

Latvijas Kultūras akadēmija

Kultūras socioloģijas un menedžmenta katedra

SKOLĒNA IESAISTE KULTŪRAS PRODUKTA VEIDOŠANĀ

Bakalaura darbs

Elizabete Pavlovska:

Akadēmiskās bakalaura izglītības programmas "Mākslas"

Kultūras teorijas un menedžmenta apakšprogrammas

4. kursa studente Elizabete Pavlovska

(ID – 20124425)

Darba vadītājs:

Dr.oec. Ieva Zemīte

/paraksts/

Rīga
2016

SATURS

IEVADS.....	3
1. KULTŪRAS PRODUKTA VEIDOŠANA UN KULTŪRAS PATĒRIŅA NOZĪME.....	5
1.1. Kultūras produkta definīcijas un jēdziena attīstība.....	5
1.2. Kultūras pasākumu menedžments.....	10
1.3. Kultūras patēriņa priekšnosacījumi.....	13
2. SKOLAS LOMA KULTŪRAS PATĒRIŅA VEIDOŠANĀ UN KULTŪRAS PASĀKUMU MENEDŽMENTĀ.....	16
2.1. Likumdošanā noteiktās funkcijas.....	16
2.2. Skolu iniciatīvas ārpusklasses darba organizēšanā.....	20
2.2.1. Skolēnu pašpārvalde.....	21
2.2.2. UNESCO Asociēto skolu projekts.....	23
2.2.3. Eiropas Savienības Mūžizglītības programma COMENIUS.....	26
3. JELGAVAS 3. VIDUSSKOLAS KULTŪRAS PASĀKUMU MENEDŽMENTA ANALĪZE.....	28
3.1. Jelgavas 4. vidusskolas raksturojums.....	28
3.2. Jelgavas 4. vidusskolas pēdējo piecu gadu organizēto pasākumu analīze.....	31
3.3. Jelgavas 4. vidusskolas topošo absolventu pieredzes kultūras pasākumu organizēšanā nozīmes analīze.....	40
NOBEIGUMS	47
KOPSAVILKUMS.....	48
AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS.....	49
SUMMARY	52

IEVADS

21. gadsimta informācijas tehnoloģiju laikmets ļauj nostāties jaunajam un potenciālajam kultūras patērētājam līdz kultūras produktam rokas stiepiena attālumā – vērot interneta tiešsaitēs, video, ļoti aktīvi vērtēt un analizēt, izsakot viedokli sociālajos tīklos, bez kuriem dzīve šobrīd nav pat iedomājama. Mēs esam tuvu un paši gribam radīt. Kādreiz jauni cilvēki uzskatīja un iedalīja sevi eksaktos un humanitāros, bet tagad arvien vairāk visi grib pamēģināt, ko jaunu, citādāku un būt kreatīvi. Jebkurā pasākumā katrs skolēns savā veidā ir kultūras produkta līdzdalībnieks – vai nu kā pasākuma vērotājs, vai pasākuma dalībnieks. Tomēr, mūsdienās, paliek arvien mazāk pasākumu, kuros skolēni ir vienkārši inertie vērotāji.

Iesaiste attīsta personību un kreativitāti, bērns ātrāk ir spējīgs radīt jaunrades un ir gatavs piedalīties tās procesos, tādējādi kļūst noderīgs jebkurā jomā, jo viņš ir kreatīvs. Sakarā ar to, ka kreativitāte ir vēlamais, bet nepietiekamais faktors, viņam visu laiku jābūt procesā, jāapgūst jaunas, vēl neredzētas lietas. Lielo vairumu no tām var palīdzēt apgūt skola un skolotājs, kuriem arī ejot līdzī laimam, jāklūst radošiem un jārada jaunas lietas un veidi, kā pasniegt.

Kora dalībnieks, sportists, Ziemassvētku priekšnesuma veidotājs, teātra pulciņa dalībnieks vai vienkārši aktīvs sabiedriskās dzīves dalībnieks un aktīvs pasākumu apmeklētājs – tie ir daudz un dažādi veidi, kā skolēns iesaistās kultūras produkta veidošanā vai kultūras patēriņā.

Galvenais pētnieciskais jautājums:

Kāda skolā ir skolēnu iesaiste kultūras pasākumu organizēšanā, kultūras produktu radīšanā un dalība kultūras aktivitātēs?

Darba pētījuma jautājumi:

- Kas ir kultūras produkts?
- Ko sevī ietver kultūras pasākumu menedžments?
- Kādas ir valsts likumdošanā noteiktās funkcijas, kas jāveic skolām, saistībā ar kultūras izglītošanu?
- Kādas ir skolu iniciatīvas sabiedriskās un kultūras dzīves attīstīšanai skolā?
- Kāda ir Jelgavas 4. vidusskolas pēdējo piecu gadu kultūras pasākumu menedžmenta pieredze?

- Kādi ir skolēnu uzdevumi un pienākumi kultūras pasākumu menedžmenta procesā?
- Kāda nozīme ir Jelgavas 4. vidusskolas topošo absolventu iegūtajai pieredzei, kultūras pasākumu menedžmentā nākotnes karjeras izvēlē?

Darba mērķis:

Noskaidrot kā skolēna iesaiste kultūras pasākumu menedžmentā skolā un kā tas veicina un ietekmē skolēna kultūras patēriņu ārpus skolas.

Bakalaura darbs tiek strukturēts trijās nodaļās. Pirmajā no tām tiek analizēti teorētiskie literatūras un interneta resursu avoti, kas ietver kultūras produkta definīcijas un veidus, kā arī pasākumu menedžmenta procesu, kultūras patēriņa priekšnosacījumus.

Otrajā nodaļā tiek analizēti valsts likumdošanas un izglītības dokumenti par skolu funkcijām, saistībā ar kultūras dzīves attīstīšanu skolā.

Trešajā nodaļā tiek veikta Jelgavas 4. vidusskolas pēdējo piecu gadu pieredzes analīze par skolēnu iesaistīšanu kultūras pasākumu menedžmentā, kā arī ar kvantitatīvās izpētes metodi - aptaujāšanu, tiks uzzināti topošo absolventu plāni, pēc vidusskolas beigšanas. Iegūtie rezultāti sniegs materiālus analīzei, cik daudz iesaiste un dalība kultūras pasākumu menedžmentā, ietekmē izvēli un nākotnes plānus pēc skolas beigšanas.

Darbā plānots izmantot sekojošas pētnieciskās metodes: aprakstošā metode – jēdzienu un to veidu detalizēta apskate, avotu un literatūras analīzes metode – teorētisko atziņu un situācijas analīzes veikšanai, kvantitatīvā metode (aptaujāšana) – lai iegūtu datus par skolēnu iesaistes nozīmi kultūras pasākumu menedžmentā un ietekmēm uz nākotnes plāniem.

1. KULTŪRAS PRODUKTA VEIDOŠANA UN KULTŪRAS PATĒRIŅA NOZĪME

Pirmajā nodaļā tiks sniegta kultūras produkta definīcija, kā arī analizēts kultūras pasākumu menedžmenta process un pētīti kultūras patēriņa priekšnosacījumi.

1.1. Kultūras produkta definīcijas un jēdziena attīstība

Kultūras mārketinga jautājumu sāka aktualizēt pagājušā gadsimta 60. gados. Pētnieki norādīja, ka visas kultūras organizācijas rada kultūras preces, tādējādi konkurējot savā starpā. Kultūras produkti ir atšķirīgi no citu industriju produktiem. Piemēram, ražošanā jauna produkta radīšana veicina jaunu tirgu meklējumus, kur šo produktu piedāvāt, tādējādi svarīgākais ir kompānija un produkts, kas līdzīgi ir arī kultūras jomā. Taču atšķirība ir tāda, ka ražošana meklē tirgu, kur iegūt peļņu, savukārt, uz produktu orientēta kultūras uzņēmuma mērķis drīzāk ir māksla, nevis peļņa.¹

Produkts var būt gan lieta, gan prece, gan pakalpojums, gan ideja.² Produkts ir objekts, pakalpojums vai ideja, kas spēj veiksmīgi papildīt pircēja vēlmes.³ Jebkuri produkti, arī kultūras, var būt taustāmi un tverami (netaustāmi). Pie taustāmajiem pieder reālas lietas, kuras iespējams baudīt ne tikai acīm, bet tās arī reāli ir taustāmas. Piemēram, gleznas, baznīca, grāmata, sena krūze, mūzikas instrumenti un citi mākslas objekti. Pie netaustāmajiem jeb tveramajiem pieder deja, rituāli, mūzika, valoda un citi objekti, kurus cilvēkam iespējams uztvert tikai ar prātu un mentālajām spējām, ne ar fiziskajām īpašībām. Kultūras industrijā par produktu var saukt koncertu, izstādi, deju, izrādi, grāmatu, u.c. Visus produktus raksturo konkrētas pazīmes, piemēram, īpašības, garantijas, kvalitāte, zīmols, noformējums, formāts. Daļa no pazīmēm uz daudziem kultūras produktiem nemaz nevar attiekties, no kā izriet tas, ka patērētājs būtībā iegādājas solījumu.

¹ Kolbērs, Fransuā, Nantels, Žaks, Bilodū Suzanna, Ričs Deniss. *Kultūras un mākslas mārketingis*. Rīga: RD Rīgas Kongresu nams, 2007. 28 lpp.

² Hermane, Agnese, Jurka, Dace. *Ceļvedis kultūras centra vadībā*. Rīga: Tautas mākslas centrs, 2008. 40. – 41. lpp.

³ Goldblats, Džo, Nelsons, Ketlīna. *Internacionālā pasākumu menedžmenta vārdnīca*. Amerikas Savienotās valstis, 2001. 121 lpp.

Produkts ir katra uzņēmuma centrālā ass. Kultūras industrijā tam ir īpaša nozīme, jo tajā tas ir visu mārketinga darbību sākuma punkts. Šajā nozarē tas ir saistīts ar jebkādu radošās darbības rezultātu – piemēram, izrādi, izstādi, skaņu ierakstu, grāmatu vai TV programmu.⁴

Produktu iespējams klasificēt ļoti dažādos veidos. Izplatītākais no tiem – klasificēšana pēc to pūļu daudzuma, ko patērētājs pielicis. Pirmās nepieciešamības preces ir tās, kuras patērētājs pērk visbiežāk, maz iedziļinoties vai nepievēršot uzmanību zīmoliem. Parasto preču – piens, maize, sviests – zīmoli ir vienkārši aizvietojami ar tuvākā veikala piedāvātajiem zīmoliem, lai produkta patērētājam nebūtu jāmēro garāks ceļš līdz lielāku preču klāsta piedāvājumam – lielveikalam. Ir, protams, gadījumi, kad produkts ir īpaši pārdomāts un patērētājs tikai pēc kārtīgas salīdzināšanas veic pirkumu. Iegādājoties apģērbu, preces mājai lielākā daļa patērētāju pirms produkta iegādāšanās salīdzina vairākus līdzīgus piedāvājumus un izvēlas saviem kritērijiem atbilstošāko.

Specializēts pirkums būs īpaša zīmola produkts, kura dēļ patērētājs ir gatavs pielikt lielākas pūles. Ja nepieciešamais produkts nav pieejams, viņš nepieņems visus citus piedāvājumus un pat speciāli dosies uz to vietu, kur viņam piedāvā attiecīgo produktu.

Kultūras produkti parasti pieder šai specializēto preču kategorijai.⁵ Ja patērētājs vēlas dzirdēt sava iemīļotā dziedātāja koncertu, redzēt sava elka jaunāko kino filmu vai lasīt jaunāko bestselleru, kompromisi netiks pieņemti. Patērētājs pieliks vairāk pūļu, lai kārotais produkts pie viņa nonāktu – mēros garāku ceļu, iegādāsies biļetes iepriekšpārdošanā vai stāvēs īpaši garā rindā.

Vairumam produktu ir šādi galvenie komponenti:

- 1) pats centrālais produkts vai priekšmets;
- 2) ar to saistītie pakalpojumi;
- 3) vērtība – simboliskā, emocionālā vai kāda cita – ko produktam piedēvē patērētājs.⁶

⁴ Kolbērs, Fransuā, Nantels, Žaks, Bilodū Suzanna, Ričs Deniss. *Kultūras un mākslas mārketingas*. 40. lpp.

⁵ Turpat.

⁶ Turpat, 41.lpp.

Pērkot transportlīdzekli pircējs iegūst ne tikai pārvietošanās līdzekli, kas šajā gadījumā ir centrālais produkts, bet arī pakalpojumus – garantiju, līgumu ar apkalpošanas servisu, un citus. Kā jau lielam vairumam produktu, tā ieguvējs iegūst arī simbolisko vērtību, piemēram, iegribu apmierināšanu, varas vai prestiža apliecinājumu.

Iemesli konkrēta produkta iegādei var būt dažādi. Vairumam pircēju, tomēr ir svarīgi, kas tas par produktu, kādas tā īpašības, galvenās funkcijas, kas norāda uz to, ka pircējs lēmumu iegādei, pieņem balstoties uz konkrētiem, tehniskiem kritērijiem, tātad uz centrālā produkta pamata. Citi pircēji izdara izvēli, balstoties uz papildus ieguvumiem, pakalpojumiem, kas saistīti ar tā iegādi. Dažkārt patērētājs balstās tikai un vienīgi uz simboliskām vērtībām – statusa nostiprināšana, īpašs produkta stāsts, kas var būt noteicošākais.⁷

Kultūras produkta nozīmē ļoti svarīgi ir tuvoties tā izpratnei. Viens no veidiem, kā to darīt ir definēt mākslas darbu, izmantojot trīs dimensijas – atsauces, tehniskās vai apstākļu.⁸ Atsauces dimensija atļauj produktu pozicionēt pēc konkrētiem atskaites punktiem (žanrs, sfēra, vēsture, u.c.). Šie punkti iegūst vai zaudē vērtību sasaucoties ar patērētāja zināšanām, vērtībām un pieredzi par produktu. Šī dimensija definē produktu salīdzinājumā ar citiem jebkurā laikā un vietā esošiem produktiem. Piemēram, laikmetīgās mākslas darbu varētu salīdzināt ar citiem izstādes darbiem, gan ar citiem konkrētā mākslinieka darbiem, gan ar citiem mākslas žanriem. Kad produktam tiek izteikts vērtējums, tas automātiski tiek pozicionēts konkrētā tirgū, konkrētā laikā, kurā ir radušies un eksistējuši arī citi darbi.⁹ Pieredzējuši patērētāji precīzāk spriedīs par keramiķa radītajiem traukiem, kurš no tiem darbojas jau gadiem un ir pieredzējis, saucams par meistarū, un kurš to dara nesen un pieredzes vēl nav tik daudz. No tā arī izkristalizējas, kāpēc citi produkti ir vairāk un citi mazāk pieprasīti, vai pat saprotami cilvēkiem. Piemēram, vidējais patērētājs Latvijā ir uzaudzis ar populāro latviešu un ārzemju mūziku. Tādējādi, gadu gaitā viņam rodas iespāids un izvēle, kam tiek dota priekšroka, ko dzirdēt vispār nevēlas. Tāpēc laikmetīgā māksla

⁷ Kolbērs, Fransuā, Nantels, Žaks, Bilodū Suzanna, Ričs Deniss. *Kultūras un mākslas mārketingss*. 39 lpp.

⁸ Turpat., 41 lpp.

⁹ Turpat.

ir daudz mazāk saprotama, nepieredzējušam vidējam patērētājam, kā populārā mūzika.

Tehniskā dimensija ietver ar produktu iegūtos tehniskos un materiālos komponentus. Tas var būt pats produkts, piemēram, glezna, kāds tiražēts materiāls, piemēram, grāmata vai disks un tas var būt arī mākslas darba komponents – teātra izrāde.

Apstākļu dimensija saistās ar zūdošiem, ātri gaistošiem apstākļiem produkta uztverē un radīšanā. Nav iespējams noskatīties divas vienādas teātra izrādes, pat ja tās izpilda vieni un tie paši aktieri. Patērētāja un konteksta uztvere ir produkta novērtēšanas neatņemama sastāvdaļa. Piemēram, gleznas vērošana muzejā, pilsētvidē vai mājās pie sienas, katrā no vietām izskatīsies pilnīgi citādāk, kā arī vērotājam, kā katrai dzīvai būtnei ir garastāvokļa, stāvokļa maiņas. Visiem šiem apstākļu faktoriem ir ļoti liela nozīme produkta koptēlā un tie ļoti ietekmē viedokli par darbu. Patērētāja uztvere spēlē ļoti lielu lomu kultūras produktos, taču īpašākā nozīme tai ir tieši skatuves mākslā, kurā mākslinieka stāvokli, noskaņu, atmosfēru, publikas uztveri arī ietekmē apstākļi, līdz ar to ietekmējot, arī produkta kvalitāti, kas tikai pastiprina to, ka produkts divreiz nevar būt vienāds.

Lielākoties kultūras produktus var nosaukt par sarežģītiem tad, ja to patērētājiem nepieciešamas īpašas zināšanas, spējas, kas prasa patērētāju tos novērtēt. Protams, šajā sektorā pastāv arī saprotami un vienkārši produkti. Tie balstās uz iepazītu informāciju, stereotipiem un koncepcijām, ko bieži vienkārši dēvē par visu populāro. Latviešu popmūzikas dziesmas var uzskatīt par vienkāršiem produktiem, salīdzinot ar simfoniskā orķestra izpildītiem skaņdarbiem.¹⁰

Jebkurš tirgus speciālists produktu definētu, kā patērētāja saņemto labumu kopumu. Vai tas būtu taustāms, vai fiziski netverams ar simbolisku nozīmi, taču tas patērētājam nes īstu vai iedomātu labumu. Balstoties uz savām vajadzībām, resursiem, cilvēks ir gatavs ieguldīt naudu un pūles, lai iegūtu sev vajadzīgo vai kāroto produktu. Jebkurai organizācijai produkts ir definējams, kā tehnisku īpašību kopums, kas tiek atšķirīgi uztverts saistībā ar nozari.

Latvijai un tās kultūras menedžmenta nozarei ir īpaša specifika, kura jāņem vērā kultūras produktu virzīšanai sabiedrībā. Atšķirībā no preču izvēles veikalā,

¹⁰ Kolbērs, Fransuā. Nantels, Žaks. Bilodū, Suzanna. Ričs, Deniss. *Kultūras un mākslas mārketingis*. 42.lpp.

patērētājam pirms pakalpojuma, vai kultūras produkta pirkuma izdarīšanas ir grūti novērtēt tā reālo kvalitāti. Nav opciju pataustīt, ieraudzīt no visām pusēm, apskatīt katru detaļu. No tā izriet, ka ļoti liela nozīme ir mārketingam jeb tam, kā produkts tiek virzīts, kā potenciālais patērētājs par to uzzina.¹¹ Latvijas sabiedrība, vairumu kultūras produktu nemaz nevarētu baudīt, ja nebūtu valsts finansējuma kultūruas produktu tapšanai. Opera, teātris, latviešu filmas, koncerti, interešu izglītība bērniem. Radot šos kultūras produktus, daļa finanses nonāk citās nozarēs. Piemēram, lai taptu operas iestudējums, nepieciešami audumi, metāla un koka materiāli, pārtikas produkti un citi, tieši konkrētajam iestudējumam nepieciešamie atribūti. No tā izriet, ka finanses, ko valsts iegulda konkrētajās institūcijās, tāpat nonāk kultūras vai tautsaimniecības sektoros, kas rada lielu pievienoto vērtību.¹²

¹¹ Kolbērs, Fransuā, Nantels, Žaks, Bilodū Suzanna, Ričs Deniss. *Kultūras un mākslas mārketingas*.44 lpp.

¹² SIA “Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija” saskaņā ar valsts kultūrkapitāla fonda pasūtījumu “*Kultūras sektora ekonomiskā nozīme un ietekme Latvijā*”. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/doc/starppnozares/radosa/Kulturas_ekonomiskas_ietekmes_izvertejums_Lavija_2007.doc [skatīts:14.05.2016.]

1.2. Kultūras pasākumu menedžments

Pasākumiem sabiedrībā jau izsenis ir ļoti liela loma. Dzīves nomāktība un lielā rutīna tika *salauzta* pateicoties dažāda veida notikumiem. Vairumā tautu vienmēr tiek atrasts kāds iemesls lai ļautos kārtīgām svinībām, lai arī tradicionālie svētki ir jāsvin ar īpašām ceremonijām vai rituāliem. Eiropā, īpaši pirms industriālās attīstības, vienkāršie ikdienas notikumi tika papildināti ar karnevāliem un festivāliem. Kopīgie iemesli pasākumiem bija arī svētku dienas par godu reliģiskajiem notikumiem. Loma šiem svētkiem sabiedrībā bija un ir, taču nozīme daudziem no tiem, varētu būt mainījusies. Piemēram, reliģisko uzskatu dēļ ievērojami pasākumi notiek ļoti reti, taču vēl joprojām vērojami iespaidīgi karnevāli un festivāli, kuriem vēsturiski bijusi cita ideja, bet šodien – iedzīvotāju un tūristu piesaiste.¹³

Tomēr, daži pasākumi savu vērtību nav zaudējuši un vēl pastāv visā pasaulē, lai arī balstās uz reliģiskām vai tautu tradīciju vērtībām. Piemēram, Lieldienas un Ziemassvētki, kas ierakstīti Kristiešu kalendārā, vēl šodien visā Eiropā tiek svinēti ar lieliem un iespaidīgiem pasākumiem pat nedēļas garumā. Lai arī reliģiskais pamats svētkiem vairs nav tik būtisks, kā kādreiz, šiem svētkiem, tomēr ir nozīmīga vieta sabiedrībā. Latviešu kultūrā šajā gadījumā, par piemēru var saukt Līgo nakti un Jāņu dienu, kuru svin ik katrs. Konkrēta daļa svin to pēc senajām tradīcijām un ieražām, taču vairums šos svētkus svin mūsdienīgā garā, saglabājot pāris nianšes. Tomēr, svētki tiek svinēti un latviešu tauta lepojas, ka tādi svētki ir tikai viņu tautai.

Kādreiz kultūras notikumi bija iemesls izrauties no strukturētās sistēmas, kad dienu no dienas cilvēki tikai strādāja. Mūsdienās cilvēki ir pieņēmuši par pašsaprotamu, ka visu laiku kaut kas notiek, vienmēr ir pasākumi un notikumi, kurus dzirdēt, redzēt un apmeklēt, tāpēc tie sāk zaudēt īpašo pamatvērtību un kontekstu.¹⁴

Ja runa ir par pasākumu vai notikumu, tad ļoti bieži ir jautājums, kas tas īsti ir. Definīcijas un termini ir dažādi, taču par veiksmīgāko tiek uzskatīts 1998. gadā Čamberu vārdnīcā publicētais termins, kas to definē, kā *jebkas, kas notiek, parasti*

¹³ Šouns, Antons, Perijs, Braiens. *Veiksmīgs pasākumu menedžments. Praktiskā rokasgrāmata.*

Amerikas Savienotās valstis: Sengeidžas studijas, 2013. 6 lpp.

¹⁴ Turpat.

*īpašs, nozīmīgs; rezultāts; pasākuma iespējamība; objekts konkrētā programmā, piemēram, sporta; organizēta aktivitāte īpašā vietā.*¹⁵

Balstoties uz šo definīciju notikumu iespējams skatīt no dažādām prizmām, dažādos veidos, ko piedāvā arī citas vārdnīcas. *Akceptētā prakses apmaiņu terminu vārdnīca* to definē, kā *organizēts notikums, piemēram, tikšanās, konvencijas, izstādes, īpaši notikumi, saviesīgas vakariņas, un citi. Pasākums bieži sastāv no vairākām atšķirīgām un saistītām funkcijām.*¹⁶

Terminu vārdnīcās pievēršot uzmanību tieši pasākumu menedžmentam tie skaidro, ka tas ir process, kas sevī iekļauj pasākumu plānošanu, koordinēšanu, noformēšanu, pētniecību.¹⁷

Vairāk apskatot literatūru par pasākumu menedžmentu, vairums vietās tiek pieminēts termins *īpaši pasākumi* jeb *īpaši notikumi*, kā sabiedrība arī dēvē pasākumus, kas atšķiras no viņu ikdienas. *Īpašs notikums ir unikāls brīdis, kurā, ar ceremonijas vai rituāla palīdzību tiek atzīmēts konkrēts, īpašs notikums.*¹⁸ Šī definīcija lieliski atbilst tādiem pasākumiem, kā kāzas, parādes, Valsts mēroga pasākumi, taču nepavisam neatbilst tādiem pasākumiem, kā izstāde, sporta sacensības, jauna produkta prezentācija, un citi. Donalds Gēts, savukārt, īpašos notikumus definē, kā *patērētāja vai viesņas iespēja atpūtai, sociālai un kultūrālai pieredzei, ārpus ikdienas un jau pieredzētā.* Šī definīcija vairāk atbilst mazāk oficiāliem notikumiem, kā korporatīvie pasākumi, dzimšanas dienas, sporta sacensības, un tamlīdzīgi. Kas norāda uz to, ka īpašie notikumi var būt daudz un dažādi un tos iespējams kategorizēt četrās grupās, balstoties uz to saturu un konceptu.

Īpaši notikumi:

- Atpūtas pasākumi – sporta, aktīvās atpūtas pasākumi;
- Kultūras pasākumi – ceremonijas, sakrālie, tradicionālie, mākslas, folkloras pasākumi;
- Organizāciju pasākumi – izpārdošanas, komerciālie, politiskie, labdarības pasākumi;

¹⁵ Čembers Viljams, Čembers Roberts. *Čemberu vārdnīca*. Pieejams: <http://www.chambers.co.uk/> [skatīts 15.05.2016.]

¹⁶ *Akceptētā prakses apmaiņu terminu vārdnīca*. Pieejams: <http://www.conventionindustry.org/APEX/glossary.aspx> [skatīts: 14.05.2016.]

¹⁷ Turpat.

¹⁸ Šouns, Antons, Perijs, Braiens. *Veiksmīgs pasākumu menedžments. Praktiskā rokasgrāmata*. 7 lpp.

- Privātie pasākumi – kāzas, dzimšanas dienas, ģimeņu svētki.¹⁹

Protams, definīcijas un kategorizēšanas grupās ir konkrētu speciālistu piedāvājums, kā tos saukt, un kā daudzus veidus sagrupēt, jo tas ir un paliek strīdīgs jautājums. Ozolnieku novada svētki ir īpašs kultūras pasākums, kurā norisinās koncerti, izrādes un gājiens, bet tai pat laikā tas ir novada iedzīvotāju un viesu atpūtas pasākums. Jebkāda veida, mērķauditorijas, koncepta pasākumu iespējams nosaukt par īpašu notikumu jeb īpašu pasākumu.

Ja runā par konkrētiem pārstāvjiem menedžmenta jomā, tad tos sauc par menedžeriem. Šie cilvēki darbojas dažādās jomās – reklāmas, mārketinga, produktu, komercdarbības, ekonomikas, un citās jomās. Pasākumu menedžeris, kurus dēvē arī par pasākumu producentiem, organizatoriem pilda dažādus pienākumus saistībā ar plānoto notikumu. Viņš īsteno vai rada jaunus, ar kultūras jomām saistītus projektus. Kultūras menedžeri vada dažādas kultūras institūcijas, kurās viņš pēta, analizē konkrētās mērķauditorijas intereses, organizē institūcijas dalību dažādos projektos un strādā pie kultūras mārketinga plānu izpildes, kultūras produktu pārdošanas veicināšanas.²⁰ Pasākumu menedžeris ir nepieciešams gandrīz jebkurā industrijā – finanses, valsts, mode, sports, mūzika, un citas, un jebkurā no tām viņam nākas saskarties ar dažādiem izaicinājumiem un situācijām.

Balstoties uz iepriekš minēto terminu par pasākuma menedžmenta uzdevumiem, tieši menedžeris ir atbildīgs par šo uzdevumu kvalitatīvu izpildi. Plānošana, koordinēšana, administrēšana – tie ir pamata pienākumi menedžerim, lai pasākums tiktu īstenots, kas sevī ietver neskaitāmus citus darbus. Menedžeris uzņemas atbildību par pasākumu un koordinē visus, ar to saistītos procesus un iesaistītos cilvēkus, lai pasākuma iznākums neliktu vilties patērētājiem.

¹⁹ Šouns, Antons, Perijs, Braiens. *Veiksmīgs pasākumu menedžments. Praktiskā rokasgrāmata*. 7 lpp.

²⁰ *Profesijas. Menedžeris*. Pieejams: www.darilatvijai.lv/profesijas/menedzeris/ [skatīts 14.05.2016.]

1.3. Kultūras patēriņa priekšnosacījumi

Visai kultūras nozarei ir svarīgi pievērst uzmanību un analizēt sabiedrības līdzdalību un aktivitāti kultūras procesos. Tieši tāpēc jau vairākus gadus tiek veikti pētījumi par kultūras patērētājiem gan lokāli, gan valsts mērogā. Izpratni par to kāds ir kultūras patēriņš ir iespējams gūt no kultūras organizāciju datiem un pētot Latvijas iedzīvotāju patēriņa praksi.²¹

Kultūras aktivitātes, kuras visvairāk raksturo Latvijas iedzīvotāju līdzdalību kultūrā ir kultūras raidījumu skatīšanās televīzijā, grāmatu lasīšana, brīvdabas pasākumu apmeklēšana, Latvijas apceļošana. Tikai mazliet vairāk, kā trešā daļa Latvijas iedzīvotāju apmeklē, bieži vien tik pašsaprotamās kultūras aktivitātes, teātri, operu, koncertus. Aktīvākie kultūras segmenta baudītāji ir Rīgas reģiona iedzīvotāji. Tas noteikti skaidrojams ar plašām izvēles iespējām, lielo iedzīvotāju skaitu ar lielākiem ienākumiem, labu izglītību. Šie cilvēki ir maksāspējīgi, tāpēc kultūru patērē vairāk, kā citos Latvijas reģionos.²²

Viens no būtiskākajiem faktoriem, kas ietekmē kultūras patēriņu ir kultūras pasākumu apmeklējuma izmaksas. Vairums iedzīvotāju uzskata, ka kultūra jāatbalsta un jārada pieejama tieši valstij.²³ Iedzīvotāji tā uzskata, jo daudziem nemaz nebūtu iespējas kultūru patērēt, ja tai nebūtu finansiāls atbalsts.

Kultūras patēriņa ietekmējošie faktori, jo īpaši reģionos, ir tieši kultūras piedāvājums konkrētajā lokācijā. Svarīgāko kultūras piedāvājuma daļu piedāvā tieši reģionu kultūras centri un tie ir atbildīgi, cik daudz tie spēj radīt kultūras produktus. (atsauce) Kultūras centriem un arī piedāvātajiem pasākumiem ir cieša saikne ar amatiermākslas pārstāvjiem. Pēdējos gados, pašdarbība kultūras centros ir samazinājies, taču reģionos tie vēl darbojas. Vērojama bieža tendence Vispārējo

²¹ Klāsons, Gints, Tjarve Baiba, Laķe Anda, Spuriņš Uldis, Asare, Ilona. *Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņš un līdzdalība kultūras aktivitātēs 2007-2014: pētījumu dati un statistika*. Pieejams: <https://culturelablv.files.wordpress.com/2014/12/kulturas-paterins-web-versija-3-decembris.pdf> [skatīts: 30.04.2016.]

²² Laķe, Anda, Tjarve, Baiba, Grīnberga, Līga. *Kultūras patēriņš Vidzemē: kultūras pieejamība un iedzīvotāju līdzdalība kultūras norisēs*. Pieejams: http://haritas.lv/wp-content/uploads/2014/05/VidzemePetijums_26.11..pdf [skatīts: 5.05.2016.]

²³ DNB barometrs. *Iedzīvotāju attieksme par kultūru un izklaidi*. Pieejams: https://www.dnb.lv/sites/default/files/dnb_latvian_barometer/documents/2015/dnb-latvijas-barometrs-petijums-nr81.pdf [skatīts: 7.05.2016.]

latviešu Dziesmu un deju svētku gados – kolektīvu skaits būtiski aug, taču pēc tiem, atkal sarūk.

Tāpat pēdējos gados sarucis publisko bibliotēku un lasītāju skaits. Tai pat laikā bibliotēkas sākušas pildīt ne tikai grāmatu saņemšanas un nodošanas funkciju. Tajā iespējams saņemt tālākizglītības, informācijas un kultūras pakalpojumus, kas ir ļoti svarīgs faktors, ja runā par sociālo un ekonomisko ietekmi uz iedzīvotāju labklājību un attīstību.²⁴

Paradoksāli, bet pēdējos gados pieaudzis muzeju apmeklētāju skaits, lai arī iestāžu skaits sarucis. Tas varētu būt saistīts ar to, ka liels vairums muzeju kļuvuši mūsdienīgāki, vairāk integrējas tehnoloģijās un izmanto to piedāvātās iespējas. Tas vairo arī mazāko muzeju apmeklētāju skaitu, jo tieši viņiem lielāku interesi raisa informācijas iegūšana ar interaktīvas spēles, video vai bilžu palīdzību. Balstoties uz pētījumu informāciju, aktīvākie kultūras patērētāji ir tieši studenti un skolēni, jaunieši. Tas norāda uz to, ka lielu daļu pasākumu cilvēki apmeklē tieši esot saistīti ar izglītības iestādi, un arī pateicoties tai.²⁵

Mūsdienu tehnoloģiju laikmetā, protams, liela daļa cilvēku savu laiku pavada tieši internetā, tāpēc daudzi Latvijas iedzīvotāji tādējādi arī bauda kultūru – klausās vai lejupielādē mūziku, interesējas par kultūras norisēm, skatās filmas – kas ir reāls konkurents klasiskajām kultūras vērtībām. Protams, lielākā daļa kultūras patērētāju teātra izrādes vēro teātrī, nevis datora vai televizora ekrānā. Pētījumi liecina, ka Latvijas iedzīvotāji kultūras pasākumus apmeklē, bet reti. Gandrīz visi, vismaz reizi gadā dodas uz kādu kultūras pasākumu.²⁶

Ja tiek runāts konkrēti par bērnu, jauniešu un skolēnu iesaisti kultūras un mākslas pasākumos, tad datu un pētījumu par šo jautājumu nav. Vienīgais, neseno veiktais pētījums ir par mobilajām izrādēm, kas brauc pie skolēna, nevis skolēns pie viņiem. Reālā situācija ir tāda, ka mākslinieki paši meklē kontaktus, sevi piedāvā un viss ir atkarīgs no maksātspējas. Repertuāra ziņā visaugstāk tiek novērtēti koncertu un

²⁴ Laķe, Anda, Tjarve, Baiba, Grīnberga, Līga. *Kultūras patēriņš Vidzemē: kultūras pieejamība un iedzīvotāju līdzdalība kultūras norisēs*. Pieejams: http://haritas.lv/wp-content/uploads/2014/05/VidzemePetijums_26.11..pdf [skatīts: 5.05.2016.]

²⁵ Turpat.

²⁶ Laķe, Anda, Tjarve, Baiba, Grīnberga, Līga. *Kultūras patēriņš Vidzemē: kultūras pieejamība un iedzīvotāju līdzdalība kultūras norisēs*. Pieejams: http://haritas.lv/wp-content/uploads/2014/05/VidzemePetijums_26.11..pdf

izrāžu formas, kā arī materiāls, kas atbilst mācību programmā apgūstamajam. Lielu lomu spēlē nevis kvalitāte vai saturs, bet tieši izmaksas. Skolas principā neuzskata par savu prioritāro uzdevumu organizēt kultūras pasākumu pieejamību skolēniem, jo uzskata, ka pilnīgi pietiekoši ir arī ar skolas mākslinieciskās pašdarbības kolektīviem, kuru kvalitāte katrā skolā atšķiras pēc skolēnu un pedagogu kapacitātes un kompetences.

Šobrīd, kā jau daudzās nozarēs, prioritāte ir peļņa, tādējādi palielinoties izklaides žanram. Lielāku uzmanību pievērš vizuālajam noformējumam, atraktīviem numuriem, bet ne tik daudz saturam un vēstījumam, kas ir tikpat svarīgas pozīcijas, kā iepriekšminētās, arī bērnu auditorijai adresētos priekšnesumos. Daudzi nopietnie bērnu pasākumi tiek apmeklēti arvien mazāk. Piemēram Siguldas opermūzikas svētki, kur ir konkrēti uzvedumi tieši bērnu auditorijai, pagājušajā gadā apmeklēti salīdzinoši maz. Festivāla direktors bez liekuļošanas to skaidro, kā *audzināšanas vainu. Skolās jāatjauno attiecīgie mācību priekšmeti. Te nekas nebūs līdzēts bez skolas, bez audzināšanas un plašsaziņas līdzekļiem.*²⁷

Aktuāls jautājums ir arī par to, no cik gadu vecuma bērns ir jāsāk audzināt, lai nākotnē viņš spētu ne tikai patērēt, bet arī vērtēt, analizēt un izvēlēties kultūras produktu. Ārzemju teātra festivālos redzami veiksmīgi piemēri, kuros piedalās mazuļi, kuri vēl pat neprot staigāt. Vecāku klēpī sēžot, vai rāpojot starp aktieriem, bērni gūst pirmo ieskatu un iespaidus par interesantu, aizraujošu piedalīšanās iespēju ārpus mājas un ģimenes. Daudzās valstīs šādu iespēju vēl nav, tāpēc tas sarežģī veiksmīgā kultūras patērētāja ceļa sākumu.²⁸

Analizējot teorētiskos avotus rodas priekšstats par kultūras produkta jēdzienu. Kultūras produkts var būt gan lieta, gan prece, gan pakalojums, gan ideja, kas spēj veiksmīgi apmierināt patērētāja vajadzības un vēlmes. Tas var būt gan taustāms, gan tverams. Kultūras produkts ir arī kultūras menedžmenta nozarē radītie pasākumi, ar ko saskaramies ik dienas, jo to veidi ir dažādi.

²⁷ Kļaviņa, Ilze. *Cik E-vielu ir bērnu kultūrā?* Pieejams:

http://www.satori.lv/raksts/11268/Cik_E_vielu_ir_bernu_kultura%3F [skatīts: 18.05.2016.]

²⁸ Turpat.

2. SKOLAS LOMA KULTŪRAS PATĒRIŅA VEIDOŠANĀ UN KULTŪRAS PASĀKUMU MENEDŽMENTĀ

Otrajā nodaļā tiks analizēti valsts likumdošanas un izglītības dokumenti par skolu funkcijām saistībā ar kultūras dzīves attīstīšanu skolā, kā arī skolu iniciatīvas ārpus klases darba organizēšanā.

2.1. Likumdošanā noteiktās funkcijas

Ar izglītības nozari ir saistīti dažādi valsts mēroga dokumenti, kuros iekļauti gan skolas un pedagogu, gan skolēnu un vecāku pienākumi, tiesības, gan arī izglītības programmas un citu iesaistīto objektu uzdevumi, mērķi. Katram pedagogam ik dienu strādājot ar skolēniem ir jāpilda vairāki pienākumi. Pamatā tas, protams, ir atbildīgi piedalīties izglītības programmu īstenošanā, ievērot ētikas normas, pilnveidot kompetenci, ievērot skolēnu un savas tiesības, kā arī tik būtiskais ieguldījums skolēnos – *veidot izglītojamā attieksmi pret sevi, citiem, darbu, dabu, kultūru, sabiedrību un valsti, audzināt krietnus, godprātīgus, atbildīgus cilvēkus – Latvijas patriotus.*²⁹ Tātad pedagogs strādājot ar skolēniem ne tikai palīdz apgūt mācību vielu, bet piedalās pamatīgos audzināšanas procesos.

Turpinot runāt par audzināšanas procesiem, tad šajā ziņā lielākā nozīme ir ne tikai ģimenei, bet tieši klases audzinātājam. Diemžēl izglītības ministrija vai kāda no tā pārvaldībā esošajām institūcijām nav izstrādājusi konkrētus pienākumus klases audzinātājam, to dara katra skola individuāli un tās administrācija izstrādā savu audzināšanas programmas mērķus un audzinātāja pienākumus. Valsts mērogā ir izstrādāti tikai ieteikumi un paraugs, kā klases stundas varētu plānot. Klases stundu pamata mērķi saistās ar dažādām skolēna personības izaugsmēm. Skolēna dzīves prasmju attīstība, attieksmes veidošanās pret sevi, ģimeni, klasi, skolu, vidi, darbu, kultūru, sabiedrību un valsti. Svarīgs pedagoga pienākums ir veicināt pilsonisko līdzdalību. Motivēt skolēnu iesaistīties politiskajos, sociālekonomiskajos, kultūras procesos gan vietējā, gan reģionālā, nacionālā un starptautiskā līmenī. Tādējādi tiek veicināta skolēna iesaiste kopīgu sabiedrības risinājumu meklēšanā, dzīves kvalitātes uzlabošanā. Pēdējos gados īpaši tiek uzsvērta pasaules vienotības apzināšanās,

²⁹ Izglītības likums. Pieņemts Saeimā 1998. gada 29. oktobrī. Pieejams:

<http://m.likumi.lv/doc.php?id=50759> [skatīts: 11.05.2016.]

izmantot tās iespējas, nepazaudējot savu individualitāti un vēsturiski radušās tradīcijas un kultūrvērtības.³⁰

Vērtības, par kurām izglītības procesā skolēniem veidojama izpratne un pozitīva attieksme, ir: cilvēks un viņa personība, dzīvība, veselība, drošība, garīgums, tikumība, tradīcijas un kultūra.³¹

Valsts izglītības un satura centrs ir izvirzījis prioritātes skolēna audzināšanas darbā:

- Sekmēt skolēnu nacionālās un valstiskās identitātes nostiprināšanos, radot skolēnam iespējas līdzdalībai tautas un tradīciju un kultūrvēsturiskā mantojuma apgūšanā un saglabāšanā, savas skolas, novada sabiedriskās un kultūras dzīves veidošanā, apkārtējā vides izzināšanā;
- Veicināt skolēnu izpratni par savām tiesībām un pienākumiem;
- Motivēt skolēnus pašattīstībai, pašizglītībai, savu spēju un talantu izkopšanu;
- Rosināt skolēnus iesaistīties labdarības un brīvprātīgā darba kustībās.³²

Ja pedagogi izvirzītās prioritātes un mērķus savā interpretācijā pilda un realizē, tad valsts instances ir sagatavojušas arī vēlamos audzināšanas darba rezultātus:

- Ir veicināta skolēna attieksme pret sevi, vērtībām, apkārtējiem cilvēkiem, darbu, dabu, kultūras vērtībām, sabiedrību un valsti;
- Ārpusstundu aktivitātes palielinās notikumu skaits, kas vairāk pievēršas skolēnu radošajai pašrealizācijai, prasmju attīstībai
- Skolēni iesaistās tautas tradīciju un kultūrvēsturiskā mantojuma izzināšanā, saglabāšanā un pilnveidē;
- Pieaudzis Latvijas skolu jaunatnes dziesmu un deju svētku procesā iesaistīto skolēnu skaits.³³

³⁰ Valsts izglītības un satura centrs. *Metodiskais līdzeklis: Klases stundu programmas paraugs.*

Pieejams: http://visc.gov.lv/audzinasa/dokumenti/metmat/klases_stundu_progr_%20paraugs.pdf
[skatīts 8.05.2016.]

³¹ Turpat.

³² Valsts Izglītības un satura centrs. *Metodiskie ieteikumi: Audzināšanas darba pilnveidei vispārējās izglītības un profesionālās izglītības iestādēs.* Pieejams:

http://visc.gov.lv/audzinasa/dokumenti/metmat/audz_met_iet.pdf [skatīts: 8.05.2016.]

Atbilstoši izvirzītajiem uzdevumiem un pienākumiem, skolās jāorganizē īpašas mācību stundas, pasākumi, lai tie tiktu realizēti. Nacionālās identitātes veicināšanai iespējams veidot īpašas izstādes, koncertus, atceres pasākumus, mācību stundas, kurās apspriež konkrētus tematus, lāpu gājieni un citi pasākumi ar audzinoši izglītojošu raksturu. Lai veicinātu piederību vietējai sabiedrībai un pilsētai, pedagogiem ieteicams skolēnus iesaistīt pilsētas svētkos, gājienos un citos pasākumos, kas norisinās vietējā mērogā. Skolēnu sabiedriskās aktivitātes un novadpētniecības iesaistīšanā, iespējams rīkot talkas, starpskolu projektus, konkursus, pārgājienu.³⁴

Izglītojamo audzināšana notiek ne tikai klases stundās un ar dažādu pasākumu palīdzību, bet arī apgūstot mācību vielu stundās. Valsts pamatizglītības standarta galvenajos mērķos ir iekļauti izglītības programmas uzdevumi, kuri nosaka ne tikai dažādu priekšmetu pamatzināšanu, pamatprasmju nodrošināšanu, bet arī veidot pamatpriekšstatu par Latvijas, Eiropas un pasaules kultūras mantojumu, kā arī izglītojamo iespēju gūt radošās darbības pieredzi. Vispārējās vidējās izglītības standarta noteikumi ir vēl detalizētāki un piesātinātāki. Tie iekļauj uzdevumus sekmēt dažādu kultūru iepazīšanu, vērtību un nacionālās identitātes apzināšanos. Radošās darbības pieredzes pilnveide, izglītojamā emocionālo un radošo spēju attīstīšana, izpratnes pilnveidošana par kultūras daudzveidību Latvijā un ārpus tās, kā arī veicināt ieinteresētību un izpratni par savu vietu sabiedrībā un kultūras mantojumu.³⁵

Lai arī liela daļa noteikumu, uzdevumu un mērķu, kas ietverti izglītības dokumentos runā par izglītošanu arī kultūras kontekstā, taču to nekādā ziņā nedrīkst saukt par kultūrizglītību, jo tā ir pavisam cita skolu nozare. Latvijā kultūrizglītības sistēmā ir 146 pašvaldību un četras privātās profesionālās ievirzes mūzikas un mākslas skolas, vairāk, kā 14 valsts un divas pašvaldību dibinātas profesionālās vidējās mākslas un mūzikas izglītības iestādes, kas īsteno akreditētas profesionālās ievirzes un profesionālās vidējās izglītības programmas mūzikas, mākslas un dizaina

³³ Valsts Izglītības un saturs centrs. *Metodiskie ieteikumi: Audzināšanas darba pilnveidei vispārējās izglītības un profesionālās izglītības iestādēs*. Pieejams:

http://visc.gov.lv/audzinasa/dokumenti/metmat/audz_met_iet.pdf [skatīts: 8.05.2016.]

³⁴ Turpat.

³⁵ Ministru kabinets. *Noteikumi par valsts vispārējās vidējās izglītības standartu, mācību priekšmetu standartiem un izglītības programmu paraugiem*. Apstiprināti 2013. gada 21. maijā.

Pieejams: <http://m.likumi.lv/doc.php?id=257229> [skatīts: 9.05.2016.]

un dejas jomā, kā arī vairākas augstākās izglītības iestādes.³⁶ Tās nodrošina profesionālo mākslinieku, mūziķu, dejojāju, kultūras nozaru speciālistu un pedagoģisko darbinieku sagatavošanu. Latvijā šīs nozares politiku, atšķirībā no citām izglītības iestādēm, veido Kultūras ministrija, savukārt, tās īstenošanu koordinē un vada Latvijas Nacionālais kultūras centrs.³⁷

Profesionālā kultūrizglītība ir viena no retajām šādā veida valsts atbalstītām sistēmām Eiropas Savienības telpā. Mūsu valsts ir gandrīz vienīgā, kas spējusi saglabāt unikālu izglītības sistēmas daļu ar lielu individuālo stundu īpatsvaru, kas būtiski ietekmē skolēna personības veidošanos.³⁸ Individuālā pieeja, radošums, disciplīna, lielāka darba kapacitāte ir tikai daži no iemesliem, kas kultūrizglītību padara par īpašu un skolēna izaugsmi un attīstību iespējami augstāku. Šīs izglītības procesa laikā veidojas radoša personība, kas ir gatava pieņemt izaicinājumus, saskarties ar iespējamiem riskiem, izrādīt iniciatīvu, kvalitatīvi apgūt zināšanas ir stabils pamats veiksmīgai rīcībai, lai daudz sasniegtu dzīves ceļā, gan dotu ieguldījumu sabiedrības attīstībai. Diemžēl vispārējo izglītības iestāžu skolās šādi rezultāti ir gandrīz nerasniedzami. Skolotājiem nav tādas kapacitātes, lai darbotos ar katru bērnu individuāli, lielajās skolās arī ir ļoti daudz skolēnu, līdz ar to arī stundās klasē mācās daudz audzēkņu, un skolotājam fiziski nav iespējas pievērsties katram skolēnam individuāli, lai cik tas būtu nepieciešams. Protams, pastāv konsultācijas un tamlīdzīgi, bet apgūstamo vielu ar pāris neskaidrībām nevajadzētu apgūt papildus stundās.

Starp vispārējo izglītību un kultūrizglītību pastāv profesionāli orientētu virziena programmas izglītība, kurā skolēni apgūst vispārējo izglītību ar kāda konkrēta novirziena vai priekšmeta padziļinātu apguvi. Latvijā šādi piemēri ir dažādi. Vairākās Latvijas skolās iespējams apgūt šādu izglītību ar padziļinātu mūzikas apguvi, kurā skolēnam ir papildus stundas mūzikas teorijā, individuālās instrumenta spēles nodarbības un obligāta dalība kādā no skolas kolektīviem. Iespējama arī padziļināta

³⁶ Latvijas Kultūras ministrija. *Kultūrizglītība*. Pieejams:

http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/kulturizgl.html [skatīts 9.05.2016.]

³⁷ Latvijas Nacionālais kultūras centrs. *Kultūrizglītība*. Pieejams:

<http://www.lnkc.gov.lv/nozares/kulturizglitiba/> [skatīts: 10.05.2016.]

³⁸ Matisāne, Inese. Saruna ar Agnesi Miltiņu. *Kultūrizglītība – nozīmīga kultūras un identitātes sastāvdaļa*. Pieejams: <http://www.lvportals.lv/visi/viedokli/193518-kulturizglitiba-nozimiga-kulturas-un-identitates-sastavdala/> [skatīts: 10.05.2016.]

sporta apguve, kas pēdējos gados ir īpaši populāra. Tajā skolēniem ir pastiprinātas sporta stundas, papildus nodarbības peldēšanā, slidošanā, vai kādā citā sporta veidā. Vispārējās vidējās izglītības profesionāli orientētās programmās ir arī komercdarbība, radošums un dažādi citi priekšmeti, kurus skola ir avancējusi konkrētām izglītības prasībām un normatīviem, tādējādi iesākot gatavot skolēnus konkrētai nozarei nākotnei.

Apskatot valsts likumdošanā ietvertos dokumentus un izkristalizējot informāciju par skolēnu audzināšanu tieši kultūras nozarē, izriet, ka noteikumi un uzdevumi izglītībā ir tikai vispārīgi. Nav konkrētu mērķu – audzināt skolēnus, kas būtu spējīgi analizēt, kritizēt un patērēt kvalitatīvu kultūru, nemaz nerunājot par tās attīstīšanu un radīšanu. Uzdevumi, kuros kaut minēts vārds kultūra ir ļoti visaptveroši un nekonkrēti. Tie vairāk atbilst programmām konkrētos mācību priekšmetos, piemēram, vēsture, sociālās zinības vai kulturoloģija, un tikai daži no tiem iespējami realizēt ārpusklases procesos un klases stundās. Nevienā no uzdevumiem arī nav minēts realizēt un attīstīt aktīvu skolas sabiedriskās dzīves notikumus. Plānotie pasākumi saistās ar Valsts svētkiem, kas stiprina patriotisma sajūtu, apkārtējās vides sakopšana jeb talkas, papildus konkursi, semināri un projekti, kas stiprinātu attiecības starp skolēniem un skolām.

2.2. Skolu iniciatīvas ārpusklases darba organizēšanā

2.2.1. Skolēnu pašpārvalde

Vispārējās izglītības iestādes un profesionālās izglītības iestādes izglītojamo pašpārvalde ir demokrātiska izglītojamo vēlētā institūcija, ko veido no klases izvirzīti vai ievēlēti skolēni, lai risinātu dažādas problēmas, aizstāvētu skolēnu intereses, realizētu jaunas idejas, lemtu skolas dzīves jautājumus, organizētu izklaides un izglītojošus pasākumus, palīdzētu pedagogiem mācību procesa organizēšanā.³⁹ Skolēnu pašpārvaldes nekad nav bijušas obligātas institūcijas izglītības iestādēs, taču jau ļoti ilgi tās darbojas un funkcionē, kā pašsaprotamas. Tās veiksmīgi pārstāv skolēnu intereses gan sadzīviskos, gan vienkārši izklaidējošu pasākumu jautājumos. Pāšpārvaldes galvenais mērķis ir veicināt skolēnu un skolas administrācijas interešu saskaņošanu un skolēnu aktīvus iesaistīšanos skolas darbā sabiedriskajā dzīvē un brīvā laika organizēšanas iemaņu apgūšanā.⁴⁰

Skolēnu pašpārvaldei, kā jebkurai institūcijai ir izvirzīti vairāki noteikumi, kuri jāietver savā darbībā. Tās uzdevumi ir paplašināt jauniešu iniciatīvas, līdzdarboties lēmumu pieņemšanā, brīvprātīgi iesaistīties sporta, kultūras dzīvē un dažādās aktivitātēs. Galvenais mērķis ir pārstāvēt izglītojamo intereses, piedaloties izglītības iestādes dzīves pilnveidošanā. Konkrētie skolēnu pārstāvji ir kā *tilts* starp skolas darbiniekiem un izglītojamajiem.⁴¹

Šie visi procesi ne tikai rada veiksmīgu sadarbību starp izglītības iestādi, pedagogiem un izglītojamajiem, bet arī kvalitatīvi attīsta dažādus personības aspektus skolēnos, jo šāda veida procesus nav iespējams apgūt kādā no mācību priekšmetiem vai ārpus skolas nodarbībās.⁴²

³⁹ Pelša, Evija. *Skolēnu pašpārvalžu tiesiskais regulējums*. Pieejams:

http://visc.gov.lv/audzinassana/dokumenti/metmat/pasparvaldes_normativi.pdf [skatīts: 10.05.2016.]

⁴⁰ Jelgavas 4. vidusskolas skolēnu padomes darbības reglaments. Apstiprināts ar Jelgavas 4.

vidusskolas direktora rīkojumu Nr.33, 2012. gada 12. septembrī. Pieejams:

<http://4vsk.jelgava.lv/index.php/skolenu-padome> [skatīts 15.05.2016.]

⁴¹ Valsts Izglītības satura centrs. *Metodiskie ieteikumi: Vispārējās izglītības iestādes un profesionālās izglītības iestādes izglītojamo pašpārvaldes veidošanas un darbības kārtība*. Pieejams:

http://visc.gov.lv/audzinassana/dokumenti/metmat/pasparvaldes_normativi.pdf [skatīts: 10.05.2016.]

⁴² Pelša, Evija. *Skolēnu pašpārvalžu tiesiskais regulējums*. Pieejams:

http://visc.gov.lv/audzinassana/dokumenti/metmat/pasparvaldes_normativi.pdf [skatīts: 10.05.2016.]

Protams, neiztikt arī bez skolēnu pašpārvaldes tiesībām, kas sevī ietver brīvi organizēt skolu pasākumus, taču atbilstoši skolas noteikumiem un nolikumam, kas katrā skolā ir individuāli, un atbilstoši tai, pieņemts. Skolēnu ievēlētajiem pārstāvjiem ir iespēja veikt izmaiņas iekšējās kārtības noteikumos, mainīt un attīstīt skolas tradīcijas.

Ņemot vērā, ka pašpārvaldei ir konkrēti uzdevumi, ko tā veic un pārstāv skolēnu intereses, tad tieši šie skolēni ir tie, kas visaktīvāk piedalās skolas kultūras un sabiedriskās dzīves attīstīšanā. Pamatuzdevumos ietilpst brīvprātīgi piedalīties dažādos pasākumos un to organizēšanā, kas jau pašos pamatos šiem skolēniem liek būt iesaistītiem. Papildus tam, viņi ir tie, kas pārstāv skolēnu intereses, un protams, aktuālākais skolēniem ir vairāk kopīgi atpūtas vakaru, izklaides vakaru, kurus organizē viņi paši, klašu pārstāvji vai skolēnu pašpārvalde, tādējādi gūstot pieredzi pašmācības un praktisku darbību rezultātā.⁴³

⁴³ Jelgavas 4. vidusskolas skolēnu padomes darbības reglaments. Apstiprināts ar Jelgavas 4. vidusskolas direktora rīkojumu Nr.33, 2012. gada 12. septembrī. Pieejams: <http://4vsk.jelgava.lv/index.php/skolenu-padome> [skatīts 15.05.2016.]

2.2.2. UNESCO Asociēto skolu projekts

UNESCO Asociēto skolu projekts ir izveidots 1953. gadā, kā pirmais skolu tīkls un tā ir visilglaicīgākā iniciatīva izglītības jomā. Projekta, kurā sākotnēji bija iesaistītas 33 skolas no 15 pasaules valstīm, mērķis ir stiprināt skolu tīklu kā efektīvi koordinētu izglītības inovācijas centru tīklu, kurā tiek izstrādāti, apkopoti un tālāk izplatīti veiksmīgi piemēri un radīti jauni mācību materiāli izglītības procesiem. Ievērojot tik svarīgos demokrātijas, cilvēktiesību, globālās atbildības un starpkultūru komunikāciju principus, mērķis ir īstenot kvalitatīvu, ilgtspējīgu izglītību. Projekta uzdevumi ietver sevī sadarbības veicināšanu, pieredzes apmaiņu starp mācītbspēkiem, skolēniem gan starptautiskā, gan vietēja mēroga līmenī. Skolu projekta pamatnostādnēs iekļauti četri 21. gadsimta izglītības pīlāri – *mācīties zināt, mācīties darīt, mācīties būt un mācīties dzīvot kopā*.⁴⁴ Tādējādi izglītība palīdz sekmēt ilgtspējīgu sociālo, vides un ekonomisko attīstību.

Projektā darbojas apmēram 9000 dažādu līmeņu izglītības iestādes no 180 pasaules valstīm. Latvija šajā projektā piedalās kopš 90. gadu sākuma, un tā darbību Latvijā koordinē UNESCO Latvijas Nacionālā komisija. (atsauce – unesco.lv) Dalība šajā projektā saistās ar īpašu prestižu un kvalitātes zīmes iegūšanu, kas, protams, ir arī jāuztur gan skolas tēlā, gan izglītības procesā, iesaistot skolotājus un skolēnus programmas mērķu īstenošanā.⁴⁵

UNESCO Asociēto skolu projekts ir izvirzījis vairākas prioritātes:

- Sekmēt asociēto skolu izveidi par metodiskiem centriem mūsdienīga satura ieviešanai izglītības procesā Latvijā;
- jaunas iespējas un metodes mācīšanas procesā;
- kritiskās domāšanas attīstība;
- rosināt mācību procesā un iestādes darbībā pievērst lielu uzmanību ilgtspējīgiem attīstības jautājumiem;

⁴⁴ UNESCO Latvijas Nacionālā komisija. *Nolikums: Par UNESCO Asociēto skolu projekta īstenošanu Latvijā*. Pieejams: http://www.unesco.lv/files/UNESCO_ASP_Latvija_nolikums_2015_b06b9733.pdf [skatīts: 11.05.2016.]

⁴⁵ UNESCO Asociēto projektu skolas. Pieejams: <http://www.skolas.unesco.lv/lv/unesco-asp-skolas/> [skatīts: 12.05.2016.]

- pievērst uzmanību cilvēktiesību, tolerances, komunikācijas, savstarpējo attiecību un kultūras daudzveidības tematiem.⁴⁶

Šajā projektā ir iespēja piedalīties jebkurai reģistrētai valsts, pašvaldības vai privāta izglītības iestādei konkursa kārtībā. Dalībnieka statuss skolai tiek piešķirts uz trim gadiem. Ja skola iztur sīvo konkursu un komisija izdara savu izvēli par labu tai, skolai, protams, ir arī savu pienākumi:⁴⁷

- Izveidot komandu, kur darbojas pedagogi, skolas administrācijas pārstāvji, un kuri ir atbildīgi par projekta koordinēšanas procesiem;
- nodrošināt skolēnu, skolotāju, vecāku regulāru iesaistīšanos projekta darbībā un rīkotajos pasākumos;
- ja tas iespējams, izstrādāt mācību materiālus un radīt jaunas aktivitātes projekta dalīb skolām gan Latvijā, gan pasaulē;
- popularizēt un skaidrot projekta mērķus, plānus un plānotās aktivitātes.

Projektā no Latvijas šobrīd piedalās 32 izglītības iestādes un darbosies tajā līdz 2018. gadam. Tās organizēs seminārus, darbnīcas, nodarbības un citus pasākumus, ar dažādu mērķauditoriju – skolēni, skolotāji un plašāka sabiedrības daļa. *2015. – 2018. gada periodā skolas realizē aktivitātes četros konkrētos virzienos – kultūrizglītība un vērtībizglītība, cilvēktiesību izglītība, vides izglītība un izglītība ilgtspējīgai attīstībai, ANO sistēma un UNESCO darbības pamatprincipi.*⁴⁸

Virzienā “kultūrizglītība un vērtībizglītība” darbojas 10 izglītības iestādes. Šī virziena iestādes veicinās radošu un atvērtu mācīšanās vidi, stiprinās paaudžu un starpvalstu jautājumus un attiecības, kā arī skolas sadarbību ar apkārtējo vidi un kopienas. “Vides izglītība un izglītība ilgtspējīgai attīstībai” un “ANO sistēma un UNESCO darbības pamatprincipi” tematos iesaistījušās 12 iestādes, kuras sekmēs holistisku izglītību. Kultūras, vides, ekonomikas jautājumu apskatīšana mācību

⁴⁶ UNESCO Latvijas Nacionālā komisija. *Nolikums: Par UNESCO Asociēto skolu projekta īstenošanu Latvijā*. Pieejams: http://www.unesco.lv/files/UNESCO_ASP_Latvija_nolikums_2015_b06b9733.pdf [skatīts: 11.05.2016.]

⁴⁷ Turpat.

⁴⁸ *UNESCO Asociēto skolu projekta tīkls*. Pieejams: <http://www.unesco.lv/lv/izglitiba/asocieto-skolu-projekts/unesco-asocieto-skolu-projekta-tikls/> [skatīts: 13.05.2016.]

programmā, akcentējot katra indivīda ieguldījuma nozīmi sabiedrības veidošanā.⁴⁹ Savukārt, 10 skolas, kas darbosies cilvēktiesību izglītības virzienā, veicinās iekļaujošu sabiedrību un mācību vidi.

Projekta dalībnieki – skolas – Latvijā, organizē gan radošus, gan izglītojošus pasākumus ANO un UNESCO noteiktajās starptautiskajās dienās, iesaistās gan vietēja, gan starptautiska mēroga pasākumos un sadarbības projektos, kā arī organizē savas aktivitātes – seminārus, konferences, konkursus, nodarbības.⁵⁰

UNESCO Latvijas Nacionālā komisija, kas ir koordinē projekta darbību Latvijā, organizē iedvesmojošas nodarbības skolu skolotājiem, direktoriem, koordinē starptautiska līmeņa sadarbības projektus, nodrošina skolas ar informāciju, metodiskajiem materiāliem un dažādiem izglītības un kultūras resursiem.⁵¹

⁴⁹ UNESCO Asociēto skolu projekta tīkls. Pieejams: <http://www.talsi.lv/unesco-asocietas-skolas>
[skatīts: 14.05.2016.]

⁵⁰ UNESCO Latvijas Nacionālā komisija. *Nolikums: Par UNESCO Asociēto skolu projekta īstenošanu Latvijā*. Pieejams: http://www.unesco.lv/files/UNESCO_ASP_Latvija_nolikums_2015_b06b9733.pdf
[skatīts: 11.05.2016.]

⁵¹ Turpat.

2.2.3. Eiropas Savienības Mūzizglītības programma COMENIUS

Šī mūzizglītības programma aizsākās 1995. gadā un tika nosaukta čehu pedagoga Jana Amosa Kaminska vārdā. Šajā programmā var iesaistīties skolēni un pedagogi no pirmskolas, vispārizglītojošām, profesionālajām un tehniskajām izglītības iestādēm.

Programmas galvenie mērķi ir attīstīt jaunu cilvēku un mācībspēku zināšanas, izpratni par Eiropas kultūru, vērtībām un valodu dažādību. Kā arī palīdzēt jauniem cilvēkiem iegūt pamatprasmes un kompetences, kas nepieciešamas, lai būtu sagatavoti nodarbinātībai un darbam nākotnē, kā arī aktīvi pildīt pienākumus un piedalīties, kā Eiropas pilsonim. Lai mērķus īstenotu, programmai izvirzīti uzdevumi: veicināt svešvalodu apguvi, veicināt mūsdienu tehnoloģiju un novatorisku mācību līdzekļu izmantošanu mācību procesā, veicināt pedagogu apmācību kvalitāti, nepārtraukti palielināt partnerību skaitu, iesaistot dažādas dalībvalstis.⁵²

Pateicoties projektam un tā finansējuma iespējām, projekta dalībniekiem – skolēniem un skolotājiem – ir iespēja iepazīt kādu no sadarbības valstīm, viņu kultūru, domāšanu un dzīvesveidu. Pieredzes apmaiņa var būt balstīta uz dažādiem jautājumiem. Piemēram, izglītība un labie prakses piemēri katrā valstī, skolas sabiedriskā dzīve, īpaši interesanti pasniegšanas veidi un mācību līdzekļi, metodikas un mācīšanas tehnikas, ar kuru palīdzību viens no otra var veiksmīgi kaut ko iemācīties, vai vismaz gūt iedvesmu jauniem darbiem. Tā kā projekta mērķi ir diezgan visaptveroši, tad arī tēmas, kuras skolām jāapskata projekta dalības laikā nav konkretizētas. Partnerības skolas pašas, var atrast kopīgas tēmas, kuras vēlas izskatīt projekta laikā.

Projekta gala produkti un iznākumi var būt ļoti dažādi. Tie var būt taustāmi, kā piemēram, brošūras, bukleti vai DVD. Dalībnieki var būt sagatavojuši savās skolās īpašas izstādes, izveidojuši mākslinieciskas performances vai radījuši video. Taču, tā kā šis projekts jau no pašiem pirmsākumiem fokusējas uz kooperēšanās process, tad visa projekta laikā iegūtā pieredze arī ir *gala produkts*.⁵³

⁵² Vasts izglītības attīstības aģentūra. *Comenius programma*. Pieejams: http://viaa.gov.lv/lat/ek_izgl_programmas_iniciativas/es_progr_2007_2013/comenius/par_comenius/?year=2012&text_id=16483 [skatīts 13.05.2016.]

⁵³ Eiropas komisija: Izglītība un kultūra. *Komenius skolu partnerība: Rokasgrāmata skolām*. Pieejams: <http://eupa.org.mt/publication/comenius-school-partnerships-handbook/> [skatīts 13.05.2016.]

Pievēršoties tieši konkrētajai tēmai un apskatot sklēna iesaisti pasākumu organizēšanas procesos tika apskatītas likumā noteiktie pienākumi un uzdevumi skolotājam un skolēnam, kas jāveic skolas vidē, tieši kultūras pasākumu jomā. Dokumenti liecina, ka uzdevumi ir ļoti vispārināti par kultūras audzināšanu, pamatzināšanām par kultūru daudzveidību un patriotisko audzināšanu. Taču ir vairākas skolu iniciatīvas, kurām pateicoties, skolēni var brīvāk organizēt skolas sabiedrisko un kultūras dzīvi, kurā arī prakses veidā tiek apgūtas pasākumu organizēšanas iemaņas.

3. JELGAVAS 4. VIDUSSKOLAS SKOLĒNU IESAISTES KULTŪRAS PASĀKUMU MENEDŽMENTĀ ANALĪZE

Trešajā nodaļā tiks veikta Jelgavas 4. vidusskolas pēdējo piecu gadu pieredzes analīzei par skolēnu iesaistīšanu kultūras pasākumu menedžmentā, kā arī ar izzināti topošo absolventu plāni, pēc vidusskolas beigšanas, lai noskaidrotu, cik daudz iesaiste un dalība kultūras pasākumu menedžmentā ietekmē izvēli un nākotnes plānus pēc skolas beigšanas.

3.1. Jelgavas 4. vidusskolas raksturojums

Jelgavas 4. vidusskola pastāv jau kopš 1945. gada. Kā jau katra iestāde, sākotnējos gados tā nevarēja lepoties ar īpašām tradīcijām un nostādņēm, jo īpaši pēckara laikā. Pirmajos gados skola bija vieta, kur bērniem pēc kara šausmām vienkārši mācīties, tāpēc visi izglītošanās procesi notika trijās nacionalizētās ēkās. Laika gaitā skolēnu skaits pieauga un tā kļuva ne tikai par vietu, kur vienkārši mācīties, bet par skolu, kurai attīstās kultūras un mākslas tradīcijas.⁵⁴

Jau otrajā desmitgadē skolā bija dramatiskai pulciņš, kas iestudē latviešu autoru darbus, deju kolektīvs, kurš veiksmīgi pārstāv skolu uz Pirmajiem Skolēnu dziesmu un deju svētkiem. Idejas un varēšana aug, taču iespējas nemainās, līdz brīdim, kad 1964. gada 1. septembrī durvis vēra vaļā jaunuzceltā ēka, kurā skolēni mācās vēl šodien. Paralēli darbīgajiem mācību procesiem divās plūsmās, skolā parādās pirmie mūzikas kolektīvi – kokačitaļu un bundzinieču ansamblis.⁵⁵

Laikam ejot iespējas tikai palielinājās, un ilga darba un procesu rezultātā 1977. gadā skolā darbu sāk mūzikas novirziens. Jaunie un talantīgie mūzikas pedagogi Liēna un Agris Celmi tika aicināti darboties un audzināt mazos skolēnus tieši mūzikas specialitātē. Skolā sāk attīstīties jaunas tradīcijas, kurā iniciatīva ir tieši skolēnu ziņā – skolotāju dienas svētki, ar pašu skolēnu vadītām stundām, poētiskā kafejnīca, kopīgas dejas, muzicēšanas un atpūtas vakari.

Pateicoties skolotāju kolektīvam skola sevi pierāda, kā vienu no daudzpusīgākajām skolām visā valstī. Dramatiskais kolektīvs kļūst par tautas teātri, trīs skolas kori dažādas vecuma grupās – 2. - 4. klašu koris, 5. – 9. klašu meiteņu koris

⁵⁴ Jelgavas 4. vidusskolai – 70. Jelgava: Jelgavas tipogrāfija, 2015. 141 lpp.

⁵⁵ Turpat.

un jauktais koris -, kā arī pūtēju orķestris kļūst par sesto un septīto Skolu jaunatnes dziesmu svētku skates laureātiem.

Pateicoties pašai dziedīgajam darbam mūzikas novirzienā 90. gadu vidū mūzikas pedagogs Agris Celms, kļūst par skolas direktoru. Skolā rodas ne tikai jaunas tradīcijas mākslas, bet arī sporta jomā. Par pašsaprotamu ikgadēju pasākumu vēl šodien, uzskata, ik decembri notiekošo Ziemassvētku kausu basketbolā. Sāk izdot skolas avīzi "Špikopāts". Tuvojoties arvien vairāk mūsdienām, skola kļūst modernāka, attīstītāka – top datorklases, īpaši mūzikas kabineti, ierodas vieskolotāji no ārzemēm, lai vadītu stundas. Kultūras attīstība skolā tikai pieaug – sporta diena, Lieldienu volejbola turnīrs, Latvijas televīzijas lielā balva, olimpiādes, sacensības – un tur visur, tikai panākumi. Devītajos Skolu jaunatnes dziesmu un deju svētkos meiteņu koris "Spīgo" iegūst lielo balvu, kas atkārtojas arī desmitajos svētkos, kā arī vienpadsmitajos tiek iegūts rekordliels punktu skaits.

Mūzikas novirziena īpašais lolojums – meiteņu koris "Spīgo" – skolas, pilsētas un valsts vārdu ir nesis vairākkārt. Godalgotas vietas Starptautiskos konkursos Francijā, Vācijā, Nīderlandē, Spānijā, Somijā, Baltijas valstīs un citur. Īpašos koncertos koris uzstāties kopā ar Maestro Raimonu Paulu, Renāru Kauperu, Andri Ērgli un citiem māksliniekiem, kuri arī viesojušies skolā.

Jau 39 gadus mūzikas novirziens nepārtraukti attīstās. Šobrīd Latvijā skolas, kas saglabājušas mūzikas novirziena tradīcijas ir tikai 10. Tās ir skolas, kurās bērni no 1. – 9. klasei apgūst vispārējo pamatizglītību ar padziļinātu mūzikas apguvi jeb iegūst pamatizglītības profesionāli orientētu virziena programmas izglītību. Tajā skolēni tāpat, kā vispārējās programmās apgūst visus priekšmetus, taču dažus no tiem nedaudz samazinātākos apjomos, un papildus mūzikas priekšmetus.⁵⁶

Šobrīd skolā darbojas astoņi kolektīvi – 1. klašu koris, 2. – 4. klašu koris "Spīgmeitiņas", zēnu koris "Spīguņi", 5. – 7. klašu meiteņu koris "Spīgo studija", 7. – 12. klašu koris "Spīgo", vīru ansamblis "Kārkli pelēkie zied", pūtēju orķestris "Rota", vokāli instrumentālais ansamblis "Varbūt rīt". Katrs kora dalībnieks paralēli kora nodarbībām divas reizes nedēļā, apgūst individuālās klavieru, pūšamo vai sitamo instrumentu prasmes, un trīs reizes nedēļā mūzikas teoriju un literatūru apgūst

⁵⁶ *Jelgavas 4. vidusskolas izglītības programmas*. Pieejams: <http://4vsk.jelgava.lv/index.php/dokumenti> [skatīts: 14.05.2016.]

mūzikas priekšmeta stundās. Ar 242 audzēkņiem tieši specializētajos mūzikas priekšmetos ik dienu strādā astoņpadsmit pieredzējuši pedagogi.

Paralēli mūzikas novirzienam, pēdējos gados darbojas arī sporta novirziens. Šajās klasēs bērni trīs reizes nedēļā nodarbojas nevis ar mūzikas apgūšanu, bet sportošanu. Papildus obligātajām mācību stundām, bērni dodas uz peldēšanas un slidošanas nodarbībām, kas iekļautas, kā obligātās papildus stundas pamatizglītības profesionāli orientētā virziena programmā.

Apskatot Jelgavas 4. vidusskolas attīstību nākas secināt, ka skola ir ļoti aktīva daudzējādā ziņā. Skolā mācās apmēram 1000 skolēnu un ikdienu apmēram trešā daļa no viņiem ne tikai apgūst obligātos mācību, bet padziļināti arī mūziku vai sportu, kas noteikti papildina arī plašo ārpusskolas nodarbību klāstu. Šie novirzieni veiksmīgi darbojas arī bērnu izaugsmei gan inteligences, gan personības ziņā. Visiem zināms fakts, ka sports attīsta ne tikai ķermeni, uzlabo veselību, bet attīsta cilvēku fiziski un līdz ar to attīsta arī prāta spējas. Jau daudzās pozitīvās lietas papildina liela atbildības sajūta, mērķtiecība un disciplīna, ko sporta nodarbības, sacensības iemāca īpaši labi. Runājot par mūzikas ievirzi, tā ļoti daudz neatšķiras, jo arī attīsta skolēnos ļoti daudz un dažādas iemaņas. Pamatā jau mūzikas apguve palīdz citu priekšmetu apguvei, par ko liecina daudzi pētījumi. Mūzikas teorija ir līdzīga matemātikai, tāpēc tās savā ziņā ir vienotas. Mūzika attīsta dzirdi, balsi un runu, kas palīdz daudz citos priekšmetos. Bērni, piedaloties mūzikas kolektīvos, attīsta savas koncentrēšanās spējas, mērķtiecību un disciplīnu, kā arī ar laiku izkopj savu skatuves stāju un emocionalitāti, kas tik ļoti nepieciešama kvalitatīvam priekšnesumam, jo īpaši korī.

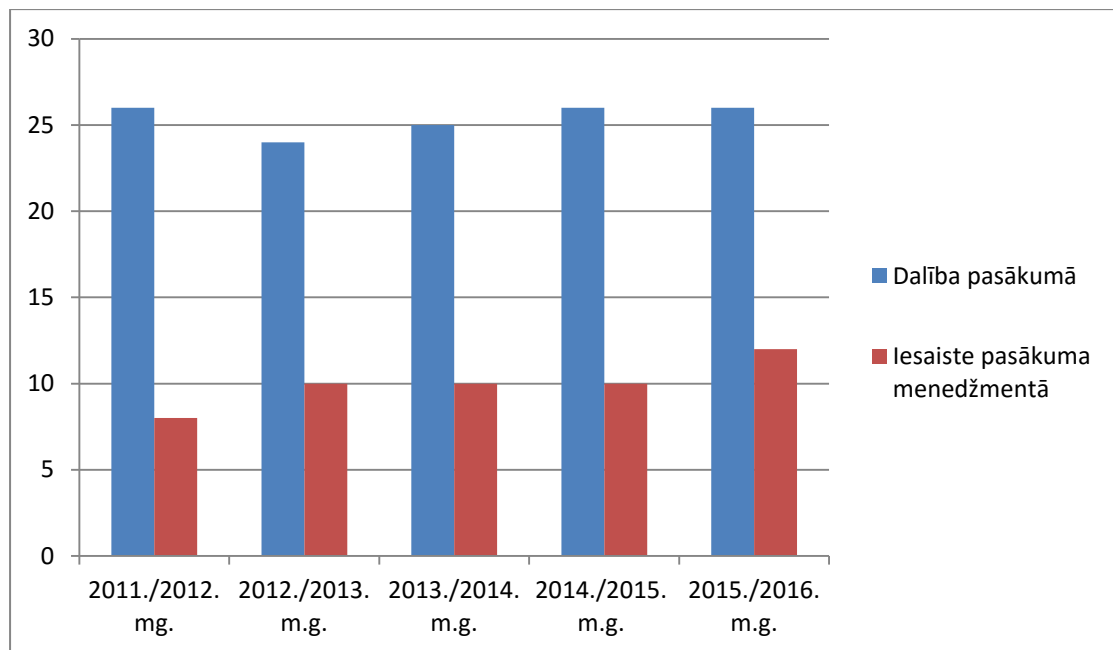
Ņemot vērā, ka daļa skolēnu jau tā aktīvi nodarbojas ar dažādām lietām, pateicoties profesionālajai ievirzei, viņi ar laiku aktīvi arī iesaistās skolas sabiedriskajā dzīvē. Skolēni ir veiksmīgi pieraduši pie darbīgā ritma, kas veiksmes gadījumā turpinās ar viņiem visu skolā pavadīto laiku, tādējādi kļūstot par veiksmīgiem un aktīviem līdzdalībniekiem pasākumu organizēšanā.

3.2. Jelgavas 4. vidusskolas pēdējo piecu gadu organizēto pasākumu analīze

Darbam tika apkopoti un analizēti pēdējo piecu gadu dati par dažādiem kultūras notikumiem Jelgavas 4. vidusskolā. Apkopojot datus notikumi tika sadalīti divās kategorijās – pasākumi, kuros skolēni iesaistās, kā dalībnieki un pasākumi, kuros skolēni iesaistās, kā menedžeri. Katras kategorijas notikumi īsi aprakstīti ar skolēnu pienākumiem katrā no tiem.

Ar katru gadu notikumi skolas kultūras un sabiedriskajā dzīvē paliek nemainīgi vai pieaug. Tas atkarīgs ne tikai no skolas skolēnu un pedagogu aktivitātes, bet arī notikumiem pilsētā, Latvijā, Pasaulē, kuriem par godu tiek rīkoti daudzi pasākumi arī skolā.

Ik gadu skolā tiek organizēti vismaz trīsdesmit dažāda veida pasākumu. Kultūras un patriotisma audzinoši, sporta, izklaidējoši, un citi.



1. att. Pēdējo piecu gadu pasākumu statistika Jelgavas 4. vidusskolā

Katru gadu divas trešdaļas pasākumu organizē skolas pedagogi, taču katrā no tiem ir vērojama dažāda veida skolēnu iesaiste - mūzikas kolektīva dalībnieks, vai arī iesaiste, kā pasākumu organizatoram - pasākuma vadīšana, skolas viesu sagaidīšana, pasākuma noformēšana, organizatorisku detaļu izpilde.

Trešo daļu jeb aptuveni astoņi līdz desmit pasākumi mācību gadā, skolēni iesaistās pasākuma menedžmentā – izveido pasākuma konceptu, noformējumu, scenāriju, producē aktivitātes un norises notikumā.

Daļa pasākumu Jelgavas 4. vidusskolā atbilst valsts izglītības dokumentos rakstītajiem uzdevumiem. Tie ir patriotisma audzinošie, izglītojošie, konkursi, taču ir ļoti daudz pasākumu, kuri radīti pateicoties skolēnu un skolas iniciatīvai, skola pati rada savas tradīcijas.

Kā redzams skolas raksturojumā sabiedriskā dzīve tajā attīstās jau vairākus gadu desmitus, jo īpaši pateicoties mūzikas novirzienam. Lai arī mūzikas novirziens ir papildus pienākumi un slodze gan pedagogiem, gan skolai, tie papildus nes arī dažādus uzlabojumus skolas notikumiem. Papildus koncerti, interesanti projekti, viesi un, protams, skolas un pilsētas vārda popularizēšana pilsētas, nacionālā un pat starptautiskā līmenī.

Apskatot un analizējot pasākumu pēdējo piecu gadu pieredzi, izveidojas 177 pasākumu saraksts. Vairums pasākumu skolā notiek gadu no gada, citi tikai vienu gadu, citi tiek noorganizēti un veiksmīgi ieņem skolas pasākumu tradīcijas statusu. Daļa pasākumu ieņem obligātu vietu skolas pasākumu kalendārā. Tie ir pasākumi, kurus ierasti svin visā Latvijā. Pirmais pasākums gadu no gada ir *Zinību diena*. Šajos svētkos skolēnus sveic skolas direktors, pilsētas domes pārstāvji, kā arī vienmēr tiek padomāts, par pasākuma pievienoto vērtību, kura katru gadu ir atšķirīga. Bieži vien skolēnus un vecākus sveic pūtēju orķestris vai koris, taču vērojot pēdējo gadu pieredzi, katram pasākumam ir sava tematika. Piemēram, 2011./2012. gadā viesojās Zinīte un Nezinītis, 2014./2015. mācību gadā no jumta skolēnus sveica Karlsons un Brālītis. Ņemot vērā, ka vairāki simti skolēnu ir tieši sākumskolas vecumā, tad šāda veida pasākumi liek veiksmīgi un ar smaidu iesākt mācību gadu. Protams, bez oficiālās iesoļošanas skolā, skolotāju pavadībā neiztikt, kas pasākumu padara svinīgāku. Ja gadu iesāk ar konkrētiem viesim, tad ierasts, tāpat tiek gads arī noslēgts.

Ik gadu maija beigās visi skolas skolēni tiek pie skolas, lai pēdējo brīdi, pirms vasaras brīvlaika, pavadītu svinīgā gaisotnē, saņemtu atzinības rakstus, kā arī sagaidītu, kādu pārsteigumu, ko sagādājis kāds ciemiņš. Šajos pasākumos neiztikt arī bez skolēnu iesaistes. Ja pasākumā uzstājas skolas kolektīvs, tad daļa skolēnu pasākumā iesaistās gan kā skatītāji, gan kā mākslinieki jeb dalībnieki. Ir konkrēti skolēni, kas atbild par organizatoriskām niansēm, par kurām norādījumus saņem no pasākuma organizatoriem – pedagogiem.

Iesaiste kultūras pasākumu menedžmentā tradicionālos skolas pasākumos:

- 1) māksliniecisko norišu dalībnieku koordinēšana;
- 2) pasākuma scenārija rakstīšana.

Pasākumi, kas noteikti notiek gandrīz katrā Latvijas skolā gadu no gada ir Ziemassvētki. Šajā skolā tos svin īsi pirms skolēnu brīvlaika, atsevišķi pasākumi trijām klašu grupām, kā arī publiskais Ziemassvētku koncerts. Klašu pasākumos katru gadu vērojams, kas citādāks. Vienu gadu pasākuma tematika bijusi saistīta ar jautrajām sniegpārslīnām, citu ar Ziemassvētku vecīša palīgiem – ziemeļbriežiem. Pēdējā gadā skolā viesojās septiņi rūķīši, kas kopīgi ar bērniem radīja *Ziemassvētku brīnumu* un pasākuma beigās sagaidīja ciemos Ziemassvētku vecīti, kurš atnesa bērniem atzinības rakstus par labām sekmēm un dalību īpašā Ziemassvētku izstādē. Pasākuma formāts gadu no gada nemainās – jautri tēli, dziesmas, semestrī izdarīto darbu pārrunāšana un labāko skolēnu apsveikšana – mainās tikai tematika. Skolēni šajos pasākumos ir tie, kas nodarbojas ar pasākuma noformēšanu, piedalās organizatoriskajos procesos, kā arī vada pasākumus un iejūtas tēlos. Gatavojoties svētkiem tiek veidota arī īpaša svētku izstāde. Atbilstoši tematikai, katrai klasei jāizveido savs objekts. Sniegavīrs, rūķis, zvaigzne, ziemassvētku brīnums un citi dekori, kuru izskatam un stāstam katra klase var rast individuālu, radošu pieeju.

Šo svētku laikā skolā tiek organizēts lielais Ziemassvētku koncerts. Tajā piedalās visi mūzikas kolektīvi, individuālie izpildītāji un kāds īpašs pārsteigums no publiskās runas audzēkņiem. Svarīgi tas, ka šis koncerts tiek rīkots labdarības zīmē un ik gadu tiek ar koncerta palīdzību tiek vākti līdzekļi, kādam, kam tas ļoti nepieciešams. Tika vākti līdzekļi skolas skolēniem, kuriem pašiem nav iespējas nodrošināt visas vajadzības, vairākus gadus skola ir iesaistījusi “Eņģeļi pār Latviju” akcijā un ziedojuši, kādam īpašam bērniņam. Šo pasākumu organizē skolas pedagogi, taču svarīga loma ir arī skolēniem. Viņu pienākumi ir dalība kolektīvos, viesu sagaidīšana un vietu ierādīšana, dalībnieku koordinēšana – respektīvi, dažādu organizatorisko darbu veikšana.

Iesaiste kultūras pasākumu menedžmentā skolas Ziemassvētku pasākums:

- 1) viesu sagaidīšana un vietu ierādīšana;
- 2) māksliniecisko norišu dalībnieku koordinēšana;
- 3) dažādu organizatorisko darbu veikšana;
- 4) pasākumu vadīšana.

Svarīgi pasākumi notiek novembrī, kad mūsu valsts svin patriotisma mēnesi. Ar Valsts dzimšanas dienas un Lāčplēša dienas pasākumiem tiek attīstīta skolēnu Nacionālā piederība un patriotisma sajūtas, kas mūsdienās ir tik ļoti svarīgas dažādu apsvērumu dēļ. Gadu gadiem notiek svinīgie pasākumi klašu grupām dienu pirms 18.

novembra svētkiem, kuru organizatorisko pienākumu lielāko daļu uzņemas pedagogi. Šajos pasākumos skolēnu iesaiste ir vērojama, kā kolektīva dalībniekiem, pasākumu vadītājiem un skatītājiem. Paralēli pasākumiem visu novembri tiek rīkoti skolas lokālie konkursi – zīmēšanas, fotogrāfijas vai video jomā. Pēdējā mācību gadā katra klase veidoja savas spēka zīmes, kuras pēc tam tika izvietotas izstādē skolā un izveidota gara spēka zīmju josta, savukārt, video priecē pasākuma vērotājus, kas tikai veiksmīgi pastiprina patriotiskās sajūtas. Jaunums jau divus gadus skolā ir patriotisko dziesmu sadziedāšanās Lāčplēša dienā un patriotisko lentīšu darbnīca. Tā ir pašu skolēnu iniciatīva un šajā pasākumā viņi paši uzņēmušies izpildīt visus tehniskos, organizatoriskos un mākslinieciskos jautājumus, kas viņiem veiksmīgi arī izdevies. Skolas lekciju zālē vairākus starpbrīžus pēc kārtas pulcējas dažādu klašu skolēni un dzied dažādas latviešu dziesmas ar dzīvās grupas pavadījumu. Vecāko klašu skolēni rāda savas patriotisma sajūtas un veiksmīgi tās audzina arī mazākajos skolēnos.

Iesaiste kultūras pasākumu menedžmentā Valsts svētku skolas pasākumos:

- 1) pasākumu vadīšana;
- 2) dažādu organizatorisko darbu veikšana;
- 3) māksliniecisko norišu dalībnieku koordinēšana.

Skolas pasākumu neatņemama sastāvdaļa ir notikumi, kuri tiek rīkoti par godu absolventiem – pēdējie zvani, izlaidumi un žetonvakars. Tie ir oficiāli pasākumi, kurus ik gadu iespējams rīkot citādā noskaņā, kas atkarīgs no pašiem skolēniem, jo tieši viņi ir būtiskākā daļa pasākumam. Žetonvakarā, paralēli oficiālajai skolas žetonu pasniegšanai skolēni sagatavo īpašus priekšnesumus, lai pasākuma apmeklētājiem, kas ir visi interesenti un vecāki, rastos priekšstats, kāds ir bijis šis skolas laiks un kādas ir sajūtas dodoties tālāk dzīves ceļā. Priekšnesumi ir dažādi – īpašas video filmas, pašsacerētas dziesmas, literārās kompozīcijas vai stāsti. Šajā skolā par priekšnesumiem atbild tikai un vienīgi skolēni, kas padara viņus par aktieriem, režisoriem, producentiem reizē. Pēdējā mācību gadā viena no klasēm bija sagatavojusi īpašu priekšnesumu ar sarežģītu filmu, tautasdziesmu kompozīciju, savukārt, otra, ēnu teātra uzvedumu par īpašo skolas laiku.

Pēdējo zvanu pasākumos tradicionāli skolēni saka paldies skolotājiem. Kā tas tiek darīts, arī ir viņu pašu rokās. Tiek dziedātas īpašas dziesmas, pasniegtas balvas īpašās nominācijās, sacerēti dzejoļi ar skolotāju teicieniem un citi kreatīvi veidi, kā iepriecināt un pateikt paldies skolotājam. Lai arī pasākumu organizē pedagogi, tā

satura lielāko un svarīgāko daļu rada paši skolēni, kas pasākumu padara personīgu un ar īpašu pievienoto vērtību.

Izlaidumi, protams, visīpašākie ir tieši skolēniem, jo tie ir viņu svētki. Tajā absolventi saka paldies skolai un, galvenokārt, vecākiem. Kā tas notiek – viņu pašu rokās.

Vairums skolu rada arī savus īpašos tradicionālos pasākumus, kas notiek katru gadu un skolēniem jau šķiet, kā pašsaprotama pasākumu kalendāra daļa, un šī skola nav izņēmums. Īpaša sākumskolas klašu tradīcija ir Miķeļdienas gadatirgus, kas notiek katru rudeni, skolas iekšpagalmā. Tajā sākumskolas klašu skolēni tirgojas ar pašu gatavotajiem labumiem un visus iegūtos līdzekļus ziedo labdarībai. Šie svētki ir īpaši arī pamatskolas un vidusskolas klašu skolēniem, jo gardie, mājās gatavotie našķi, katru dienu skolā nav pieejami. Tirdziņš norisinās vairākus starpbrīžus un paralēli tam notiek aktīva rotaļās iešana, mīklu minēšana un ticējumu stāstīšana. Šajā pasākumā aktīvi iesaistās visi sākumskolas klašu audzinātāji un skolēni, kas principā paši organizē šo pasākumu. Vecāko klašu skolēni uzņemas aktivitāšu vadīšanu un sagatavošanu, kas pasākumu padara pilnīgāku.

Iesaiste kultūras pasākumu menedžmentā tradicionālos skolas pasākumos:

- 1) māksliniecisko norišu dalībnieku koordinēšana;
- 2) īpašu priekšnesumu sagatavošana;
- 3) dažādu organizatorisko darbu veikšana.

Jau piecus gadus Jelgavas 4. vidusskolā ir īpašs pasākums “Skolas lepnums”. Tas tradicionāli norisinās mācību gada pēdējā mēnesī un tajā ik gadu tiek godināti apmēram 200 pilsētas, reģiona un valsts olimpiāžu un konkursu laureāti, sporta sacensībās medaļas ieguvušie un aktīvākie skolēni, skolas sabiedriskās dzīves procesos. Pasākumu rīko daudz skolotāju, kas sastāda godināmo sarakstus un paši pasniedz apbalvojumus vairākās kategorijās, taču liela loma tieši organizatorisko detaļu ziņā ir tieši skolēniem. Viņi piedalās, kā kolektīvu dalībnieki, kuri arī ir liels skolas lepnums, pasākumu vadītāji, īpašo balvu noformētāji, apmeklētāju koordinatori un dažādu organizatorisko pienākumu izpildītāji. Tā kā pasākumā tiek godināti tik daudz skolēni, un katram no viņiem tiek aicināta līdz arī ģimene, tad arī vienkārši cilvēku koordinēšana ir pietiekoši atbildīgs pienākums.

Iesaiste kultūras pasākumu menedžmentā tradicionālajā skolas pasākumā “Skolas lepnums”:

- 1) māksliniecisko norišu dalībnieku koordinēšana;
- 2) dažādu organizatorisko darbu veikšana;

3) viesu sagaidīšana un vietu ierādīšana.

Paralēli šāda veida pasākumiem, visa gada garumā liela daļa skolēnu piedalās dažādās sporta aktivitātēs un sacensībās gan skolā, gan ārpus tās, pārstāvot skolu pilsētas, reģiona un valsts mērogā. Vismaz reizi gadā skolā norisinās Sporta diena, kuru organizē sporta skolotāji, taču svarīgu organizatorisko darbu veic arī skolēni. Sporta dienas ietvaros notiek dažādu sporta veidu aktivitātes, un katru šo aktivitāti organizē un vada skolēni. Viņu pienākumos ietilpst veiksmīgi organizēt savas aktivitātes procesus, tos koordinēt un veikt arī tiesnešu pienākumus, lai pasākuma noslēgumā tiktu veiksmīgi apbalvoti labākie.

Šīs skolas īpaša tradīcija jau gadiem ir vidusskolēnu Ziemassvētku kauss basketbolā. Šajā turnīrā piedalās katras vecāko klašu komandas un cīnās savā starpā par ceļojošo kausu. Spēļu grafikus, norises laikus un neatkarīgos tiesnešus organizē skolēni paši. Pasākuma centrālais notikums ir ne tikai finālspēle, kurā izšķiras labākais no labākajiem, bet arī īpašā absolventu zvaigžņu spēle.

Ik gadu nozīmīgākais, ar sportu saistītais pasākums, ir aerobikas konkurss, kurā piedalās visas 5. – 12. klases. Lai arī šo pasākumu pilnībā organizē skolotāji, skolēniem ir īpaši jāgatavojas un jārada radošs priekšnesums. Katra klase rada savu īpašo aerobikas deju, kurā neatkarīgi tiesneši vērtē gan kustības, sinhronitāti, kā arī vizuālo un muzikālo noformējumu. Skolēni kopīgi ģenerē idejas un rada jaunu, unikālu priekšnesumu.

Gandrīz katru gadu skolā norisinās tādi pasākumi, kuriem atkārtojuma nav, respektīvi unikāli un vienreizēji notikumi. 2012. gadā skolā norisinājās ļoti īpašs projekts *Mēs Maestro mūzikā*, kurā tika izpildītas tikai Raimonda Paula kompozīcijas, ar pašu Maestro pie klavierēm. Tā kā šāds notikums ir tik unikāls, tad koncertam tika piesaistīts režisors, scenogrāfe un gaismu mākslinieks, lai koncerts būtu pilnīgs visās pozīcijās. Svarīgākā skolēnu iesaiste šajā pasākumā bija tieši dalība mūzikas kolektīvos, kas bija būtiskākā daļa. Visi kolektīvi gatavojās ilgu laiku, jo ar tik īpašu cilvēku uzstāties uz savas skolas skatuves otras iespējas var nebūt.

2013. gadā skolā notika mūzikas novirziena 35 gadu jubilejas koncerts, kas arī bija unikāls notikums. Tajā tika izpildītas tikai direktora Agra Celma kompozīcijas, kuras papildināja atmiņas video un stāstu formātā. Pasākuma tapšana tika uzticēta diviem skolas absolventiem, kuri parūpējās par veiksmīgu pasākuma priekšnesuma secību un režiju, kā arī skaistiem video materiāliem. Lai arī tapšanas procesi uzticēti absolventiem, pasākuma tapšanā nenoliedzami lielu lomu ieņēma tieši skolēni. Tā kā

tas bija ne tikai koncerts, bet arī mūzikas novirziena absolventu salidojums, tad organizatorisko darbu netrūka. Viesu reģistrācija un koordinēšana, kolektīvu priekšnesumu secīga koordinēšana, pēc koncerta darbojošo aktivitāšu koordinēšana un pasākuma mākslinieciskais noformējums bija skolēnu nopelns.

2015. gadā notika unikāls pasākums, kuram gatavojās gandrīz veselu gadu – skolas 70. gadu jubilejas pasākums un absolventu salidojums. Tā kā skola ir salīdzinoši sena un liela, tad viesu skolā bija ļoti daudz. Gatavošanās procesā darbojās skolotāji, skolēni un piesaistītie profesionāļi. Pasākuma galvenais notikums bija īpašs koncerts, kurā ar stāstu, video un dažādu priekšnesumu palīdzību tika apskatīta visa skolas vēsture. Tika baudīti koru, sportistu priekšnesumi un ļoti īpaši video sveicieni no sabiedrībā zināmām un skolai nozīmīgām personībām, un ne tikai. Skolēnu pienākumos bija viesu sagaidīšana un koordinēšana, pasākuma aktivitāšu vadīšana, kā arī īpašā koncerta vadīšana. Pēc krāšņā koncerta notika koru un orķestra nakts koncerti, kuros skolēni piedalījās, kā dalībnieki. Visā skolā bija skolēnu un skolotāju izstādes ar katra gada izlaiduma fotogrāfijām. Vidusskolas un pamatskolas klases bija sagatavojušas īpašu atmiņu istabu, kurā bija iespējams kavēties atmiņās, kuru noformējumu bija sagatavojuši tieši skolēni.

Iesaiste kultūras pasākumu menedžmentā vienreizējos pasākumos:

- 1) viesu sagaidīšana un vietu ierādīšana;
- 2) māksliniecisko norišu dalībnieku koordinēšana;
- 3) dažādu organizatorisko darbu veikšana;
- 4) pasākumu vadīšana.

Analizējot piecu gadu pieredzi, ik gadu Jelgavas 4. vidusskolā ir vairāki pasākumi, kuros galvenos organizatoriskos uzdevumus pilda tieši skolēni. Mācību gada sākumā tādi pasākumi ir divi – Skolotāju diena un 10. klašu iesvētības jeb uzņemšana vidusskolā. Runājot par Skolotāju dienas svētkiem, kādreiz tos rīkoja tikai skolotāji un administrācijas pārstāvji paši, tā teikt, paši sev radīja svētkus, taču arvien vairāk skolēni iesaistās savu pasniezēju svētku radīšanā. Ik gadu pasākumam tiek izveidots īpašs koncepts, kura tematikā arī top viss pasākums. Supervaroņi, kino zvaigžņu salidojums, koru kari, olimpiskās spēles, un citas kreatīvas tematikas. Balstoties uz tēmām tiek noformēta skola un sagatavotas īpašas medaļas, žetoni, piespraudes, kas pienākas katram skolotājam šajā īpašajā dienā ienākot pa skolas durvīm. Visas dienas garumā skolēni sagatavo dažādus pārsteigumus, lai iepriecinātu skolotājus. Piemēram, kino zvaigžņu salidojumā bija sagatavots īpašs bārs “Nemūžam

runčuk...”, kurā varēja baudīt dažādus bezalkoholiskus dzērienus, dziedāt karaoki un ļauties trakām dejām. Svinīgajā pasākumā ar neoficiālu pieskaņu, tomēr piedalās arī skolotāji un viņu pienākums ir radīt interesantus priekšnesumus svētku tematikā, kas pozitīvas emocijas rada ne tikai pašiem pedagogiem, bet arī skolēniem.

10. klašu iesvētības katru gadu tradicionāli rīko 11. klašu skolēni. Skolēnu rokās ir pilnīgi visas nianšes, kā vidusskolā tiks uzņemti skolēni. Arī šiem pasākumiem ik gadu ir citādāka tēma – pāvārskola, kolhozs, kino zvaigznes, cietums, un citi. Atbilstošajās tematikās tiek organizētas aktivitātes visas dienas garumā. Vecāko klašu skolēni gatavo pamatīgus pārbaudījumus un aktivitātes. Fiziskie pārbaudījumi ārā, stafetes, uzdevumi pa visu skolu. 10. klašu skolēnu ziņā ir pasākumam sagatavoties vizuāli, atbilstoši tematikai. Centrālā daļa pasākumam ir zvēresta nodošana un īpašs gājiens pa skolu, kurā tiek paziņots visiem – 10. klases oficiāli ir vidusskolēni. Skolēni šajā pasākumā izveido konceptu, tematiski noformē skolas telpas, izdomā un koordinē aktivitātes, kā arī organizē visa pasākuma norisi.

Gada īpašākais pasākums, ko skolēni paši organizē un arī gaida ar nepacietību, jau pēdējos piecus gadus notiekošā *Skolas dzimšanas dienas nedēļa*. Pasākums norisinās katru gadu janvāra sākumā un ir īpašs ar to, ka notiek veselās nedēļas garumā. Lai arī pasākums ir piecas darba dienas, katra diena šķiet, kā patstāvīgs pasākums. Skolēnu pirmais uzdevums ir noformēt skolu, atbilstoši svētku noskaņai, kas katru gadu ir pilnīgi citādāk. Tā kā katra diena ir citādāka, tad ļoti būtisks ir pasākuma koncepts un aktivitātes, kas katrā dienā notiks. Tematikas dienām ir dažādas – supervaroņu diena, kurā ir īpašs konkurss par interesantāko supervaroni, bērņības diena, kurā jāataino kāda sava bērņības fotogrāfija, sporta diena, kurā visi tērpjas sporta tērpos un starpbrīžos dodas sportot, mūzikas diena, kurā iespējams piedalīties karaokes konkursā, un daudzi citi. Katras dienas tematikai atbilstoši, skolēni tiek aicināti tērpties katru dienu, tādējādi īpašs gatavošanās process ir visiem, kuri vēlas iesaistīties. Pēdējos četrus gadus jau par tradīciju ir kļuvusi mājīgā diena, kura norisinās ceturtdienā, un šajā dienā visi tērpjas halātos, pidžammās un mājīgās drēbēs. Savukārt, piektdienas jau vairākus gadus ir svinīgās dienas, kad visas dienas garumā visi uz skolu ierodas svinīgi tērpušies un 9. – 12. klašu skolēni vakarā dodas uz dzimšanas dienas balli. Tajā uzstājas skolas vokāli instrumentālās grupas, tiek organizētas aktivitātes un notiek varenas dejas. Visu nedēļu dienas tiek īpaši noformētas un katrā dienā ir citādākas aktivitātes un īpaši sagatavots foto stūris, lai varētu iemūžināt atmiņas. Šis priekš skolēniem organizatoriskā ziņā ir

visiespaidīgākais pasākums, jo tas nav viegli – piecas dienas, vairāki pasākumi un tik daudz pienākumu. Ņemot vērā lielo aktivitāti un to, ka tā jau ir kļuvusi par tradīciju – skolēni ar to tiek galā godam.

Iesaiste kultūras pasākumu menedžmentā skolēnu pašu organizētajos pasākumos:

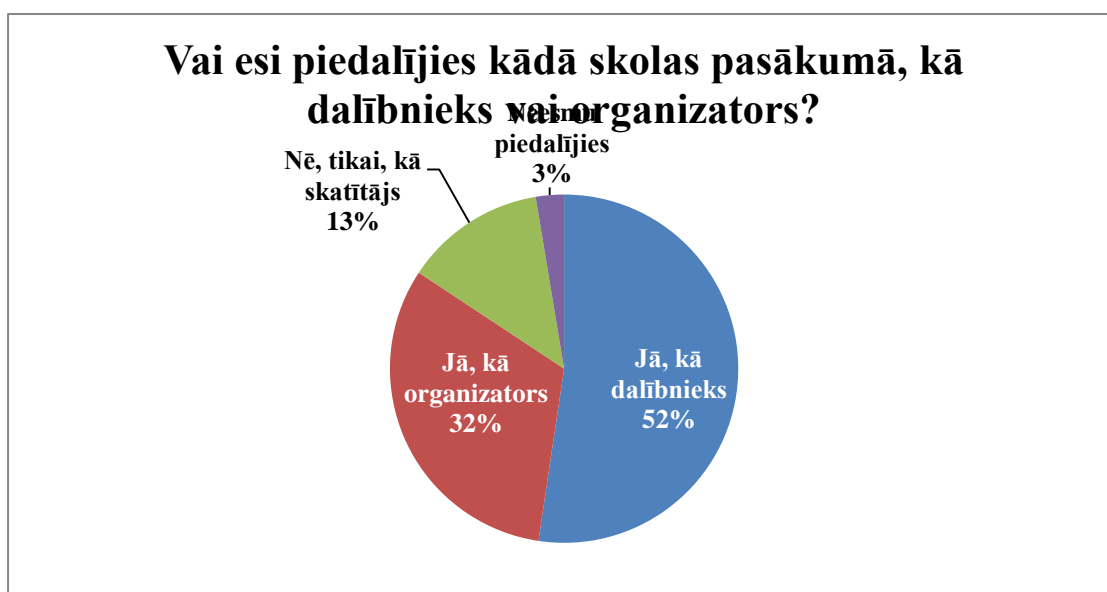
- 1) pasākuma koncepta izveide;
- 2) pasākuma mākslinieciskais noformējums;
- 3) pasākumu aktivitāšu koordinēšana un plānošana;
- 4) dažādu organizatorisko darbu veikšana;
- 5) scenārija rakstīšana;
- 6) pasākumu vadīšana.

Analizējot un vērojot pasākumu skolā rodas priekšstats, ka šī skola notikumu ziņā ir ļoti attīstīta. Katrā no šiem pasākumiem piedalās skolēni gan kā dalībnieki, gan kā pasākumu organizatori, gan kā pasākuma auditorija. Pirmkārt, pateicoties mūzikas novirzienam, kura dēļ, ir tik daudz koncertu un kvalitatīvu priekšnesumu dažādos skolas pasākumos. Taču liela loma ir arī aktīvajiem skolotājiem un skolēniem. Skolotāji gadu gaitā ir ielikuši pamatus konkrētu pasākumu tradīcijām, taču skolēni, laikiem ejot, jau spēj, pārņemt un vadīt konkrētus organizatoriskos procesus. Kā arī skolēni veiksmīgi ņem piemēru no pedagogiem un paši sāk uzņemties iniciatīvu pasākumu organizēšanā, uzņemoties visas pasākuma nianšes sagatavošanu, jo īpaši pēdējos gados. Skolēnu pienākumos, kā pasākumu dalībniekam ietilpst: pasākuma vadīšana, dalība mūzikas kolektīvā. Savukārt pienākumi, kurus audzēknis pilda, kā iesaistītais pasākumu menedžmentā ir ļoti daudz un dažādi: pasākuma koncepta izstrāde, mākslinieciskais noformējums, aktivitāšu koordinēšana un organizēšana, pasākuma dalībnieku koordinēšana, pasākumu viesu sagaidīšana, koordinēšana, dažādu organizatorisku detaļu izpilde, kuri pasākuma laikā var būt visdažādākie.

3.3. Jelgavas 4. vidusskolas topošo absolventu pieredzes kultūras pasākumu organizēšanā nozīmes analīze

Lai noskaidrotu Jelgavas 4. vidusskolas topošo absolventu pieredzes kultūras pasākumu organizēšanā nozīmi, tika aptaujāti visi skolas 9. – 12. klašu skolēni. Tika uzdoti četri jautājumi 191 respondentam.

Ar pirmā jautājuma palīdzību tika noskaidrots, kāda tieši ir bijusi skolēnu iesaiste skolas kultūras pasākumos.



2.att. Respondentu atbildes par iesaistīšanos skolas kultūras pasākumos

Mazliet vairāk par pusi jeb 52% skolēnu pasākumos piedalījušies, kā dalībnieki, kas nozīmē, ka viņi ir uzstājušies, kā mūzikas kolektīvu pārstāvji. Ņemot vērā, ka obligātā dalība kolektīvā ir tikai 19 skolēniem no aptaujātajiem 191, jo padziļinātā mūzikas apguve ir tikai līdz 9. klasei, tad vērojams apsveicams rezultāts skolai, kas spēj saglabāt brīvprātīgo iesaisti kolektīvos arī vidusskolas klasēs.

Gandrīz trešā daļa skolēnu ir iesaistījušies pasākumos, kā organizatori, kas ir diezgan ievērojams skaitlis. Kā redzams pēdējo piecu gadu pasākumu pieredzes analīzē pienākumi šai skolēnu daļai ir dažādi. Daži no viņiem bijuši pasākuma organizatori un plānotāji, citi strādājuši pie noformējuma, kā arī liela daļa, kas pilda dažādas organizatoriskas lietas pasākumu laikā un pirms tiem.

13% no skolēniem piedalījušies pasākumos tikai, kā skatītāji, kas nav slikts rādītājs, jo katram pasākumam ir nepieciešami arī patērētāji un skatītāji. Protams,

iepriekšējās kategorijās iekļautie skolēni arī veiksmīgi patērējuši skolas pasākumu klāstu, jo ne visos pasākumos visi darbojas, kā organizatori vai dalībnieki.

Tikai trīs procenti no respondentiem atbildējuši, ka vispār nav piedalījušies skolas pasākumos, kas, protams, pārsteidz, jo kā vispār ir iespējams integrēties skolas dzīvē, ja netiek apmeklēts neviens pasākums, kuru nav maz. Tas visdrīzāk norāda nevis uz nespēju piedalīties pasākumos, bet nevēlēšanos to darīt, jo pasākumu klāsts ir tik dažāds, ka tur iespējams atrast kaut ko jebkurai interesei. Apmeklēt vai neapmeklēt pasākumus ir skolēna izvēle, jo arī, lai cik obligāti tas būtu, to nav iespējams darīt piespiedu kārtā.

1.tabula

Respondentu vērtējums par gūtu pieredzi kultūras pasākumu menedžmentā

	Svarīga pieredze	Nesvarīga pieredze	Grūti pateikt	Neesmu pildījis šādus pienākumus
Pasākuma koncepta izstrāde	33%	0%	19%	48%
Pasākuma organizators	37%	8%	14%	41%
Pasākuma koordinators	46%	0%	27%	27%
Pasākuma noformētājs	25%	4%	12%	59%
Pasākuma aktivitāšu koordinators	57%	0%	8%	35%
Pasākuma vadītājs	13%	8%	4%	75%
Kolektīva dalībnieks	61%	8%	23%	8%

Pirmais skolēnu pieredzes novērtējums ir par pasākuma koncepta izstrādi. Gandrīz puse skolēnu šādus pienākumus veikuši nav, kas šajā gadījumā nav pārsteidzoši, jo tik atbildīgus un salīdzinoši, sarežģītus procesus kvalitatīvi nevar izpildīt, kurš katrs. Trešā daļa skolēnu, kuri arī ir tie, kas šādus pienākumus ir veikuši, norāda, ka iegūtā pieredze ir svarīga. Šāda skolēnu atbilde nav pārsteidzoša, jo tik būtisku pieredzi nav iespējams iegūt visur un bieži. Tas, ka skola dod iespēju apgūt šādus pienākumus praksē, ir vērtējams vairāk, kā pozitīvi. 19% no aptaujātajiem spriež, ka par šīs pieredzes vērtību ir spriest grūti, tomēr nevērtīga tā arī nav un tas norāda uz to, ka šī pieredze kaut kādā veidā ir gūta.

Atbildot par pieredzi pasākumu organizēšanā vairāk, kā trešā daļa to novērtējuši, kā vērtīgu. Mazāk par pusi šādus pienākumus atkal nav pildījuši, kas arī ir tikai saprotams, jo visi šos pienākumus veikt nevar. 14% apgalvo, ka grūti komentēt šīs pieredzes svarīgumu, tāpēc atturas no konkrētas atbildes. 8% diemžēl šķiet, ka šī pieredze ir nesvarīga. Kāpēc tas tā, to zina tikai viņi. Taču tam var būt dažādi iemesli – neveiksmīga pieredze, neizdošanās vai arī ar šīs pieredzes palīdzību jaunietis sapratis, ka šāda veida pienākumu izpilde nav viņa aicinājums, kas būtu veiksmīgs atrisinājums.

Pasākumu koordinatori gan ir bijuši vairāki jaunieši, jo tikai 27% nav iesaistījušies šajos procesos. Gandrīz puse respondentu vērtē šos pienākumus, kā vērtīgus. Tie ietver dažādus darbus, kas veicami – viesu vai dalībnieku koordinēšana, dažādu organizatorisko pienākumu izpilde. Tik pat daudz, cik neiesaistīto skolēnu, tik pat ir tādu, kam grūti izvēlēties par labu tam, vai pieredze ir svarīga vai nesvarīga. Tas atkal vērtējams ļoti neitrāli, jo, tomēr, pieredze ir iegūta. Kā skolēns to izmantos, novērtēs un pielietos nākotnē, ir tikai viņa paša ziņā.

Viena no specifiskajām pieredzēm, ko iespējams gūt pasākumu organizēšanas procesos ir pasākuma noformētājs, ko, protams, var darīt tikai tie, kuriem ir īpašs ķēriens un radošs skats uz telpu noformēšanu. Tādi šajā skolā ir vairāk, kā trešā daļa. 25% no tiem uzskata, ka iegūtā pieredze ir vērtīga, savukārt 12% no viedokļa izteikšanas atsakās. Tomēr ir 8%, kas uzskata, ka šāda veida pieredze ir nesvarīga un tā neko daudz nemaina.

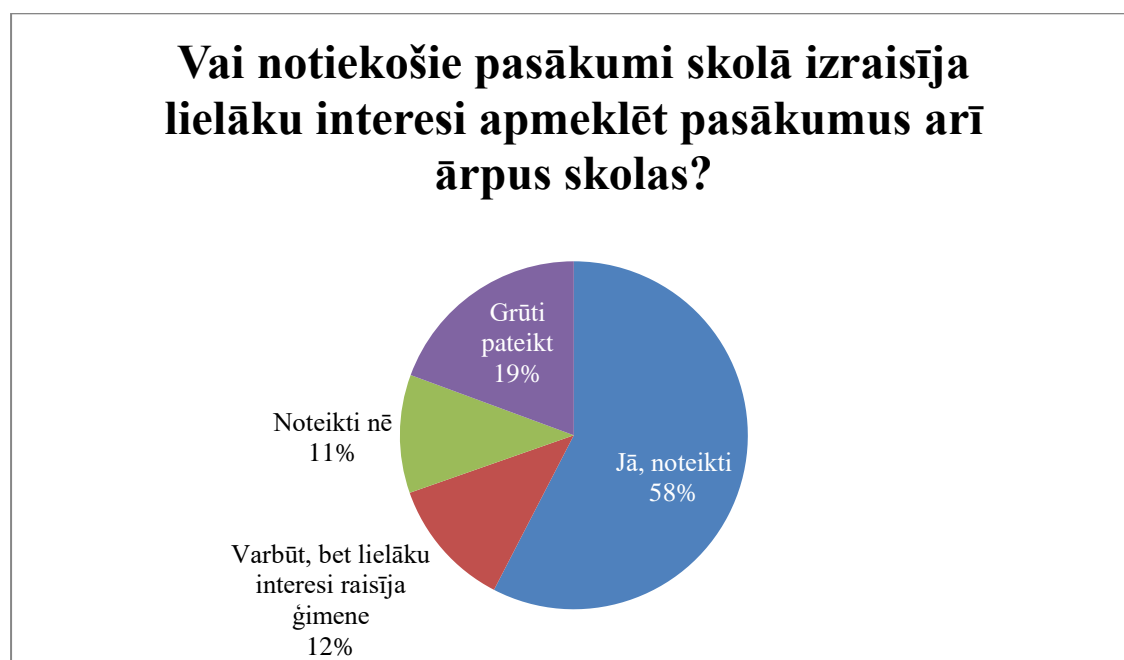
Kā jau pasākumu analīzē novērots daudzos pasākumos skolēniem iespējams iesaistīties, kā dažādu aktivitāšu koordinatoriem. Sporta, radošie pasākumi, kuros rīkotas darbnīcas, stafetes vai spēles. Šādu pieredzi ieguvuši 65% skolēnu un gandrīz

visi no viņiem šo pieredzi vērtē, kā svarīgu. Trešā daļa skolēnu šādas aktivitātēs nav koordinējuši, kas norāda uz to, ka viņi ir bijuši tie, kas tās patērē un tajās piedalās.

Vēl viens specifisks pienākums pasākumos ir pasākumu vadīšana, kuru arī neuzdrīkstētos pildīt, kurš katrs, tieši tāpēc 75% respondentu nemaz nav pildījuši tādus pienākumus. Šādus pienākumus kopumā pildījusi viena ceturtdaļa skolēnu. Lielākā daļa no viņiem vērtē šo pieredzi, ka svarīgu, kas tā noteikti arī ir. Skatuves stāja, runa, kontakts ar skatītāju un reaģēšana uz neparedzētiem brīžiem. Tie ir tikai daži ieguvumi, ko pasākumu vadītājs iegūst piedaloties šajā procesā.

Visvairāk skolēnu pasākumos iesaistījušies, kā kolektīvu dalībnieki. Tikai 8% nav kāpuši uz skatuves, kā priekšnesuma sastāvdaļa, kādā no skolas notikumiem. Šajā skolā tas ir tikai loģisks rezultāts, jo, tomēr šī skola ir īpaši populāra ar saviem varenajiem kolektīviem un to sasniegumiem.

Trešajā jautājumā tika noskaidrota skolas pasākumu loma skolēnu kultūras patēriņa daudzumā.



3.att. Respondentu atbildes uz jautājumu: “Vai notiekošie pasākumi skolā izraisīja lielāku interesi apmeklēt pasākumus arī ārpus skolas?”

Tikai 11% uzskata, ka skolā notiekošie kultūras pasākumi noteikti nekādā veidā neietekmē viņu interesi doties apmeklēt pasākumus, arī ārpus skolas. Iepriecinoši skolai ir tas, ka 58% skolēnu var pateikties skolai par radīto interesi

apmeklēt pasākumus arī ārpus skolas sienām. Domājams, ka gan skolas pasākumu organizēšana, gan baudīšana ir spējusi ietekmēt to, cik daudz skolēni vēlas patērēt kultūru. 31% par to, vai skolai ir kāda ietekme šaubās. Lielākā daļa nespēj rast atbildi un vairās no tās, savukārt 12% uzskata, ka lielāku interesi, tomēr raisījusi ģimene. Katrā ziņā rezultāti ir tikai apsveicami, jo šī skola ir veiksmīgs pierādījums, kādai jābūt skolas dzīvei, lai skolēns augtu par kultūras patērētāju.

Pēdējais, taču ļoti būtisks jautājums bija vienīgais atvērtais jautājums, kurā jaunieši izteica savu viedokli par to, kā iesaiste skolas sabiedriskajā un kultūras dzīvē ir ietekmējusi viņu izvēli nākotnes karjerā.

Ir viena konkrēta daļa, kura uzskata, ka pasākumos iegūtā pieredze nav neko mainījusi un ietekmējusi. Pie šīs daļas pieder arī tie jaunieši, kuri jau ir izlēmuši, ar ko saistīs savu nākotni un nekas to nevar pat ietekmēt. Ir liela daļa, kurai šī pieredze, ir veikusi lielu ietekmi un iespaidu uz nākotni vai vienkārši ikdienu. Ir skolēni, kuri ir pateicīgi, ka šāda iespēja ir bijusi, jo *tas ļāvis saprast, kurus pienākumus patīk, kurus nepatīk pildīt, kas vispār neinteresē. Uzdevumu veikšanas laikā atklāju savas stiprās puses.* Citi skolēni izsakās, ka *pateicoties skolai, ir radusies vēlme iesaistīties pasākumos arī ārpus skolas.* Ievērojami daudz skolēnu ir tādu, kas uzskata, ka iesaiste pasākumu veidošanā ir ļoti ietekmējusi domāšanu un nākotnes karjeras izvēli.

- *“Vadot pasākumus esmu sapratusi, ka tā ir ļoti interesanta nodarbe, no kā var gūt lielu gandarījumu un prieku, tāpēc labprāt ar to saistītu nākotni. Arī dziedot uz skatuves, esmu guvusi skatuves pieredzi, kas devusi tādu, kā ieskrējienu nākotnes profesijas izvēlei un sasniegšanai.”*
- *“Iesaiste skolas pasākumos ir ietekmējusi izvēli, jo arī nākotnē ar to vēlos nodarboties.”*
- *“Skolas pasākumi ir raisījuši tikai pozitīvas sajūtas. Domāju, ka uzkrātā pieredze palīdzēs man būt atbildīgākai un sniegs lielāku darba plānošanas sajūtu.”*
- *“Jā, ir bijušas domas, doties pēc skolas beigšanas mācīties par pasākumu organizatoru.”*
- *“Jā, pasākumi skolā un to veidošana mani ir ieinteresējusi. Vēlētos arī nākotnē veidot un apmeklēt interesantus pasākumus un koncertus.”*

Šie skolēnu viedokļi norāda, ka iesaiste, kā dalībniekam un kā pasākumu organizatoram, spēlējusi diezgan lielu lomu gan viņu attīstībā, kā personībām, gan arī ietekmējusi nākotnes karjeras izvēli.

Analizējot Jelgavas 4. vidusskolas raksturojumu, pēdējo piecu gadu pieredzi un skolēnu pieredzes nozīmi rodas vairāki secinājumi:

- Jelgavas 4. vidusskolas pasākumu kalendārs katru gadu ir ļoti noslogots.
- Skolā notiek daudz pasākumu, kuros, kāds viesojas un sniedz priekšnesumus un skolēni var piedalīties, kā skatītāji un patērētāji. Tomēr, lielākā daļa pasākumu ir tieši skolas produkti.
- Daļa pasākumu ir tādi, kuros skolēni iesaistās, kā kolektīvu dalībnieki un sniedz priekšnesumus skolas viesiem vai citiem skolēniem.
- Daudzi no šiem ir lokālie skolas pasākumi, par godu dažādiem svētkiem un tradīcijām.
- Lielākajā daļā šo pasākumu skolēni piedalās pildot dažādas organizatoriskas detaļas - koordinē, plāno, vada, organizē aktivitātes.
- Ik gadu trešdaļu no pasākumiem organizē tieši skolēni. Šajos pasākumos viņi izveido konceptus, organizē pasākumu norises ir atbildīgi par muzikālo un māksliniecisko noformējumu, tehniskajām detaļām un citām organizatoriskām, un ar koordinēšanu saistītām detaļām.

Ar aptauju palīdzību tika uzzināts skolēnu viedoklis par viņu pasākumu pieredzes nozīmi un svarīgumu. Lielākā daļa skolēnu, kuri piedalās pasākumu tapšanas procesos atzīst, ka tā ir svarīga un vērtīga pieredze. Respondenti atbildot uz jautājumiem, atbild, ka lielākoties, tieši skola ir tā, kurai pateicoties jauniešiem aug interese par pasākumiem un to apmeklēšanu arī ārpus skolas. Tas vērtējams, kā pozitīvs solis un augšupeja kultūras patēriņa situācijai Latvijā, kas šobrīd nav tik iepriecinoša, kā gribētos.

Būtisks jautājums ir par to, vai šī pasākumu organizēšanas un dalības pieredze, vispār veic kaut kādu ietekmi uz skolēna nākotni. Daļa jauniešu apgalvo, ka nav par to domājuši vai arī tam vispār nav ietekmes, jo par nākotni jau ir skaidra vīzija un to ietekmēt varētu būt grūti. Iepriecinoši liela daļa izsakās, ka skolā notiekošie kultūras procesi noteikti ietekmējuši viņu domas un izvēli par karjeru. Tie esot ietekmējuši izvēli par labu, ar kultūru un pasākumu organizēšanu saistītām augstskolām. Ne tikai

nākotnes karjeras izvēli ietekmē darbošanās kultūras notikumos. Galvenokārt, tas ietekmē jauniešus tieši, kā personības un intelektuālus jauniešus ar savu viedokli un rīcībspējām.

NOBEIGUMS

Kultūras produkts var būt gan lieta, gan prece, gan pakalojums, gan ideja, kas spēj veiksmīgi apmierināt patērētāja vajadzības un vēlmes. Kultūras produkts var būt gan taustāms, gan tverams. Kultūras produkts ir arī kultūras menedžmenta nozarē radītie pasākumi, ar ko saskaramies ik dienas, jo to veidi ir dažādi.

Pievēršoties tieši konkrētajai tēmai un apskatot skolēna iesaisti pasākumu organizēšanas procesos tika apskatīti likumā noteiktie pienākumi un uzdevumi skolotājam un skolēnam, kas jāveic skolas vidē, tieši kultūras pasākumu jomā. Dokumenti liecina, ka uzdevumi ir ļoti vispārināti par kultūras audzināšanu, pamatzināšanām par kultūru daudzveidību un patriotisko audzināšanu. Taču ir vairākas skolu iniciatīvas, kurām pateicoties, skolēni var brīvāk organizēt skolas sabiedrisko un kultūras dzīvi, kurā arī prakses veidā tiek apgūtas pasākumu organizēšanas iemaņas.

Analizējot konkrētu piemēru – Jelgavas 4. vidusskolu – un tās pēdejo piecu gadu pasākumu pieredzi, iespējams secināt, ka šī skola pasākumu ziņā ir attīstīta. Ar analīzes palīdzību tika noskaidrots, ka skolēni pasākumos piedalās, kā dalībnieki mūzikas kolektīvā vai kā iesaistītie pasākumu menedžmentā. Skolēnu pienākumi pasākumos ir dažādi – pasākuma koncepta izveide, scenārija rakstīšana, viesu sagaidīšana, mūzikas kolektīvu koordinēšana un citi organizatoriskie pienākumi pasākumu laikā.

Balstoties uz pasākumu analīzi tika veikta skolas 9. – 12. klašu skolēnu aptaujāšana, ar kuras palīdzību tika noskaidrotas iesaistes pasākumu menedžmentā nozīme. Lielākoties visi skolēni, kuri jebkādā veidā iesaistās pasākumu menedžmentā, uzskata, ka tā ir vērtīga un svarīga pieredze. Iesaistei ir arī diezgan liela ietekme uz topošo absolventu nākotnes karjeras plāniem, jo daļa no viņiem vēlas tālāko izglītību saistīt ar kultūru.

KOPSAVILKUMS

Pētījums veltīts skolēnu iesaistei kultūras pasākumu organizēšanā un kultūras produktu veidošanā. Teorētiskajā materiālā izmantota literatūra par kultūras mārketingu, pasākumu menedžmentu un pētījumi par kultūras patēriņa tendencēm. Veikta Jelgavas 4. vidusskolas pasākumu pieredzes analīze un pasākumu ietekmes uz skolēniem.

Darba ietvaros izmantotās pētniecības metodes: aprakstošā metode, analīzes metode, loģiski konstruktīvā metode, avotu un literatūras analīzes metode, kvantitatīvā pētniecības metode.

Darbs tiek strukturēts trijās nodaļās, un katra no tām pievēršas, pētījuma ietvaros nepieciešamajam aspektam. Pirmajā nodaļā apskatīts jēdziens *kultūras produkts*, tā attīstība. Aprakstīta literatūra par kultūras pasākumu menedžmentu un pētījumi par kultūras patēriņa priekšnosacījumiem. Otrajā nodaļā tiek apskatīta skolas loma kultūras patēriņa veidošanā un kultūras menedžmentā. Tajā iekļautas likumdošanā noteiktā funkcijas un skolēnu iniciatīvas ārpusklases darba organizēšanā. Trešajā nodaļā veikta Jelgavas 4. vidusskolas pēdējo piecu gadu pasākumu pieredzes analīze, kurā izanalizēti pasākumi un skolēnu iesaistes veidi. Veikta topošo absolventu pieredzes kultūras pasākumu organizēšanā nozīmes analīze.

AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS

1. Deivisa, Rozamunde, Saithorsons, Gauti. *Kreatīvo industriju ieviešana, no teorijas līdz praksei*. Londona, 2013.
2. Hārtlijs, Džons. *Radošās industrijas*. Amerikas Savienotās valstis: Wiley - Balckwell, 2005.
3. Kolbērs, Fransuā, Nantels, Žaks, Bilodū Suzanna, Ričs Deniss. *Kultūras un mākslas mārketingi*. Rīga: RD Rīgas Kongresu nams, 2007.
4. Goldblats, Džo, Nelsons, Ketlīna. *Internacionālā pasākumu menedžmenta vārdnīca*. Amerikas Savienotās valstis, 2001.
5. Šouns, Antons, Perijs, Braiens. *Veiksmīgs pasākumu menedžments. Praktiskā rokasgrāmata*. Amerikas Savienotās valstis: Sengeidžas studijas, 2013.
6. Prestons, C.A. *pasākumu mārketingi*. Amerikas Savienotās valstis, 2012.
7. Sast. Baltiņa, Sanita, Indrika, Dace. *Jelgavas 4. vidusskolai – 70*. Jelgava: Jelgavas tipogrāfija, 2015.
8. Hermane, Agnese, Jurka, Dace. *Ceļvedis kultūras centra vadībā*. Rīga: Tautas mākslas centrs, 2008.

Elektroniskie informācijas avoti:

9. Čembers Viljams, Čembers Roberts. *Čemberu vārdnīca*. Pieejams:
<http://www.chambers.co.uk/>
10. *Akceptētā prakses apmaiņu terminu vārdnīca*. Pieejams:
<http://www.conventionindustry.org/APEX/glossary.aspx>
11. SIA “Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija” saskaņā ar valsts kultūrkapitāla fonda pasūtījumu: *Kultūras sektora ekonomiskā nozīme un ietekme Latvijā*. Pieejams:
http://www.km.gov.lv/lv/doc/starpnozares/radosa/Kulturas_ekonomiskas_ietekmes_izvertejums_Lavija_2007.doc
12. Klāsons, Gints, Tjarve Baiba, Laķe Anda, Spuriņš Uldis, Asare, Ilona. *Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņš un līdzdalība kultūras aktivitātēs 2007-2014: pētījumu dati un statistika*. Pieejams:
<https://culturelablv.files.wordpress.com/2014/12/kulturas-paterins-web-versija-3-decembris.pdf>

13. Laķe, Anda, Tjarve, Baiba, Grīnberga, Līga. *Kultūras patēriņš Vidzemē: kultūras pieejamība un iedzīvotāju līdzdalība kultūras norisēs*. Pieejams: http://haritas.lv/wp-content/uploads/2014/05/VidzemePetijums_26.11..pdf
14. DNB barometrs. Iedzīvotāju attieksme par kultūru un izklaidi. Pieejams: https://www.dnb.lv/sites/default/files/dnb_latvian_barometer/documents/2015/dnb-latvijas-barometrs-petijums-nr81.pdf
15. Izglītības likums. Pieņemts Saeimā 1998. gada 29. oktobrī. Pieejams: <http://m.likumi.lv/doc.php?id=50759>
16. Valsts izglītības un saturs centrs. *Metodiskais līdzeklis: Klases stundu programmas paraugs*. Pieejams: http://visc.gov.lv/audzinassana/dokumenti/metmat/klases_stundu_progr_%20paraugs.pdf
17. Valsts Izglītības un saturs centrs. *Metodiskie ieteikumi: Audzināšanas darba pilnveidei vispārējās izglītības un profesionālās izglītības iestādēs*. Pieejams: http://visc.gov.lv/audzinassana/dokumenti/metmat/audz_met_iet.pdf
18. Ministru kabinets. *Noteikumi par valsts vispārējās vidējās izglītības standartu, mācību priekšmetu standartiem un izglītības programmu paraugiem*. Apstiprināti 2013. gada 21. maijā. Pieejams: <http://m.likumi.lv/doc.php?id=257229>
19. Latvijas Kultūras ministrija. *Kultūrizglītība*. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/kulturizgl.html
20. Latvijas Nacionālais kultūras centrs. *Kultūrizglītība*. Pieejams: <http://www.lnkc.gov.lv/nozares/kulturizglitiba/>
21. Pelša, Evija. *Skolēnu pašpārvalžu tiesiskais regulējums*. Pieejams: http://visc.gov.lv/audzinassana/dokumenti/metmat/pasparvaldes_normativi.pdf
22. Jelgavas 4. vidusskolas skolēnu padomes darbības reglaments. Apstiprināts ar Jelgavas 4. vidusskolas direktora rīkojumu Nr.33, 2012. gada 12. septembrī. Pieejams: <http://4vsk.jelgava.lv/index.php/skolenu-padome>
23. UNESCO Latvijas Nacionālā komisija. *Nolikums: Par UNESCO Asociēto skolu projekta īstenošanu Latvijā*. Pieejams: http://www.unesco.lv/files/UNESCO_ASP_Latvija_nolikums_2015_b06b9733.pdf
24. Valsts Izglītības saturs centrs. *Metodiskie ieteikumi: Vispārējās izglītības iestādes un profesionālās izglītības iestādes izglītojamo pašpārvaldes*

- veidošanas un darbības kārtība*. Pieejams:
http://visc.gov.lv/audzinasaana/dokumenti/metmat/pasparvaldes_normativi.pdf
25. *UNESCO Asociēto projektu skolas*. Pieejams:
<http://www.skolas.unesco.lv/lv/unesco-asp-skolas/>
26. *UNESCO Asociēto skolu projekta tīkls*. Pieejams:
<http://www.unesco.lv/lv/izglitiba/asocieto-skolu-projekts/unesco-asocieto-skolu-projekta-tikls/>
27. *UNESCO Asociēto skolu projekta tīkls*. Pieejams: <http://www.talsi.lv/unesco-asocietas-skolas>
28. Vasts izglītības attīstības aģentūra. *Comenius programma*. Pieejams:
http://viaa.gov.lv/lat/ek_izgl_programmas_iniciativas/es_progr_2007_2013/comenius/par_comenius/?year=2012&text_id=16483
29. Eiropas komisija: Izglītība un kultūra. Komenius skolu partnerība: Rokasgrāmata skolām. Pieejams: <http://eupa.org.mt/publication/comenius-school-partnerships-handbook/>
30. *Jelgavas 4. vidusskolas izglītības programmas*. Pieejams:
<http://4vsk.jelgava.lv/index.php/dokumenti>
31. *Profesijas. Menedžeris*. Pieejams: www.darilatvijai.lv/profesijas/menedzeris/
32. Kļaviņa, Ilze. *Cik E-vielu ir bērnu kultūrā?* Pieejams:
http://www.satori.lv/raksts/11268/Cik_E_vielu_ir_bernu_kultura%3F
33. Matisāne, Inese. Saruna ar Agnesi Miltiņu. Kultūrizglītība – nozīmīga kultūras un identitātes sastāvdaļa. Pieejams:
<http://www.lvportals.lv/visi/viedokli/193518-kulturizglitiba-nozimiga-kulturas-un-identitates-sastavdala/>

SUMMARY

Research is based on student's involvement organizing cultural events and forming cultural products. References about marketing, event management and research about culture consumption tendencies are described in theoretical material. Jelgava Secondary school nr.4 is used as an analysis of an event, showing students experience and impact on them.

Used research methods: descriptive method, analytical method, logically constructive method, source and reference analysis method, quantitative research method.

Paper is structured in three parts and each of the part reflects researched aspect. On the first chapter development of a concept *Culture Product* has been viewed literature about culture event management and research about cultural consumption preconditions. On the second chapter the meaning of the educational institution in cultural consumption and culture management has been viewed. That includes the function of legislation and student initiative of outdoor activity organization. The third chapter includes Jelgava Secondary school nr.4 last five year students experience analysis, that shows analysis of the event and student involvement types, as well as analysis of future graduates experience in cultural event organization.