti aicina sektora pārvaldībā iesaistītos “mainīt šo

domāšanu”, t.i. kultūras un radošo uzņēmējdarbību skatīt integrēti ar šīs jomas bezpeļņas aktivitātēm, taču nelikt tām savstarpēji konkurēt.

Kā nozīmīgs cilvēkresursu avots šādiem uzņēmumiem tiek nosaukta Liepājas Mūzikas, mākslas un dizaina vidusskola, kuras audzēkņus komercsektora pārstāvji mērķtiecīgi piesaista, lai *“radošos cilvēkus iekustinātu biznesa virzienā”*.

Pētījumā iegūtie dati liecina, ka uzņēmējdarbību pārstāvošie KRI sektora spēlētājiem var būt zemāka publicitāte, kas liedz citiem sektorā iesaistītajiem runāt par viņu aktivitātēm. Zemai atpazīstamībai var būt vairāki iemesli. Pirmkārt, daudzi uzņēmumi strādā galvenokārt eksportam un Liepājas publiskajā vidē nav zināmi nedz viņu komerciālie nedz mākslinieciskie darbības rezultāti. Otrkārt, to darbības mērogs var būt neliels, un tāpēc tie ir mazāk redzami mediju telpā. Treškārt, šādiem uzņēmumiem vai pašnodarbinātiem indivīdiem var dominēt tikai lietišķas saiknes ar konkrētiem pasūtītājiem, klientiem, arī konkrētām kultūras organizācijām. Izņēmums varētu būt pasākumus un liela mēroga notikumus veidojošas aģentūras (kā, piemēram, SIA Addiction, kas rīko “Subject: Creativity” utt.), kas ir publiski atpazīstamākas. Lielāka atpazīstamība var būt tām jomām, kas saistītas ar respondentu pašu darbības sfēru – piemēram, kultūrizglītības jomas pārstāvju ieskatā atpazīstami šķita tieši dizaina un reklāmas uzņēmumi, kā arī pasākumu producēšanas uzņēmumi. Vienlaikus, virkne nosacīti tradicionālu radošo industriju (reklāmas, izdevējdarbības, masu mediju) uzņēmumu var šķīst nepietiekami “radoši” un kādu respondentu grupu uztverē nemaz netikt saistīti ar KR sektoru.

**Secinājums.** Privātā sektora pārstāvju skatījums uz KRI piederīgajiem operatoriem atšķiras no publiskā sektora pārstāvju skatījuma, jo tiek īpaši akcentēta uzņēmējdarbība, kas nozariski saistīta ar jauno tehnoloģiju izmantošanu un inovatīvu produktu jaunradi, kur liela loma jaunuzņēmumu darbībai un radošo industriju inkubatoriem. Tātad, tiek pozicionēts atšķirīgs KRI sektora nozariskais tvērums, kā arī cita kultūras un mākslinieciskās jaunrades aktivitāšu loma sektora attīstībā. Dominē interese, lai bezpeļņas un komerciāli orientētās aktivitātes KRI sektorā tiktu uztvertas integrēti, jo praksē tās darbojas kā savstarpēji papildinoši procesi, kuriem ir atšķirīgas funkcijas, bet sinerģētisks efekts. Īpaša uzmanība šīs aktoru grupas skatījumā tiek pievērsta kultūrizglītības lomai un tās sagatavotajam cilvēkresursu potenciālam.

Interviju un fokusgrupu dati ļauj konstatēt visu iesaistīto pušu priekšstatus par **KRI sociāli-ekonomiskā devuma un konkrētu ieguvumu piemēriem Liepājas pilsētā**.

Datu analīze liecina, ka nozares būtiska iezīme ir tā, ka tās aptverto operatoru īstenoto aktivitāšu ekonomiskie, sociālie un mākslinieciskie mērķi un darbības rezultāti praksē ir savstarpēji papildinoši, jo mākslinieciskie efekti rada/var radīt ekonomiskus un sociālus efektus un otrādi. Plānojot šo operatoru atbalsta mehānismus (normatīvos, finansiālos un informatīvos instrumentus), būtiska loma ir **integrētu attīstības indikatoru kopas atlasei**, lai stiprinātu kultūras un radošo sektoru kā kopumu/veselumu. Lai gan saprotama ir pilsētas pašvaldības institūciju interese par radošās jomas potenciāla definēšanu ar uzsvāru uz ekonomisko devumu, ekonomiskās, sociālās un mākslinieciskās iniciatīvas praksē ir savstarpēji papildinošas. Protams, pārvaldības un arī rīcībspējas kontekstā nozīmīgs ir sektorā iesaistīto organizāciju juridiskais statuss, jo ļauj spriest par to, kāda veida resursi organizācijai var būt pieejami, taču pieredzes jeb radošās ekonomikas ietvaros organizācijas tips dažkārt vairs viennozīmīgi neliecina par to, ka darbībai ir komerciāls vai tieši otrādi – bezpeļņas raksturs, to bieži ierobežo vien normatīvais regulējums, jo īpaši nodokļu politika. Kā norādījām iepriekš, arī citur veiktu pētījumu dati norāda uz dažādu kultūras un radošo produktu un pakalpojumu vērtības veidošanas ķēžu savstarpējo mijiedarbi.

Ieskatam par dažādu darbības formu un mērķu mijiedarbi raksturosim dažus piemērus no Liepājā īstenotajām KRI sektora aktivitātēm:

- festivālu "Ezera mūzika" rīko SIA Liepāja Music – kas kā komercuzņēmums saņēmusi pašvaldības finansējumu gan kultūras projektu konkursā, gan uzņēmējdarbības atbalstam;
- mākslas galerijas gan pārdod mākslas darbus, gan arī darbojas kā izstāžu vietas un popularizē vietējo mākslinieku veikumu (piemēram, galerijā "Romās dārzs" darbojas mākslinieku-liepājnieku pastāvīgā izstāde) un dod iespēju darboties kultūras NVO (telpas dziesminieku "Austras biedrības" pasākumiem un nodarbībām) vai rīko mākslinieku plenērus (galerija "Klints");
- SIA "Kursas putni" pēc būtības darbojas kā kultūrtelpa, savukārt kultūras nama "Wiktorija" juridiskais statuss ir biedrība;
- viesnīcas attīstītāju plāni saistīti ar kopstrādes iespēju paplašināšanu Liepājā, kas ir būtisks priekšnoteikums pašnodarbināto KRI profesionāļu darbam.

Pētījuma gaitā tika konstatēti vairāki **konkrēti KRI sektora ietvaros īstenoto aktivitāšu radīti ieguvumi Liepājas pilsētai.**

Nozīmīga daļa ieguvumu norāda uz KRI sektora **ekonomisko ietekmi:**

- Aktīvākie sektora uzņēmēji piesaista arī ārējas investīcijas; strādājot ārvalstu klientiem un eksportējot produkciju, nodokļi tiek maksāti Liepājā;
- sektors daudzveido ekonomiskās attīstības bāzi, attīstot jaunas uzņēmējdarbības nozares;
- sektoram izteikts pārneses efekts, jo attīsta citus sektorus: tūrisms, viesmīlības bizness, transports.

Daļa no nosaukto ietekmju piemēriem klasificējamas kā **sinerģētiskas ietekmes:**

- jauniešu nodarbinātības sekmēšana, jo KRI sektorā īpaši bieži tiek nodarbināti jaunieši, kas nāk no pilsētas izglītības iestādēm un var izmēģināt likt lietā savu radošo potenciālu, sektora iniciatīvas var tikt izmantotas kā pozitīvie piemēri jauniešu iedrošināšanai un uzņēmējspējas attīstībai; šī ietekme klasificējama kā integrēta – sociāli-ekonomiska un pilsētas vispārējo attīstību sekmējoša ietekme;
- KRI sektors uztur tematiskas kopienas, tīklus, veicina radošu ideju apriti, sasaista dažādas organizācijas un uzņēmumus kāda produkta/pakalpojuma veidošanas ciklā vai jaunu pielietojumu veidošanā, paplašinot resursu plūsmas (piemēram, alternatīvās elektroniskās mūzikas kopiena Baltijas valstīs u.c.);
- saglabā, identificē un attīsta jaunas specifiskas nišas gan kultūrā un mākslā, gan uzņēmējdarbībā;
- attīsta un investē jaunus talantus gan kultūrā un mākslā, gan uzņēmējdarbībā;
- sekmē domāšanas veida maiņu pārvaldībā, vājinot ekonomikas un kultūras pretnostatījumu.

Tiek nosaukti arī **pilsētas vispārējo attīstību sekmējoši ieguvumi:**

- KRI sektors piesaista cilvēkus pilsētai, palielinās cilvēku skaits, kuri vēlas pārcelties uz Liepāju, dzīvot un strādāt, jo atrod tajā sev tuvas vērtības ("*saliņas, kur ir svaigs gaiss*");
- netradicionāli, pat unikāli pasākumi, kurus ģenerē KRI sektora pārstāvji, aktīvi veido pilsētas tēlu.

**Secinājumi.** KRI sektora operatoru viedokļi liecina, ka kopumā tiek novērtēta KRI sektora ekonomiskā, sociālā un uz pilsētas vispārējo attīstību vērsta ietekme, tiek saskatīts tā potenciāls Liepājas pilsētas attīstībā. Īpaši tiek akcentēta sektora kopējā nozīme pilsētas attīstībā, kas tiek uzsvērtā arī nozares pētījumos Lielbritānijā (angl. *collectively the creative industries are very important*). Būtiskāko ieguvumu definējuma veids liecina, ka lielākā daļa no nosauktajiem ieguvumiem respondentu skatījumā rada **multiplus efektus** dažādās jomās – ekonomikā, sociālajā un kultūras dzīvē, kā arī veido ieguldījumu gan publiskajā, gan NVO, gan uzņēmējdarbības vidē. Tātad, arī KRI sektora devuma apzināšana liecina, ka sektora ieguldījuma monitorēšanā nepieciešams piemērot attīstības indikatorus gan publiskajiem, gan NVO, gan komerciālajiem operatoriem, īpašu uzmanību pievēršot šo operatoru grupu resursu

pieejamībai, tirgus (auditorijas) pieejamībai, mārketinga aktivitāšu iespējām, nozīmīgāko prasmju attīstības iespējām, inovāciju resursu pieejamībai, informācijas apmaiņas un koordinācijas resursu pieejamībai. Tas ļautu identificēt ne tikai kultūras, ekonomiskos un sociālos, bet arī sinerģētiskos efektus.

*Priekšstati un vērtējumi par Liepājas pilsētas kultūras dzīvi kopumā (pozitīvie un negatīvie vērtējumi, piedāvājums un auditorijas raksturojums)*

Kultūras un radošā sektora attīstībā liela nozīme ir vispārējiem pilsētas kultūrvides raksturojumiem. Līdzšinējo pētījumu dati liecina, ka kultūras dzīves intensitāte pēdējos gados Liepājā raksturojama ar augšupejošu līkni, jo īpaši auditorijas pieauguma rādītājos. Pētījuma ietvaros tika noskaidrota KRI sektorā iesaistīto cilvēku individuālā pieredze un viedoklis par Liepājas kultūras dzīves vispārējām iezīmēm – gan pozitīvajiem, gan negatīvajiem aspektiem; par kultūras piedāvājumu un tā vērtējumu, kā arī kultūras auditorijas jeb pieprasījuma raksturojums. Priekšstatu un vērtējumu analizē tiks izmantoti/tieši citēti izteikumi no KRI sektoru pārstāvju padziļinātajām intervijām un fokusgrupu diskusijām, lai argumentētu visu iesaistīto pušu pieredzē balstītos secinājumus.

### **Liepājas kultūras dzīves vispārējs raksturojums: pozitīvie aspekti**

#### Kultūras institucionālā bāze, infrastruktūra

Liela daļa respondentu uzsver vairākas Liepājas kultūras dzīves priekšrocības, no kurām visbiežāk minēts fakts, ka Liepājā bāzētas daudzas kultūras iestādes. Saskaņā ar respondentu teikto, īpaša loma Liepājas kultūrvides veidošanā ir tam, ka Liepājā 1) darbojas Liepājas Simfoniskais orķestris (LSO), kas ir vecākais orķestris Baltijas valstīs un vienīgais valsts dibinātais profesionālais orķestris Latvijā, kas darbojas ārpus Rīgas; 2) strādā vienīgais pašvaldības dibinātais un vēsturiski pirmais latviešu profesionālais teātris Latvijā Liepājas teātris; 3) darbojas Liepājas muzejs; 4) strādā bibliotēkas; 5) darbojas Liepājas Olimpiskais centrs un citas kultūras un ar kultūras piedāvājumu saistītas iestādes.

*Liepāja ir ļoti bagāta gan infrastruktūras ziņā, gan kultūras ziņā, gan arī piedāvājuma ziņā... Tas ir noteikti, ar ko mēs varam lepoties – orķestris, teātris, mums ir akustiska, profesionāla koncertzāle, kurā var uzstāties dažādi augsta līmeņa pasaules mākslinieki. ...Nenoliedzami esam slaveni gan ar savu teātri, gan simfonisko orķestri, kurš šobrīd ir valsts atbildībā, bet vienalga vēsturiski tas ir Liepājas. ...Nenoliedzami – arī it kā ne pilsētas atbildība, bet mūzikas skola noteikti dod ļoti lielu pienesumu pilsētai. ... Ja skatāmies pozitīvi, tad mums Liepājā visas jomas ir nosegtas. Ir Liepājas muzejs ar ekspozīcijām, teātri, koncertzāle, privātās lietas.*

Starp citām kultūras iestādēm īpaši tiek akcentēta koncertzāles un reģionālu kultūras un pasākumu norišu centra “Lielais Dzintars” loma Liepājas kultūras dzīvē.

*Es domāju, ka Liepājas kultūras dzīve, pateicoties “Lielajam Dzintaram”, attīstās, nu, vienkārši ļoti strauji. ... Ja tā godīgi, tad pēdējos gados, kopš ir atvēries “Lielais Dzintars”, tad viss ir “par” un “ap” šo oranžo celtni. Nenoliedzami, ēka arī izskatās iespaidīgi, un tas ir noteikti Liepājas kultūras dzīves simbols. Nu ir, tur nav ko liegties. Saturs ir cita lieta, bet, kā būve tas noteikti ir Liepājas kultūras simbols.*

“Lielā dzintara” loma Liepājas kultūrvides attīstībā tiek minēta dažādos kontekstos un galvenokārt tikai ar pozitīvu nozīmi.

#### Plašs un daudzveidīgs piedāvājums

Kā kultūras dzīves vispārēju iezīmi daudzi respondenti min faktu, ka Liepājā pieejams gan kvantitatīvi apjomīgs, gan daudzveidīgs kultūras piedāvājums (par kultūras piedāvājumu izvērstāka analīze būs nākošajā sadaļā). Plašais piedāvājums nereti tiek vērtēts gan kā pozitīva, gan negatīva kultūrvides iezīme, vienlaicīgi norādot uz plašajām izvēles iespējām, kā arī auditorijas nepietiekamību, lai nodrošinātu vēlamo auditorijas apjomu vienlaicīgi notiekošajos pasākumos.

*Man jau liekas, ka Liepājas kultūras dzīve ir ļoti aktīva. Piedāvājumi ir daudz. Ir koncertzāle, ir muzejs, teātris. Koncertzāles piedāvājums priekš skatītāja ir ļoti plašs. Es kā vienkāršs skatītājs nešķiroju, vai tas ir koncertzāles vai simfoniskā orķestra piedāvājums.*

*Es teiktu, ka gan labā, gan sliktā lieta Liepājā ir tā, ka mums ir ļoti, ļoti plašs kultūras piedāvājums. Ļoti plašs. Tā var būt, no vienas puses, labi, jo cilvēkiem ir ļoti plašas iespējas izvēlēties. Bet slikti tas varētu būt, jo ļoti sašķēļ tirgu.*

Fakts, ka kultūras piedāvājuma intensitāte ir ļoti augsta, iepretim esošajam auditorijas apjomam, raksturo Latvijas kultūras dzīvi kopumā. Šī iezīme liek īpašu uzmanību pievērst kultūras piedāvājuma mārketinga aktivitātēm, lai piesaistītu jaunus auditorijas segmentus. Tas attiecināms arī uz Liepājas kultūrvidi.

Savukārt, daļa respondentu kultūras notikumu programmas intensitāti vērtē kā izteikti pozitīvu iezīmi, un pasākumu norises laika pārklāšanos neskata kā trūkumu.

*Es nekad neesmu domājusi par to, ka tas ir slikti, ka ir vairāki kultūras pasākumi vienā vakarā. Jo man liekas, ka tā ir tāda normāla kultūras – pilsētas kultūras nozares aprīte.*

Piedāvājuma daudzveidīgums tiek ilustrēts, arī norādot uz to, ka ir radītas pietiekami daudz bezmaksas kultūras piedāvājuma iespējas.

*... es domāju, ka mums ir ļoti daudz priekšrocības apmeklēt koncertus, teātra izrādes, kino, bibliotēku. Teiksim bibliotēkas pakalpojumi visi ir bezmaksas, ko nosaka bibliotēku likums un tamlīdzīgi. Muzejs tāpat. Man liekas, ka liepājniekam nebūtu ko sūdzēties.*

Vairāki respondenti uzskata, ka kultūras piedāvājums ir daudzveidīgs arī tādā nozīmē, ka tas ir vērsts uz dažādām mērkauditorijas grupām.

*Liepājā kultūras piedāvājums ir piemērots jebkurai interešu grupai. Tu spēj izglītot sevi kā kultūras patērētājs gan teātrī, gan iet uz simfoniskā orķestra koncertiem, gan varbūt ir kādi kormūzikas koncerti, gan pop-art šeit uz Rožu zāles skatuves, vai kaut kādi lieli koncerti arēnā.*

Daži no respondentiem norāda uz salīdzinoši (..ar Rīgu?) vienkāršu kultūras noriņu pieejamību, ko nosaka pilsētas mērogs un kultūras iestāžu koncentrētība pilsētas centrā, kas vienlaicīgi mazina kultūras noriņu apmeklējuma psiholoģiskās barjeras.

*Liepājā par notikumiem ir personiskāka sajūta, tas uz mani attiecas.... Piemēram, loģistika. Rīgā es dzīvoju Purvciemā, aizbraukt uz kino piektdienas vakarā ar auto bija sarežģīti. Te viss ir vienkārši un nerada lielu stresu. Visur var aiziet.*

Daži no respondentiem uzsver arī kultūrizglītības iestāžu lomu, labas kultūras dzīves pārvaldības prakses pozitīvos efektus kultūrvides kvalitātes nodrošinājumā un privāto un publisko partneru vienlīdzīgu iesaisti kultūras piedāvājuma veidošanā.

**Secināms**, ka KRI sektorā iesaistītie kopumā ļoti pozitīvi vērtē Liepājas kultūras dzīves iezīmes, dažkārt izmantojot tādas metaforas kā "Liepāja ir kultūras lielpilsēta" un līdzīgi. Īpaši tiek izdalīti šādi pozitīvie aspekti: nozīmīga kultūras institucionālā bāze un pietiekami attīstīta infrastruktūra, kvantitatīvi plašs un daudzveidīgs piedāvājums, laba pieejamība, laba kultūrizglītības bāze (Liepājas Mūzikas, mākslas un dizaina vidusskolas ietekme, atsevišķu Liepājas Universitātes studiju programmu ietekme). Tāpat, respondenti novērtē gan valsts, gan pašvaldību dibinātu kultūras organizāciju lomu, gan NVO un privātā sektora kultūras piedāvājuma klāstu, ka arī kultūras dzīves labas pārvaldības prasmes.

### **Liepājas kultūras dzīves vispārējs raksturojums: negatīvie aspekti**

#### Sports vs kultūra

Gan kvantitatīvie, gan kvalitatīvie iedzīvotāju brīvā laika izmantošanas pētījumi liecina, ka līdzdalība kultūras dzīvē bieži konkurē ar līdzdalību sporta aktivitātēs, ieņemot vienlīdz nozīmīgu lomu cilvēku dienas kārtībā un dzīves kvalitātes nodrošināšanā. Vienas vai otras aktivitāšu grupas īpatsvaru katra cilvēka dzīvē nosaka vairāki faktori, bet praksē liela loma ir gan kultūras, gan sporta aktivitāšu pieejamībai konkrētajā teritorijā un to saturiskā piemērotība konkrētā auditorijas segmenta vajadzībām un interesēm. Dažkārt iedzīvotāju

interēšu attīstību vienā vai otrā virzienā nosaka situatīvi faktori, piemēram, viedokļu līderu attīstība, jo daži respondenti Liepājā norādīja, ka Liepājā dzimušu sportistu panākumi nozīmīgi ietekmē bērnu un jauniešu gatavību lielu daļu brīvā laika veltīt sporta nodarbēm.

*Es domāju, ka varbūt tiem, kas interesējas par sportu, nav tik izteikta interese par kultūras piedāvājumu, jo īpaši tagad, kad ir mūsu mega zvaigznes sportā – tenisiste un basketbolists, viennozīmīgi, ka tā ir lieta (sporta nodarbes), kas piesaista...*

Daļa KRI sektora pārstāvju uzskata, ka sporta un kultūras pasākumu auditorijas nepārklājas, jo katrai no minēto cilvēku grupām ir savas intereses un dzīvesveids.

Daļa no KRI sektora pārstāvjiem atzīst:

*Es nedomāju, ka mūsu auditorija ir sporta pasākumu apmeklētāji, bet lielākoties tie ir interesenti par kultūras un radošajiem produktiem.*

#### Piedāvājuma trūkums konkrētam auditorijas segmentam

Liepājā, līdzīgi kā Latvijā kopumā, kultūras piedāvājumu raksturo divas, šķietami pretrunīgas iezīmes – no vienas puses, liels notikumu piesātinājums, no otras – piedāvājuma trūkums konkrētam auditorijas segmentam. Arī kvalitatīvajos (interviju, fokusgrupu diskusiju dati) kultūras auditorijas pētījumos fiksēts, ka, neskatoties uz piedāvājuma (kultūras un mākslas notikumu daudzums) blīvumu, tiek saņemta auditorijas kritika par to, ka nav fokusēta, skaidrā mērķauditorijas segmentā orientēta piedāvājuma, kas atbilst konkrētām kultūras un mākslas interēšu kopienām. Ikdienas saziņā šāda nostāja tiek izteikta tēzē “*tik daudz kas notiek kultūrā, bet uz mani tas neattiecas/neinteresē*”.

Liepājā dominējošā kritika ir vērsta uz piedāvājuma trūkumu bērnu un pusaudžu auditorijai. Īpaši tiek kritizēta arī Liepājas Leļļu teātra darbība.

*...man ir tīnis, 14 gadi. Tā ir tā (auditorijas) daļa, kur nav tik daudz pasākumi. Šobrīd ir klusums. Tik, cik ir skola, bet tā arī nepilda visas funkcijas.*

*Viena lieta, kas man sāp, jo man pašam ir mazi bērni, ir tas, ka ļoti trūkst šai auditorijai paredzētu pasākumu... No vienas puses, ir patīkami aiziet un uzjautrināties kopā ar leļļu teātra varoņiem, bet šobrīd leļļu teātris būtu uzlabojums.*

Kā norāda respondenti, otrs kultūras auditorijas segments, kuram šobrīd trūkst mērķorientēta piedāvājuma, ir Liepājas iedzīvotāji, kuriem ikdienas saziņas valoda ir krievu valoda. Arī šī kultūras dzīves iezīme – piedāvājuma trūkums t.s. krievvalodīgajai kultūras auditorijai ir raksturīgs visai Latvijas kultūras dzīves telpai.

*Problemātisks ir jautājums, vai Liepājā ir piedāvājums, kas mērķēts uz krievvalodīgajiem. Ir daudzas vietas, kas ir aktuālas tādiem hipsterīgiem latviešiem, bet, vai tas spēj uzrunāt arī krievvalodīgo auditoriju, nezinu.*

Respondentu minētajam piedāvājuma trūkumam ir dažādi iemesli – piemēram, nav operatoru konkrēta piedāvājuma kvalitatīvai sagatavošanai, kultūras pasākumu organizētāji nepietiekami izmanto mārketinga un reklāmas iespējas konkrētu auditorijas segmentu piesaistei u.c. Intervijās un fokusgrupu diskusijās tiek nosaukti arī konkrēti pasākumu veidi, kuri netiek piedāvāti Liepājā, piemēram, citu Latvijas teātru viesizrādes.

*Ar teātri ir sarežģītāk, es vairāk vēlētos viesizrādes redzēt. ...ne tikai no Valmieras, bet arī no Rīgas. Valmiera pie mums ik pa laikam brauc, bet Rīga slinko, Dailes teātris reizēm atbrauc, Nacionālais teātris ļoti reti, Jaunais Rīgas teātris nekad.*

Par kultūras piedāvājumu detalizētāk tiks izklāstīts nākošajā šīs apakšnodaļas sadaļā.

Kultūras dienas kārtības blīvums, kur vienlaicīgi tiek piedāvāti vairāki lielai kultūras auditorijas daļai pievilcīgi kultūras pasākumi, tiek minēta ne tikai kā bagātas kultūras dzīves indikators, bet arī kā negatīva Liepājas kultūras dzīves iezīme, jo īpaši ņemot vērā tādu ārējās vides faktoru kā iedzīvotāju skaita samazināšanās Liepājā.



*Iedzīvotāju skaits Liepājā ir ievērojami sarucis. Šodien tās alkas pēc kultūras vairs nav tik lielas kā atmodas gados. Man brīžiem ir sajūta, ka rodas pat pārsātinājums, tas ir saskaitot izklaidi un kultūru kopā.*

Tiesa, argumentu par iedzīvotāju skaita samazinājuma ietekmi uz kultūras apmeklējuma auditoriju, varētu arī citādi interpretēt, jo iedzīvotāju skaita sarukums Liepājā pēdējos trijos gados pēc statistikas datiem ir visai neliels<sup>20</sup> – no 69 443 2016. gadā līdz 68 945 2018. gadā (mīnus 498 cilvēki).

Daži respondenti atzīst, ka Liepājas kultūras dzīves plānotājiem un organizētājiem nav izdevies izstrādāt funkcionālu kultūras un izklaides pasākumu plānošanas modeli, ko zināmā mērā ietekmē arī tas, ka koncertējošo vai citu mākslinieku darba/laika grafiku ne vienmēr var ietekmēt pasūtītājs (Liepājas kultūras dzīves menedžments), tātad, notikuma norises laiks nav atkarīgs tikai no Liepājas lēmumu pieņēmējiem.

*...vairāk nekā 10 gadus jau runā par to, ka ir jāsakārto šis te jautājums, ka kultūra pārklājas. Tā ir utopija, to vienkārši nevarēs izdarīt.*

*Jā, tā notiek. Bieži ir trīs pasākumi vienā vakarā, un tad nav publikas nevienā no tiem. Mēdz būt ļoti bieži, ka vienā dienā divas izstādes atklāj. Ir mēģināts no kultūras pārvaldes mēģināt to kaut kā koordinēt, bet pārmetums gan vienam, gan otram.*

Pētījumā aktualizēts arī viedoklis, ka pārāk liels piedāvājums apgrūtina lēmumu pieņemšanu par kultūras pasākumu apmeklējuma izvēli.

*Es pieņemu, ka ir cilvēki, kuriem liekas, ka kultūras piedāvājums ir tik bagātīgs, ka nespēj izvēlēties un nekur neaiziet. Tā varētu būt ģimenes lieta, ka nevar vienoties.*

Šādu situāciju tikai daļēji var ietekmēt kultūras norišu menedžments, jo šāda izvēle ir saistīta ar kultūras vajadzību apzināšanos un auditorijas vērtību priekšstatiem, kas ietekmē kultūras aktivitātes.

#### Auditorijas trūkums nišas produktiem

Respondenti kā trūkumu minējuši arī faktu, ka nereti ļoti mazas auditorijas veidojas specifiskiem, bieži inovatīviem vai eksperimentāliem kultūras, t.s., nišas produktiem.

*Bet tieši mūsdienų deļa, laikmetīgā deļa – tāda veida projektiem ir augsts risks. Es ņemu, piemēram, projektu, un es zinu, ka uz šo pasākumu atnāks ne vairāk par 200 cilvēkiem Liepājā. ....Jo, piemēram, laikmetīgo mākslu šeit vispār nepieņem.*

Tiesa, šāda situācija ir saprotama, jo kultūras piedāvājuma daudzveidības nodrošināšana ir saistīta arī ar tādu pasākumu un kultūras notikumu piedāvājumu, kas nav vērsti uz masu patēriņu ar augstu komerciālo kapacitāti, bet uz auditoriju ar konkrētam interesēm un /vai specifisku auditoriju izglītojošu funkciju izpildi.

#### Sezonalitāte, brīvdabas pasākumu trūkums

Kā viens no kultūras dzīves negatīviem aspektiem, kas ir saistīts arī ar kultūras piedāvājuma daudzveidības nodrošināšanu, tiek atzīmēts pieņēmums, ka Liepājas kultūras dzīvē dominē telpās notiekošas kultūras norises, kas veido sezonāli nelīdzsvarotu pasākumu daudzuma tendenci, kur vasarā samazinās kultūras piedāvājuma klāsts. Vairāki respondenti norāda uz Liepājas koncertestrādes "Pūt, vējiņi" izmantošanas iespēju trūkumu kā nozīmīgu mīnusu Liepājas kultūras dzīvei. Šo viedokli atbalsta arī 90 % Liepājas iedzīvotāji, kas kvantitatīvās aptaujas laikā<sup>21</sup> atzinuši, ka atbalsta "Pūt, vējiņi" rekonstrukcijas projektu.

*Jo, teiksim, ja vēl izdotos realizēt "Pūt, vējiņi" projekta restaurāciju, kas šobrīd Liepājai ir viens no lielākajiem mīnusiem tieši kultūras lauciņā, jo mums ir kultūra izteikti sezonāla... skatuviskā kultūra.*

<sup>20</sup> <https://www.liepaja.lv/pilsetas-statistika/salidzinosa-statistika/>

<sup>21</sup> <https://faili.liepaja.lv/Dokumenti/Dokumentu-biblioteka/P%C4%93t%C4%ABjumi/Sabiedriskas-domas-aptauja-Liepaja-2018.pdf>

*Jo iekštelpu infrastruktūras – tas viss ir lieliski, bet mums nav vasaras estrāde, vai nu tāda vieta, kur mēs varam uzņemt, teiksim, brīvdabas izrādes, brīvdabas koncertus vai vispār koncertus.*

Pilsētvides un ārtelpu izmantojums šobrīd KRI sektora attīstībā gan Latvijā, gan starptautiski tiek skatīts kā būtisks vietas menedžmenta instruments, jo kultūras un izklaides pasākumu auditorijas nozīmīgi mainās tieši norises vietas izvēles iespaidā, tāpēc koncertestrādes nozīmi Liepājas kultūrvidē nevar pārvērtēt.

#### Telpu trūkums

Lai arī Liepājas kultūras infrastruktūra pētījuma gaitā galvenokārt tiek vērtēta kā pozitīvs kultūras dzīves aspekts (galvenokārt atsaucoties uz “Lielā dzintara” darbības ietekmi), tomēr respondenti norāda arī uz konkrētiem kultūras dzīves trūkumiem, kas ir saistīti ar telpisko nodrošinājumu, īpaši izceļot telpu trūkumu izstāžu un mākslas ekspozīciju izveidei, kā arī telpas skatuves mākslas produktiem.

*... nepietiek telpas ir izstādēm. Piedāvājums ir liels. Gan vietējais, gan ārvalstu. Ik pa laikam nāk arī vēstniecību iniciētie piedāvājumi, tas ir tāds labais sadarbības veids. Mums ar prieku gribas ņemt, bet nav kur likt.*

*...Zāles trūkst Liepājā. Trūkst. Un ...es teicu, ka mēs būtu ļoti priecīgi, ja uzceltu vēl vienu “Lielo Dzintaru”, jo trūkst zāles.*

*Neskatoties uz to, ka ir mums vēl koncertzāle, kas agrāk nebija. Bet ar visu to, ir visas piektdienas, sestdienas, svētdienas aizņemtas. Nu, svētdienās mums ir pašdarbnieku koncerti, tas ir tāpat kā Rīgas Latviešu biedrībā, ja? Bet, ja vēl vienu uzceltu, būtu labāk.*

Kā sektora caurviju problēma tiek minēts arī jautājums par sadarbību gan starp pašvaldības dibinātām, gan citu dibinātāju (valsts, privātais) KRI sektora organizācijām un to administratoriem. Atsevišķu respondentu skatījumā šī sadarbība nav pietiekoša.

*Cits jautājums, kā pašvaldības finansējums tiek izlietots un kā pašas pašvaldības dibinātās institūcijas nekonkurē viena ar otru. Tur varbūt gribētos lielāku sadarbību.*

Sadarbības faktors starp KRI sektora operatoriem ir ļoti būtisks sektora ietekmes nostiprināšanai, tāpēc jo īpaši akcentējams sektora attīstības plānošanā, tāpēc šim tematam ziņojumā atvēlēta atsevišķa apakšnodaļa.

**Secinājums.** Pētījums ļāva konstatēt arī vairākas respondentu pieredzē balstītas vispārējas Liepājas kultūras dzīves negatīvas iezīmes: dominējošās iedzīvotāju daļas interese par sportu, kas kā brīvā laika pavadīšanas veids dominē pār kultūru, piedāvājuma trūkums konkrētiem auditorijas segmentiem, savukārt – auditorijas trūkums gadījumos, kad kultūras dienas kārtība paredz vienlaicīgas kultūras norises, kā arī piedāvājot nišas kultūras produktus, kuriem ir šaurs auditorijas segments. Kā trūkums tiek atzīmēta arī kultūras dzīves sezonālitate ar dominanti uz iekštelpu norisēm, telpu trūkums konkrētiem piedāvājuma veidiem (piemēram, vizuālās mākslas ekspozīcijām, izstādēm), kā arī sadarbības trūkums starp konkrētām kultūras iestādēm.

#### **Kultūras piedāvājuma novērtējums**

Lai noteiktu Liepājas KRI sektora potenciālu attīstīt, radīt un realizēt kultūras un mākslas vērtības, kā arī noteikt tā sociālās ietekmes kategorijas, pētījumā tika noskaidrota KRI sektora pārstāvju pieredze par kultūras piedāvājumu Liepājā. Respondenti izteica savu viedokli par kultūras piedāvājuma apjomu, daudzveidību, atbilstību konkrētiem auditorijas segmentiem, interesēm un vajadzībām, kvalitāti un piedāvājuma veidošanu mazām auditorijas grupām. Tika izteikti viedokļi arī par to, kas kultūras piedāvājumā šobrīd Liepājas kultūras telpā trūkst.

#### Piedāvājuma apjoms

Raksturojot Liepājas kultūras dzīvi, kā jau minēts, kā visspilgtākā tās iezīme tiek nosaukts pasākumu daudzums un kultūras piedāvājuma intensitāte.

*Es saku, tie pasākumi ir šausmīgi daudz. Ja vienā mēnesī ir apmēram 260–270 pasākumu pilsētā, tas ir nenormāli daudz. Tur ir jādomā, kas to vispār var izķert un patērēt, tur ir tikai ar autobusiem jāved iekšā cilvēki no Rīgas, no citām Latvijas pilsētām, lai izpirktu to piedāvājumu, kas ir. Mēs baigi ražojam. ... ja paņem to kopējo pasākumu kalendāru, tad sanāk gandrīz katrai nedēļas nogalei pa diviem, trijiem pasākumiem. Un viņus vienkārši fiziski nav iespējams visus aiziet un apskatīties.*

Lielais pasākumu skaits dažu respondentu skatījumā tiek vērtēts kā trūkums, jo tiek pieņemts, ka katrs pasākums paredzēts visiem Liepājas iedzīvotājiem, kuri izmanto kultūras piedāvājumu. Nav populārs priekšstats, ka katram Liepājas iedzīvotājam un ārpus Liepājas esošai auditorijas daļai ir atšķirīgas intereses un katrs pasākums var piesaistīt citu iedzīvotāju segmentu.

*Liepājā kultūras dzīve ir ļoti piesātināta. Agrāk ir bijušas ļoti daudz diskusijas, ka kultūras pārvaldei ir jābūt spējai visu kontrolēt, lai nepārklātos, bet Liepāja ir tik plaša un daudzveidīga pilsēta, ka šeit vienkārši ir jānotiek daudz kam, lai cilvēkam ir iespēja izvēlēties, ko no tā visa baudīt.*

Kā jau minēts iepriekš, lielākajā daļā gadījumu bagātā Liepājas kultūras dzīve tiek vērtēta kā pozitīvs aspekts.

*Pārceļoties uz šejieni, es pirmos mēnešus redzēju, ka šeit ir ārkārtīgi daudz ko darīt. Es nevaru paspēt uz visiem pasākumiem. Es aizbraucu uz Rīgu, bet viss interesantais tieši tajā nogalē notiek Liepājā.*

Kultūras dzīves pārvaldībā un menedžmentā iesaistītie cilvēki dažādos kontekstos atzīst, ka ir bijuši vairākkārtēji centieni koordinēt pasākumu plūsmu, bet dažādu faktoru iespaidā tas nav izdevies.

*Mēs paši gan arī sekojam līdzi, ja lielajam teātrim ir bērnu izrādes pirmizrādes konkrētā datumā, tad mēs neliksim tajā dienā. Vai, piemēram, kad tiek organizētas Lieldienas pilsētā, mēs tajā dienā nerādīsim izrādes, jo zinām, ka bērniņi šeit nebūs.*

#### Piedāvājuma daudzveidība

Respondentu pieredze ļauj secināt, ka kultūras organizāciju bagātais klāsts (teātris, leļļu teātris, orķestris, muzeji, koncertzāle u.c.) gan vēsturiski, gan mūsdienās ļauj kultūras operatoriem mērķtiecīgi strādāt pie tā, lai nodrošinātu kultūras piedāvājuma daudzveidību.

*Liepājas kultūras piedāvājums un dažādums ir ļoti pievilcīgs. Te ir gan vecākais teātris, mums ir arī tautas teātris, mums ir leļļu teātris. Te ir nozare, kas vēsturiski Latvijā ir bijusi pirmā.*

Piedāvājuma daudzveidību nodrošina gan pašvaldības kultūras dzīves stratēģiskā vadība, gan konkrētu kultūras organizāciju vadība un menedžments.

*...ir vēl arī Maska, ceļojošais leļļu teātris, kas ir privāts SIA ...Ir arī viesizrādes, kuras tiek pievestas šeit klāt, kas ir gan leļļu izrādes, gan teātru izrādes, privātie projekti, īpaši daudz krievu bērnu auditorijai, tad ir mūsu pašu Liepājas teātris, bet viņu auditorija ir mazliet vecāka.*

*... ir sekmīgi izdevies, protams, ar radošo cilvēku pārstāvjiem, ka mēs mēģinām veidot dažādus, pilnīgi atšķirīgus pasākumus, uz kādiem vēstures notikumiem balstītus. Mums ir izstādes, kas veltītas, teiksim, mediķiem, ebrejiem. Tad mēs piesaistām mediķu auditoriju. ...teiksim, mums bija piedāvājums no Minskas, Baltkrievijas, tad mēs piesaistām arī baltkrievu biedrību un citu krieviski runājošos cilvēkus.*

Pārdomāta stratēģija daudzveidīga piedāvājuma veidošanai var tikt izmantota kā iespēja jaunas auditorijas piesaistei, jo nelielais kultūras pasākumu unikālo apmeklētāju skaits un lielais kultūras norišu skaits paredz arvien jaunu auditorijas segmentu piesaisti.

#### Piedāvājuma atbilstība/neatbilstība visām kultūras un mākslas auditorijas interešu grupām

Novērtēt piedāvājuma atbilstību dažādu cilvēku grupu interesēm visprecīzāk var, izmantojot auditorijas aptaujas datus, tomēr pētījumā tika skaidroti arī KRI operatoru viedokļi par šo jautājumu. Dati liecina, ka viedokļi dalās par to, vai esošais piedāvājums apmierina dažādu cilvēku grupu kultūras vajadzības un mākslas intereses. Viena daļa respondentu nosauc vairākus piemērus, kas, viņuprāt, norāda uz piedāvājuma atbilstību dažādu cilvēku interesēm.

Viena no atziņām ir balstīta pieņēmumā, ka tad, ja cilvēku interesē kultūra un māksla, tad Liepājā katrs var sev atrast interesējošu piedāvājumu, jo tas ir ļoti daudzveidīgs.

*...ja vispār cilvēkam ir dota iespēja tur baudīt un izvēlēties sev tuvāko pasākumu, tad droši vien jebkuram ir pieejams tas, ko viņš vēlas atrast.*

Īpaši tiek uzsvērtas kultūras līdzdalības iespējas, kas saistītas ar amatiermākslu un tradicionālo kultūru, amatniecību.

*Es varbūt tajā sfērā tā kā neesmu, bet Tautas mākslas un kultūras centrā ir bezgala daudz radošas grupas. Man liekas, ka viena no tādām ir tā pati aktieru "Atštaukas" sieviešu grupa, kas vienkārši brīnišķīgi turpina. Un visas tās tradīciju lietas, kas ir saistītas ar folkloru un dažādu nozīmīgu latviešu tradīciju dienu iemūžināšanu, arī praktiskas darbnīcas notiek skolniekiem, dažādām interešu grupām.*

*Šeit no trīsdesmit piektā gada, kad šo ēku uzbūvēja, par velti bija visādi koncerti un pašdarbnieki, amatieru teātri. Viņi (apmeklētāji) grib, lai viss šeit būtu par velti. Un viņi drausmīgi satracina cilvēkus, ja, piemēram, notiek koru koncerts un par to prasa biļeti.*

Liepājas pilsētas kultūras dzīves pārvaldībā iesaistītie respondenti uzsver, ka kultūras dienas kārtības izveidē liela uzmanība tiek pievērsta tam, lai gada griezumā būtu piedāvājums, kas apmierina visus Liepājas iedzīvotājus.

*Es ļoti pacietīgi skaidroju, ka mēs strādājam priekš liepājniekiem un lai katrs...varētu aiziet uz Jūras svētkiem vai Līgo pasākumu. Rūpējamies, lai arī cilvēkiem ar ļoti prasīgu, izsmalcinātu gaumi, elitāru, var teikt, būtu koncertzālē atsevišķi koncerti vai kultūras produkti, kur to savu gardēža apetīti apmierināt...*

*Tad mēs ņemam arī dažus komercbaletus, kas var jebkurai kultūras nama skatuvei piemēroties. Un liekam "Lielajā dzintarā", producentiem tur patīk. ....tas viss ir izpārdots. ...es vienmēr aizstāvu, ka to baletu uz Liepāju ir jāņem, jo mums ir krievu iedzīvotājs un viņu mentalitātei tas patīk.*

Tiek nosaukti arī tādu pasākumu piemēri, kuri vērsti uz auditoriju, kas netiek segmentēta pēc etniskās piederības.

*Tas, kas bija aiz Karostas kanāla Karostā, tā bija cita pasaule. Tur nāca cilvēki, kas nebija tik nodalīti nacionālā ziņā.*

Dati liecina, ka tiek veidots piedāvājums arī zemas maksātspējas auditorijai, turpretim, vairāki respondenti norāda, ka tās piesaistei var būt dažādi šķēršļi un, iespējams, ka ir nepietiekami šīs grupas iedzīvotāju interesēm atbilstošs piedāvājums.

*Kultūras dzīve parasti notiek šeit, centrā, tās pieejamība, kaut vai tīri no pilsētas nomales ....ir atkarīga no to ģimeņu labklājības, kas tur dzīvo. Viņi droši vien ir tie, kas daudz retāk var atļauties būt šeit, centrā, un baudīt kultūras dzīvi, bet, nu, kā jau es teicu, arī tur, man liekas, mainās tā situācija.*

Tiek norādīts, ka ir gadījumi, kad ir zināmas grūtības piesaistīt konkrētiem pasākumiem auditoriju arī tad, ja pasākuma ieejas maksa ir salīdzinoši zema.

*... Un, tad ir tā, ka mēs piedāvājam kvalitatīvu izrādi ar nomaksātiem nodokļiem, bet mūs negrib ņemt, jo trīs, četrus eiro neviens nebūs gatavs maksāt. Tās būtu lietas, kas jārisina.*

Respondenti dažādos kontekstos uzsver, ka tiek īpaši domāts par krieviski runājošās auditorijas kultūras vajadzību apmierināšanu.

*Šī publika parādās, tad, ja atbrauc, piemēram, ciemos "Zelta maska" festivāls. Tur ir šīs izrādes, tad viņi ir šeit, tad viņi vismaz reiz gadā ir Liepājas teātrī. Citā laikā, protams, tas ir LOC, sporta kultūras nams, LOC zālē tad arī ir šīs viesizrādes, dažādas teātra trupas tiek aicinātas krieviski runājošai auditorijai. Tas ir tas, ko viņi vairāk apmeklē.*

*Un krievvalodīgos, man liekas, ka es redzu vairāk koncertos "Lielajā dzintarā", arī teātra izrādēs.*

*Cirks, bērnu izrādes, mazākumtautību koncerti. Milzīgi liels segments.*

Tiesa, viedoklis par piedāvājuma pietiekamību un atbilstību krieviski runājošās auditorijas kultūras vajadzībām nav viennozīmīgs, jo citviet uzsvērts arī piedāvājuma trūkums šim auditorijas segmentam.

### Piedāvājuma kvalitāte

Pētījumā konstatēts, ka pastāv ļoti atšķirīgas kultūras organizāciju stratēģijas attiecībā uz piedāvājuma un programmu veidošanu. "Lielais dzintars", Liepājas Olimpiskais centrs, Liepājas Tautas mākslas un kultūras centrs, kā arī citas kultūras iestādes izmanto atšķirīgas pieejas un kritērijus kultūras piedāvājuma elementu atlasē programmas veidošanā. Pastāv arī diskusija par nepieciešamību piedāvāt populārās kultūras produktus, bet dominē pieņēmums, ka, ja ir pieprasījums, tad kultūras piedāvājumam jāapmierina arī pieprasījums pēc populārās kultūras produktiem, jo dažkārt šāda kultūras pieredze var rosināt interesi par citu piedāvājumu. Ir respondenti, kuri uzsver jaunu vērtību un tehnoloģiju integrēšanu kultūras piedāvājuma veidošanā.

*Iespējams mums jāsāk domāt par citām lietām, par zaļo domāšanu, ko aizstāt ar pašreizējo ugunošanu. Ne pilnībā atteikties, bet mīksēt un skaidrot to sabiedrībai. Mums nepieciešams skatīties ārpus, bet arī nepazaudēt Liepājas smeķi.*

*Pasākumu kontekstā un realizācijas kontekstā, protams, nāk jaunas tehnoloģijas, idejas, risinājumi.*

### Piedāvājums, kur neliels un izteikti segmentēts auditorijas apjoms

Kā problēmjautājums tiek izvirzīts arī temats par to, kāda loma kultūrvidē ir pasākumiem, kuri piesaista nelielu auditorijas daudzumu. Īpaši daudz piemēru šādām situācijām, kad auditorija ir neliela, tiek minēts saistībā ar amatiermākslas pasākumiem.

*Protams, ka tas cilvēku loks, kas apmeklē mūsu pasākumus, arī ir diezgan noteikts, jo uz amatiermākslu krēslus nelauž, tā kā mums ir diezgan grūti sevi parādīt un pierādīt starp visām tām pārējām institūcijām, ka mēs arī tādi esam. Un vispār bieži jautā – ko jūs te vispār darāt?*

*...tā kā mums ir dažādu vecumu kolektīvi: kur pārsvarā ir seniori dejojāji vai vidējā paaudze, tad zālē ir vairāk seniori, protams. Ja ir interesējošs piedāvājums, nezinu, deju festivāls, kurā varbūt dejo cilvēka paziņas, kolēģi, tad nāk arī vidēja vecuma cilvēki. Salīdzinoši maz ir jaunieši. Ja ir pasākums, kur piedalās bērnu kolektīvi, tad, protams, auditorija ir liela daļa vecāku, tas ir pilnīgi loģiski. Radi, draugi, paziņas, tad ir tas kontingents, un tas arī ir pilnīgi normāli.*

Protams, amatiermākslas pasākumiem ir citas funkcijas (saistītas ar nemateriālā kultūras mantojuma saglabāšanu un kultūras līdzdalības iespēju nodrošināšanu), tāpēc auditorijas apjoms nav skatāms kā nozīmīgākais šo norišu kvalitātes kritērijs.

Tas, vai kultūras piedāvājums sasniedz vai nesasniedz ieinteresēto auditorijas daļu, lielā mērā ir saistīts ar prasmes/prasmju trūkumu veidot kultūras produkta mārketingu. Vairāki KRI sektora pārstāvji uzsver nepieciešamību attīstīt auditorijas piesaistes instrumentus, jo īpaši produktam, par kuru auditorijai ir maz priekšzināšanu.

*Šobrīd mums ir Janis Rozentāls. Mēs esam savākuši no Kurzemes muzejiem tādu mazu kolekciju, necilu kolekciju no tiem darbiem, kas nav bijuši tik reprezentabli, kas vienmēr ir stāvējuši vairāk krājumā, viņi nav bijuši eksponēti tik bieži. Nu, tad šobrīd cilvēki uz to izstādi nāk strīpām. Tad tas nozīmē, ka viņiem patīk tas, ko viņi pazīst. Bet, ja tu pieliec kaut kādu jaunu, mums bija no Kazahstānas Leila Mahata, ļoti laba māksliniece. Tev ir kaut kā jāiestāsta, ka tas ir forši, ka to vajag apskatīt, ka tas ir citādāk. Nu, ar ļoti lielu piepūli. Bet tas, ko cilvēks pazīst, kas viņam pazīstams, tad vieglāk.*

### Kāda tipa kultūras produktu piedāvājums nepietiekams

Respondenti nosauc vairākus kultūras produktu veidus, kas, viņuprāt, pietrūkst pašreizējā kultūras piedāvājumā. Visbiežāk tiek norādīts, ka trūkst laikmetīgās mākslas piedāvājuma, starptautiska mēroga kultūras notikumi un notikumi, kas piesaista lielus auditoriju apjomus.

*Man ir pieredze sadarbībā ar Latvijas Nacionālo kultūras centru un ar viņu rīkotajiem dažādiem notikumiem. Man ļoti gribas, lai Liepājā arī ienāk šie starptautiska mēroga notikumi, kas notiek Latvijā, bet lai viņi iegriežas Liepājā, jo tas arī dod Liepājai citu vilkmi.*

Respondentu viedokļi jautājumā par liela mēroga notikumu (ar plašām apmeklētāju masām) piesaisti gan nav vienoti, jo tiek piedāvāts scenārijs balstīt kultūras dzīvi uz neliela mēroga pasākumu klāstu.

*Man, atbalstot šo pasākumu, nav liela interese naudu iztērēt tikai tāpēc, ka viņa būtu jātērē. Es domāju, ka tik lielu festivālu mums šeit nevajag, drīzāk vietējos un mazākus, bet katru nedēļas nogali. Tie varētu būt sporta, deju, mūzikas, ēšanas notikumi. Šis noklātu daudz vairāk un ilgāk. Šāda pieeja gan radītu riskus zaudēt būtiskus komerciālus ieguvumus viesmīlības biznesa un satiksmes sektora pārstāvjiem.*

**Secināms**, ka KRI operatori ir vienprātīgi par to, ka Liepājas kultūras dzīves piedāvājuma klāsts ir kvantitatīvi apjomīgs, taču dalās domas par šī fakta ietekmi uz auditorijas piesaistes iespējām, pastāvot tik intensīvam piedāvājumam. Daļa respondentu uzsver, ka šāda situācija rada auditorijas samazināšanās riskus, taču citi šo situāciju vērtē kā atbilstošu pilsētas kultūras dzīvei, kas risināma, aktīvi reklamējot pasākumus un attīstot jaunas auditorijas piesaistes stratēģijas. Respondenti uzskata, ka kultūras piedāvājums ir pietiekami daudzveidīgs, tiek arī atzīts, ka tiek veikts mērķtiecīgs stratēģisks darbs pie piedāvājuma dažādošanas. Tiek pieņemts, ka piedāvājums atbilst dažādu auditorijas segmentu interesēm, nedaudz problematizējot jautājumu par piedāvājuma atbilstību krievu auditorijas interesēm un to iedzīvotāju kultūras vajadzībām, kuriem ir zemāks ienākumu līmenis. Viedoklis dalās jautājumā par iespējām kontrolēt piedāvājuma kvalitāti, jo dažādas kultūras organizācijas izmanto atšķirīgas stratēģijas un mērķus savas kultūras programmas veidošanā. Pieeju spektrs variējas no izteikti vājas kvalitātes kontroles (kurš pirmais piesakās, to ņemam) līdz izsmalcinātai programmas veidošanas stratēģijai ("Lielais Dzintars", Liepājas Olimpiskais centrs u.c.). Diskutabls ir jautājums par pasākumiem ar maza apjoma auditorijām gan amatiermākslas, gan profesionālās mākslas piedāvājuma ietvaros, izvirzot jautājumus par šo pasākumu komerciālās nozīmes iepretim kultūras līdzdalības un eksperimentālā aspekta līdzsvara saglabāšanai. Tiek atzīts, ka liela nozīme ir iespējām profesionāli reklamēt pasākumu norises, kā arī aktualizēts jautājums par liela mēroga pasākumu atbalstu un intensitāti Liepājā.

### **Kultūras auditorijas raksturojums**

Kultūras auditorijas piesaiste ir viens no būtiskākajiem problēmjautājumiem, kas risināms KRI sektora pārstāvjiem, jo cilvēku līdzdalība (gan aktīva, gan pasīva, gan tieša, gan netieša (ar mediju starpniecību)) sektora aktivitātēs ir viens no būtiskākajiem efektiem, uz ko tās ir vērstas, tāpēc ar auditoriju saistīti rādītāji bieži tiek izmantoti KRI sektora aktivitāšu sociāli-ekonomiskās ietekmes noteikšanā. Kvantitatīvie rādītāji bieži tiek izmantoti, lai ilustrētu pasākumu ekonomiskos efektus (maksas produkta gadījumā), bet auditorijas sociāli demogrāfiskos rādītājus biežāk izmanto pasākumu sociālās ietekmes noteikšanai. Šajā sadaļā atspoguļoti KRI sektora operatoru priekšstati par Liepājas kultūras un radošo aktivitāšu auditorijas kvantitatīvo apjomu, sociāli demogrāfisko sastāvu (daudzveidību) un arī teritoriālo pārklājumu, auditorijas interesēm un prasībām pēc mākslinieciskās kvalitātes, kā arī auditorijas pārklāšanās problēmu blīva kultūras piedāvājuma apstākļos.

### **Auditorijas kvantitatīvie raksturojumi**

Viens no priekšnoteikumiem, lai veiktu auditorijas apjoma analīzi, ir KRI operatoru darbs pie auditorijas uzskaites un datu apkopošanas. Interviju un fokusgrupu diskusiju dati liecina, ka dažādu organizāciju un pasākumu rīkotāju praksē auditorijas statistiskās uzskaites un analīzes aktivitātes tiek veiktas ļoti atšķirīgi. Lielā mērā tas ir atkarīgs no organizācijas/iestādes menedžmenta kultūras un padotības veida. Auditorijas apjoma noteikšana vissarežģītākā ir bezmaksas brīvības pasākumos, kur iespējams izmantot tikai vizuāla novērojuma metodes.

*Parasti pasākumu organizētāji apstaigā teritoriju un vizuāli nosaka. Mums ir problēmas ar vietām, kur organizēt masu pasākumus, tagad drošības apsvērumu dēļ no augšas nevar fotografēt. Ir bijis tā, ka nofotografē no augšas un vēlāk rēķina uz kvadrātmetru, cik daudz ir sanākuši. Esam skatījušies, vai cilvēku skaits pieaug.*

Būtiska kultūras auditorijas problemātika, kas ir raksturīga arī Latvijas dzīvei kopumā, ir salīdzinoši neliels unikālo kultūras apmeklētāju skaits, kas rada auditorijas pārklāšanās riskus vienlaicīgu kultūras norišu gadījumā. Praksē tas izpaužas tādejādi, ka ir neliels cilvēku loks (t.s., "kultūras visēdāji"), kas ir aktīvi kultūras patērētāji un savu apmeklējumu veido, tiecoties pēc maksimāli plašas un daudzveidīgas kultūras pieredzes. Šī grupa iedalāma tādos, kuri dominējoši izmanto maksas piedāvājumu (profesionālo mākslu), un tādi, kuri orientēti uz bezmaksas pasākumiem (amatiermāksla).

*Šī situācija ir visai sarežģīta, jo mēs bijām konstatējuši, ka Liepājā pēc būtības aktīvais kultūras patērētāju skaits, kas reāli aktīvi patērē, ir apmēram 3000 cilvēku no visiem pilsētas iedzīvotājiem. (Apmēram 4% no Liepājas iedzīvotājiem – autoru komentārs.)*

*Respektīvi, šis ir tas stāsts, tas ir tāds mazais iekšējais humors, bet to, man liekas, citi arī ir atklājuši... „Kas te nāk uz pasākumiem?” – „Tas jau Liepājas trīsdesmitnieks.” Tā, kā jūs minat, kaut kāds 30 cilvēku loks, kas ir visur.*

Šādā gadījumā vienlaicīgu pasākumu norise patiesi rada auditorijas samazinājuma riskus konkrētajos pasākumos. Palielinot unikālo apmeklētāju skaitu, tiecoties apgūt jaunas auditorijas, šis risks tiek mazināts.

*Man gan liekas, ka Liepājā ir tā publikas daļa, kas apmeklē un ir ieinteresēti kultūras jautājumos, tie ir vieni un tie paši. Tu viņus redzi teātrī, izstāžu atklāšanā, koncertos. Tā ir noteikta sabiedrības daļa, kas par to interesējas. Varbūt tieši grūtāk ir dabūt jaunu publiku.*

*Ja Jūs padzīvotu Liepājā mēnesi un ietu uz visiem pasākumiem, Jūs satīktu vienus un tos pašus cilvēkus (smejas). Gribētos, lai šī daļa kļūtu plašāka. Vai arī, lai cilvēki var atļauties, vai viņiem ir laiks tam.*

Ja netiek praktizēta jaunas auditorijas apguves politika, tad katra jauna "spēlētāja" ienākšana KRI sektora tirgū rada auditorijas sarukšanas riskus esošajiem. Liepājas gadījumā īpaša nozīme kultūras auditorijas uzvedības maiņā bija koncertzāles "Lielais Dzintars" darbībai.

*Šajā brīdī man ir sajūta, ka kultūras iestādes cīnās par apmeklētājiem.*

*Tirgus ir mainījies, tas ir skaidrs. Es atceros, cik teātrim grūti gāja pašos pirmsākumos, kad atvēra Dzintaru, jo tās auditorijas ir ļoti līdzīgas. Tā saucamā intelektuālā auditorija, kura iet uz teātri regulāri un kura regulāri arī apmeklē klasisko mūziku, un tad, jā, es atceros, tajā laikā bija ķibeles teātrim, jo visi gribēja iet skatīties, kas tur ir tajā Dzintarā, kāds viņš izskatās. Auditorijas kritums bija ļoti liels.*

*Bet mūs ietekmē "Liepājas Dzintars". Ļoti spēcīgi, ļoti spēcīgi. Jo "Liepājas Dzintars" un mūsu auditorija ir diezgan līdzīga.*

Būtisks KRI sektora sociālās un kultūras ietekmes rādītājs ir auditorijas kvalitatīvie raksturojumi, jo iedzīvotāji ar dažādām sociāli demogrāfiskām pazīmēm, iegūstot kultūras pieredzi, vienlaicīgi uzkrāj noteiktu sociālo un kultūras kapitālu, turklāt dažādas kultūras kopienas ar savu pieprasījumu ietekmē KRI produkta saturu un māksliniecisko kvalitāti. Liepājas KRI sektora pārstāvji uzskata, ka pilsētas kultūras auditorija ir ļoti daudzveidīga, jo to veidojis bagātais kultūras organizāciju un citu KRI sektora aktivitāšu piedāvājums.

*Jo vairāk darbosies teātris, koncertzāle un arī muzejs, un citi kultūras pasākumi būs kā laikmetīgās mūzikas festivāls šeit uz vietas, jo vairāk jau tā publika augs līdzī. Tā īsti, nu, līdz galam viņa tam sagatavota nav.*

*Liepājas iedzīvotājs ir ļoti konservatīvs, bet tai pat laikā mums ir mūzikas skola, mākslas skola un tad tā blice tāda veselīga. Tur ir starp tiem, kam patīk konservatīvās lietas vai otrādi.*

*Biedrības nams rīko visādus šlāgerus, ko es ilgi negribēju ielaist. Bet ir liepājnieku kategorija, kam arī tas vajadzīgs.*

Priekšstati par Liepājas kultūras auditoriju ir neviennozīmīgi. Daži respondenti uzsver, ka Liepājas iedzīvotāji kā auditorija ir ar pietiekami augstām prasībām pēc kvalitātes un kultūras produkta unikalitātes.

*Es teiktu, ka vidējais Liepājas kultūras patērētājs ir salīdzinoši prasīgs. Mēs viņu esam izlutinājuši, jo tiešām mums kultūras dzīve ir ļoti bagāta... Kā pilsēta mēs piedāvājam tik daudz pieredzes, ka tas cilvēks spēj ļoti attīstīties tajā kultūras izpratnē. Es teiktu, ka mums ir ļoti prasīgs kultūras cilvēks.*

*Arī apmeklētāji atklāšanā bija ap četriem, pieciem simtiem. Tas ir milzīgs daudzums priekš tādas Karostas. Tajā brīdī likās, ka to pārspēt vairs nevar.*

Tomēr, tiek izteikts arī pieņēmums, ka Liepājā auditorija ar zemām mākslinieciskās kvalitātes prasībām.

*...es domāju, ka vietējās publikas kultūras līmenis dažkārt netiek līdz Liepājas kultūras dzīves piedāvājumam. Tāpēc arī ļoti daudzi nāk strādāt uz ārpusi un piesaistīt iebraucējus, jo vietējie iedzīvotāji ne līdz galam to tā pieņem.*

*Jo arī muzejā mēs ar Francijas kolekcionāru rīkojam franču sirreālistu izstādi... Karzū mums bija un vēl trīs Francijas pazīstamu sirreālistu darbi. Nevis gleznas, bet grafikas. Nu, tad tās te stāvēja... kāds atnāca, nu, ir, ir, ir, ....bet, kad atbrauca no Mākslas akadēmijas vai arī no Rīgas kādi cilvēki, kas ir mācījušies un zina šos vārdus, nu, viņi vienkārši spiegdami gāja pa to telpu.*

Liepājas daudzveidīgas un intensīvais kultūras piedāvājums spēj nodrošināt plašu auditorijas teritoriālo pārklājumu, piesaistot apmeklētājus no citiem Latvijas reģioniem un ārvalstīm. Vairāki KRI operatori auditorijas paplašināšanu saskata kā nozīmīgu tūrisma biznesa instrumentu.

*Mēs arī caur šo kultūras dzīvi redzam to kā veidu, kā uz šejieni tūristus aicināt. Ar šiem te lielajiem kultūras projektiem, ar koncertsērijām vai atsevišķiem koncertiem aicināt.*

*...to mēs arī redzam savās atskaitēs no viesnīcām, kur ir šīs te konkrētās nedēļas nogales, kad ir koncerti, kuri tiek izsludināti.*

Apmeklētāji no citām Latvijas apdzīvotajām vietām veido nozīmīgu auditorijas daļu gan "Lielajā Dzintarā", gan LOC rīkotajos pasākumos, gan citu kultūras organizāciju (Liepājas teātris, muzeji) un producentu rīkotajos pasākumos, festivālos u.tml.

*Uztaisa kādu koncertu pie mums un brauc no Valmieras, nu, reāli no Vidzemes gala brauc uz koncertu. Jo mēs gluži vienkārši Biļešu servisā redzam, kur ir pirkta biļete. Un mēs redzam, ka tur ir visa Latvijas karte, un ir skaidrs, ka visa pamatā, protams, ir tas produkts, ko tu cel priekšā.*

*Savukārt Liepājas teātris arī strādā ļoti daudz uz Latvijas iedzīvotāju. Tāpat kā "Lielais Dzintars". Tur ir pilnīgi cita mērķa grupa, un mēs tur nevaram konkurēt, un mēs arī necenšamies, un tas arī nav vajadzīgs.*

Aktīvākie KRI sektora operatori sekmīgi piesaista apmeklētājus arī no ārvalstīm, mēģinot aktivizēt mārketinga aktivitātes uz konkrētu teritoriju (piemēram, Lietuva) auditorijas segmentiem.

*Pamatā tā Rīgas auditorija noteikti būtu, bet tā var būt arī Skandināvija, Vācija, tuvākā reģiona valstu iedzīvotāji, kuri brauc uz kādu augsta līmeņa koncertu "Lielajā Dzintarā" vai arī uz "Pūt, vējiņi" vasarā.*

Īpaši tiek uzsvērti arī prakse, kad viens aktīvs spēlētājs darbojas kā enkurobjekts, kas piesaista auditoriju arī citām KRI sektora norisēm.

*Un tikko ir Liepājā, jo "Liepājas Dzintars" atved apmeklētājus no malas, no citas vietas Latvijā. Dažkārt arī no Lietuvas, dažkārt vēl tālākām vietām.*

*Pie tā tiek nopietni strādāts, lai brauktu ne tikai rīdzinieki, bet arī Baltijas valstu ciemiņi. Zinu, ka aktīvi strādā piesaistē ar iebraucējiem no Lietuvas.*

*Vēl ārzemju tūristi, pārsvarā vecā Eiropa, kas brauc vasarā. Krievijas krievi brauc uz jūrmalu, inteligentā daļa, man ar šādiem ir sadarbība, apmeklē arī kultūras pasākumus, tie tiešām ir tādi gardēži.*

*Varbūt viens no virzieniem, kur mums mēģināt strādāt, bija arī Lietuva. Tā kā šobrīd mūsu simfoniskā orķestra vadītājs ir Lietuvas diriģents, tad attiecīgi mums bija tāda cerība, ka mēs šeit arī Lietuvas publiku varētu vairāk redzēt.*



KRI sektora pārstāvjiem ir dažādas pieredzes jautājumā par Liepājas iedzīvotāju kultūras interesēm. Viens viedokļu spektrs aptver pieņēmumus, ka intereses ir ļoti daudzveidīgas un cilvēku kultūras aktivitātes ir izteikti segmentētas.

*Man liekas, ka tas vairāk segmentējas, ja esi cilvēks, kuram interesē vizuālā māksla, Tu ej uz izstāžu atklāšanu, ja Tu esi cilvēks, kuram interesē teātris, viņš iet uz teātra izrādēm. Koncertiem vairāk "Lielais Dzintars". Vieta, kurā visi satiktos vienviet, tādu vietu nav.*

*Tā kā, man liekas, ka liepājnieks, gluži tāpat kā pilsētas vadība, bieži vien ir diez gan snobisks, kā savulaik teica Oļģerts Kroders. Viņi paši īsti nezina, ko viņi grib. Ko vajag? Ko nevajag? Un tad bieži vien vajag ļoti daudz, kā vecos laikos teica, maizi un izrādes.*

*Pierakstoties bibliotēkā, jau parādās, vai viņš ir pensionārs vai students, vai darba spējīgā vecumā esošs cilvēks. Izejot no tā, mēs arī vadāmies. Piedāvājumu mēs organizējam, lai būtu vienai vai otrai auditorijai interesanti. Visvieglāk, vīsaistošāk, visatdevīgāk ir strādāt ar bērniem, jo tā ir ļoti pateicīga publika, tā patiešām ir ieinteresēta.*

*Bet caur "Zelta Masku" vai baletu krievu iedzīvotājs ir atradis taciņu uz teātri, viņš pēc tam skatās, vēl tur ir tāda izrāde „Precības”, kurā nav vajadzīgas valodas zināšanas. Jo mums tomēr ir... Pie tam viņi ir ļoti liels vairums, viņi ir ne tikai nelojāli Latvijai, bet arī naidīgi noskaņoti.*

Cits skatījums ir tiem, kuri uzsver, ka Liepājā ir liela daļa cilvēku, kuriem nav attīstītas kultūras un mākslas vajadzības un intereses.

*Es vispār biju ļoti skeptisks daudzus gadus pat vairāk par to, ka.. mums ir kontingents, kuram tiešām nekas neinteresē, bet es nemācēju izdalīt proporcijas, tādi ir gan latviskajā, gan krieviskajā vidē.*

*Bet es redzu, ka tā laikmetīgā māksla cilvēkus tomēr neinteresē...ka viss, ko tur ieliek muzejā, nav vajadzīgs.*

**Secināms,** ka kultūras auditorija ir būtisks KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes rādītājs. Liepājas kultūrvidē raksturīga kultūras auditorijas problemātika, kas ir raksturīga arī Latvijas dzīvei kopumā, jo nelielais unikālo kultūras apmeklētāju skaits rada auditorijas pārklāšanās riskus gan profesionālās, gan amatiermākslas piedāvājuma gadījumā. Auditorijas intereses ir ļoti atšķirīgas, bet pastāv ticams pieņēmums, ka liela Liepājas iedzīvotāju daļa neiesaistās Liepājas kultūras dzīvē, aktualizējot nepieciešamību attīstīt un izmantot jaunas auditorijas piesaistes instrumentus. Kā problemātiskākie auditorijas segmenti tiek minēti Liepājas iedzīvotāji, kuri ikdienas saziņā dominējoši izmanto krievu valodu, kā arī cilvēki ar zemiem ienākumiem. Spēcīgākie KRI sektora operatori sekmīgi piesaistījuši auditoriju no citiem Latvijas reģioniem un ārvalstīm, ko izvirza kā vienu no darbības stratēģiskajām prioritātēm. Šis auditorijas aspekts tieši sasaista KRI sektora operatorus ar tūrisma un viesmīlības biznesa pārstāvjiem.

Liepājas KRI sektora operatoru pašnovērtējums par Liepājas kultūras dzīves vispārējām iezīmēm, kā arī specifiski par piedāvājuma un pieprasījuma/auditorijas raksturīgākajām pazīmēm ļauj veidot pieņēmumus par sektora spēju radīt kultūras un mākslas vērtības, tā sociālās un ekonomiskās ietekmes potenciālu, par (infrastruktūras, personāla, tehnoloģisko) resursu pieejamību, par noteiktām kultūras auditorijas un tās sasniegšanas (mārketinga) prasmēm, kas tomēr pagaidām attīstītas neviendabīgi, par informācijas apmaiņu un darbības koordināciju, kuru būtu nepieciešams attīstīt, kā arī inovāciju potenciālu sektorā. Sektora pozitīvo un negatīvo iezīmju pašnovērtējums liecina, ka daļa no sektora iezīmēm ir tipiska visai Latvijas kultūrvidē, bet daļa – specifiska tieši Liepājai.

#### *Priekšstati par galvenajiem kultūras dzīves dalībniekiem un to partnerību/tīkliem*

KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes novērtējuma veikšanai nozīmīgs solis ir sektora dalībnieku identificēšana, kas ietekmes mērījumos izpaužas kā kartēšanas aktivitātes. Šajā pētījuma posmā netiek veikta kvantitatīva sektora kartēšana, veicot KRI sektora operatoru statistisku uzskaiti (pamatojumu skatīt Ziņojuma 2. nodaļā), bet tiek veikts redzamāko sektora

pārstāvju darbības raksturojums, īpašu uzmanību pievēršot arī to partnerībai un sadarbības potenciālam, kas uzskatāms par būtiskāko KRI sektora attīstības priekšnoteikumu.

Kultūras iestādes un kapitālsabiedrības kā “radošo industriju” pārstāvji identificē plašu loku ar saviem sadarbības partneriem, kas tieši iesaistīti šo organizāciju produktu tapšanā – runa ir par reklāmu, izdevējdarbību, dizainu, mūzikas industriju, multimediju, spēļu un tehnoloģiju uzņēmumiem. Kā radošās industrijas tiek identificētas arī nozares, kam nav tiešas saistības ar pašu respondentu darbību – piemēram, arhitektūra. Arī šajos gadījumos runa ir par komercuzņēmumiem (peļņas gūšanu), taču visai izteikti izskan šo uzņēmumu vai indivīdu iesaiste kultūras produkta tapšanā, ilglaicīgas un daudzveidīgas saiknes. Šajā apakšnodaļā aprakstīsim KRI sektora pārstāvju priekšstatus par atsevišķu personību lomu sektora attīstībā, par sektoram nozīmīgākajām organizācijām, vietām, kā arī nozīmīgākajām partnerības izpausmēm gan starp kultūras organizācijām, gan ar Liepājas pašvaldību, gan kultūrizglītības iestādēm.

### **Galvenie kultūras dzīves dalībnieki: cilvēkresurss un vietas resurss**

KRI sektora pārstāvji intervijās un fokusgrupu diskusijās norāda, ka Liepājā kultūras dzīves un KRI sektora attīstībā kopumā liela nozīme bijusi gan kultūras un radošajām personībām, gan viedokļu līderiem politikā, kuri spējuši aizstāvēt idejas par KRI sektora attīstību.

*Ļoti daudz ko nosaka radošās personības un viņu sapratne par kultūras lietām un par to, ka arī mūs uzklausa un atbalsta, un stimulē. Tas ir ļoti, ļoti svarīgi.*

Respondenti intervijās nosauc tādu personību ietekmi uz sektoru kā Silva Golde, Dace Bluķe, Maija Pļava, Ilze Eņiņa, Pēteris Taukulis, Aldis Kļaviņš, Atis Egliņš-Eglītis, Imants Resnis, Herberts Laukšteins, Baiba Bartkeviča un citi. Tāpat, respondenti atzīst, ka Liepājas pilsēta ekspertu statusā dažādu jautājumu risināšanā piesaistījuši savas jomas ekspertus. Kā nozīmīgu spēku KRI sektora attīstībā vairāki respondenti min NVO sektoru, bet, jo īpaši izceļ Liepājas neformālo līderu un neatkarīgo mākslinieku (frīlanceri jeb (angl. *freelance*) pašnodarbināti) lomu radošās vides uzturēšanā. Pētījums ļāva konstatēt, ka Liepājā ir iespējams identificēt vairākus spēcīgus aktorus, kuriem ir liela nozīme Liepājas KRI sektora attīstībā. Jo īpaši liela nozīme, respondentu skatījumā ir koncertzāles “Lielais Dzintars” vadībai un operatoriem, Liepājas Mūzikas, mākslas un dizaina vidusskolai, jauno mediju mākslas studiju programmām Liepājas Universitātē, kā arī citiem, kuru nozīme tiks tālāk tekstā plašāk raksturota. Kā nozīmīgs resurss KRI sektora attīstībā tiek skatīti ne tikai cilvēki un iestādes vai organizācijas, bet arī konkrētas vietas pilsētas vidē un projekti, kuru ieguldījuma raksturojums arī sniegts tālāk tekstā, kur raksturota Liepājas kā radošās pilsētas attīstības iespējas kultūras un radošo industriju sektora pārstāvju skatījumā.

### **Partnerība**

Kā liecina starptautiskā pieredze KRI sektora attīstībā, liela nozīme ir visu operatoru partnerībai un efektīvai resursu mijiedarbei, kas nodrošina sektora potenciāla un ietekmes pieaugumu. Pētījuma dati ļauj veidot aprakstošu partnerības novērtējumu Liepājas KRI sektorā. Respondentiem ir salīdzinoši vienota izpratne par sadarbības nepieciešamību un nozīmi, taču, vienlaicīgi tiek atzīts, ka konkrētās kopienās, pat līdzīgu interešu grupās ne vienmēr jūtama gatavība sadarboties.

*... tur ir tā nelaime, ka Liepājā tie radošie cilvēki ir, bet viņi grib būt ļoti lieli viensētnieki, viņi neprot sadarboties... Gadu gadiem mākslinieki nav varējuši vienoties par mākslinieku organizācijas vienu kodolu... Tagad ir tomēr izveidojusies mākslinieku kopiena, tagad ir kaut kādi aktīvi cilvēki.*

*Mākslinieku biedrībā mēdz būt saspringtas attiecības, kā jau mākslinieku vidē. Ir arī tādi, kas ir neatkarīgi vai savās grupās apvienojušies, viņi iet viens otram garām un neapvienojās.*

Sadarbības mērķi un izpausmes, protams, ir mainīgas, variējoties atkarībā no sadarbības aktivitātēs iesaistītajiem, kur tiek atklātas īpašas sadarbības formas starp kultūras operatoriem, ar Liepājas pašvaldību, kultūrizglītības iestādēm un uzņēmējiem.

### Sadarbība starp kultūras operatoriem

Respondenti raksturo vairākas sadarbības izpausmes starp kultūras sektora operatoriem, kas izpaužas kā:

- mēģinājumi saskaņot kultūras norišu kalendāru (kas ne vienmēr vainagojas ar rezultātu);
- sadarbība kultūras produkta satūra izstrādē;
- kopīgas plānošanas sanāksmes, diskusijas;
- sadarbība telpu izmantojumā;
- sadarbība kopīgu projektu izstrādē un finansējuma apgūvē;
- “labuma gūšana” (kad viena operatora pasākums atved auditoriju otram);
- savstarpējais atbalsts ekspertīzes sniegšanā;
- savstarpējais atbalsts pasākumu mārketingā un reklāmā.

### Sadarbība ar Liepājas pašvaldību

Respondenti salīdzinoši plaši raksturo savu sadarbības pieredzi ar Liepājas pašvaldību, kur tiek minēti daudzveidīgi sadarbības piemēri, kas ilustrē gan pozitīvu, gan negatīvu pieredzi. Vairāki respondenti nosauc gadījumus, kad notikusi izvērsta sadarbība, kas izpaudusies kā:

- ikdienas komunikācija un informācijas apmaiņa (par šo aspektu saņemti radikāli pretēji viedokļi);
- iesaiste konsultāciju procesā, dalība lēmumu pieņemšanā;
- kompetenču un atbildības jomu sadalījums kultūras pasākumu administrēšanā un citos jautājumos;
- iesaiste kultūras dzīves stratēģiskās plānošanas jautājumos, vīzijas un mērķu izvirzīšanā;
- finansiālā atbalsta saņemšana.

Tiesa, respondenti min arī vairākus neveiksmīgas sadarbības piemērus ar Liepājas pašvaldību, kas izpaudusies kā:

- informatīvā atbalsta trūkums kultūras pasākumu rīkotājiem;
- vispārējs komunikācijas trūkums, netiek dota iespēja tikt visiem nozarē iesaistītajiem;
- lēmumu pēctecības trūkums, nekoncekvence lēmumos.

Raksturojot savus priekšstatus par Liepājas pašvaldības darbu, daži respondenti pauž viedokli, ka Liepājas pašvaldības attieksme pret kultūras norisēm un KRI sektoru kopumā ir virspusēja, ka sektora nozīme un loma netiek novērtēta, jo tiek akcentēts diskurss, ka sektors tikai prasa ieguldījumus, bet nerada ekonomiskos labumus.

Raksturojot sadarbību ar Liepājas pašvaldību, tiek pausts arī viedoklis, ka lietderīga būtu aktīvāka starppilsētu un starpnovadu komunikācija un pieredzes apmaiņa, kā arī citas sadarbības formas ar citām pašvaldībām Latvijā. Tāpat, būtisks sadarbības aspekts ar pašvaldību, ko uzsver gan publiskie, gan NVO, gan komerciālie operatori, ir – līdzsvara meklējumi starp neiejaukšanos un pašvaldības sniegtajām atbalsta formām.

### Sadarbība ar izglītības iestādēm

Vairāki KRI sektora pārstāvji uzsver sadarbības nozīmi ar izglītības iestādēm. Kā nozīmīgi partneri tiek atzīta Liepājas Mūzikas, mākslas un dizaina vidusskola, Liepājas Valsts tehnikums, Liepājas Universitātes maģistra studiju programma “Jaunie mediji un audiovizuālā māksla” un akadēmiskā bakalaura studiju programma “Jauno mediju māksla”, uzsverot, ka dažādu līmeņu studējošie ir skatāmi kā nozīmīgs resurss. Lielākajā daļā gadījumu tiek sniegtas pozitīvas atsauces par sadarbības pieredzi ar šīm izglītības iestādēm.

*Mēs ļoti labi sadarbojamies ar Liepājas Mūzikas, mākslas un dizaina vidusskolu, mums ļoti daudzi pirmsinkubācijas un daži inkubācijas klienti nāk no šīs skolas.*

Viedokļi par sadarbības iespējām ir ļoti atšķirīgi – vairāki respondenti nosauc labas sadarbības prakses iespējas, bet citi – norāda, ka sadarbība nav izdevusies. Pievienojam izteikumus, kas apliecina neviennozīmīgi vērtējamo pieredzes raksturojumu ar Liepājas Universitāti.

*Mums ir bijusi ļoti laba sadarbība ar jauno mediju mākslas studentiem, mums ir bijuši kopīgi festivāli. Mums ir novembrī festivāls, studējošie rakstīja projekta pieteikumu, lai konkursā saņemtu līdzfinansējumu. Pirms pāris gadiem mums bija starptautisks pasākums, kur rīkojām arī radošas darbnīcas. Ar jaunajiem mediju studentiem mēs veidojām izstādi, viņi bija kuratori, viņi palīdzēja radošo darbnīcu veidošanā, kur piesaistījām ārvalstu mākslinieci no Francijas. Viņa no mācību vides aicināja skolēnus.*

*Labs sadarbības partneris ir Liepājas Universitāte. Mēs sadarbojas ar interjera un vizuālās mākslas programmu. Mums šogad ir sadarbības līgums, studenti nāk pie mums praksē.*

*Man ir specifiska pieredze caur elektroniskās mūzikas skatuvī un cilvēkiem, ar kuriem esmu iepazinusies šajā laukā. Šiem cilvēkiem ir spēcīga saikne ar jauno mediju programmu Liepājas Universitātē, jo tie ir tie radošie cilvēki, kuri iziet arī uz tehnoloģijām. Ja es gribētu kaut ko veidot, noteiktu runātu ar viņiem, jo tā ir vispazīstamākā un tuvākā saikne man.*

*Par aktieru kursu, kas veidojās Liepājas Universitātē, programma tapa strauji, bija doma, ka mēs mācam dramatiskā teātra un leļļu aktierus. Sākotnēji viņi apgūtu šīs profesijas pamatu kopā un vēlāk specializējas. Tā nesanāca, teātrim vajadzēja visus šos aktierus. Šobrīd, kā jau visās augstskolās, pēc pirmā kursa sāk atkrīst studenti. Ir viena studente, kura saprata, ka nevēlas būt dramatiskā teātra aktrise, bet mums ļoti labi der un ir vienošanās, ka aktiermeistarību, praktiski strādājot, viņa mācās pie mums. Viņi apmeklē visus mācību priekšmetus un arī viņas kursa biedri nāk, dažam labam pat acis iemirdzas, ceram uz puīšiem.*

*Liepājas universitāte ir partneris tai ziņā, ka universitātes telpās darbojas mūsu divi kori, jo abi divi vadītāji ir mācībspēki. Nu kāda sadarbība, mēs maksājam viņiem naudu, pašvaldība maksā par telpām. Bet sadarbība tāda ļoti konkrēta ir mazāk, tā ir vairāk bibliotēkai, gan ar humanitāro institūtu. Tur mums nav tādas pārklāšanās daudzas bijušas.*

*Jā, nu par studentiem, par Liepājas Universitāti ir īpašs stāsts, jo viņi muzeju neapmeklē. Mēs esam runājuši ar pasniedzējiem, nu, ja viņi atzīst, ka – tas mūs neinteresē.*

*Ar Liepājas Universitāti neesam daudz kopā strādājuši. Mums gan ir formāla sadarbība, bet tieši klientu skaitā mums nav daudz no Universitātes. Pirmajā vietā ir Mākslas vidusskola ...*

*Mums sāpīgais akmens mazliet ir Liepājas Universitāte, jo no turienes ir maza interese. Sausais atlikums no Universitātes ir maziņš. Viss pārējais ir diezgan labi. Mēs arī šajā gadā esam vairāk sākuši staigāt pa skolām, bet tas ir vairāk saistīts ar sociālo ietekmi, klientus atbalstīt varam tikai no 18 gadu vecuma. Mēs stāstām jauniešiem, ka nevajag baidīties un iet uzņēmējdarbībā.*

*Man nav bijis laimīgais piemērs. Mums vajadzēja jaunus gidus, tā ir tik forša profesija, tas nav zemi rakt, turklāt, mums ir Universitāte, kur katru gadu sagatavo tūrisma speciālistus.*

Gan pozitīvie, gan negatīvie sadarbības piemēri ar Liepājas Universitāti ļauj secināt, ka sadarbības veiksmē vai neveiksmē lielā mērā ir atkarīga no sadarbības mērķiem konkrētos gadījumos un cilvēkiem, kas attīsta partnerību..

#### Sadarbība ar uzņēmējiem

Dati liecina, ka sadarbībā ar uzņēmējiem dominē trīs diskursi: pirmkārt, tiek raksturota uzņēmēju iesaiste kultūras norišu sponsorēšanā un mecenātismā, otrkārt, Liepājas biznesa inkubatora darbība un treškārt, līgumi ar uzņēmējiem par kultūras norišu tehnisko atbalstu. Zīmīgi, ka paši KRI sektora uzņēmēji reti kad tiek identificēti kā uzņēmējdarbības sektora pārstāvji. Liepājas biznesa inkubatora attīstībai ir bijusi nozīmīga loma sektora potenciāla attīstībā, par to precīzāk nākošajās sadaļās.

**Secināms**, ka Liepājas KRI sektoru raksturo ideja par spēcīgu personību lomu kultūras dzīves attīstībā, kuru ietekme lielā mērā noteikusi kultūras dzīves atbalsta intensitāti vai tā atslābumu no politikas veidotāju puses. Kā nozīmīgs cilvēkresurss tiek nosaukti gan politikas veidotāji, gan kultūras organizāciju vadītāji, gan mākslinieki, gan citi radošās kopienas pārstāvji. Gandrīz visi respondenti uzsver partnerības nozīmi sektora attīstībā, taču neviennozīmīgi vērtē pašreizējās sadarbības izpausmes. Respondentiem ir salīdzinoši vienota izpratne par sadarbības nepieciešamību un nozīmi, taču, vienlaicīgi tiek atzīts, ka konkrētās kopienās, pat līdzīgu interešu grupās ne vienmēr jūtama gatavība sadarboties. Kā izteiktākās sadarbības

linijas fiksējama sadarbība starp kultūras organizācijām (gan valsts un pašvaldību dibinātām, gan NVO, gan privāti finansētām), sadarbība ar Liepājas pašvaldību, sadarbība ar kultūrizglītības iestādēm. Sadarbības intensitāte vērtējama kā neviendabīga un situatīvi virzīta. Vien atsevišķi sadarbības piemēri ļauj to raksturot kā stratēģiski un mērķtiecīgi virzītu ar sistemātiskām aktivitātēm.

#### *Viedoklis par KRI saikni ar Liepājas pilsētas tēlu*

Kultūras un radošā sektora attīstība starptautiskajā un arī Latvijas praksē tiek saistīta ar pilsētu stratēģisku virzību uz radošas pilsētas statusu. Šāds statuss nav normatīvi fiksēts, bet pagājušā gadsimta 90. gados attīstījās, lai konceptualizētu noteiktu pilsētu attīstības stratēģiju vērtību sistēmu, kas vērsta uz radošas vides (cilvēkresursu, aktivitāšu u.c.) uzturēšanu, kas spēj producēt idejas tehnoloģisku un citu inovāciju ģenerēšanai. KRI sektora attīstība akadēmiskajā vidē un attīstības plānošanas dokumentos bieži tiek saistīta ar radošas pilsētas konceptu, tāpēc pētījumā skaidrojām, kā KRI sektora pārstāvji raksturo sektora saikni Liepājas pilsētas tēlu. Tēmas kontekstu veido tas, ka Liepājas pilsēta nesen (2017. gadā) izstrādājusi jaunu pilsētas vizuālās identitātes zīmi, kā arī plānošanas dokumentu "Liepājas pilsētas mārketinga komunikācija 2017.–2021. gadam", kura galvenais uzdevums ir definēt vienotu pilsētas tēlu, izveidojot zīmola platformu un arhitektūru.<sup>22</sup> Plāna vīzijā norādīts, ka "Liepāja ir **radoša** un aktīva piejūras pilsēta, kur cilvēki pilnvērtīgi dzīvo, izglītojas, strādā un atpūšas". Tātad, formāli pilsētas tēla koncepts tiek saistīts ar radošas pilsētas iezīmēm. Šī pētījuma ietvaros respondenti raksturo, kā, viņuprāt, praksē daudzveidīgas KRI sektora izpausmes iespaido Liepājas pilsētas tēlu. Dominē viedoklis, ka Liepāja sevi visu laiku pozicionē kā kultūras galvaspilsēta, un tiek minēti daudzi piemēri, kur kultūras un radošais sektors kopumā tiek skatīts kā Liepājas pilsētas raksturīga iezīme.

*Ja tīri teritoriāli skatāties, tad Liepāja droši vien ir viena no tām pilsētām, kas mēģināja kaut ko radošo industriju ziņā radīt, tādu vienotu centru, ar konkrēti iezīmētu adresi, konkrēti iezīmētu telpu.*

*Kultūrai Liepājā ir ļoti liela nozīme. Liepājai ir ļoti nopietnas ambīcijas šajā ziņā. Par to liecina kaut vai tas, ka mums ir "Lielais Dzintars". Šis politiskais lēmums investēt ļoti lielu naudu, gan piesaistot fondus, gan pašiem investējot miljonus, lai vispār uzbūvētu šo koncertzāli, šis ir ļoti drosmīgs un unikāls lēmums. Tā ir skaidra pozīcija.*

*Nu, man gribētos teikt, ka kultūrai ietekme uz pilsētas zīmolu ir ļoti ievērojama, tāpēc, ka Liepāja ir bagāta ļoti labām, ļoti profesionāli meistariģām vienībām. Pirmkārt, es gribētu minēt Liepājas Simfonisko orķestri, Liepājas teātri, kurš šobrīd ir pašvaldības teātris ...Es domāju arī leļļu teātri divi, es domāju bibliotēkas, sešas, ja ņem pa visu pilsētu kopumā. Liepājas Centrālā zinātniskā bibliotēkā un vēl piecas filiāles. Muzejs....*

*Es domāju, ka Liepājā vienmēr visos laikos, vismaz manas dzīves laikos, ir kūsājusi pietiekoši liela kultūras enerģija. Un tā enerģētika ir stipra un liela.*

*Liepājā visu laiku nepamet sajūta, ka esam bohēmistiska pilsēta, mums ir aura, kas nav uzņēmējdarbības aura, ir tieši tā radošā sajūta.*

*Liepājā vienmēr ir mitis protestantu gars, spilgti viņš parādās arī kultūras dzīvē. Mūs ir saukuši par rokmūzikas galvaspilsētu, tas parāda to, ka kādu laiku noteikti cilvēki šo visu ir iznesuši, ja apskatām, kas tie bija, tie bija protestētāji. Vēlme līst laukā vēl aizvien ir dzīva.*

*Ir novērtēts, ka kultūra ir ne tikai krāšņa puķe, ar ko padīzoties, bet gan, ka tas ir spēks, tā ir jauda, ar ko atpazīt Liepāju. Kuram interesē osta, lielie ceļi, siltinātās mājas. Liepāju atpazīst pēc kultūras.*

Vairāki respondenti atzīst, ka arī konkrētas kultūras organizācijas spēj nozīmīgi iespaidot pilsētas tēlu, jo īpaši akcentējot (koncertzāles) "Lielais Dzintars" lomu gan pilsētas mārketingā, gan ekonomiskajos ieguvumos

<sup>22</sup> Liepājas pilsētas mārketinga komunikācija 2017.–2021. gadam. Skatīts:

[https://faili.liepaja.lv/Dokumenti/Dokumentu-biblioteka/Nolikumi/Liepajas\\_marketinga\\_komunikacija\\_2017\\_2021.pdf](https://faili.liepaja.lv/Dokumenti/Dokumentu-biblioteka/Nolikumi/Liepajas_marketinga_komunikacija_2017_2021.pdf), skatīts 14.04.2019

*“Lielais Dzintars”, manuprāt, šobrīd parādās kā viens no galvenajiem Liepājas mārketinga piesaistes objektiem. Kas, manuprāt, liecina par to, ka kultūra tad ir viens no tiem galvenajiem pilsētas akcentiem, ar ko piesaistīt cilvēku, vai tas ir Latvijas iedzīvotājs, vai reģionu iedzīvotājs, vai ārvalstu iedzīvotājs. Un tas ļauj tiešām pievest tos cilvēkus un nest to naudu no malas klāt.*

*Mums aktuāli ir strādāt ar “Lielo Dzintaru”, kurš nodrošina šo starptautisko dimensiju. “Lielais Dzintars” ir būtisks ārējās komunikācijas instruments, un mēs vedam pasauli uz šejieni. “Lielā Dzintara” zīmols nav pārtraucis savu darbu ar komunikāciju, tas ļoti intensīvi caur tūrismu, mārketingu un citiem kanāliem tieši starptautiskajā tirgū virzās uz priekšu. Liepājai šis zīmols iet pa priekšu, šis ir ārējās komunikācijas galvenais instruments. Ja Liepāja sevi zīmē starptautiskā mērogā Eiropas kultūras kartē, pasaules kultūras kartē, mēs ar vietējiem pasākumiem to nevaram nodrošināt.*

*Šobrīd, es domāju, ka, protams, ka “Liepājas Dzintars” ir mūsu tāds kā zīmols vairāk vai mazāk. Jo mums ir bezgala liels un labs piedāvājums mūzikas ziņā.*

Respondenti min arī citas kultūras organizācijas vai radošas aktivitātes kā nozīmīgas pilsētas tēla iezīmes.

*Nozīmīgs pilsētas tēlam ir arī Liepājas teātris... Liepāja viennozīmīgi skatāma kā teātra pilsēta, kur teātris ir stabila vērtība... Protams, man šķiet, ka jauniem cilvēkiem varbūt, ka vēl joprojām būtiski ir šie pasākumi, Summer Sound, jeb festivāli, kas ir bijuši.*

*...pilsēta sevi var saukt par pilsētu tad, kad tiešām tai ir vai nu labs orķestris, vai labs teātris. Mums ir izcils orķestris un izcils teātris.*

Raksturojot KRI sektora saikni ar pilsētas tēlu, tās komunikācijas un mārketinga aktivitātēm, respondenti arī aktualizē vairākus diskutablus jautājumus, piemēram, kas ir būtiskāka Liepājas pilsētas iezīme – kultūras vai sporta aktivitātes (atsaucoties uz sporta slavenībām, kas dzimušas Liepājā), tāpat tiek akcentēts, ka liela nozīme pilsētas tēla uztverē ir jūras klātbūtnei un pludmales aktivitātēm.

Kā salīdzinoši veiksmīgu KRI sektora saikni ar Liepājas pilsētas zīmološanas aktivitātēm respondenti nosauc akciju “Radīts Liepājā”.

*Pagājušajā gadā bija liela akcija par “Radīts Liepājā”, kur arī radošo industriju pārstāvji bija sagatavojuši video klipīnu. To domu tika mēģināts pacelt saulē, bet viņa līdz galam netika definēta. Tā bija forša akcija, bet, ko viņi ar to gribēja pateikt un ko viņi vēlējās ieviest no sērijas, ka mums ir radošs industrijas Liepājā un, ka mēs ar to nodarbojamies, mums ir ļoti radoši cilvēki, kas gatavi darīt visu radoši un citādāk.. Mēs to visu līdz galam nesapratām.*

**Secināts,** ka KRI sektora elementi pārlicinoši iespaido Liepājas pilsētas iekšējo un ārējo tēlu, taču īpaši spilgti Liepāja tiek asociēta ar kultūras un mākslinieciskās jaunrades izpausmēm, mazāk ar radošumu kā uzņēmējdarbības un inovāciju avotu. Būtiska loma pilsētas tēla uztverē tiek piešķirta “Lielā Dzintara” darbībai.

#### *Liepājas kā radošas pilsētas attīstības iespējas KRI sektora pārstāvju skatījumā*

KRI sektora pārstāvji identificē vairākus resursus, kuri ir īpaši nozīmīgi Liepājas kā radošas pilsētas attīstībā. Respondenti min vairākas kultūrizglītības iestādes Liepājā, kas nodrošina profesionāļus KRI sektoram, vienlaikus komentējot to darbības specifiku un attīstības perspektīvu.

*Mums ļoti spēcīga iestāde ir Liepājas Mūzikas, mākslas un dizaina vidusskola. Pēc skolas absolvēšanas mums ielās staigā cilvēki, kuri ir ļoti spēcīgi konkrētajā nozarē. To mums vajadzētu izmantot. Izaugsmes iespējas pilsētā lielā mērā ir atkarīgas no izglītības iestādēm. Ir jāanalizē, kur tad mums ir spēcīgākās izglītības iestādes.*

*Liepāja ir ļoti radoša pilsēta un radošiem cilvēkiem ir jāapvienojas. ...Arī Jauniešu māja ir diezgan radoša, kas ir tepat netālu, Liepājas Mākslas, mūzikas un dizaina vidusskola ir tālāk, Liepājas Universitātes maker space arī ir kā radoša nozare, IT, bet radoša nozare par virtuālo realitāti.*

*Bez koncertzāles un mākslinieciskās vadības mums vēl ir Liepājas Simfoniskais orķestris, mūzikas skola, šiem ir senas tradīcijas un saknes pilsētā. Ļoti daudzi slaveni mūziķi ir izglītojušies tieši Liepājā.*

*Mums ir savs profesionālais teātris, profesionālais orķestris, mums ir mākslas, mūzikas skola, aktieru kurss. Ja Jūs jautāsiet kādam garāmgājējam, es domāju, ka jebkurš teiks, ka zīmē, muzicē, dejo, viņš kaut ko dara un radoši izpaužas.*

Kultūrvides pārvaldībā iesaistītie atzīst, ka Liepājā ir daudzi elementi, kas veido nozīmīgus priekšnoteikumus KRI sektora attīstībai, vienlaikus atzīstot arī, ka ir nosacījumi, kas vēl jāattīsta.

*...šobrīd tiešām Liepājā ir ....bagāta ar iespējām... ir iespējas radošajiem cilvēkiem izpausties un pilnveidoties. Tā vide ir pietiekoši laba, lai šeit to visu varētu darīt. Un svarīgi ir tiešām tie iztrūkstošie posmi droši vien, kurus ir vēl svarīgi aizpildīt, lai tad tas stāsts varētu būt tāds pilnvērtīgs.*

Liepājā ir attīstītas vietas, kur satikties un radīt. Liela daļa respondentu kā piemēru radošai videi ar potenciālu sniegt ieguldījumu kultūras un radošā produkta jaunradē nosauc vairākus piemērus, taču visbiežāk minēti: Liepājas pašvaldības pārziņā esošais **Kungu ielas radošais kvartāls** (Pētera I namiņš, Folkloras centrs Namiņš""", Jauniešu māja , Dizaina studija "Latva") un **Amatnieku nams Dārza 4/8, (biedrība) kultūras nams "Wiktorija", (dažādi rezidenti) sabiedriskā vieta Juliannas pagalms, (SIA) galerija Romas dārzs.**

#### Kungu ielas radošais kvartāls

*Tā ir tāda vieta – par sētu viņu nesauksim, radošais kvartāls. Tātad, jā, tur ir viena ēka, kurā ir "Atštaukas" atradušas savu mājvietu, tad ir šis te vēsturiskais Pētera Pirmā namiņš, kurā šobrīd top Hoijeres viesnīca, interjera muzejs. Arī tāda, cerams, ļoti interesanta ēka un koncepts. Redzēsim, kāds tas izveidosies... sētā ir no jauna izbūvēta ēka, kas ir Jauniešu māja.*

*Jānosauc būtu vairākās vietas – būs Pētera I namiņš ar Hoijeres viesnīcu, kuru pašlaik radām. Vēl būs Dārza iela, bet mazākā mērogā kā bijām cerējuši, bet būs. Zinoo aizies uz Dabas māju un vairāk pozicionēsies uz izglītību. Visticamāk, ka nebūs viena vieta, bet vairākas un varbūt arī tas ir pareizi...*

#### Amatnieku nams Dārza 4/8

*Liels pluss, ka mums tepat blakus ir Amatnieku nams. Sanāk gandrīz kā radošais kvartāls. Mums šo Dārza ielas teritoriju ir plāns attīstīt kā radošu. ...par Dārza ielu runājot... Bija plāns, ka zem viena jumta varētu veidot maksimāli daudz tādu centru un iedzīvināt vienu kvartālu, kurā varētu būt koncentrētā veidā visas šīs radošās industrijas....Bet, paralēli arī domājot par to, kā šo ēku arī piepildīt un kas būtu tie, kurus varētu aicināt darboties šajā ēkā, tad arī šeit tie plāni laika gaitā ir mainījušies. Viens ir izdomāt un radīt tādu vietu, otrs, cilvēkiem un tām industrijām ir jāgrib tur būt, lai viņas justu sinerģiju, viena otru tur papildina un dod to vēlmi tur būt kopā, darboties kopā un tā tālāk.*

Juliannas pagalms un Romas dārzs ir vietas, kurām KRI sektorā ir īpaša nozīme, jo tās attīstījuši Liepājas iedzīvotāji pēc savas iniciatīvas un pamatojoties savās radošajās iecerēs.

*Liepājā ir divi kvartāli, kas nav līdz galam attīstījušies konkrēti savā nišā, bet ir ļoti radošas vietas. Pirmais ir Romas dārzs, otrais ir Juliannas pagalms, ja viņi ieietu specifiskā nišā būtu labi.*

*Ir arī viens tāds dzīvs piemērs, kur tiešām daži entuziasti paši aizsāka to, tas pats bijušais kino teātris tagad ir centrs "Wiktorija". Tur mūziku mīloši jaunieši sanāca kopā, atrada telpu, kas viņus uzrunāja, un šobrīd ir izveidota jau kā tāds Liepājas kultūras nams. Un tur ir iedzīvināta gan teātra skatuve ar visām kulisēm, un tā ir tā vieta, kur dzima šī te izrāde "Bļitka", neatkarīgais teātris, goda teātris saucamais, tāpat tur ir meiteņu ansamblis "Gaismiņas", šobrīd viņas jau ir mainījušas nosaukumu un varbūt vēl vadītāja cita, bet idejiski tās pašas meitenes, kas tur ir guvušas mājvietu. Tā pati grupa "Zari", šobrīd arī amatieru teātris, bijušais metalurgu teātris tur darbojās...*

*"Juliannas pagalmu" tieši tāpat neviens speciāli tā kā nevirzīja tajā virzienā neko, bet ir šis kvartāls, kas ir kanāla tuvumā, tas pats no sevis ir veidojies... ir atradušies uzņēmīgi cilvēki, kas tur aizsāk restorānu biznesu, pakāpeniski telpas ir daudz un plašas, un tad viens un otrs ir atradis iespējas sevi realizēt.*

Tiesa, vairāki respondenti norāda arī uz problēmām esošo radošo telpu attīstībā, jo ne visiem operatoriem telpu piedāvājums ir pietiekams, lai nodrošinātu to darbības attīstību.

*Bet Dārza iela 4–8, jau ir konkrēta vieta ar iesāktam lietām, bet ar absolūti neattīstītu perspektīvas izjūtu. Man tas ļoti, ļoti rūp, jo jāsaka tā, ka cerēju – tur būs vieta izstāžu zālei. Otrajā stāvā tagad ieviesās biznesa inkubators, bet vēl telpas ir brīvas. Respektīvi, lai šo centru izveidotu patiešām kā*

*amatnieku vai lietišķās mākslas centru, kas mums Liepājā nav, vēl daudz darba... Viena lieta, ka arī meistariem sāk trūkt stelles... Mums nav, piemēram, arī vieta, kur normālus seminārus vai meistarklases organizēt. To tad atkal uz muzeju pārceļ. Nav tāda viena centra. Ja tāds būtu, tad tiešām tas varētu veidoties pievilcīgs. Izstāžu vieta arīdžan būtu ļoti veiksmīga, jo Latvijas mēroga izstādes, ja mums Liepājā būtu jāorganizē, tad ir jādomā, kur.*

Īpaša loma KRI sektora attīstībā, protams ir LIAA administrētajam Liepājas biznesa inkubatoram, kas rada vidi dažādu uzņēmējdarbības ideju attīstībai un ļauj arī KRI sektora pārstāvjiem izmantot inkubācijas iespējas.

Liepājas KRI sektora attīstības gaitā, protams, ir bijušas ieceres un attīstības scenāriji, kuri nav realizēti vairāku apstākļu ietekmē. Respondenti informē, ka 2015. gadā attīstījās ideja par Dārza ielas 10 kā radošā kvartāla attīstību, taču iecere līdz šim nav realizēta. 2015. gada maijā Liepājā tika aktīvi komunicēta un nodota sabiedriskajai apspriešanai un viedokļu vākšanai koncepcija un stratēģija, kas paredzēja Radošo industriju centra attīstību Dārza ielā 10<sup>23</sup>. Toreiz iecerēto radošo industriju centru piedāvāja saukt arī par "Dārza Desmit", "D10", "DD", Liepājas radošuma dārzu vai siltumnīcu. Toreizējais Liepājas Kultūras pārvaldes starptautisko sakaru un kultūrpolitikas projektu vadītājs Atis Egliņš-Eglītis ziņoja, ka, izveidojot radošo industriju centru, tiktu radītas ap 60 jaunu darba vietu, Radošo industriju centra izveide sakārtotu kultūrvēsturisko mantojumu un veicinātu vietējo resursu pilnvērtīgu apguvi. Tomēr, finansējumu Dārza 10 attīstībā Liepājas pašvaldība nav ieguldījusi. Idejas atbalstītāji uzskata, ka ieceres konsekventa realizācija būtu radījusi auglīgu augsni KRI sektora attīstībā.

*Jā, bija ideja, ka radošās industrijas un biznes būs nākamais solis. Mums bija arī semināri, kur runājām, kas ir radošā industrija. Liepāja būtu pirmā pašvaldība, kura atvērtu tik liela līmeņa radošo industriju centru. Es domāju, ka viena daļa Rīgas paskatītos tajā virzienā. Nākamajā līmenī mēs varētu jau runāt par augsto tehnoloģiju centru, IT tehnoloģijas, programmēšana. Tas rada augstu pievienoto vērtību.*

*Dārza 10 projekts, kad viņš būs tāds skaists uztaisīts, kā viņš ir domāts, jo viņš kaut kad būs... būtu ļoti lietderīgs. Jo mums vispār trūkst izstāžu zāles un viss. ...saka, ka tur būs dārgākā telpu noma, kāda ir pilsētā...*

Vienlaikus izskan arī bažas par to, vai iespējams iedzīvotājiem radošu kvartālu vietā, kura nebūs pietiekami pievilcīga iedzīvotājiem.

*Lai kādā vietā kaut kas veidotos, tomēr tai vietai ir jāatbilst tam, ka cilvēks tur grib būt. Nu, nevar tā, teiksim, mēra vietnieks parādīt, ka šeit mums būs kvartāls. Viņš nebūs tur. (..) Jūs taču jūtat, kāpēc Kalnciema kvartālu cilvēki grib? Tur ir aura. Un Dārza ielā tās auras nav. Ar tām milzīgajām garāžām un ar to milzīgo ēku... (Ja ir veiksmīga vieta), tur negribas ārā iet, kad tur aiziet. Tur ir mazi veikaliņi. Viss, protams, no radošajām industrijām. Tur ir terasīte, kafējnīciņa. Nu tev negribas iet ārā, un tu tur aizej un jūti, ka tu esi tādā mākslas telpā. Vienā vietā var būt kvartāls, bet vienā nebūs. Jūs varat mākslīgi likt kaut tur delfīnus. Nu, nebūs.*

Šī brīža kultūras procesu vadībā iesaistītie dažādi skaidro šīs ieceres attīstības šķēršļus, kā nozīmīgāko barjeru norādot neskaidro koncepciju par ēkas ekspluatācijas izmaksu avotiem.

Liela nozīme KRI sektora un Liepājas kā radošas pilsētas idejas attīstībā ir vēsturiskajam diskursam par kultūras un radošuma lomu Liepājas pilsētas attīstībā. Respondenti vairākos interviju kontekstos atsauca uz radošo personu, kultūras un mākslas aktivitātēm dažādos Liepājas vēstures periodos.

*Liepājā bija un vēl joprojām ir šie radošie cilvēki arī nevalstiskajā sektorā, kuri grib kaut ko darīt, kuri grib sevi apliecināt. Gan tā pati literatūra noteikti, gan Liepājas mākslinieki... es tā ļoti ceru, ka vēl viņi ir un mēģina sevi apliecināt, varbūt ne tik skaļi, kā agrākos laikos.*

<sup>23</sup> Pieejams: <https://www.liepajniekiem.lv/zinas/kulturvide/kulturas-pulss/liepajas-radosuma-darza-iekopsana-sakusies-166795?fbclid=IwAR0ZftuXQ8tVOWet1HfMnl4iJEtnYaUTnaYmaMwPq71NV4EZqIWHIANw2FE>; skatīts 1.04.2019.



*Tās radošās nozares, manuprāt, vienkārši ir inerces pēc nākušas līdzī vēr kopš tiem laikiem, kad Liepāja vienkārši bija tā mākslas un mūzikas galvaspilsēta. Šobrīd, ja mēs skatāmies Liepājā, nu, mūzika... nav jauno grupu. Vienkārši viņu nav. Liepājniekiem radošās nozares ir sirdij tuvas, un mēs esam mazliet tādi spītīgie, kuri grib parādīt, ka ne tikai Rīgā var, bet arī Liepājā var. Un tāpēc mēs esam tā gājuši uz priekšu.*

Atsauces uz Liepājas vēsturi nostiprina ideju par KRI sektora attīstības pamatotību, uzsverot tā vēsturiskās saknes un kultūrvēsturisko loģiku.

**Secināts**, ka KRI sektora pārstāvju skatījumā Liepājai kā radošai pilsētai ir labas attīstības iespējas, par ko liecina nozīmīgi KRI sektora resursi: atbilstoša cilvēkresursu bāze; izvērstas kultūras organizāciju un izglītības iestāžu tīkls; radošām, mākslas un kultūras aktivitātēm piemērotas vietas ar mērķi attīstīt mākslas, kultūras, sociālas un ekonomiskas inovācijas, kuras attīstījuši gan publiskā sektora, gan NVO, gan komerciālā sektora operatori.

### *Liepājas kā Eiropas kultūras galvaspilsētas idejas novērtējums*

Viens no konteksta faktoriem KRI sektora attīstībā ir Liepājas pašvaldības stratēģiskā iecere pretendēt uz Eiropas kultūras galvaspilsētas (EKG) statusu. 2019. gada janvārī Liepājas pašvaldība komunicēja ziņu, ka arī Liepāja (konkurējot ar Cēsīm), kad oficiāli tiks izsludināta pieteikšanās uz Eiropas kultūras galvaspilsētas 2027. gada titulu, nolēmusi izvirzīt savu kandidatūru. Tā kā Eiropas kultūras galvaspilsētas statuss paredz skaidru KRI sektora attīstības vīziju, tad šī iecere ir saistīta ar pētījuma tematu. Neskatoties uz politiski pausto apņemšanos, konkrēti soļi šīs idejas pamatojumā vēl nav sperti, un arī intervētie respondenti pauž piesardzīgu viedokli par Liepājas iespējām startēt EKG konkursā ar pārliciecināšu EKG 2027 pieteikumu.

*Pirmkārt, tas (EKG statuss) ir jādabū. Otrkārt, tas uzliek ļoti lielu atbildību, saturiski nodrošināt visa šī te gada garumā ļoti augstvērtīgu saturu dažādām auditorijām, dažādās valodās. Tam piedāvājumam ir jābūt noteikti dažādam un ļoti plašam.*

*Viens ir skaidrs, kamēr Eiropa nav noformējusi, kas ir tas, kas tiks sagaidīts no šīs konkrēti 2027. gada Eiropas galvaspilsētas, ir tā pārgalvīgi teikt, ka mēs noteikti startēsim. ... Jāskatās kā Eiropa to nopozicionēs. Un tad ir Liepāja ar savām iespējām. Un, ja mēs šeit redzam, ka tas viss saliekas kopā, protams, ambīcijas mums ir.*

Respondenti uzsver arī pašvaldības vadības pārliciecināša atbalsta nepieciešamību. Šī brīža Liepājas pašvaldības vadība pauž pārliciecināšanu par dalību EKG 2027 konkursā un pamato savu vēlmi, ilustrējot Liepājas kultūras dzīves priekšrocības.

*Mūsu apņemšanās ir kļūt par Eiropas kultūras galvaspilsētu 2027. gadā. Es savu Liepāju redzu kā līderi Eiropā ne tikai Latvijā. Ja mums jāsalīdzinās ar Rīgu, Briseli vai Milānu, tas ir viens stāsts, bet, ja mēs salīdzināmies ar pilsētām, kuras ir mērāmas kā, piemēram, Cēsis, tad es domāju, ka Liepāja ir konkurētspējīga.... Daudzveidība, jā. Arī tas, ka esam gan profesionālā, gan amatieru līmenī pārstāvēti, tautas līmenis nav mazsvarīgs. Otrkārt, mēs spējam piedāvāt klasiskas vērtības, tajā skaitā mūziku. Man personiski avangardisms un laikmetīgā māksla nav tuva, taču tajā pašā laikā tas parāda mūsu spēku. Šai dimensijai ir savs pircējs un pieprasītājs. Mums regulāri ir laikmetīgās mākslas festivāli un "Lielā Dzintara" loma šeit ir liela, tāpat kā mēdžeriem, kas tur strādā.*

*Mēs pagājušajā nedēļā runājām par Eiropas kultūras galvaspilsētas konkursu, man liekas, ka Liepāja ir pati par sevi maza metropole Latvijā, šī pilsēta ir tik pašpietiekama un kultūras dzīve to ļoti labi parāda.*

Piesardzība attiecībā uz EKG programmas sekmīgu realizāciju ir saistīta ar bažām par atbilstoša finansējuma pieejamību.

*Un no vienas puses, Liepājai ir ar ko lepoties, gan ar to, kas ir vēsturisks bijis, gan ar tām jaunajām lietām.... bet, protams, viss ir arī atkarīgs no finansējuma. Mums ir pieredze, ir sapratne, ko tas arī prasa no konkrētā kandidāta... tāpēc droši vien, ka jāizvērtē.*

Daļa KRI operatoru praktiski nav informēti par darbības stratēģiju saistībā ar Liepājas pilsētas vadības ieceri startēt uz EKG statusu.

*Nekāda konkrēta informācija vēl nav sniegta, kas un kā būtu jādara. Uzsaukums būs tikai 2020. gada beigās. Ļoti labi, ka šis jautājums ir pacelts un politiķi jau laikus aizdomājas.*

**Secināms,** ka Liepājas pašvaldības iecere startēt konkursā uz Eiropas kultūras galvaspilsētas 2027 statusu ir balstīta pārliecībā par Liepājas KRI sektora institucionālajiem, infrastruktūras un cilvēkresursiem, taču bažas par finansiālajām iespējām zināmā mērā sasaucas ar piesardzību ieguldījumu veikšanā KRI infrastruktūras objektos.

## 2. Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju sociāli ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodoloģija

Lai piedāvātu Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju sociāli ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodoloģiju, šajā nodaļā vispirms raksturosim KRI sektorā iesaistītos operatorus, iepriekšējo pieredzi šādu pētījumu izstrādē un būtiskākos parametrus, kas nepieciešami šādas metodoloģijas izstrādei.

### 2.1. Kultūras un radošo industriju sektorā iesaistītie operatori, to raksturojums un tipoloģija

Īsi raksturosim, kādi ir galvenie spēlētāji un šajā sektorā iesaistītie operatori, iedalot lielākās grupās pēc to juridiskā statusa. Juridiskais statuss ietekmē šo operatoru darbības un finansēšanas pamatprincipus, to vietu un nozīmību Liepājas kultūrpolitikas plānošanā, kā arī par katru no šiem institūciju tipiem dati iegūstami no atšķirīgiem avotiem.

#### 2.1.1. Valsts institūcijas

Liepājas pilsētā kultūras un radošo industriju sektorā iesaistīti vairāki nozīmīgi spēlētāji – valsts institūcijas.

VSIA Liepājas Simfoniskais orķestris darbojas ciešā sasaistē ar pašvaldības uzņēmumu – Liepājas pilsētas domes kapitālsabiedrību SIA “Lielais Dzintars”, kura telpās ir rasta mājvieta orķestra darbībai. Liepājas Simfoniskais orķestris atrodas LR Kultūras ministrijas (KM) pārraudzībā. KM dotācija pamatdarbībai un mērķfinansējumi, kā arī Valsts Kultūrkapitāla fonda (VKKF) finansējuma piešķirumi veido lielāko daļu orķestra budžeta (2018. gadā Liepājas Kultūras pārvaldes līdzfinansējums 30 000 eiro veidoja tikai nepilnus 2% no kopējiem izdevumiem<sup>24</sup>).

Valsts tiešās pārvaldes iestāde PIKC “Liepājas mūzikas, mākslas un dizaina vidusskola” ar struktūrvienībām (Emila Melngaiļa Mūzikas skola un Liepājas Dizaina un mākslas skola), savukārt, nodrošina izglītību plašam spektram radošo profesionāļu, kā arī ar aktīvi iesaistās Liepājas kultūras dzīvē.

Tāpat uz kultūras un radošo industriju sektoru attiecināmas divas citas izglītības iestādes, kas ir Izglītības un zinātnes ministrijas pakļautībā – PIKC “Liepājas Valsts tehnikums” (atsevišķas programmas sagatavo radošo industriju speciālistus) un Liepājas Universitāte, it īpaši tās Humanitāro un mākslas zinātņu fakultāte un Mākslas pētījumu laboratorija.

Kā uzņēmumu, tai skaitā, radošo uzņēmumu atbalsta struktūra darbojas valsts tiešās pārvaldes iestāde (Ekonomikas ministrijas pakļautībā) Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras Liepājas biznesa inkubators.

#### 2.1.2. Pašvaldības institūcijas

Nozīmīgāko un spēcīgāko kultūras un radošo industriju sektora daļu Liepājas pilsētā veido tieši pašvaldības institūcijas, kas iedalāmas divās lielākās grupās: Liepājas pilsētas pašvaldības

<sup>24</sup> Informācija par saņemto valsts vai pašvaldības budžeta finansējumu un tā izlietojumu 2018. gadā. Pieejams: <https://iso.lv/lv/publiska-informacija/oficialie-dokumenti>

iestādes un Liepājas pilsētas domes kapitālsabiedrības SIA. Juridiskais statuss nosaka atšķirīgus to darbības un finansēšanas principus. Šīs institūcijas arī veido lielāko kultūras norišu vietu pārklājumu Liepājā, turklāt tās kalpo arī kā norises vietas citām, piemēram, nevalstisko organizāciju veidotajām aktivitātēm, kā arī nodrošina individuālu mākslinieku iesaisti kultūras aktivitātēs un viņu nodarbinātību.

Liepājas pilsētas pašvaldības iestāde "Kultūras pārvalde" (pakļauta Liepājas pilsētas priekšsēdētāja vietniekam kultūras un sporta jautājumos) sadarbībā ar valsts, pašvaldības un citām ieinteresētām institūcijām īsteno pašvaldības funkcijas kultūrā Liepājas pilsētā. Tās pakļautībā ir Liepājas muzejs (ar ekspozīciju "Liepāja okupāciju režīmos"), Liepājas Tautas mākslas un kultūras centrs un Liepājas Centrālā zinātniskā bibliotēka ar piecām filiālēm – Zaļās Birzs bibliotēka, Valtera bibliotēka, bibliotēka "Libris", bērnu bibliotēka "Vecliepājas rūķis", bibliotēka "Varavīksne".

Pašvaldības kultūras iestāžu darbība pamatā saistīta ar nekomerciālu pamatpakalpojumu nodrošināšanu Liepājas iedzīvotājiem vai kultūras mantojuma saglabāšanu un attīstīšanu. Liepājas Centrālā zinātniskā bibliotēka kā pašvaldības publiskā bibliotēka veic informācijas, kultūras un mūzizglītības centra funkcijas, kā arī veido daudzveidīgas izstādes, pasākumus un iekļaujas valsts un pilsētas mēroga projektos un kultūrizglītojošās aktivitātēs. Savukārt Liepājas mākslas un kultūras centrs nodrošina daudzveidīgu amatiermākslas kolektīvu darbību. Lai arī Liepājas muzeja darbības mērķis ir kultūras mantojuma saglabāšana, izpēte un popularizēšana, nodrošinot nācijai pastāvēšanai būtisko kultūras pārmantojamību<sup>25</sup>, tomēr Liepājas kultūrpolitikā iezīmēta arī muzeja loma radošo industriju sektorā: "Sekmēt muzeja kā kultūras tūrisma, muzejpedagoģijas, kā arī kultūras un radošo industriju attīstības vietu."<sup>26</sup>

Uz kultūras un radošo industriju sektoru plašākā nozīmē attiecas arī vairākas izglītības iestādes: Liepājas pilsētas Izglītības pārvaldes pakļautībā esošās Liepājas pilsētas 2. mūzikas skola, Pozitīvo sajūtu telpa mazajiem liepājniekiem, pašvaldības izglītības iestāde Liepājas bērnu un jaunatnes centrs un tās struktūrvienība Liepājas Jauniešu māja.

Liepājas pilsētas priekšsēdētāja vietniekam kultūras un sporta jautājumos pakļautas piecas Liepājas pilsētas domes kapitālsabiedrības (SIA) – Koncertzāle "Lielais Dzintars", Liepājas Latviešu biedrības nams, Liepājas Leļļu teātris, Liepājas teātris un Liepājas Olimpiskais centrs.

Lai arī nav tieši iesaistīts kultūras jomā, tomēr kā spēlētājs jāpiemin arī SIA Liepājas pilsētas domes kapitālsabiedrība "Liepājas reģiona tūrisma informācijas birojs".

Šo kapitālsabiedrību uzdevums cieši saistās ar sabiedrības interešu nodrošināšanu, un to darbības mērķi – ar no pašvaldības funkcijām izrietošu pārvaldes uzdevumu veikšanu, tomēr tiek īstenota arī uzņēmējdarbība, tai skaitā, peļņas gūšana. Liepājas pilsētas dome ar šiem uzņēmumiem slēdz deleģēšanas līgumus.

Liepājas pilsētas domes kapitālsabiedrība SIA "Lielais Dzintars" – reģionālu kultūras un pasākumu norišu centrs, mājvieta Liepājas Simfoniskajam orķestrim, Liepājas Mūzikas, mākslas un dizaina vidusskolai, kā arī ēkas apsaimniekotājam un pasākumu producentiem – SIA „Lielais Dzintars”.

Liepājas Latviešu biedrības nama ēka 2012. gadā tika modernizēta Eiropas Savienības Eiropas Reģionālās attīstības fonda projekta "Liepājas kultūras iestāžu rekonstrukcija un energoefektivitātes paaugstināšana" ietvaros. Ēkā tika siltinātas un paplašinātas Leļļu teātra telpas, paplašināta Baleta zāle, padarītas gaišas un sakārtotas pagraba telpas, rekonstruēta pagalma teritorija, Kamerzāle un citas telpas. Biedrības nams nodrošina telpas sarīkojumiem, koncertiem, konferencēm, semināriem, izstādēm un svinībām, kā arī nodrošina pasākumu

<sup>25</sup> Liepājas muzeja nolikums. Pieejams: <https://www.liepajasmuzejs.lv/lv/lm/154-nolikums/>

<sup>26</sup> Liepājas kultūrpolitika 2019. Pieejams: <https://www.liepaja.lv/dokumenti/liepajas-kulturpolitika-2019/>

menedžmentu Liepājas Latviešu biedrības nama telpās, koncertestrādē „Pūt, Vējiņi” un Kungu ielas radošajā kvartālā<sup>27</sup>, kuru plānots veidot par mūsdienīgu kultūras telpu ar dažādiem mākslas pasākumiem – radošajām darbnīcām, koncertiem, performancēm un amatnieku tirdziņiem. Liepājas Latviešu biedrības nama apsaimniekotajās telpās kā patstāvīgie nomnieki darbojas pēc mēroga un juridiskā statusa dažādas kultūras un radošo industriju institūcijas – Liepājas Kultūras pārvalde, Liepājas Leļļu teātris un kinoteātris “Liepājas Balle”, Liepājas Baleta un deju studija, Liepājas Tautas mākslas un kultūras centrs, fotostudija “Fotast”, tekstilizstrādājumu salons SIA “Dzīpari S” u.c.<sup>28</sup>

Liepājas Olimpiskais centrs piedāvā vietu sporta, kultūras, atpūtas un izglītības aktivitātēm ar mērķi veicināt veselīgu dzīvesveidu. Olimpiskais centrs nodrošina ne tikai telpas sporta pasākumiem. Galvenajā ēkā atrodas arī lielā koncertu un konferenču zāle (Rožu zāle), deju un banketu zāle (Tango zāle), semināru un konferenču zāles (Saules un Liepu zāles), un Lielā sporta arēna, kura paredzēta basketbolam, florbolam un, nereti liela mēroga koncertiem.

Kā Liepājas domes kapitālsabiedrības darbojas arī divi teātri – Liepājas Leļļu teātris un Liepājas teātris. Liepājas teātris ir izvirzījis par savu stratēģisko mērķi veidoties par starptautiski konkurētspējīgu Kurzemes mākslas un kultūras centru, piedāvājot profesionālu dramatiskā teātra programmu ar izkoptām muzikālajām tradīcijām gan stacionāri, gan viesizrāžu norises vietās. Teātris arī apzinās savu lomu radošo industriju procesu veidošanā, piesaistot Liepājas pilsētai kultūras tūrisma plūsmu.<sup>29</sup> Līdzīgi arī Liepājas Leļļu teātris norāda gan uz tā darbības primārajiem mērķiem, kas saistās ar teātra mākslas attīstīšanu bērnu un jauniešu auditorijai, gan arī iezīmē savu vietu radošo industriju sektorā: “Sadarbojoties ar dažādām mākslas nozarēm, veicināt radošo industriju attīstību.”<sup>30</sup>

Šīs institūcijas veido kultūras un radošo industriju organizāciju un norišu vietu tīklu Liepājas pilsētā, turklāt – tās ne tikai pašas veido un producē kultūras un radošos pasākumus, bet arī sadarbojas ar citu juridisko tipu spēlētājiem un nodrošina vietu pasākumu norisei un mājvietu citiem uzņēmumiem (piemēram, Individuālais komersants Liepājas Baleta un Deju studija atrodas Liepājas Latviešu biedrības nama telpās; biedrība “Atštāukas” un SIA “Studija Latvā” – Kungu ielas radošajā kvartālā). Vēl vairāk – iziet arī ārpus savām stacionārajām telpām ar projektiem, kā arī uztur vēl citas norišu vietas.

Turklāt tieši šīs institūcijas ir tās, kuras mērķtiecīgi un nepastarpināti īsteno Liepājas pilsētas kultūrpolitiku.

### 2.1.3. Nevalstiskās organizācijas

Sākotnējā izpēte liecina, ka Liepājas pilsētā ļoti aktīvi darbojas daudzveidīgas nevalstiskās organizācijas (NVO). Daļa no NVO neatrodas Liepājas pilsētā, bet to reģistrācijas vieta ir ārpus tās. Šo NVO darbība attiecināma uz Liepājas pilsētu galvenokārt tāpēc, ka tiek realizēti projekti Liepājā vai sadarbībā ar Liepājas organizācijām.

Biedrības un nodibinājumi veido visplašāko tematisko spektru – gan darbojoties kā finansējuma piesaistes fondi, gan dažādas jaunrades apvienības – muzikālas apvienības, laikmetīgās mākslas organizācijas, teātris, gan kā norises vieta kultūras un mākslas pasākumiem vai kā aktīvi pasākumu producenti. Kā dažas no aktīvākajām biedrībām un nodibinājumiem jāmin Karostas glābšanas biedrība, nodibinājums “Via Cultura”, Liepājas

<sup>27</sup> <http://www.kungukvartals.lv/>

<sup>28</sup> <http://www.biedribasnams.lv/nomnieki>

<sup>29</sup> Liepājas teātra vispārējie stratēģiskie mērķi. Pieejams: <https://liepajasteatris.lv/informacija-par-kapitalsabiedribu/>

<sup>30</sup> Pašvaldības SIA “Liepājas Leļļu teātris” stratēģiskie mērķi. Pieejams: <http://liepajaslalles.lv/par-mums/publiskojava-informacija/>

aktrišu folkloras apvienība "Atštaukas", Tautas Mākslas biedrība "Saiva", biedrība "Kultūras Centrs Viktorija", biedrība "Liepājas Neatkarīgais Teātris", nodibinājums "Liepājas Sv. Trīsvienības baznīcas atjaunošanas fonds", postfolka apvienība "Saulei i tuvāk", biedrība "Liepājas modes un mākslas studija". Izglītības un zinātnes jomā darbojas biedrība "ASTE. Art, Science, Technology, Education", "Radi Vidi Pats", biedrība "Latvijas zinātnes centru apvienība" ar Viedo tehnoloģiju izglītības centru ZINOO, "Mākslas Pasāža RADI", "Tējas istaba", biedrība "Liepājas Universitātes Studentu padome", biedrība "Baringtons K2". Kā radošo industriju atbalsta struktūras izveidotas biedrības "Kurzemes radošās industrijas attīstības centrs" un "Liepājas radošo industriju klasteris" (izveidotas pirms vairākiem gadiem, taču par aktīvu darbību liecību nav). Liepājas kultūrvīdē aktīvi darbojas arī biedrības, kas nav reģistrētas tieši Liepājas pilsētā – piemēram, Austras biedrība ar radošās telpas Austras istaba aktivitātēm Liepājas pilsētā, E-LAB, elektroniskās mākslas un mediju centrs, dažādi festivālu un pasākumu organizatori.

Vairākas nevalstiskās organizācijas izveidotas kā atbalsta struktūras citām – pašvaldības institūcijām, piemēram, Liepājas atklātais sabiedriskais fonds "Liepājas teātris" un Melngaiļskolas atbalsta biedrība.

Pašvaldībā ir vairāki finansiāli atbalsta instrumenti – ikgadējais nevalstisko organizāciju projektu konkurss un kultūras projektu konkurss. NVO projektu līdzfinansēšanas konkursa mērķis ir atbalstīt sabiedriski nozīmīgu programmu, projektu un pasākumu īstenošanu Liepājas pilsētā, kā arī veicināt iedzīvotāju aktivitāti un līdzdalību aktuālu problēmu risināšanā. 2019. gadā NVO projektu līdzfinansēšanas konkursam tika iesniegts 31 projekta pieteikums, līdzfinansējums piešķirts 23 projektu īstenošanai, daļa no tiem – saistīta ar kultūrvīdi. Savukārt kultūras projektu konkursa mērķis ir veicināt augstvērtīgus kultūras un jaunrades procesus, kā arī pilsētas iedzīvotāju līdzdalību kultūras dzīves norisēs. Ik gadu tiek paredzēts 40 000 eiro liels līdzfinansējums. 2019. gada kultūras projektu konkursā tika iesniegti 67 projektu pieteikumi; kopumā atbalstīja 20 projektus 40 000 eiro vērtībā. Kultūras projektu konkurss ir pamatā orientēts tieši uz nevalstiskā sektora aktivitāšu atbalstu – tajā var piedalīties juridiskās personas, kas nav pašvaldību un valsts iestādes, pašvaldību un valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību.

Tāpat Liepājas kultūrvīdes attīstībā nozīmīgs finanšu resurss ir Valsts Kultūrkapitāla fonda projektu konkursos piešķirtais finansējums.

Analizējot nevalstisko organizāciju sektoru un tā ietekmi, jāņem vērā, ka šo organizāciju darbībā tiek iesaistīti un nodarbināti individuāli mākslinieki, kultūras menedžeri un citu kultūras un radošo industriju nozares pārstāvju, bieži uz autoratlīdzības līgumu pamata.

#### 2.1.4. Komerccsektors

Liepājā darbojas gan uzņēmumi, kuru mērķis ir peļņas gūšana kultūras un radošo industriju sektorā, gan tādi uzņēmumi, kuru darbība vairāk raksturojama kā bezpeļņas darbība un kas drīzāk atbilst biedrību vai nodibinājumu statusam. Tāpat darbojas pašnodarbinātas personas, kuru darbība tieši attiecināma uz kultūras un radošo industriju sektoru. Šī ir joma, kuru kartēt un novērtēt tās ietekmi uz Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju sociāli ekonomisko attīstību ir vissarežģītāk.

Salīdzinoši nelieli uzņēmumi, kas ir aktīvi Liepājas kultūrvīdes dalībnieki ir SIA "Agitas klubs" – Liepājas ceļojošais leļļu teātris "Maska", SIA "Karostas cietums" un individuālais komersants "Liepājas Baleta un Deju studija". Darbojas vairākas mākslas galerijas vai nelieli veikali, piemēram, SIA "Galerija Romas dārzs", SIA (mikrosabiedrība) "Mākslas Lāde", SIA "Klints Galerija". Liepājā darbojas arī Koprades biroja telpas "Coworking Liepaja", kas ir atbalsta struktūra arī KRI operatoriem.

Ar mūzikas pasākumu organizēšanu nodarbojas SIA "Liepaja Music". SIA Cinamon Operations Latvia nodrošina kinoteātra "Liepājas Balle" darbību. Pasākumus rīko radošā apvienība SIA "Šarmants". Izklaides jomā darbojas arī SIA "E-Team", kas izveidojis piedzīvojumu parku "Austrumu Forts". Ir vairākas reklāmas aģentūras: reklāmas aģentūra SIA "Addiction", SIA Festival, mārketinga projektu aģentūra SIA Fortius. Kopumā Liepājas pilsētā ir attīstīta audiovizuālā un multimediju industrija: skaņu ierakstu studija SIA "Dirty Deal Audio", filmu producēšanas kompānija "Sense media", filmu un imidžfilmu kompānija "Robyworks".

Mediju jomā darbojas SIA "Kurzemes Vārds", SIA "TV Kurzeme" un SIA "Rietumu Radio".

Arhitektūra ir vēl viena KRI apakšnozare, kura ir pārstāvēta arī Liepājas pilsētā (piemēram, SIA "Arhitekta G. Vīksnas birojs"). Tāpat Liepājas pilsētā darbojas citi uzņēmumi, kuru darbība būtu klasificējama kā piederīga KRI, piemēram, SIA "Produktu attīstītājs", SIA "J.A. Wood Country", eksportējoši dizaina uzņēmumi SIA "Ovi Watch" un "Slow beachwear". Uzņēmumu un individuālu mākslinieku darbību ir grūti identificēt dažādu darbības jomu un reģistrācijas vietu un statusu dēļ.

Liepājas viesnīcas aktīvi piedalās radošās kultūrvides nodrošināšanā – gan SIA Fountain Ent ("Fontaine Hotel"), gan "Promenade Hotel", kuras vestibilā izveidota izstāžu zāle. Līdzīgi būvuzņēmuma SIA "UPB Nams" telpās darbojas UPB galerija. Vērtēt šo uzņēmumu ietekmi kultūras un radošajā sektorā ir apgrūtināts, jo netiek nodalīta radošā darbība no uzņēmuma pārējās darbības.

Kā kultūras un radošu pasākumu norises vietas un radoši uzņēmumi jāmin dažādas ēdināšanas un izklaides vietas – kultūrvieta SIA "Kursas putni", pludmales kafejnīca-bārs "7. līnija", mūzikas un deju klubs "Big 7", restorāns "Pastnieka māja", restorāns-bārs "Hot Potato", pludmales bārs "Summer seven", kafejnīca "Red Sun Buffet", kafejnīca "Rietumkrasts", restorāns "MO" Juliannas pagalma kompleksā, pludmales kafejnīca "Vēju dārzs", restorāns "Roma" Romas dārza kvartālā u.c. Šīs vietas ir būtiski iezīmēt kopējā radošo industriju kartē, jo tās veido gan norises vietu tīklu, gan piesaista radošos profesionāļus un atstāj ietekmi Liepājas pilsētas sociāli ekonomiskajā attīstībā, tomēr to identificēšana un vērtēšana ir sarežģīta – gan to mainīguma dēļ, gan dažādu reģistrācijas vietu dēļ (kas traucē identificēt šo uzņēmumu darbību pēc esošajām datubāzēm), gan tādēļ, ka uzņēmumi nenodala komerciālās no nekomerciālām aktivitātēm.

Pašvaldības finansiālais atbalsta instruments ir mazo un vidējo komercsabiedrību jeb MVK projektu konkurss, kas paredz piešķirt pašvaldības līdzfinansējumu uzņēmēju ideju atbalstam. Līdzfinansējumu tiek piešķirts MVK projektiem, kas paredz jaunu darbavietu radīšanu; jaunu produktu vai pakalpojumu veidošanu, radot pievienoto vērtību, lai veicinātu Liepājas ekonomisko attīstību. Konkurssam atvēlētais budžets vidēji ir 100 000 eiro gadā (minimālais līdzfinansējums ir 2 500 eiro; maksimālais – 15 000 eiro). 2019. gadā projektu līdzfinansēšanas konkursā iesniegts 31 projekts par kopējo summu 515 000 eiro. Atbalstīja 16 projektus par kopējo summu 76 500 eiro. Daļa no šiem projektiem ir attiecināmi uz radošo industriju sektoru, piemēram, SIA "E-Team" plānoja paplašināt esošo piedzīvojuma parka piedāvājumu, iegādājoties aprīkojumu – brīvdabas kino, sup dēļus, piepūšamās atrakcijas bērniem; SIA "Liepaja music" – izveidot jaunu peldošu platformu-skatuvi; SIA "Dirty Deal Audio" – pilnveidot telpiskās skaņas ierakstu un pēcapstrādes studijas un stereo studijas darbības tehnisko nodrošinājumu.

Jāpiemin, ka Liepājas pilsētā notiek liels skaits dažādu kultūras un izklaides pasākumu un festivālu. Tos rīko visdažādākie spēlētāji – gan pašvaldību institūcijas, gan nevalstiskais sektors, gan komercstruktūras. Papildu grūtības kartēt šīs norises un to organizatorus rada fakts, ka daudzi rīkotāji nav Liepājas pilsētā reģistrēti operatori, kā arī tas, ka institūcijas nenodala savā darbībā atsevišķus projektus.

Piemēram, regulāri notiek festivāli "Līvas ciema svētki", "Starptautiskais pianisma zvaigžņu festivāls", Starptautiskais gleznotāju un zīmētāju plenērs "Liepājas marīna", festivāls "Summer Sound", Krievijas labāko teātra izrāžu festivāls "Zelta maska", "Starptautiskais bērnu balta festivāls", "Līvfest", festivāls "VIA Baltica", Starptautiskais Ērģelmūzikas festivāls, "Muzeju nakts"; akadēmiskās mūzikas festivāls "Sensus" u.c., starptautisks sporta deju festivāls Grand prix Liepāja. Šo pasākumu ietekmi būtu iespējams vērtēt, izvēloties kā analīzes vienību atsevišķus notikumus.

#### 2.1.5. Apkopojums

- Liepājas pilsētā kultūras un radošo industriju sektorā darbojas operatori, kuru darbības mērķus, funkcijas, lomu un ietekmi KRI sektora attīstībā lielā mērā nosaka to juridiskais statuss.
- KRI sektoru Liepājā raksturo kvantitatīvi apjomīgs operatoru loks gan publiskajā (valsts un pašvaldības dibināti) sektorā, gan NVO sektorā, gan komercsektorā. Tas nodrošina kvantitatīvi apjomīgu un daudzveidīgu aktivitāšu klāstu (skat. arī 1.3. apakšnodaļu)
- Kaut arī vērojama mijiedarbība un sadarbība starp dažādiem institūciju tipiem (vienā ēkā atrodas dažādi spēlētāji, valsts un pašvaldību iestādes finansiāli atbalsta citus operatorus u.c.), tomēr jāsecina, ka šobrīd daudzos gadījumos visu iesaistīto operatoru darbības ir nošķirtas, pakārtotas katras organizācijas specifiskajiem mērķiem un nepilnīgi tiek izmantots savstarpējās komunikācijas potenciāls. Konkrētu organizāciju darbības apskats ļauj konstatēt vairākas KRI sektora attīstību veicinošas aktivitātes, taču ne vienmēr tās tiek pakārtotas mērķtiecīgai un stratēģiski virzītai KRI sektora attīstībai, kas vienlaikus ļautu skaidrāk plānot un identificēt kopējos ieguvumus no sektorā iesaistīto sadarbības sociālo un ekonomisko efektu izteiksmē.
- Liepājas pilsētā ir attīstītas dažādas laikmetīgā mākslas formas, audiovizuālā un multimediju māksla. Šajā jomā nodrošinātas kultūrizglītības iespējas, darbojas vairākas NVO, uzņēmumi, tiek rīkoti pasākumi, kas uzskatāms par vienu no izteiktākajiem KRI sektora attīstības resursiem.
- Lielākā daļa institūciju nodarbina radošos profesionāļus, arī ārpus patstāvīgām darba attiecībām, t.sk. slēdzot autoratlīdzības līgumus. Šo profesionāļu radošajām aktivitātēm ir liela loma KRI sektora attīstībā kā radošas vides un novatorisku ideju ģenerēšanas resursam, taču, izstrādājot sektora ietekmes novērtējuma metodoloģiju, jāņem vērā, ka šādu nodarbinātības formu ir grūti identificēt un novērtēt tās ietekmi.
- Pilsētā veidojas blīvs norises vietu tīkls – gan telpās, gan brīvdabā. Lielie spēlētāji – "Lielais Dzintars", Liepājas Latviešu biedrības nams un Liepājas Olimpiskais centrs, kā arī Liepājas teātris un Kultūras Centrs "Wiktorija". Brīvdabā – estrāde "Pūt, vējiņi". Veidojas arī tematiski klasteri – Promenādes rajons ar vairākiem aktivitāšu centriem, tai skaitā privāti attīstāmo atvērto sabiedrisko vietu Juliannas pagalmu; Karosta; pakāpeniski attīstās Kungu ielas radošais kvartāls ar kultūras mantojuma aktivitātēm; pludmales zona kā sezonāla rakstura, festivālu norises vieta; Romas dārza kvartāls – kā dažādu pasākumu, KRI un saistīto uzņēmumu vieta.
- Ir plašs kultūras un radošo industriju operatoru (it īpaši komercsektorā) loks, kurus ir grūtības identificēt pēc esošajiem klasifikatoriem (var nebūt reģistrēti Liepājas pilsētā, darbība notiek bez piesaistes konkrētai vietai, nodarbina uz autoratlīdzību pamata, pašnodarbinātas personas u.tml.).
- Liepājas pilsētā tiek īstenotas daudzveidīgas nevalstisko organizāciju aktivitātes – gan sporādiski, gan regulāri. Jāmonitorē to ieguldījums Liepājas kultūrvides attīstībā un jāmeklē labākie atbalsta instrumenti.
- Grūtības identificēt Liepājas kultūrvidei piederīgos operatorus – pēc to reģistrācijas vietas vai darbības vietas. Kultūras organizāciju darbības mērogs var būt lokāls, nacionāls un



starptautisks, iespējams, nesniedzot tiešu ieguldījumu Liepājas pilsētas kultūrpolitikas realizācijā.

- Liepājas pilsētas kultūrvidi veido un rada nozīmīgus sociālos un ekonomiskos efektus liels skaits festivālu un pasākumu, kurus īsteno operatori, kas ir dažādi pēc to juridiskā statusa un reģistrācijas vietas. Turklāt visbiežāk festivāli iekļauti organizācijas kopējā darbībā, neizdalot vienu pasākumu kā atsevišķu finansiālu un organizatorisku vienību, kas pakļautos analīzei.

## 2.2. Pieejamie datu avoti, kas ļauj identificēt konkrētu operatoru ietekmes uz sektora un pilsētas attīstību

Datu avots	Valsts institūcijas	Pašvaldību institūcijas	Nevalstiskais sektors	Komercsektors	Komentāri, rekomendācijas
Latvijas Kultūras digitālā karte	Fragmentāra, nepilnīga informācija	Fragmentāra, nepilnīga informācija	Fragmentāra, nepilnīga informācija		Manuāli apkopojama informācija
Centrālā statistikas pārvalde	Pēc pieprasījuma detalizētāka informācija	Pēc pieprasījuma detalizētāka informācija	Pēc pieprasījuma detalizētāka informācija	Pēc pieprasījuma detalizētāka informācija	Vispārēji dati par Liepājas pilsētas sociāli ekonomisko attīstību
Valsts ieņēmuma dienesta dati					Informācija par profesijās vidējo darba vietu skaitu pie nodokļu maksātājiem, kuru juridiskā adrese ir Liepājas pašvaldībā, sadalījumā pēc darba devēja pamatdarbības veida
Uzņēmuma reģistra dati	Finansiāli un darbības pamatrādītāji	Finansiāli un darbības pamatrādītāji	Finansiāli un darbības pamatrādītāji par NVO, kas reģistrētas Liepājas pilsētā.	Finansiāli un darbības pamatrādītāji par uzņēmumiem, kas reģistrēti Liepājas pilsētā.	
Pašvaldībā uzkrātā informācija (projektu konkursi; kapitālsabiedrību publiskojamā informācija u.c.)	Informācija par finansiālu atbalstu	Kapitālsabiedrību publiskojamā informācija Pašvaldības iestāžu darbības pamatrādītāji	NVO regulāri iesūta pašvaldībai informāciju ar kontaktinformāciju un organizācijas mērķiem. Projektu konkursu rezultāti (var	Projektu konkursu rezultāti (var identificēt komercuzņēmumus, kas darbojas Liepājas kultūrvīdē).	

			identificēt NVO, kas darbojas Liepājas kultūrvidē).		
Kultūras ministrijas un tās pakļautības iestāžu uzkrātā informācija	Kapitālsabiedrību publiskojamā informācija				Dati par atsevišķām institūcijām
Valsts Kultūrkapitāla fondā uzkrātā informācija	VKKF atbalstīto projektu datubāze	VKKF atbalstīto projektu datubāze	VKKF atbalstīto projektu datubāze	VKKF atbalstīto projektu datubāze	Laikietilpīgs un apjomīgs darbs, lai identificētu projektus, kas notiek Liepājā vai ko iesniedz Liepājas pilsētā reģistrētas organizācijas.
Pētījumi – sekundārie dati					Neregulāra, pēc atšķirīgas metodoloģijas apkopota informācija
Iedzīvotāju un/vai konkrētu institūciju apmeklētāju aptaujas					Nepieciešams papildu finansējums, lai veiktu šādas aptaujas.

### 2.3. Līdzšinējos pētījumos sniegtās rekomendācijas kultūras un radošo industriju sektora ietekmes novērtēšanas metodoloģijas izvēlei.

Kā esam parādījuši sadaļā 1.1.1., līdz šim veikti daudzveidīgi pētījumi par KRI darbību. Tie ļāvuši identificēt dažādas KRI darbības raksturīgās iezīmes; daži izvirzījuši secinājumus par KRI devumiem sociāli-ekonomiskajai attīstībai konkrētas nozares vai reģiona griezumā. Gūtie secinājumi par esošajiem un potenciālajiem devumiem ir bijuši pietiekami, lai dažādās valstīs un arī ES kopumā KRI tiktu uzskatītas par perspektīvu ekonomikas sektoru. Vienlaikus, līdz šim **nav izdevies izveidot tādu indikatoru sistēmu**, kas ļautu sistemātiski un visaptveroši identificēt KRI ietekmju daudzveidību.

**Iemesli ir vismaz trīs.** Kā norāda UNESCO, ir grūti atrast skaidrus un objektīvus KRI ietekmes rādītājus **monetārā** izteiksmē, turklāt saistītus ar ieguldījumiem/izmaksām<sup>31</sup>. To apstiprina arī ES salīdzinošā pētījuma “Cultural and Creative Cities Monitor” (ietver 168 “kultūras” pilsētas). Monitoringa sistēmas veidotāji norāda, ka investīcijas kultūrā aizvien ir “ārkārtīgi grūti analizēt”, jo nepastāv viennozīmīgas definīcijas, mērīšanas sistēmas un ticami datu avoti, īpaši pilsētu līmenī<sup>32</sup>. Piemēram, statistikas datu ieguves grūtības Latvijā ir saistītas ar to, ka Latvijā izmantojamie NACE kodi apzīmē pārāk plašas, nespecifiskas kategorijas, kas **neļauj identificēt KRI uzņēmumus**. Arī VID dati par KRI nozarēs tik izplatīto indivīdu pašnodarbinātību ir mazinformatīvi tā paša iemesla dēļ<sup>33</sup>. UNESCO ziņojums norāda, ka pastāvošie reģistri un statistikas sistēmas var būt īpaši nepiemēroti noteiktu nozaru devuma identificēšanai (piemēram, dizaina) vai arī klasifikācija ir nepietiekami detalizēta; arī nodarbinātības statistika ir pārāk lielā vispārinājuma līmenī<sup>34</sup>.

Viena no būtiskajām problēmām ir tā, ka ir grūti izteikt kvantitatīvos rādītājos radošus rezultātus, kuriem ir **subjektīva/simboliska nozīme** un kas turklāt **ietekmē vairākus ekonomikas aspektus** vienlaicīgi.

Trešais iemesls ir tas, ka KRI darbībā savienojas **vairāku veidu iesaistītās puses** – komercuzņēmumi, pašvaldību vai valsts iestādes, NVO, dažādi to sadarbības modeļi. Katras puses lomas un saikne ar tirgu ir atšķirīgas, tāpēc atšķiras arī ekonomiskā ietekme, lai arī aktivitāšu veids var būt līdzīgs un saistīts.

Tieši **daudzlīmeņu saiknēs** ar citiem ekonomikas un sabiedrības aspektiem ir KRI būtība – un to mērīšana ir liels teorētisks un praktisks izaicinājums.

Tāpēc KRI ekonomiskās ietekmes novērtēšanā parasti šo **ietekmi skata plašāk nekā tikai monetāro**, un izmanto standarta ekonomiskos rādītājus tikai daļēji vai veido to apvienojumus. Otrs ceļš ir meklēt netiešas ietekmes rādītājus, izmanto pragmatiskus, lai arī nepilnīgus, risinājumus. Tāpēc šādi pētījumi parasti ir par ierobežotu tematisko jomu, piemēram, kultūras

<sup>31</sup> UNESCO-UIS (2012) Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries: a Review and Assessment of Current Methodological Approaches

<sup>32</sup> Montalto V; Jorge Tacao Moura C; Langedijk S; Saisana M. The Cultural and Creative Cities Monitor. 2017 Edition. doi:10.2760/58643, pieejams <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC107331/kj0218783enn.pdf>

<sup>33</sup> Latvijas Kultūras akadēmija (2017) “Pētījums par kultūrizglītības īstenošanas pēctecību profesionālās ievirzes, profesionālās vidējās izglītības, augstākās izglītības programmās un sagatavoto speciālistu skaita atbilstību kultūras nozares un radošo industriju darba tirgus prasībām”; SIA Baltic Consulting un Sla Konsorts (2012) “Latvijas radošo industriju darbība un priekšnoteikumi nozares mērķtiecīgai attīstībai”

<sup>34</sup> UNESCO-UIS (2012) Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries: a Review and Assessment of Current Methodological Approaches

mantojumu, vai specifisku teritorijas līmeni, vai atsevišķu notikumu, piemēram, projektu vai festivālu<sup>35</sup>.

Būtiski norādīt, ka ekonomiskās ietekmes mērīšanā var nošķirt vairākus paņēmienus. Pirmais ir **kartēšana** – ar dažādām analītiskām metodēm īstenota KRI mēroga un raksturlielumu noteikšana konkrētā teritorijā. Šajā gadījumā spriedumi par ekonomisko ietekmi izdarāmi ļoti piesardzīgi. Ekonomiskā **devuma** pētījumi parasti atbild uz jautājumu “ja valsts iekšzemes kopprodukts gadā x bija šāds, kādu daļu no tā ir radījušas KRI”. Tas ir pamata līmeņa jautājums. Savukārt **ietekme** būtu saistāma ar nākamā līmeņa jautājumu – kādas tiešas un netiešas izmaiņas radījusi KRI produktu radīšana un izplatīšana (Throsby 2010).

Ekonomiskā ietekme ir dinamisks jēdziens, jo attiecināms uz notiekošām un potenciālām pārmaiņām vienā mainīgajā cita mainīgā izmaiņu rezultātā. Kā norāda UNESCO, šādu analīzi var veikt mikro līmenī, lai identificētu īstermiņa ietekmi ieguldījumiem kultūras sektorā, vai arī makro-līmenī, lai noteiktu pieaugošas KRI aktivitātes ietekmi uz citiem ekonomikas sektoriem. Jebkurā gadījumā, tiek lietoti multiplikatori (multipliers). UNESCO iesaka nošķirt KRI ekonomiskā devuma analīzi (nozaru ekonomiskie parametri un struktūra, kultūras satelītkontu analīze (Cultural Satellite Accounts (CSA)) un ekonomiskās ietekmes mērīšanu, kurai būtu jāizmanto multiplikatoru analīze (multiplier analysis), ražošanas funkciju analīze (production function) un nelīdzsvarotības modelis (disequilibrium model)<sup>36</sup>.

UNESCO rekomendē iesākamam izveidot pamatotu KRI devuma identificēšanas sistēmu. Šim nolūkam lietojamā **nozaru ekonomiskie parametri un struktūras aplēse** ietver KRI daļu iekšējā kopproduktā un uzņēmumu skaitu nozarē, nodarbinātības (t.sk., pašnodarbinātības un produktivitātes) un apgrozījuma rādītājus, kapitāla uzkrāšanas dinamiku, eksportu, peļņu, uzņēmējdarbības aktivitāti (cik jaunu uzņēmumu, cik slēgtu, u.t.t.); tāpat var tikt veikta vērtību ķēžu vai klāsteru analīze. Cits pamata paņēmiens, kultūras satelītkontu analīze, ir statistiskās analīzes paņēmiens, lai noteiktu konkrētas nozares ekonomisko devumu, kur galvenie parametri ir izlaide, pievienotā vērtība, starppatēriņš, nodarbinātība. Tiek norādīts, ka šīs metodes piemērošana atkarīga no nacionālā konteksta un pieejamajiem datiem un būtiskākais priekšnoteikums ir, lai statistikas sistēmā būtu definēts/nošķirts, kas ir kultūras darbības. Tāpēc Eiropā to izmanto reti<sup>37</sup>.

Multiplikatoru analīze ir paņēmiens KRI sektora saikņu noteikšanai ar citiem sektoriem, kur izmanto radītā produkta un tā patēriņa koeficientus.

Savukārt ietekmes noteikšanai izmanto arī divus ekonomiskos modeļus: ražošanas funkcijas un nelīdzsvarotības modeli. Ražošanas funkcijas modeli parasti izmanto konkrētu kultūras aktivitāšu vai konkrēta kultūras operatora gadījumā, nevis plašāk. Nelīdzsvarotības modelis ir statistisku un matemātisku konstrukciju modelis resursu piešķiršanas iznākumu prognozēšanai.

Visu šo paņēmienu un modeļu izmantošana iespējama, ja **ir standartizēti termini un nosacījumi kā pamats atbilstošiem statistikas datiem**. Tāpēc kultūras statistikas optimizēšana ir definēta kā ārkārtīgi būtisks uzdevums gan ES, gan OECD un citu organizāciju dienaskārtībā. Vienlaikus, process virzās ļoti lēni, un nacionālā līmeņa dati bieži ir ar būtiskām nepilnībām.

Tāpēc, kā to norāda UNESCO, **praksē nepieciešamo datu ieguvei** pētnieki mēdz izmantot uzņēmumu aptaujas, ko kombinē ar statistikas datiem; izmanto arī kvalitatīvās pētījumu metodes, tādas kā fokusgrupu diskusijas un padziļinātās intervijas, viedokļu aptaujas par

---

<sup>35</sup> Turpat.

<sup>36</sup> UNESCO-UIS (2012) Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries: a Review and Assessment of Current Methodological Approaches

<sup>37</sup> Turpat.

dažādiem KRI procesiem. Jebkurā gadījumā, šie risinājumi ir daudz dārgāki, nekā tad, ja būtu pieejami un izmantojami nacionālās statistikas un reģistru dati.

UNESCO ieteikums par minimālo rādītāju kopu, kas var tikt izmantota ekonomiskā devuma analīzei, iekļauj KRI un tā apakšnozaru daļu nacionālajā kopproduktā, nozaru apgrozījuma rādītājus, nodarbinātības un pašnodarbinātības rādītājus, uzņēmumu veidošanas un darbības izbeigšanas rādītājus<sup>38</sup>. Kā jau norādīts iepriekš, šo visu apgrūtina Latvijā lietotās uzņēmumu klasifikācijas nepilnības, kas (lai arī ir vairāki pētījumi, kur to mēģināts darīt) neļauj korekti atlasīt sektora uzņēmumus, lai par to darbību iegūtu indikatoriem atbilstošus statistiskos datus.

Nedaudz citā rakursā KRI saikne ar sociāli-ekonomisko attīstību skatīta kultūras un radošo pilsētu monitoringa sistēmā ("The Cultural and Creative Cities Monitor"<sup>39</sup>). Šo sistēmu izveidojuši Eiropas Komisijas autoritatīvā Apvienotā pētījumu centra (JRC – Joint Research Centre) eksperti. Šīs monitorēšanas sistēmas izveides mērķis bijis nodrošināt datus efektīvāku lēmumu pieņemšanai par kultūras politiku nacionālā, reģionālā un pilsētu līmenī ES. Pašlaik tajā apkopoti dati par 168 dažāda lieluma ES pilsētām, kultūras un radošā dzīve raksturota trīs dimensijās.

1. **Kultūras dzīves daudzveidība un kvalitāte.** Šī dimensija ietverta monitorēšanas sistēmā, jo daudzveidīga un kvalitatīva kultūras dzīve ir pierādīts iedzīvotāju un investīciju piesaistes faktors, tā sekmē iedzīvotāju piederības izjūtu, saliedētību un psiholoģisko labbūtību.
  - 1.1. Kultūras vietas un pastāvīgie notikumi (rādītāji ietver kultūras pieminekļu, kinoteātru vietu, teātru, muzeju u.c. skaitu attiecībā pret iedzīvotāju skaitu).
  - 1.2. Kultūras līdzdalība, kultūras pievilcīgums (rādītāji ietver tūristu pavadītās nakts pilsētas naktsmītnēs, muzeju, kino u.c. pārdoto biļešu skaitu attiecībā pret iedzīvotāju skaitu; iedzīvotāju īpatsvaru, kas ir ļoti apmierināti ar kultūras dzīvi).
2. **Radošā ekonomika.** Šī dimensija ietverta sistēmā, jo parāda, kādā mērā pilsētas piesaista augsti kvalificētu darbaspēku un kādā mērā pilsētā attīstās radošums un inovācijas.
  - 2.1. Darba vietu skaits KRI sektorā, dalīts ar iedzīvotāju skaitu (atsevišķi medijos un komunikācijā, un mākslās /kultūrā).
  - 2.2. Darba vietu skaits citās zināšanu intensīvās nozarēs.
  - 2.3. Intelektuālās tiesības un inovācijas: patentu un dizainparaugu tiesību skaits pēdējos trīs gados.
  - 2.4. Jaunas darbavietas vai jaunradīti uzņēmumi (konkrētajā gadā) KRI sektorā, (atsevišķi medijos un komunikācijā, un mākslās/kultūrā).
3. **Atbalstoša vide.** Šī dimensija ietverta sistēmā, jo kvalitatīvas augstākās izglītības iestādes, toleranta un sadarbīga vide piesaista talantus, savukārt transporta savienojumi un kvalitatīva publiskā pārvaldība ir būtiski priekšnoteikumi kultūras un radošuma potenciāla attīstībai.
  - 3.1. Absolventi humanitārajās un mākslu specialitātēs konkrētajā gadā, attiecībā pret iedzīvotāju skaitu.
  - 3.2. Absolventi IKT specialitātēs konkrētajā gadā, attiecībā pret iedzīvotāju skaitu.
  - 3.3. Vietējo universitāšu vieta starptautiskajos reitingos.
  - 3.4. Studentu-ārzemnieku īpatsvars augstskolā/s.
  - 3.5. Iedzīvotāju-ārvalstnieku skaits pilsētā.
  - 3.6. Iedzīvotāju īpatsvars, kas ir toleranti pret dažādām sociālām grupām.

<sup>38</sup> UNESCO-UIS (2012) Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries: a Review and Assessment of Current Methodological Approaches

<sup>39</sup> Montalto V; Jorge Tacao Moura C; Langedijk S; Saisana M. The Cultural and Creative Cities Monitor. 2017 Edition. doi:10.2760/58643

- 3.7. Iedzīvotāju īpatsvars, kas piekrīt apgalvojumam, ka ārvalstnieki pilsētā ir ļoti labi integrēti.
- 3.8. Iedzīvotāju īpatsvars, kas piekrīt apgalvojumam, ka vairākumam iedzīvotāju var uzticēties.
- 3.9. Īsu avioreisu pieejamība: pasažieru skaits dienā šādos reisos.
- 3.10. Autoceļu savienojumu kvalitāte.
- 3.11. Tiešie vilcienu savienojumi ar lielpilsētām (reisi dienā).
- 3.12. Salikts indikators, kas norāda publiskās pārvaldes kvalitāti izglītības, veselības aizsardzības un tiesību sargāšanas (t.sk. pretkorupcijas) jomā.

Arī Latvijā veikti vairāki pētījumi, kuru ietvaros pētnieki ir centušies aptveroši reģistrēt KRI sektoram vai RI nozarei piederīgos uzņēmumus, lai izmērītu sektora/ nozares ietekmi uz tautsaimniecību. Taču šo uz KRI sektora vai RI nozares statistisko uzskaiti vērsto pētījumu secinājumi ir līdzīgi. "Pētījumā par kultūrizglītības īstenošanas pēctecību profesionālās ievirzes, profesionālās vidējās izglītības, augstākās izglītības programmās un sagatavoto speciālistu skaita atbilstību kultūras nozares un radošo industriju darba tirgus prasībām" tika iegūti VID dati, kas, no vienas puses, raksturo nodarbināto profesiju struktūru tajās tautsaimniecības jomās, kuras var tikt identificētas kā kultūras un radošās industrijas sektoram atbilstošas, bet, no otras puses, raksturo, kādās tautsaimniecības jomās ir nodarbināti to profesiju pārstāvji, kuras var identificēt kā attiecināmus uz kultūras un radošās industrijas sektoru. Pētījumā atlasītas un fiksētas 46 saimnieciskās darbības jomas, kuras vērtējamas kā pilnībā vai daļēji atbilstošas kultūras un mākslas sektoram (pēc NACE 2 klasifikatora) un fiksēts, ka šajās jomās pamatdarbā Latvijā ir nodarbināti 70 708 cilvēki. Šis skaits aptver visus sektora nodarbinātos, arī lietvežus, kasierus u.t.t. Norādīts, ka šiem datiem ir būtiskas nepilnības, tādēļ tos iespējams izmantot tikai kā ilustratīvu un daļēju informāciju, vienlaikus pamatojot nepieciešamību pilnveidot kā profesiju, tā tautsaimniecības sektoru klasifikāciju un nodarbinātības uzskaiti, lai nodrošinātu iespēju kultūras un radošās industrijas sektora darba tirgu analizēt detalizēti un padziļināti. Definējot, kuri NACE klasifikatora kodi atbilst kultūras un radošās industrijas nozarei, tiek likts pamats nozares statistiskai uzskaiti un analīzei. Pētījumā uzsvērts, ka līdz šim dažādu faktoru ietekmē šāds nozares atbilstības definējums nav ticis izstrādāts un ieviests, kas arī apgrūtināna nozares statistisku analīzi. Būtiskākā problēma atbilstības definēšanai ir NACE klasifikatora nepietiekama detalizācija. Klasifikators iekļauj konkrētu tautsaimniecības nozaru, sektoru un jomu definējumus, bet nav pietiekami detalizēts, lai konkrētu jomu ietvaros identificētu tieši kultūras un radošās industrijas "daļu". Piemēram, klasifikatora kodi "tekstilrūpniecība", "datorprogrammēšana", "izklaides un atpūtas darbība" un daudzi citi neļauj noteikt, cik liela daļa no konkrētās jomas būtu attiecināma uz radošo industriju nozari.

Līdzšinējie pētījumi un KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes indikatoru modeļi liek **secināt**, ka Liepājas KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes noteikšanas metodoloģijas un monitoringa indikatoru izstrādē jābalstās pieejā, kur iespēju robežās tiek izmantotas starptautisko organizāciju rekomendācijas (tur, kur tās atbilst lokālajām datu uzkrāšanas iespējām), bet ietekmes noteikšanas pieeja tiek balstīta Liepājas pilsētas KRI sektora specifikai un Liepājas pašvaldības datu uzkrāšanas iespējām.

#### 2.4. Rekomendētā Liepājas kultūras un radošo industriju sektora sociāli ekonomiskās ietekmes noteikšanas metodoloģijas ceļa karte

Izvērstā analīze par kultūras un radošo industriju sektoru un tā sociāli ekonomiskās ietekmes novērtēšanas jēdziena teorētisko izpratni un šī fenomena praktiskajām izpausmēm Liepājas tautsaimniecībā ļauj ieteikt Liepājas pilsētas pašvaldībai konkrētu ceļa karti Liepājas KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes noteikšanai, kas ietver piecus, laikā secīgi īstenojamus

soļus: **1) kartēšana; 2) Liepājas KRI sektora operatoru darbības nosacījumu diagnosticēšana; 3) Liepājas KRI sektora izlases/paraugkopas sociāli ekonomiskās ietekmes novērtējums; 4) KRI sektora integrēts ietekmes novērtējums radošas pilsētas attīstības kontekstā; 5) ilgtermiņā piemērojamas indikatoru kopas atlase.**

**Pirmais solis. Kartēšana.** Lai veiktu sektora ietekmes novērtēšanu, pirmkārt, ir jāidentificē sektoram piederīgie, kas notiek, izmantojot kartēšanas metodes. Kā jau minēts, līdzšinējie pētījumi liecina, ka KRI sektora kvantitatīvu sociāli-ekonomiskās ietekmes noteikšanu būtiski traucē vairāki faktori:

1) oficiālā statistika (jo īpaši ar kultūras, mākslas un radošo darbību saistītā statistika) atpaliek no straujajām pārmaiņām uzņēmējdarbības vidē, jo īpaši ar jaunajām tehnoloģijām saistītās uzņēmējdarbības uzskaitē;

2) saimnieciskās darbības statistiskā klasifikācija (ES Saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija (tālāk tekstā – NACE) – saskaņā ar kurām iespējams klasificēt institucionālās vienības un tautsaimniecības sektorus, uzņēmumu uzskaitē<sup>40</sup> šobrīd neatspoguļo reālās uzņēmējdarbības nišas (piemēram, nozaru joma – dizains – šķērso daudzus kodus) un profesiju klasifikatorā nav iekļautas daudzas jaunas profesijas, kas neļauj statistiski precīzi un nozari visaptveroši fiksēt nozarei piederošos operatorus, lai veiktu to kartēšanu.

Tāpēc iesakām kartēšanas procesā izmantot **KRI sektora operatoru mērķtiecīgās izlases** metodi, kur pirms ietekmes mērījuma tiek atlasīti Liepājas tautsaimniecībā redzamākie KRI sektora operatori, kā pamatu ņemot šī pētījuma ietvaros sniegto sektora pārstāvju raksturojumu un tipoloģiju. Kartēšanas ietvaros tiek identificēti **redzamākie** (tie, kuru ieguldījumu atzīst citi sektora pārstāvji) Liepājas pilsētas publiskā sektora (valsts un pašvaldību), NVO sektora (gan tās, kas reģistrētas Liepājā, gan tās, kas nav reģistrētas Liepājas pilsētā, bet īsteno projektus Liepājā vai sadarbībā ar Liepājas organizācijām un iestādēm) un komercsektora operatori (arī tie, kuri nav reģistrēti kā Liepājas uzņēmumi, bet sistemātiski īsteno KRI sektoram atbilstošas aktivitātes Liepājā). Atlasīto operatoru izlases saraksts tiek saskaņots Liepājas pašvaldībā, tur tiek iekļauti operatori, kas spēj nodrošināt izaugsmi un tiek skatīts kā **KRI sektora “paraugkopa”**, kuras sociāli ekonomiskā ietekme tiek regulāri monitorēta.

**Otrais solis. Liepājas KRI sektora operatoru darbības nosacījumu diagnosticēšana.** Pirms sektora “paraugkopas” sociāli ekonomiskās ietekmes jeb darbības rezultātu /iznākumu noteikšanas tiek veikts šo operatoru darbības priekšnosacījumu tests, kur tiek iegūti kvantitatīvi un kvalitatīvi dati par šādām operatoru darbības izpausmēm: resursu (cilvēkresursu, finanšu resursu un informatīvo resursu) pieejamība, produktam atbilstoša tirgus pieejamība, mārketinga instrumentu pieejamība un lietojums, nozīmīgāko prasmju attīstības iespējas, inovāciju (tehnoloģisko un sociālo) integrēšanas iespējas, informācijas apmaiņas, koordinācijas un sadarbības iespējas. Kā datu ieguves metodes izmantojamas paraugkopas operatoru grupas kvantitatīvā aptauja un ekspertu intervijas.

**Trešais solis. Liepājas KRI sektora paraugkopas sociāli ekonomiskās ietekmes novērtējums.** Lai veiktu izlasē iekļauto operatoru ietekmes novērtējumu, tiek izveidots kompozīts indikatoru modelis, lai veiktu integrētu sektora ietekmes novērtējumu. Indikatoru modelī tiek iekļautas indikatoru grupas katram tiešās ietekmes veidam – sociālajai un ekonomiskajai ietekmei, kā arī indikatoru, kas fiksē ietekmes pārnesi uz citiem sektoriem un citām profesionāļu grupām. Praksē indikatoru grupas var piemērot katrai operatoru kopai (valsts un pašvaldības, NVO, komercsektora pārstāvjiem).

<sup>40</sup> Pieejams: <http://www.liaa.gov.lv/lv/es-fondi/noderiga-informacija/saimniecisko-darbibu-statistiska-klasifikacija-nace-2-red>, skatīts 14.04.2019



**3.1. Sociālās ietekmes novērtēšanai**<sup>41</sup> piedāvājam izmantot vairākus indikatorus, kuri diferencēti piemērojami dažādo operatoru grupu darbības rezultātiem. Tiks fiksēta konkrētā operatora veiktās aktivitātes ietekme uz:

1) šādām Liepājas iedzīvotāju sociāli-demogrāfiskām grupām: jaunieši, iedzīvotāji ar zemiem ienākumiem, seniori, iedzīvotāji, kuri ikdienā sazinās krievu valodā (un/vai citas grupas, kuru atbalsts ir stratēģiski svarīgs Liepājas pašvaldības ieskatā);

2) šādās sociālās ietekmes kategorijās: pieejamība kultūras un mākslas produktiem (KRI sektora attīstītajām precēm un pakalpojumiem); līdzdalība, uzticēšanās, integrācija. Šīs dimensijas var papildināt ar tādām kategorijām kā iecietība un lojalitāte, prasmju attīstīšana, piederība pilsētai. Datu ieguves metodes: Liepājas iedzīvotāju aptauja un dati no KRI sektora operatoriem.

Sociālās ietekmes novērtēšanai var izmantot arī nosacītās vērtēšanas (ang. *contingent valuation*) un subjektīvās labsajūtas vērtēšanas (ang. *subjective wellbeing valuation*) metodes<sup>42</sup>, veicot Liepājas iedzīvotāju un attiecīgo institūciju apmeklētāju aptaujas. Nosacītās vērtēšanas metodes pamatā ir to kultūras pakalpojumu aspektu vērtības aplēses, kuri netiek tirgoti brīva tirgus apstākļos – iedzīvotājiem un/vai pakalpojumu saņēmējiem tiek dota iespēja novērtēt, cik viņi būtu gatavi maksāt par šādiem pakalpojumiem, ja tie citādi nebūtu pieejami. Turpretī subjektīvās labsajūtas vērtēšanas metode ļauj saprast, cik lielā mērā dažādi kultūras pakalpojumi uzlabo iedzīvotāju dzīves kvalitāti, un pārvērst šos novērtējumus monetārā izteiksmē, izmantojot subjektīvi ekvivalentus dzīves kvalitātes uzlabojumus, kuri ir pieejami attiecīgo pakalpojumu vai preču tirgū.

### **3.2. Ekonomiskās ietekmes novērtēšana un tajā izmantojamie indikatori**

Teorētiski – var tikt apskatītas vairākas rezultatīvo rādītāju grupas, kas var kalpot kā indikatori sektora ekonomiskās ietekmes noteikšanai – nozarē darbojošos uzņēmumu un pašnodarbināto radītais apgrozījums un pievienotā vērtība, nodarbinātību raksturojošie rādītāji (radītās darbavietas, nostrādātās cilvēkstundas un izmaksātais atalgojums), ar nozari saistītie ilgtermiņa ieguldījumi un fiskālā ietekme (radītie nodokļu ieņēmumi salīdzinājumā ar valsts un pašvaldību līdzfinansējumu). Veicot aprēķinus var tikt izmantota sociāli ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodoloģija, kas paredz savstarpēji saistītu dažādu līmeņu analīzi (skat. ilustratīvo attēlu zemāk).<sup>43</sup> Nozares piensums Liepājas ekonomikā un iedzīvotāju labklājībai parādīsies kā:

- **tiešā ietekme** – ekonomiskā aktivitāte, kas radusies kultūras un radošo industriju nozares pievienotās vērtības radīšanas ķēdē (piemēram, nodarbinātība un maksājumi mūzikas nozares profesionāļiem (mūziķiem, dziedātājiem, orķestru un ansambļu vadītājiem utt.);
- **netiešā ietekme** – kultūras un radošo industriju nozares uzņēmumu un/vai profesionāļu preču un pakalpojumu iepirkumi no saistītajām nozarēm, kas nepieciešami kultūras produktu ražošanas procesā (piemēram, ēdināšanas un izmitināšanas pakalpojumi, grāmatvedības un juridiskie pakalpojumi, būvniecības un montāžas pakalpojumi utt.);

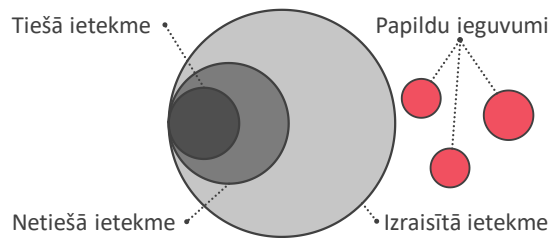
<sup>41</sup> Sociālās ietekmes noteikšanai izmantota pieeja, ko sociālās ietekmes mērījumos atbalsta Eiropas Komisija un kuras pamatprincipi definēti 2010. gadā. Skat. Lelie, P. (2010). Study on Social Impact Assessment as a tool for mainstreaming social inclusion and social protection concerns in policy in EU Member States. European Commission, Centre for European Policy Studies. Pieejams: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=89&langId=en&newsId=935&furtherNews=yes>, skatīts 12.04 2019.

<sup>42</sup> Bakhshi, H., Fujiwara, D., Lawton, R. N., Mourato, S., & Dolan, P. (2015). Measuring Economic Value in Cultural Institutions. A report commissioned by the Arts and Humanities Research Council's Cultural Value Project. London, UK: Arts and Humanities Research Council.

<sup>43</sup> Reeves, M. (2002). Measuring the Economic and Social Impact of the Arts: A Review. London, UK: Arts Council England.

- **izraisītā ietekme** – tiešās un netiešās ietekmes radīto ieņēmumu izraisītais patēriņš (aprēķināma izmantojot izmaksu-izlaides multiplikatorus).

ILUSTRATĪVS ATTĒLS ( EKONOMISKĀS IETEKMES APRĒĶINI)



Šādu datu masīva apkopošana par visiem KRI sektora paraugkopas operatoriem būtu resursietilpīga (cilvēkresursu, finanšu resursu un laika resursu), tāpēc **detalizētu trīspakāpju ekonomiskās ietekmes novērtējumu piedāvājam veikt izlases kārtībā konkrētām iestādēm, organizācijām vai uzņēmumiem atkarībā no datu pieejamības**, lai varētu izsekot šiem sektoriem raksturīgajām pievienotās vērtības radīšanas ķēdēm. Dati par augstāk minētajiem rezultatīvajiem rādītājiem (apgrozījumu, pievienoto vērtību, nodarbinātību, fiskālo ietekmi utt.) pēc iespējas jāapkopo no oficiālajiem datu avotiem (Centrālās statistikas pārvaldes, Uzņēmumu reģistra, VID u.c.), papildinot tos ar Liepājas iedzīvotāju aptaujas datiem un izvēlēto operatoru izmaksu struktūru analīzi (gadījumu izpēte).

Lai novērtētu Liepājas pilsētas KRI sektora paraugkopas operatoru ekonomisko ietekmi, iespējams izmantot atšķirīgas indikatoru grupas publiskā sektora (valsts un pašvaldību), NVO sektora un komercsektora pārstāvjiem.

Papildus iesakāms apsvērt iespēju atkārtoti īstenot kultūras patēriņa un pieprasījuma tendenču Liepājas pilsētā pētījumu atbilstoši 2008. gada pētījuma metodoloģijai – tas sniegtu iespēju vērtēt kultūras patēriņa un līdzdalības aktivitāšu izmaiņas pēdējo 10 gadu laika periodā. Šādas izpētes īstenošanas gadījumā iesakāms izmantot 2008. gada pētījumā pielietoto pētījuma instrumentāriju un mērķgrupu definējumus, lai datus būtu iespējams reprezentatīvi salīdzināt.

#### **Ceturtais solis. KRI sektora integrēts ietekmes novērtējums radošas pilsētas attīstības kontekstā.**

Lai konstatētu KRI sektora kopējo devumu Liepājas kā radošas pilsētas attīstībai, piedāvājam Liepājai piemērotu indikatoru kopu, kas balstīta 2017. gadā izveidotās kultūras un radošas pilsētas indikatoru sistēmā, kur iekļauti arī indikatori, kuri uzrāda KRI sektora radīto efektu pārnesei (*spillover*) (skat. 2.1. nodaļu):

##### **1. Kultūras indikatori:**

- 1.1. KRI sektora operatoru radīto pastāvīgo notikumu skaits.
- 1.2. Kultūras vietu/notikumu apmeklējums un pārdoto biļešu skaits dinamikā (pret iedzīvotāju skaitu).
- 1.3. Tūristu pavadītās nakts naktsmītnēs (pret iedzīvotāju skaitu).
- 1.4. Iedzīvotāju īpatsvars, kas ir ļoti apmierināti ar kultūras dzīvi.

##### **2. Radošās ekonomikas indikatori:**

- 2.1. Darbavietu skaits KRI sektorā, dalīts ar iedzīvotāju skaitu (atsevišķi medijos un komunikācijā, un mākslās /kultūrā).
- 2.2. Darbavietu skaits citās zināšanu intensīvās nozarēs.
- 2.3. Intelektuālās tiesības un inovācijas: patentu un autortiesību skaits pēdējos trīs gados.

- 2.4. Jaunas darbavietas vai jaunradīti uzņēmumi (konkrētajā gadā) KRI (atsevišķi medijos un komunikācijā un mākslās/kultūrā).
- 2.5. Absolventi humanitārajās un mākslu specialitātēs, kā arī IKT specialitātēs konkrētajā gadā, dalīti ar iedzīvotāju skaitu.
- 2.6. Īsu avioreisu pieejamība: pasažieri dienā (savienojumi), autoceļu savienojumu kvalitāte, tiešie vilcienu savienojumi ar lielpilsētām (cik reisi dienā).
- 2.7. Salikts indikators, kas norāda publiskās pārvaldes kvalitāti izglītības, veselības aizsardzības un tiesību sargāšanas (t.sk. pretkorupcijas) jomā.

Datu ieguve radošas pilsētas potenciāla attīstības noteikšanai notiek izmantojot CSP datus, KRI operatoru sniegtos datus, Liepājas iedzīvotāju aptaujas datus. Indikatoru skaits var tikt mainīts/modificēts, atkarībā no datu pieejamības.

**Piektais solis.** Pamatojoties KRI sektora ietekmes novērtējuma rezultātos, notiek 10-12 **indikatoru izvēle**, kuri tiek izmantoti **sektora ietekmes noteikšanai ilgtermiņā**. Indikatoru ilgtermiņa monitoringam izmantojamo indikatoru atlases kritēriji ir 1) tie labi ilustrē KRI sektora visus ietekmes veidus: sociālo, ekonomisko (tiešo, netiešo un izraisīto), kā arī radošas pilsētas pazīmes; 2) ir datu avoti, kas ļauj iegūt datus par šiem indikatoriem, un datu ieguve ir finansiāli un administratīvi iespējama (tajos gadījumos, kur datu ieguve ir apgrūtināta, no indikatora jāatsakās); 3) dati, kurus iegūst atbilstoši konkrētajam indikatoram, ir nepieciešami Liepājas pašvaldības attīstības un kultūrpolitikas plānošanā.

lesakām visus ceļa kartes posmus īstenot secīgi, jo katrs iepriekšējais solis ietekmē veiksmīgu nākošā soļa realizāciju.

### 3. Secinājumi un rekomendācijas

#### Iekļaujošāks skatījums uz KRI sektoru

“Radošo industriju” jēdziena ieviešana un kultūras politikas instrumentu izmaiņas izrietējušas no pārmaiņām ekonomikā, ko var raksturot kā post-industriālā kapitālisma bāzes pārvirzi no plaša mēroga ražošanas uz informācijā, pakalpojumos un inovācijā, radošumā balstītu vērtību ražošanu. Eiropas Savienības šī brīža (2014-2020) attīstības un politikas plānošanas dokumentos dominē jēdziens **kultūras un radošais sektors**, ar to saprotot gan kultūras un mākslas nekomerciālās aktivitātes, gan industrijas (komerciālās) izpausmes. **Rekomendējam** arī Liepājas pilsētas attīstību skatīt šo procesu kontekstā.

Zinātniskie pētījumi parāda, ka KRI piemīt noteiktu raksturīgu iezīmju kopums: produktu un pakalpojumu simboliskā, subjektīvā vērtība; pieprasījuma neprognozējamība; tīklveida un projektos balstīta darbība; mākslinieciskās un citas idejas ģenerējošais profesionālis kā galvenā vērtība; lietotāju iesaiste produktu un pakalpojumu veidošanā; nozaru ciešā saikne ar vietu, taču vienlaikus digitalizācijas sniegtas iespējas izplatīt idejas un produktus; iespējas piešķirt pievienoto vērtību daudzām citām nozarēm. Šīs iezīmes jāņem vērā, plānojot KRI un sektora kopumā potenciāla attīstības politiku.

Latvijas kultūrpolitikā ar “kultūras un radošajām industrijām” apzīmē visu mākslu, kultūras un mediju nozaru komercdarbības aspektus, tas ir starpnozarisks aspekts. Arī pašreizējais ES kultūras politikas skatījums nošķir jaunu mākslas, kultūras un radošo ideju radīšanu jebkurās nozarēs, no vienas puses (kultūras un radošais sektors), un jaunradē balstīto jebkuru nozaru produktu sistemātisku pavairošanu un izplatīšanu, no otras puses (kultūras un radošās industrijas). ES izpratnē, KRI ir daļa no kultūras, mākslas un radošās darbības sektora. Arī veiktajā pētījumā secināts, ka komerciālās un nekomerciālās kultūras, mākslas un mediju aktivitātes, dažādas darbības formas un mērķi praksē savijas. Tāpēc **rekomendējam** skatīt kultūras un radošās, nekomerciālās un komerciālās darbības kā vienotu kopumu. Arī šī pētījuma ietvaros, kur analizēti Liepājas pārstāvju viedokļi un pieredze, dominējoši  **tiek lietots jēdziens kultūras un radošo industriju sektors (KRI sektors)**.

Iepriekš veiktajos pētījumos daudzkārt secināts, ka KRI rada ne tikai tiešus ekonomiskus devumus, bet arī netiešus – caur radošo ideju pārnesei, cilvēkresursu kvalitāti, sabiedrības līdzdalību, pašizpausmi, labbūtību. **Rekomendējam** arī Liepājas attīstības plānošanas dokumentos KRI sektora ekonomiskos un sociālos mērķus, kā arī to radītos efektus neskatīt nošķirti.

Aizvien vairāk pētījumos un aktuālajā ES politikā tiek uzsvērtas KRI saiknes ar citiem sektoriem un inovāciju potenciāls, savienojot zināšanas un prasmes KRI un citos sektoros. Tiek uzsvērts, ka inovāciju potenciāls vēl nav pietiekami izmantots. Šī potenciāla attīstīšanas plānošanai tiek izmantots ekosistēmas skatījums – novērtējot un pilnveidojot KRI sektora attīstības priekšnoteikumus, ko rada publiskā pārvalde, finanšu pieejamība, infrastruktūra, pilsētvide un saiknes veidojošas vietas, izglītības sistēma un citi aspekti. Arī Liepājas KRI sektora attīstības plānošanā **rekomendējam** izmantot ekosistēmas skatījumu, kas aptver KRI un saistītos sektorus. Šajā pētījumā esam identificējuši daudzas rīcības, kas jau pašreizējā Liepājas attīstības programmā nav apzīmētas kā KRI attīstības pasākumi, bet faktiski par tādiem uzskatāmi (izglītība, biznesa pakalpojumi, investoru piesaiste, u.c.). Jāatzīmē gan tas, ka pieminētie pasākumi atrodas vairāku institūciju atbildības sfērā, kas īstenošanā var raisīt institūciju horizontālās sadarbības izaicinājumus.

Intervijās un fokusgrupu diskusijās iegūtie viedokļi un iesaistīto pušu pieredzes analīze liecina, ka publiskā sektora un komercsektora pārstāvju priekšstati par KRI sektora iezīmēm nedaudz atšķiras un izvirza priekšplānā dažādus aspektus.

Publiskā sektora pārstāvji uzsver *spillover jeb* pārnese efektu nozīmi un nepietiekami novērtē KRI sektora bezpeļņas aktivitāšu esošo un potenciālo ieguldījumu uzņēmējdarbības vides veidošanā (uzsverot tikai šo aktivitāšu brīvā laika un atpūtas funkciju). Vienlaikus vērojams ierobežots skatījums uz to, kuras uzņēmējdarbības aktivitātes ir piederīgas sektoram. Kopumā, šobrīd publiskā sektora pārstāvjiem raksturīgi vispārēji priekšstati par kultūras un mākslinieciskās jaunrades vispārēju nozīmi pilsētas kultūrvides attīstībā, taču grūti konstatēt skaidru vīziju/ priekšstatu par katras operatoru grupas specifisko ieguldījumu pilsētas attīstībā un KRI sektora kā vienota resursa izpratni.

Komercsektora pārstāvji ar KRI vairāk saista uzņēmējdarbību, kas saistīta ar inovatīvu produktu jaunradi, kur liela loma jaunuzņēmumu darbībai un radošo industriju inkubatoriem. Tātad, tiek pozicionēts (no publiskā sektora) atšķirīgs KRI sektora nozariskais tvērums, kā arī cita kultūras un mākslinieciskās jaunrades aktivitāšu loma sektora attīstībā. Vienlaikus, daļa spēlētāju bezpeļņas un komerciāli orientētās aktivitātes uztvert integrēti, jo praksē tās darbojas kā savstarpēji papildinoši procesi, kuriem ir atšķirīgas funkcijas, bet sinerģētisks efekts. Īpaša uzmanība šīs aktoņu grupas skatījumā tiek pievērsta kultūrizglītības lomai un tās sagatavotajam cilvēkresursu potenciālam.

**Rekomendācija:** ieteicams plašāks un iekļaujošāks skatījums uz KRI sektoram piederīgo operatoru loku, redzējums par KRI sektoru kā vienotu resursu, kā arī vīzija par katras operatoru grupas specifisko ieguldījumu pilsētas attīstībā. Tas ļautu stratēģiskāk modelēt esošo resursu Liepājas pilsētas attīstībai, precizēt iesaistīto pušu lomas un iespējamo devumu.

## KRI sektors Liepājā un tā potenciāla attīstīšana

KRI sektoru Liepājā raksturo kvantitatīvi apjomīgs operatoru loks gan publiskajā (valsts un pašvaldības dibināti) sektorā, gan NVO sektorā, gan komercsektorā. Tas nodrošina kvantitatīvi apjomīgu un daudzveidīgu aktivitāšu klāstu. **Rekomendējam** meklēt katrai grupai piemērotākos atbalsta instrumentus, lai tās īstenotu savu potenciālu Liepājas attīstībā. Visa veida iesaistītajiem operatoriem **rekomendējams** atbalsts cilvēkresursu izcilībai, sākot ar izglītības ieguves posmu un turpinot ar pasākumiem, kas kompensētu sektora nodarbinātības nedrošo raksturu.

Liepājas pilsētā ir attīstītas dažādas laikmetīgā mākslas formas, audiovizuālā un multimediju māksla. Šajā jomā nodrošinātas kultūrizglītības iespējas, darbojas vairākas NVO, uzņēmumi, tiek rīkoti pasākumi, kas uzskatāms par vienu no izteiktākajiem KRI sektora attīstības resursiem. **Rekomendējam** virzīt atbalstu jau esošu tematisko klasteru turpmākai attīstīšanai; turpināt padziļināti analizēt Liepājas KRI īpašos resursus un veidot Liepājai raksturīgu unikālu specializācijas profilu. Izcilības stiprināšanai turpināt pielietot gan konkrētus finanšu instrumentus (piemēram, MVU konkursu), gan arī veicināt potenciālo investoru izpratni par KRI produkta īpatnībām, un sekmēt specifisku biznesa attīstības pakalpojumu/konsultāciju/apmācību pieejamību KRI.

Gan publiskā sektora, gan citi pārstāvji **novērtē radošo telpu potenciālu** Liepājas pilsētas un KRI sektora attīstībā. Pilsētā veidojas blīvs pasākumu norises vietu tīkls – gan telpās, gan brīvdabā. Pilsētā veidojas vairākas radošo aktivitāšu un radošās uzņēmējdarbības “zonas” (Promenādes apkaime, Kungu ielas kvartāls, Romas dārza telpa, kultūras centrs “Wiktorkija”, u.c.). Vienlaikus, radošo un kopstrādes telpu potenciāls vēl nebūt nav īstenots. Vēl vismaz viena daudzfunkcionāla vieta ar iespēju radošās uzņēmējdarbības un saistītu nozaru attīstībai, iedzīvotāju iesaistei radošās aktivitātēs un kultūras patēriņā būtu ļoti vēlama. Tomēr

nepieciešams veidot šādas telpas pastāvēšanas modeli, ņemot vērā dažādu potenciālo dalībnieku vajadzības, darbību sinerģijas un arī komercializācijas pakāpi. Nav ieteicams skatīt šādu telpu īstermiņa ekonomisko rādītāju griezumā, bet gan kā hibrīdu, kas darbojas uz dažādu finansējuma avotu un modeļu pamata. Šādas telpas sekmīgai attīstībai īpašu nozīmi iegūst vietas izvēle, kas būtu pievilcīga iedzīvotājiem un tūristiem, kā arī esošo kultūras un radošo operatoru klasteru identificēšana un kopīgo interešu attīstīšana. **Rekomendējam** konsultācijas gan ar arhitektiem, gan nekustamo īpašumu attīstītājiem, gan potenciālajiem vietas izmantotājiem, lai noteiktu vietu ar lielāko potenciālu piesaistīt daudzveidīgas aktivitātes. Vienlaikus, vietas izmantošanas finanšu modelim jāņem vērā tās izmantotāju atšķirīgie statusi un darbības mērķi un jāsamēro investīcijas ar dažādu vietas lietotāju grupu iespējamo tiešo un netiešo ekonomisko un sociālo atdevi (t.i., vieta nebūtu jāuztver tikai kā izīrējama komercplatība). **Rekomendējam** līdzsvarot ieguldījumus “ikoniskos” kultūras infrastruktūras objektos un daudz lētākās infrastruktūras investīcijās, kas var palīdzēt dažādu nozaru sadarbībai. Attīstot vietas un apkaimes, rūpīgi jāvērtē riski iedzīvotājiem un uzņēmumiem, ko var radīt ģentrifikācija.

Liepājas KRI sektoru raksturo ideja par spēcīgu personību lomu kultūras dzīves attīstībā, kuru ietekme lielā mērā noteikusi kultūras dzīves atbalsta intensitāti vai tā atslābumu no politikas veidotāju puses. Gandrīz visi respondenti uzsver partnerības nozīmi sektora attīstībā, taču neviennozīmīgi vērtē pašreizējās sadarbības izpausmes. Kā izteiktākās sadarbības līnijas fiksējama sadarbība starp kultūras organizācijām (gan valsts un pašvaldību dibinātām, gan NVO, gan privāti finansētām), sadarbība ar Liepājas pašvaldību, sadarbība ar kultūrizglītības iestādēm. Sadarbības intensitāte vērtējama kā nevienmērīga un situatīvi virzīta. Vien atsevišķi sadarbības piemēri ļauj to raksturot kā stratēģiski un mērķtiecīgi virzītu ar sistemātiskām aktivitātēm. Konkrētu organizāciju darbības apskats ļauj konstatēt vairākas KRI sektora attīstību veicinošas aktivitātes, taču ne vienmēr tās tiek pakārtotas mērķtiecīgai un stratēģiski virzītai KRI sektora attīstībai, kas vienlaikus ļautu skaidrāk plānot un identificēt kopējos ieguvumus no sektorā iesaistīto sadarbības sociālo un ekonomisko efektu izteiksmē. **Rekomendācija:** Atbalstīt sadarbību un tīklošanās pasākumus radniecīgu un saistītu uzņēmumu un organizāciju ietvaros, lai palielinātu iespēju sekmīgāk izmantot jaunas digitālo tehnoloģiju iespējas, palīdzētu gūt pieeju ES kultūras un inovāciju finansējumam. Savstarpējos kontaktus starp nozarēm sekmēt arī ar apmācības pasākumiem.

KRI sektora operatori saskata sektora potenciālu Liepājas pilsētas attīstībā, skatot dažādas aktivitātes kā vienotu resursu, kas rada **multiplus efektus** dažādās jomās – ekonomikā, sociālajā un kultūras dzīvē, kā arī veido ieguldījumu gan publiskajā, gan NVO, gan uzņēmējdarbības vidē. Lai atbalstītu šo potenciālu, nepieciešams monitorēt ne tikai sektora darbību, bet arī tās priekšnoteikumus, specifiski gan publiskajiem, gan NVO, gan komerciālajiem operatoriem. Tātad, sektora ieguldījuma monitorēšanā **rekomendējam** piemērot attīstības priekšnosacījumu indikatorus, īpašu uzmanību pievēršot šo operatoru grupu resursu pieejamībai, tirgus (auditorijas) pieejamībai, mārketinga aktivitāšu iespējām, nozīmīgāko prasmju attīstības iespējām, inovāciju resursu pieejamībai, informācijas apmaiņas un koordinācijas resursu pieejamībai. Tas ļautu identificēt ne tikai kultūras, ekonomiskos un sociālos, bet arī sinerģētiskos efektus.

## Kultūras dzīves piedāvājums un patēriņš

Līdz šim īstenota virkne pētījumu, kas ietver datus par atsevišķiem Liepājas kultūras dzīves aspektiem. Sociāli-ekonomiskās ietekmes vērtēšanas kontekstā īpaši jāatzīmē līdzšinējo pētījumu secinājumi, ka kopumā Liepājā ir augoši kultūras patēriņa rādītāji un izteikti daudz iedzīvotāju – 48% – novērtē, ka Liepājā kultūras nozarē viss ir kārtībā un nav nekādu problēmu. Šāds viedoklis zināmā mērā norāda arī uz to, ka iedzīvotāji kultūras dzīvi saista ar atpūtas

tematiku un nesaskata šī sektora potenciālu pilsētas attīstībā kopumā. Līdzšinējo pētījumu dati parāda, ka Liepāja un tās kultūras infrastruktūras objekti ir būtiski reģionālā kontekstā kultūras patēriņā un līdzdalībā (mazāk – radošo industriju aspektā). Vienlaikus, esošais potenciāls nav pilnībā izmantots. Īpaši tādos aspektos kā kultūras patēriņa mērķgrupu daudzveidība (pasākumi bērniem un ģimenēm, jauniešu (p)iesaiste, krievvalodīgo auditorijas piesaiste, tūrisma aktivizējoši pasākumi visa gada garumā u.c.), kā arī kultūras institūciju savstarpējā sadarbībā kā pilsētas, tā reģiona un valsts (iespējams, arī starpvalstu ar Lietuvu) mērogā.

KRI sektorā iesaistītie kopumā ļoti pozitīvi vērtē Liepājas kultūras dzīves iezīmes, īpaši uzsverot sekojošus aspektus: nozīmīga kultūras institucionālā bāze un pietiekami attīstīta infrastruktūra, kvantitatīvi plašs un daudzveidīgs piedāvājums, laba pieejamība, laba kultūrizglītības bāze (Liepājas Mūzikas, mākslas un dizaina vidusskolas ietekme, atsevišķu Liepājas Universitātes studiju programmu ietekme). Tāpat, respondenti novērtē gan valsts, gan pašvaldību dibinātu kultūras organizāciju lomu, gan NVO un privātā sektora kultūras piedāvājuma klāstu, kā arī kultūras dzīves labas pārvaldības prasmes. Tas liecina, ka pilsētā pastāv noteiktas KRI attīstībai nepieciešamās ekosistēmas funkcijas.

Vienlaikus, pētījums ļāva konstatēt arī vairākas respondentu pieredzē balstītas vispārējas Liepājas kultūras dzīves negatīvas iezīmes: dominējošās iedzīvotāju daļas interese par sportu, kas kā brīvā laika pavadīšanas veids dominē pār kultūru, piedāvājuma trūkums konkrētiem auditorijas segmentiem; auditorijas trūkums gadījumos, kad kultūras dienas kārtība paredz vienlaicīgas kultūras norises, kā arī piedāvājot nišas kultūras produktus, kuriem ir šaurs auditorijas segments. Kā trūkums tiek atzīmēta arī kultūras dzīves sezonālitate ar dominanti uz iekštelpu norisēm, telpu trūkums konkrētiem piedāvājuma veidiem (piemēram, vizuālās mākslas ekspozīcijām, izstādēm), kā arī sadarbības trūkums starp konkrētām kultūras iestādēm.

KRI operatori ir vienprātīgi par to, ka Liepājas kultūras dzīves piedāvājuma klāsts ir kvantitatīvi apjomīgs, taču dalās domas par šī fakta ietekmi uz auditorijas piesaistes iespējām, pastāvot tik intensīvam piedāvājumam. Daļa respondentu uzsver, ka šāda situācija rada auditorijas samazināšanās riskus, taču citi šo situāciju vērtē kā atbilstošu pilsētas kultūras dzīvei, kas risināma aktīvi reklamējot pasākumus un attīstot jaunas auditorijas piesaistes stratēģijas. Respondenti uzskata, ka kultūras piedāvājums ir pietiekami daudzveidīgs, tiek arī atzīts, ka tiek veikts mērķtiecīgs stratēģisks darbs pie piedāvājuma dažādošanas. Tiek pieņemts, ka piedāvājums atbilst dažādu auditorijas segmentu interesēm, nedaudz problematizējot jautājumu par piedāvājuma atbilstību krievu auditorijas interesēm un to iedzīvotāju kultūras vajadzībām, kuriem ir zemāks ienākumu līmenis. Viedoklis dalās jautājumā par iespējām kontrolēt piedāvājuma kvalitāti, jo dažādas kultūras organizācijas izmanto atšķirīgas stratēģijas un mērķus savas kultūras programmas veidošanā. Pieeju spektrs variējas no izteikti vājas kvalitātes kontroles (kurš pirmais piesakās, to ņemam) līdz izsmalcinātai programmas veidošanas stratēģijai ("Lielais Dzintars", Liepājas Olimpiskais centrs u.c). Diskutabls ir jautājums par pasākumiem ar maza apjoma auditorijām gan amatiermākslas, gan profesionālās mākslas piedāvājuma ietvaros, izvirzot jautājumus par šo pasākumu komerciālās nozīmes iepretim kultūras līdzdalības un eksperimentālā aspekta līdzsvara saglabāšanu. Tiek atzīts, ka liela nozīme ir iespējām profesionāli reklamēt pasākumu norises, kā arī aktualizēts jautājums par liela mēroga pasākumu atbalstu un intensitāti Liepājā. **Rekomendējam** piemērot atšķirīgas rezultatīvo rādītāju sistēmas sektora nišas un lielu auditoriju produktiem, mākslinieciskajai izcilībai un populārās kultūras produktiem.

Kultūras auditorija ir būtisks KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes rādītājs. Liepājas kultūrvidei raksturīga kultūras auditorijas problemātika, kas ir raksturīga arī Latvijas dzīvei kopumā, jo nelielais unikālo kultūras apmeklētāju skaits rada auditorijas pārklāšanās riskus gan profesionālās, gan amatiermākslas piedāvājuma gadījumā. Auditorijas intereses ir ļoti

atšķirīgas, bet pastāv ticams pieņēmums, ka liela Liepājas iedzīvotāju daļa neiesaistās Liepājas kultūras dzīvē, aktualizējot nepieciešamību attīstīt un izmantot jaunas auditorijas piesaistes instrumentus. **Rekomendējam** atbalstīt sektora operatoru mārketinga instrumentu pielietošanas prasmju apguvi.

Kā problemātiskākie auditorijas segmenti tiek minēti Liepājas iedzīvotāji, kuri ikdienas saziņā dominējoši izmanto krievu valodu, kā arī cilvēki ar zemiem ienākumiem. Spēcīgākie KRI sektora operatori sekmīgi piesaistījuši auditoriju no citiem Latvijas reģioniem un ārvalstīm, ko izvirza kā vienu no darbības stratēģiskajām prioritātēm. Šis auditorijas aspekts tieši sasaista KRI sektora operatorus ar tūrisma un viesmīlības biznesa pārstāvjiem. Līdz ar to, pētījums ļāvis iezīmēt dažus gan sekmīgi, gan nepietiekami izmantotus KRI sociālās un ekonomiskās ietekmes aspektus. **Rekomendējam** īpaši monitorēt KRI sektora sociālo ietekmi uz šīm iedzīvotāju grupām.

Liepājas KRI sektora operatoru pašnovērtējums par Liepājas kultūras dzīves vispārējām iezīmēm, kā arī specifiski par piedāvājuma un pieprasījuma/auditorijas raksturīgākajām pazīmēm ļauj veidot pieņēmumus par sektora spēju radīt kultūras un mākslas vērtības, tā sociālās un ekonomiskās ietekmes potenciālu, par (infrastruktūras, personāla, tehnoloģisko) resursu pieejamību, par noteiktām kultūras auditorijas un tās sasniegšanas (mārketinga) prasmēm, kas tomēr pagaidām attīstītas neviendabīgi, par informācijas apmaiņu un darbības koordināciju, kuru būtu nepieciešams attīstīt, kā arī inovāciju potenciālu sektorā. Sektora pozitīvo un negatīvo iezīmju pašnovērtējums liecina, ka daļa no sektora iezīmēm ir tipiska visai Latvijas kultūrvidei, bet daļa – specifiska tieši Liepājai.

## Liepājas pilsētas attīstība un KRI

Kultūras un radošo industriju sektora elementi pārliecinoši iespaido Liepājas pilsētas iekšējo un ārējo tēlu, taču īpaši spilgti Liepāja tiek asociēta ar kultūras un mākslinieciskās jaunrades izpausmēm, mazāk ar radošumu kā uzņēmējdarbības un inovāciju avotu. Būtiska loma pilsētas tēla uztverē tiek piešķirta “Lielā Dzintara” darbībai.

Kultūras un radošo industriju sektora pārstāvju skatījumā Liepājai kā radošai pilsētai ir labas attīstības iespējas, par ko liecina nozīmīgi KRI sektora resursi: tie ir atbilstoša cilvēkresursu bāze; izvērstas kultūras organizāciju un izglītības iestāžu tīkls; radošām, mākslas un kultūras aktivitātēm piemērotas vietas ar mērķi attīstīt mākslas, kultūras, sociālas un ekonomiskas inovācijas, kuras attīstījusi gan publiskā sektora, gan NVO, gan komerciālā sektora operatori.

Liepājas pašvaldības iecere startēt konkursā uz Eiropas kultūras galvaspilsētas 2027 statusu ir balstīta pārliecībā par Liepājas KRI sektora institucionālajiem, infrastruktūras un cilvēkresursiem, taču bažas par finansiālajām iespējām zināmā mērā sasaucas ar piesardzību ieguldījumu veikšanā KRI infrastruktūras objektos.

## Sociāli-ekonomiskās ietekmes mērīšana

Līdzšinējie pētījumi liecina, ka KRI sektora kvantitatīvu sociāli-ekonomiskās ietekmes noteikšanu būtiski traucē vairāki faktori:

- 1) oficiālā statistika atpaliek no straujajām pārmaiņām uzņēmējdarbības vidē, jo īpaši ar jaunajām tehnoloģijām saistītās uzņēmējdarbības uzskaitē;
- 2) saimnieciskās darbības statistiskā klasifikācija (ES Saimniecisko darbību statistiskā klasifikācija (NACE)), – saskaņā ar kurām iespējams klasificēt institucionālās vienības un tautsaimniecības sektorus, uzņēmumu uzskaitē šobrīd neatspoguļo reālās uzņēmējdarbības nišas (piemēram, nozaru joma – dizains, šķērso daudzus kodus) un profesiju klasifikatorā nav



iekļautas daudzas jaunas profesijas, kas neļauj statistiski precīzi un nozari visaptveroši fiksēt nozarei piederošos operatorus, lai veiktu to kartēšanu.

Šajā pētījumā apstiprinājušās arī citviet secinātās ietekmes mērīšanas grūtības, konkrēti:

Arī Liepājā lielākā daļa institūciju nodarbina radošos profesionāļus arī ārpus patstāvīgām darba attiecībām, t.sk., slēdzot autoratlīdzības līgumus. Šādu nodarbinātības formu ir grūti identificēt un novērtēt tās ietekmi.

Ir plašs kultūras un radošo industriju operatoru (it īpaši komercsektorā) loks, kurus ir grūtības identificēt pēc esošajiem klasifikatoriem (var nebūt reģistrēti Liepājas pilsētā, darbība notiek bez piesaistes konkrētai vietai, nodarbina uz autoratlīdzību pamata, pašnodarbinātas personas u.tml.).

Grūtības identificēt Liepājas kultūrvidei piederīgos operatorus – pēc to reģistrācijas vietas vai darbības vietas. Kultūras organizāciju darbības mērogs var būt lokāls, nacionāls un starptautisks, iespējams, nesniedzot tiešu ieguldījumu Liepājas pilsētas kultūrpolitikas realizācijā.

Liepājas pilsētas kultūrvidi veido liels skaits festivālu un pasākumu, kurus īsteno operatori, kas ir dažādi pēc to juridiskā statusa un reģistrācijas vietas. Taču visbiežāk festivāli iekļauti organizācijas kopējā darbībā, neizdalot vienu pasākumu kā atsevišķu finansiālu un organizatorisku vienību, kas pakļautos analīzei.

Līdzšinējie pētījumi un KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes indikatoru modeļi liek secināt, ka Liepājas KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes noteikšanas metodoloģijas un monitoringa indikatoru izstrādē jābalstās pieejā, kur iespēju robežās tiek izmantotas starptautisko organizāciju rekomendācijas (tur, kur tās atbilst lokālajām datu uzkrāšanas iespējām), bet ietekmes noteikšanas pieeja tiek balstīta Liepājas pilsētas KRI sektora specifikai un Liepājas pašvaldības datu uzkrāšanas iespējām.

Pētījuma noslēgumā Liepājas pilsētas pašvaldībai rekomendēta konkrēta ceļa karte Liepājas KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes noteikšanai, kas ietver piecus, laikā secīgi īstenojamus soļus: **1) kartēšana; 2) Liepājas KRI sektora operatoru darbības nosacījumu diagnosticēšana; 3) Liepājas KRI sektora izlases/paraugkopas sociāli ekonomiskās ietekmes novērtējums; 4) KRI sektora integrēts ietekmes novērtējums radošas pilsētas attīstības kontekstā; 5) ilgtermiņā piemērojamas indikatoru kopas atlase.**

## 4. PIELIKUMI

### Pētījuma anotācija

<b>Pētījuma mērķis</b>	Pētījuma mērķis bija analizēt un definēt kultūras un radošo industriju jēdziena lietojuma nozīmi ES, nacionālajā un Liepājas pilsētas attīstības plānošanas kontekstā; izstrādāt Liepājas pilsētas kultūras un radošo industriju sociāli ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodoloģiju.
<b>Galvenās pētījumā aplūkotās tēmas</b>	1) Radošo industriju, kultūras un radošo industriju, kā arī kultūras un radošā sektora jēdzienu attīstība un transformācijas akadēmiskajos avotos, kā arī to dominējoša izpratne un lietojums ES, Latvijas un Liepājas attīstības un politikas plānošanas dokumentos, iekļaujošāka skatījuma uz KRI sektora attīstību Liepājā; 2) Līdzšinējo pētījumu būtiskākie secinājumi un dati relevantajā tematikā; 3) Liepājas kultūras un radošo industriju sektora pārstāvju pieredze un viedoklis par KRI sektoru Liepājā, tā pozitīvajām un negatīvajām izpausmēm, tā potenciāla attīstīšanas iespējām; 4) Liepājas kultūras un radošo industriju sektora pārstāvju pieredze un viedoklis par kultūras piedāvājumu un patēriņu, būtiskākajām kultūras auditorijas iezīmēm Liepājā; 5) KRI sektora saikne ar Liepājas pilsētas tēlu, sektora kā pilsētas attīstības potenciāla novērtējums; 6) Liepājas KRI sektora iezīmes un Liepājas pilsētas iecere startēt konkursā uz Eiropas kultūras galvaspilsētas 2027 statusu; 7) mūsdienu starptautiskajā pētniecības praksē izmantotās kultūras un radošo industriju sektora sociāli ekonomiskās ietekmes noteikšanas metodes; 7) Liepājas KRI sektorā iesaistītie operatori, to raksturojums un tipoloģija; 8) pieejamie datu avoti Liepājas KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes novērtēšanai; 9) Liepājas KRI sektora sociāli ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodoloģijas ceļa karte un ietekmes monitoringa dominējošie indikatori.
<b>Pētījuma pasūtītājs</b>	Liepājas pilsētas pašvaldības iestāde "Kultūras pārvalde"
<b>Pētījuma īstenotājs</b>	Latvijas Kultūras akadēmija
<b>Pētījuma īstenošanas gads</b>	2018.-2019.
<b>Pētījuma finansēšanas summa un finansēšanas avots</b>	6000,00 EUR + PVN

<b>Pētījuma klasifikācija</b>	Padziļinātas ekspertīzes pētījums
<b>Politikas joma, nozare</b>	7.2. Kultūras attīstība. 15.1. Komerccdarbības attīstība. 11.3.2. Pilsētu attīstība.
<b>Pētījuma ģeogrāfiskais aptvērums</b>	Liepājas pilsēta
<b>Pētījuma mērķa grupa/-as</b>	Kultūrpolitikas veidotāji. Kultūrpolitikas īstenotāji. Kultūras patēriņa mērķgrupas. Tūrisma mērķgrupas. Radošās uzņēmējdarbības mērķgrupas.
<b>Pētījumā izmantotās metodes pēc informācijas ieguves veida:</b>	
1) tiesību aktu vai politikas plānošanas dokumentu analīze	Jā
2) statistikas datu analīze	Jā
3) esošo pētījumu datu sekundārā analīze	Jā
4) padziļināto/ekspertu interviju veikšana un analīze	Jā
5) fokusa grupu diskusiju veikšana un analīze	Jā
6) gadījumu izpēte	Jā
7) kvantitatīvās aptaujas veikšana un datu analīze	Nē
8) citas metodes (norādīt, kādas)	Nē
<b>Kvantitatīvās pētījuma metodes:</b>	
1) aptaujas izlases metode	-
2) aptaujāto/anketēto respondentu/vienību skaits	-
<b>Kvalitatīvās pētījuma metodes:</b>	
1) padziļināto/ekspertu interviju skaits	17
2) fokusa grupu diskusiju skaits	4
<b>Pētījuma pasūtītāja kontaktinformācija</b>	LPPI "Kultūras pārvalde" starptautisko sakaru un kultūrpolitikas projektu vadītāja Agita Auza, tālr. +37163483949, e-pasts: agita.auza@liepaja.lv
<b>Pētījuma autori (autortiesību subjekti)</b>	Anda Laķe, Ilona Kunda, Baiba Tjarve, Gints Klāsons