



# TIRGUS IZPĒTES ZIŅOJUMS

## LATVIJAS NACIONĀLĀ BIBLIOTĒKA

ATKLĀTS KONKURSS "KONSULTANTU ATBALSTS PROJEKTA "KULTŪRAS MANTOJUMA SATURA DIGITALIZĀCIJA (1.KĀRTA)"  
REALIZĀCIJĀ", ID. NR. LNB/2016/51

LATVIJAS NACIONĀLĀS BIBLIOTĒKAS EIROPAS REĢIONĀLĀS ATTĪSTĪBAS FONDA PROJEKTS "KULTŪRAS  
MANTOJUMA SATURA DIGITALIZĀCIJA (1.KĀRTA)"

2017. GADA 23. OKTOBRĪ

RĪGA

Dokumentu izstrādājusi SIA "Corporate Consulting" saskaņā ar 2017.gada 3.februāra vispārīgo vienošanos Nr.1.1-17.4.1/1 "Par konsultantu atbalstu projekta „Kultūras mantojuma satura digitalizācija (1.kārta)” realizācijā”. Vispārīgā vienošanās noslēgta atklātā konkursā "Konsultantu atbalsts projekta „Kultūras mantojuma satura digitalizācija (1.kārta)” realizācijā” ar id.nr. LNB/2016/51.

2017.gada 23.februārī ir noslēgti līgumi (Latvijas Nacionālās bibliotēkas līgumu uzskaites Nr.1.1-17.4.1/3, SIA "Corporate Consulting" līgumu uzskaites Nr. CCons-2017-2-2/13) par digitalizējamā kultūras mantojuma satura tirgus izpēti, digitalizācijas IKT lietojumu apjomu un funkcionalitātes izpēti un citu ES valstu pieredzes izpēti ilgtermiņa digitalizācijas programmu jomā.

Pieļaujama dokumentā iekļautās informācijas citēšana un izmantošana atvasinātu darbu veidošanai, atsaucoties uz šo dokumentu.

**Dokumenta autori:**

Elīna Ozoliņa (Mg.oec., Mg.hum. (antropol)), Ieva Saukuma (Mg.soc.), Laura Čekavaja (Bc.soc.), Roberts Ceruss (BBA, BBUS)

**Kontaktpersonas:**

**Vairis Lejiņš**

SIA "Corporate Consulting"

Pērnavas iela 43A-9

Rīga, LV-1009

Tālr: (+371) 67 84 77 62

Fakss: (+371) 67 84 77 61

E-pasts: [Vairis.Lejins@cconsulting.lv](mailto:Vairis.Lejins@cconsulting.lv)

**Elīna Ozoliņa**

SIA "Corporate Consulting"

Pērnavas iela 43A-9

Rīga, LV-1009

Tālr: (+371) 29 15 98 59

Fakss: (+371) 67 84 77 61

E-pasts: [elina.ozolina@cconsulting.lv](mailto:elina.ozolina@cconsulting.lv)



Izmaiņu lapa

<b>Datums</b>	<b>Versija</b>	<b>Apraksts</b>
14.06.2017.	1.0	Melnraksts iesniegts Pasūtītājam
23.10.2017.	2.0	Tirgus izpētes ziņojums

# SATURA RĀDĪTĀJS

<b>1. Ievads .....</b>	<b>5</b>
1.1. Dokumenta nolūks.....	5
1.2. Termini un saīsinājumi.....	5
1.3. Tabulu rādītājs .....	6
1.4. Saistība ar citiem dokumentiem .....	7
1.5. Dokumenta pārskats .....	7
1.6. Datu ieguves un analīzes metodoloģijas apraksts .....	8
<b>2. Galveno rezultātu kopsavilkums .....</b>	<b>12</b>
<b>3. Tirgus izpētes rezultāti.....</b>	<b>13</b>
3.1. Tirgus situācijas apraksts un analīze.....	13
3.1.1. <i>Kultūras patēriņš un internets: statistika un pētījumi</i> .....	13
3.1.2. <i>Latvijas kultūras mantojuma digitalizēto materiālu lietošanas apskats</i> 17	
3.2. Konkurentu apraksts un analīze.....	23
3.3. Lietotāju vajadzību segmentācijas rezultāti .....	24
3.3.1. <i>"Dedzīgo vēstnešu" segmenta apraksts</i> .....	28
3.3.2. <i>"Ziņkārīgo atbalstītāju" segmenta apraksts</i> .....	44
3.3.3. <i>"Atturīgo praktiķu" segmenta apraksts</i> .....	57
3.3.4. <i>"Piesardzīgo vērotāju" segmenta apraksts</i> .....	71
3.3.5. <i>"Speciālistu" segmentu apraksts</i> .....	85
3.3.6. <i>B2B segmenta apraksts (kvalitatīvā pētījuma rezultāti)</i> .....	98
3.3.7. <i>Segmenta "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši" apraksts</i> .....	119
3.4. Rekomendācijas satura lietošanas veicināšanai .....	132
3.5. Rekomendācijas turpmākajam monitoringam (KPI) .....	133
3.6. Citu ES valstu izpēte ilgtermiņa digitalizācijas programmu jomā .....	137
3.6.1. <i>Somija – Nacionālā digitālā bibliotēka</i> .....	138
3.6.2. <i>Vācija – Vācijas digitālā bibliotēka</i> .....	148
<b>4. Pielikumi .....</b>	<b>153</b>

# 1. IEVADS

## 1.1. Dokumenta nolūks

Dokumenta nolūks ir izklāstīt Latvijas Nacionālās bibliotēkas (turpmāk – LNB, Pasūtītājs) Eiropas Reģionālās attīstības fonda (turpmāk - ERAF) projekta "Kultūras mantojuma satura digitalizācija (1. kārtā)" (turpmāk – Projekts) ietvaros veikto digitalizējamo kultūras mantojuma satura tirgus izpēti, izdarīt secinājumus un nosaukt Izpildītāja priekšlikumus.

Dokumenta mērķis ir sniegt Pasūtītājam informāciju par mērķa grupu vajadzībām digitālā satura patērēšanas jomā un informāciju par pašreizējo digitālā satura tirgu.

## 1.2. Terminu un saīsinājumi

Termins, saīsinājums	Skaidrojums
AKKA/LAA	Latvijas autoru biedrība "Autortiesību un komunikēšanās konsultāciju aģentūra/Latvijas Autoru apvienība"
API	Lietojumprogrammas interfeiss jeb saskarne tulkojumā no angļu valodas: <i>Application Programming Interface</i>
ATE protokols	Automātiskas testēšanas aprīkojuma ATE protokols tulkojumā no angļu valodas: <i>automated test equipment</i>
B2B	Bizness biznesam, no angļu valodas: <i>Business to Business</i> , šī pētījuma kontekstā uzņēmumu, iestāžu un nevalstisko organizāciju pārstāvji
CAWI	Tiešsaistes aptaujas, no angļu valodas: <i>Computer assisted web interviewing</i>
CSP	Centrālā statistikas pārvalde
DDB	Vācijas digitālā bibliotēka, no vācu valodas " <i>Deutsche Digital Bibliothek</i> "
DNG	Dānijas Nacionālā galerija
ERAF	Eiropas Reģionālās attīstības fonds
ES	Eiropas Savienība
ESF	Eiropas Sociālais fonds
FGD	Fokusgrupu diskusija
IKT	Informācijas un komunikācijas tehnoloģijas
IDI	Padziļinātās daļēji strukturētās intervijas
IT	Informācijas tehnoloģijas
Izstrādātājs	SIA "Corporate Consulting"
KISC	Kultūras informācijas sistēmu centrs
KM	Latvijas Republikas Kultūras ministrija

Termins, saīsinājums	Skaidrojums
LNB	Latvijas Nacionālā bibliotēka
LNMM	Latvijas Nacionālais mākslas muzejs
LU FMI	Latvijas Universitātes Literatūras, folkloras un mākslas institūts
MK	Ministru kabinets
MVU	Mazie un vidējie uzņēmumi
NDL	(Somijas) Nacionālā digitālā bibliotēka, no angļu valodas " <i>National digital library</i> "
NKC	Nacionālais Kino centrs
NVO	Nevalstiskās organizācijas
Pasūtītājs	Latvijas Nacionālā bibliotēka
PISA	Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas (OECD) Starptautiskā skolēnu novērtēšanas programma (PISA - Programme for International Student Assessment)
Projekts	LNB īstenotais ERAF Projekts "Kultūras mantojuma satura digitalizācija (1.kārta)"
VISC	Valsts izglītības satura centrs

### 1.3. Tabulu rādītājs

1. tabula. Tiešsaistes aptaujas mērķa grupas .....	9
2. tabula. Izlases aprēķini Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, reprezentatīvai aptaujai. ....	10
3. tabula. Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, segmenti.....	25
4. tabula. Galveno rekomendāciju apkopojums digitālā kultūras satura lietošanas veicināšanai. ....	132
5. tabula. Digitalizētā kultūras satura izmantošana.....	134
6. tabula. Digitalizētā kultūras satura izmantošanas biežums muzeju kolekcijām.....	135
7. tabula. Iedzīvotāju (interneta lietotāju) attieksme pret kultūras mantojuma digitalizāciju. ....	135
8. tabula. Ar digitalizēto kultūras mantojumu saistīto vietņu apmeklētība. ....	136
9. tabula. Reālo interneta lietotāju skaits, kas apmeklējuši vietni konkrētajā laika periodā.....	137
10. tabula "NDL obligāto standartu pārskats".....	141
11. tabula. Finna lietojamības testēšanas metodoloģijas un secinājumu kopsavilkums. ....	143
12. tabula. Somijas Nacionālās digitālās bibliotēkas sadarbības partneri, bibliotēkas. ....	146
13. tabula. Somijas nacionālās digitālās bibliotēkas mērķauditorijas pēc pakalpojumu grupām. ....	147
14. tabula. IDI ekspertu saraksts.....	153
15. tabula. FGD ekspertu saraksts.....	154
16. tabula. Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņa analizē izmantotie pētījumi.....	155
17. tabula. Sociālo/ funkcionālo vajadzību dimensija un emocionālās vajadzības. ....	155

## 1.4. Saistība ar citiem dokumentiem

Nr.p.k.	Dokumenta nosaukums	Kods	Datums
1.	Latvijas Nacionālās bibliotēkas Eiropas reģionālās attīstības fonda projekta "Kultūras mantojuma satura digitalizācija (1. kārtā)" IKT lietojumu izpētes nodevums.	[1]	06.06.2017.
2.	MK noteikumi Nr.115 "Darbības programmas "Izaugsme un nodarbinātība" 2.2.1. specifiskā atbalsta mērķa "Nodrošināt publisko datu atkalizmantošanas pieaugumu un efektīvu publiskās pārvaldes un privātā sektora mijiedarbību" 2.2.1.2. pasākuma "Kultūras mantojuma digitalizācija" īstenošanas noteikumi".	[2]	08.03.2016
3.	Projekta "Kultūras mantojuma satura digitalizācija (1.kārta)" detalizētais apraksts.	[3]	02.12.2016.
4.	Informācijas sabiedrības attīstības pamatnostādnes 2014.–2020. gadam.	[4]	14.10.2013
5.	MK rīkojums Nr.401. Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.–2020. gadam "Radošā Latvija".	[5]	29.07.2014
6.	Digitālā kultūras mantojuma attīstības stratēģija 2014.–2020. gadam.	[6]	20.11.2015.
7.	Eiropas Komisijas ieteikums par kultūras materiālu digitalizāciju, pieejamību tiešsaistē un digitālo saglabāšanu (2011/711/ES).	[7]	27.10.2011.

## 1.5. Dokumenta pārskats

Šis dokuments sastāv no šādām daļām:

- Atsevišķā dokumentā - Latvijas Nacionālās bibliotēkas Eiropas reģionālās attīstības fonda projekta "Kultūras mantojuma satura digitalizācija (1. kārtā)" IKT lietojumu izpētes nodevums;
- Ievads – daļā sniegts vispārīgs dokumenta raksturojums, nosaukts tā mērķis, iekļauts dokumentā izmantoto jēdzienu un saīsinājumu atšifrējums, sniegts tabulu rādītājs, kā arī aprakstīta dokumenta organizācija un sasaiste ar citiem dokumentiem;
- Metodoloģijas apraksts;
- Galveno rezultātu kopsavilkums;

- Tirgus izpētes rezultāti - sniegta vispārīga informācija par Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņa un interneta lietošanas paradumiem, atsaucoties uz veiktajiem pētījumiem laika posmā no 2010. līdz 2017. gadam, kā arī analīzes rezultātā raksturoti seši segmenti, ar kultūras mantojumu saistīta digitālā satura lietošana pieredze, kā arī identificētas funkcionālās vajadzības un satura prioritātes un sniegtas segmentu vajadzību turpmākās izpētes rekomendācijas. Nodaļā ir iekļauta arī citu ES valstu izpēte ilgtermiņa digitalizācijas programmu jomā;
- Pielikumi.

## 1.6. Datu ieguves un analīzes metodoloģijas apraksts

Šī posma mērķu sasniegšanai tiek izmantota kompleksa pieeja, izmantojot daudzveidīgas datu ieguves un datu analīzes metodes, kas papildina viena otru un ļauj sniegt vispusīgu tirgus izpēti gan kvalitatīvā, gan kvantitatīvā izteiksmē.

- **Padziļinātās daļēji strukturētās intervijas (IDI) un grupu intervijas (FGD)** ar ekspertiem, B2B pārstāvjiem padziļinātai vajadzību izpratnei un arī tiešsaistes aptaujas instrumentārija sagatavošanai.
- **Tiešsaistes aptaujas (Computer Assisted Web Interviews, CAWI)** – tirgus segmentācijai nepieciešamo datu ieguve par digitālā satura lietošanas vajadzībām.
- **Sekundāro datu/ dokumentu analīze** – saistīto dokumentu un citu darba uzdevumu rezultātu analīze konteksta iegūšanai par digitālā satura tirgu.
- **Kvantitatīvā datu analīze** – tiešsaistes aptauju rezultātu apstrāde un tirgus datu apstrāde, izmantojot statistiskās analīzes metodes.
- **Klāsteru (segmentēšanas) analīzes metode**, kas ļauj veidot efektīvu segmentēšanu, iekļaujot daudzveidīgus parametrus.
- **Kvalitatīvā datu analīze** un iegūto rezultātu triangulācija ļauj iegūt padziļinātu un aprakstošu informāciju par patērētājiem un iesaistītajām pusēm, savukārt triangulācija ļauj validēt izpētes rezultātus un pārliecināties par to kvalitāti un zinātniskumu.

Sekundārā datu analīze, izmantojot jau iepriekš veiktos pētījumus par Latvijas iedzīvotāju interneta lietošanas ieradumiem un kultūras patēriņa aspektiem.

IDI un FGD intervijām – B2B segmenta vajadzību kvalitatīvā izpēte realizēta divās kārtās. Tika intervēti pieredzējuši satura izplatītāji, kas labi pārzina satura izplatīšanas jomu, paši ir iesaistīti satura veidošanas un izplatīšanas procesu pārraudzībā, ir ieinteresēti dalīties savā pieredzē un vīzijā par vēlamajiem attīstības virzieniem digitālā kultūras satura izmantošanas veicināšanā un atkalizmantošanā, kā arī potenciālie interesenti.

IDI ekspertu saraksts atrodams pielikumā – 14. tabulā, bet FGD ekspertu saraksta - 15. tabulā.



Tiešsaistes aptauju (CAWI) metode izvēlēta kā piemērotākā pētījuma metode, lai sasniegtu vairākas pētījuma mērķa grupas (sk. 1. tabulu). Aptaujas veiktas sadarbībā ar interneta pētījumu tehnisko nodrošinātāju SIA Solid Data, kas specializējas tiešsaistes kvantitatīvo pētījumu nodrošināšanā un ir izveidojuši Baltijā lielāko respondentu datu bāzi<sup>1</sup>.

**1. tabula. Tiešsaistes aptaujas mērķa grupas.**

<b>Nr.</b>	<b>Mērķa grupa</b>	<b>Izlases lielums, n=</b>	<b>Izlases kritēriji</b>	<b>Lauka darba norises laiks</b>
1.	Latvijas iedzīvotāji, regulārie interneta lietotāji, vecums-15-74 gadi	n=1509	Reprezentatīva interneta lietotājiem, vecums 15-74 gadi (skat. 2. tabulu)	31.07.-18.08.2017.
2.	Ārvalstīs dzīvojošie latvieši	n=204	Ārvalstīs dzīvojošie latvieši, interneta lietotāji, izmantojot SIA Solid Data ārzemēs dzīvojošo latviešu reģistrācijas paneli atrodamos datus: ar sadalījumu pa valstīm (Lielbritānija 25%, Dānija 25%, Zviedrija 10%, Īrija 7 %, Francija 7%, citas 26%);	31.07.-18.08.2017.
3.	Nozaru (izglītība, kultūra, zinātne) speciālisti, vecums-18+ gadi	n=852	Aptaujas anketa izsūtīta LNB kontaktu bāzē iekļauto bibliotēku e-pastiem, kulturaskarte.lv kontaktu bāzē iekļautajiem e-pastiem šādās nozarēs: arhīvi, koncertorganizācijas, kultūras centri, kultūrizglītības iestādes, muzeji, pārvaldes institūcijas, mākslinieciskie kolektīvi; kā arī uz izglītības iestāžu e-pastiem un Latvijas zinātniskajām organizācijām, un Latvijas jauno zinātnieku apvienībai.	23.08.-14.09.2017.
<b>KOPĀ</b>		<b>2565</b>		

Lai nodrošinātu Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, vecumā no 15 līdz 74 gadiem ģenerālajam kopumam (regulārajiem interneta lietotājiem) reprezentatīvu izlasi, izlase tiks veidota, izmantojot CSP datus (skat. 2. tabulu). Izlases veidošanā tiks izmantoti četri sociāli demogrāfiskie parametri: dzimums, vecums, tautība un reģions.

<sup>1</sup> Pieejams: <http://www.soliddata.lv/solutions/about/>

2. tabula. Izlases aprēķini Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, reprezentatīvai aptaujai.

CSP DATI 2017.01.01			Pētījuma rezultāti		
Dzimums / Vecums			Dzimums / Vecums		
	Vīrietis	Sieviete		Vīrietis	Sieviete
15-29	11%	11%	15-29	13%	13%
30-39	9%	9%	30-39	8%	9%
40-49	9%	9%	40-49	9%	10%
50-59	9%	10%	50-59	8%	10%
60-74	9%	13%	60-74	9%	12%
	<b>47%</b>	<b>52%</b>		<b>47%</b>	<b>53%</b>
Tautība			Tautība		
Latviešu	62%		Latviešu	63%	
Cita	38%		Cita	37%	
	<b>100%</b>			<b>100%</b>	
Reģions			Reģions		
Rīgas reģions	33%		Rīgas reģions	33%	
Pierīgas reģions	19%		Pierīgas reģions	19%	
Vidzemes reģions	10%		Vidzemes reģions	11%	
Kurzemes reģions	13%		Kurzemes reģions	13%	
Zemgales reģions	12%		Zemgales reģions	12%	
Latgales reģions	14%		Latgales reģions	13%	
	<b>100%</b>			<b>100%</b>	

Lai izzinātu, kādas ir ārvalstīs Latvijas valstspiederīgo kultūras vajadzības, papildus izmantoti arī līdz šim vērienīgākie, reprezentatīvākie ārvalstīs dzīvojošo latviešu un Latvijas valstspiederīgo pētījuma dati. Latvijas Universitātes Filozofijas un socioloģijas institūta un Ekonomikas un vadības fakultātes (tagad - Biznesa, vadības un ekonomikas fakultāte) zinātnieku grupa ar Eiropas Sociālā fonda (ESF) finansiālu<sup>2</sup> atbalstu 2014. gada janvārī uzsāka pētījuma "Latvijas emigrantu kopienas: nacionālā identitāte, transnacionālās attiecības un diasporas politika" īstenošanu, kurā tika aptaujāti 118 pasaules valstīs vairāk nekā 14 000 ārpus Latvijas dzīvojošie cilvēki vecumā no 15 gadiem, tostarp par kultūras jautājumiem.<sup>3</sup> Šajā Projektā iekļauta daļa no pētījuma "Latvijas emigrantu kopienas:

<sup>2</sup> ESF 1.1.1.2. aktivitātes "Cilvēkresursu piesaiste zinātnei" (2.kārta) līdzfinansētais projekts:  
<https://www.lu.lv/par/projekti/es/2007-2013/esf/cilvekresursi/latvijas-emigrantu-kopienas-nacionala-identitate-transnacionalas-attiecibas-un-diasporas-politika/>

<sup>3</sup> Latvijas emigrantu kopienas cerību diaspora. Pieejams:  
[https://www.lu.lv/fileadmin/user\\_upload/lu\\_portal/zinas/2016/FSI\\_Ceribu\\_diaspora\\_pub.pdf](https://www.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/zinas/2016/FSI_Ceribu_diaspora_pub.pdf)

nacionālā identitāte, transnacionālās attiecības un diasporas politika” jautājumiem, kas aptver tādu tēmu loku kā piederība Latvijai, dalība ar Latviju saistītās interešu vai pašdarbības organizācijās un apvienībās, dalība emigrantu un diasporas vēstkopās/ blogos/ domubiedru grupās, interese par norisēm Latvijā, Latvijas kultūras dzīvē, Latvijas mediju satura patēriņš, vēlme redzēt/ apmeklēt latviešu kultūras saturu savā mītnes zemē, kas ļautu gūt padziļinātu priekšstatu par ārzemēs dzīvojošo saikni ar Latviju un vēlmi patērēt latviešu kultūras saturu. Izmantojot pētījuma datus, varēs identificēt, kāds ir Latvijas kultūras patēriņā ieinteresēto ārvalstīs dzīvojošo latviešu un Latvijas valstspiederīgo demogrāfiskais profils – vecums, dzimums, nacionalitāte, mītnes zeme.

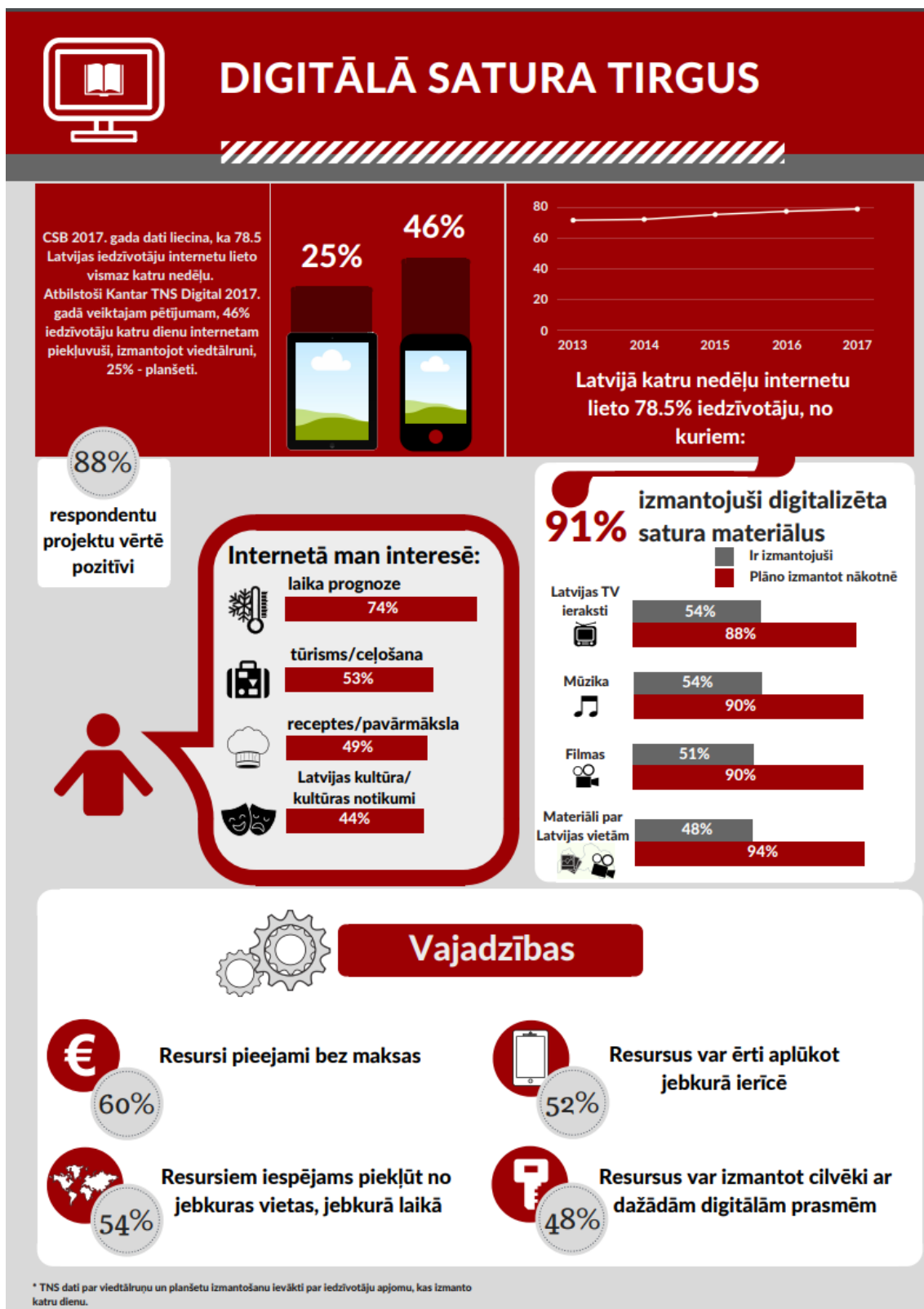
Kā liecina Latvijas Republikas Ārlietu ministrijas informācija, tad kopējais Latvijas diasporas apjoms ir ap 370 000, līdz ar to pētījuma “Latvijas emigrantu kopienas” aptaujā piedalījās 4% Latvijas diasporas pārstāvju.<sup>4</sup> Esošā projekta budžeta ietvaros un izpētei atvēlētajā laika posmā nebūtu iespējams sasniegt tik vērienīgu mērķauditorijas daļu.

---

<sup>4</sup> Latvijas emigrantu kopienas cerību diaspora. Pieejams:  
[https://www.lu.lv/fileadmin/user\\_upload/lu\\_portal/zinas/2016/FSI\\_Ceribu\\_diaspora\\_pub.pdf](https://www.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/zinas/2016/FSI_Ceribu_diaspora_pub.pdf)

## 2. GALVENO REZULTĀTU KOPSAVILKUMS

### 1. attēls. Digitālā satūra tirgus pārskats.



## Vajadzības

€

Resursi pieejami bez maksas

60%

📱

Resursus var ērti aplūkot jebkurā ierīcē

52%

🌍

Resursiem iespējams piekļūt no jebkuras vietas, jebkurā laikā

54%

🔑

Resursus var izmantot cilvēki ar dažādām digitālām prasmēm

48%

## 3. TIRGUS IZPĒTES REZULTĀTI

### 3.1. Tirgus situācijas apraksts un analīze

#### 3.1.1. Kultūras patēriņš un internets: statistika un pētījumi

##### 3.1.1.1. Interneta lietošana

Saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) datiem<sup>5</sup> 2016. gadā internetu bija lietojuši kopumā 82,6% Latvijas iedzīvotāju, bet regulāri (vismaz reizi nedēļā) to lieto 77,0% iedzīvotāju. Pēdējo desmit gadu laikā interneta regulāro izmantotāju īpatsvars ir pieaudzis par 31%, bet pēdējo piecu gadu laikā - par 7%.

Interneta lietošanai ir izteikta korelācija ar iedzīvotāju vecumu - 16 līdz 44 gadu vecuma grupā internetu regulāri lieto vairāk nekā 90% iedzīvotāju, 45-54 gadu vecuma grupā - 77%, 55-64 gadīgo vidū - 61%, savukārt 65-74 gadu vecuma grupā tikai 33%. Tāpat interneta lietošanai novērojama korelācija ar iegūto izglītības līmeni - jo augstāka izglītība, jo vairāk tiek lietots internets - ja pamatskolas izglītību ieguvušo vidū tikai 62% iedzīvotāju regulāri lieto internetu, tad augstāko izglītību ieguvušo vidū - 93%. Reģionālā griezumā atšķirības nav izteiktas, vien novērojams, ka Rīgā ir nedaudz augstāks interneta lietotāju īpatsvars (82%), savukārt Latgalē - salīdzinoši zemāks (69%).

Savukārt saskaņā ar Kantar TNS pētījuma rezultātiem<sup>6</sup> Latvijas iedzīvotāju vidū arvien turpina pieaugt viedtālruni un planšetdatoru lietošana. 2016. gadā vairāk nekā puse jeb 55% Latvijas iedzīvotāju lieto viedtālruni, kas ir par 8% vairāk nekā 2015. gadā. Savukārt 22% Latvijas iedzīvotāju izmanto planšetdatoru, kas ir par 3% vairāk salīdzinājumā ar 2015. gadu. Viedtālruni lietotāju īpatsvars salīdzinājumā ar 2015. gadu visstraujāk pieaudzis vecuma grupā 30-59 gadi, bet planšetdatoru lietotāju īpatsvars - vecumā grupā 30-39 gadi.

Internetu viedtālrunī kopumā ir lietojuši 48%, bet katru dienu to dara 37% Latvijas iedzīvotāju vecumā no 15 līdz 74 gadiem. Šie dati sasaucas arī ar Centrālās statistikas pārvaldes datiem<sup>7</sup>, kuri liecina - 2016. gadā kopumā 44% Latvijas iedzīvotāju bija lietojuši mobilo tālruni vai viedtālruni, lai piekļūtu internetam ārpus mājas vai darba. Pēdējo četru gadu laikā šādu iedzīvotāju īpatsvars ir pieaudzis par

---

<sup>5</sup> CSP. Datu bāze. ITMG04. Iedzīvotāji, kuri lieto datoru/ internetu gada sākumā (% no iedzīvotāju kopskaita attiecīgajā grupā). Skatīts 20.04.2017.

<sup>6</sup> Kantar TNS Latvia. Jau 37% Latvijas iedzīvotāju internetu viedtālrunī lieto katru dienu. Pieejams: <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=4980> Skatīts 20.04.2017.

<sup>7</sup> CSP. Datu bāze ITMG07. Iedzīvotāji, kuri lieto mobilās ierīces interneta piekļuvei ārpus mājām vai darba (% no iedzīvotāju kopskaita attiecīgajā grupā). Skatīts 20.04.2017.

20%. Statistikas dati liecina, ka kopumā 70% Latvijas iedzīvotāju izmanto mobilās ierīces, lai piekļūtu internetam ārpus mājām vai darba, un pēdējo četru gadu laikā šādu iedzīvotāju īpatsvars ir pieaudzis par 12%.

Statistikas dati<sup>8</sup> rāda, ka 2016. gadā iedzīvotāji internetu visbiežāk izmantojuši e-pastu nosūtīšanai vai saņemšanai (69% no iedzīvotāju kopskaita), ziņu, avižu un žurnālu lasīšanai tiešsaistē (67%), interneta bankas lietošanai (61%), informācijas meklēšanai par precēm un pakalpojumiem (60%), kā arī sociālajiem tīkliem (57%). Pēdējo piecu gadu laikā visbūtiskāk pieaudzis tāds interneta izmantošanas mērķis kā internetbankas lietošana (+14%). Pieaudzis arī e-pastu izmantošanas īpatsvars (+6%) un pieteikšanās pie ārsta ārstniecības iestādes mājaslapā (+4%). Savukārt visbūtiskāk samazinājies spēļu, attēlu, filmu vai mūzikas spēlēšana vai lejupielādēšana kā interneta izmantošanas mērķis (-15%).

Kantar TNS Latvia Digital pētījums<sup>9</sup> liecina, ka katrs otrais Latvijas iedzīvotājs vecumā no 15 līdz 74 gadiem ir pasūtījis, pircis preces vai pakalpojumus internetā, un pēdējo piecu gadu laikā patērētāju īpatsvars, kas izmanto e-komercijas piedāvātās iespējas, ir gandrīz dubultojies. Šī pētījuma dati rāda, ka visbiežāk iedzīvotāji internetā iegādājas biļetes uz pasākumiem, apģērbus un apavus, aviobiļetes, mājas elektroniku, preces mājokļa labiekārtošanai, sadzīves tehniku un finanšu pakalpojumus.

Kantar TNS tikuši mērīti<sup>10</sup> arī dažādu interneta lapu lietošanas paradumi. Visapmeklētākā interneta vietne pēc vidējās vienas dienas auditorijas rādītājiem Latvijas iedzīvotāju vidū ir *Google*, kuru vidēji dienā apmeklē 57% Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem. Otrajā vietā ar 40% lielu auditoriju ierindojas pašmāju portāls *Inbox*, bet trešo vietu ar 36% ieņem video koplietošanas interneta vietne *Youtube*.

### **Brīvais laiks un internets**

Pētījuma "*Kultūras auditorija Latvijā: situācija, procesi, tendences*"<sup>11</sup> dati liecina, ka dators un internets ir viens no Latvijas iedzīvotāju iemīļotākajiem brīvā laika pavadīšanas veidiem – to minējuši 48% iedzīvotāju. Vēl populārāki laika pavadīšanas veidi ir tikai televīzijas skatīšanās (67%) un laika pavadīšana ar draugiem (51%). Kultūras patēriņa aspektā būtiski uzsvērt, ka starp desmit

---

<sup>8</sup> CSP. Datu bāze ITMG06. Iedzīvotāju interneta izmantošanas mērķi gada sākumā (%). Skatīts 20.04.2017.

<sup>9</sup> Kantar TNS Latvia. Kas ir aktīvākie pircēji internetā. Pieejams:

[http://www.tns.lv/newsletters/2016/50/?category=tns50&id=mp\\_a\\_iepiršanas%20interneta](http://www.tns.lv/newsletters/2016/50/?category=tns50&id=mp_a_iepiršanas%20interneta) Skatīts 20.04.2017.

<sup>10</sup> Kantar TNS Latvia. Jau 37% Latvijas iedzīvotāju internetu viedtālruni lieto katru dienu. Pieejams:

<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=4980> Skatīts 20.04.2017.

<sup>11</sup> Biedrība "Culturelab" (2016). Kultūras auditorija Latvijā: situācija, procesi, tendences. Valsts Kultūrkapitāla fonda atbalstīts projekts „Kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums”. Pieejams:

<https://culturelablv.files.wordpress.com/2017/01/kultc5abras-auditorija-latvijc481-2016.pdf> Skatīts 20.04.2017.

visiemīļotākajiem brīvā laika pavadīšanas veidiem nav nevienas aktīva kultūras patēriņa formas – koncertus min tikai 25%, teātrus 20%, muzejus 17% iedzīvotāju.

Lai gan trīs iepriekš minētie brīvā laika pavadīšanas veidi ir vienlīdz populāri gandrīz visās sociāli demogrāfiskajās grupās, atsevišķas atšķirības novērojamas pārējos laika pavadīšanas veidos. Kā norāda pētījuma autori, *"papildu jau minētajiem brīvā laika pavadīšanas veidiem vīriešu vidū populāras ir arī – kino, gulēšana un radio klausīšanās, sieviešu vidū – ēst gatavošana, dārzkopība, 15-34 gadīgo vidū – mūzikas klausīšanās, kino, gulēšana, aktīvā atpūta, diskotēkas, 45-74 gadīgo – ēst gatavošana, dārzkopība, augstu ienākumu grupā – koncerti, ceļošana pa Latviju un uz ārvalstīm, Latgalē dzīvojošo vidū – arī makšķerēšana, medības. Tāpat novērojams, ka 15-34 gadīgo vidū mazāk populāri laika pavadīšanas veidi kā citās mērķa grupās ir grāmatu lasīšana, laikrakstu un žurnālu lasīšana, radio klausīšanās"*.

### 3.1.1.2. Kultūras patēriņš un internets

Kā liecina 2016. gadā biedrības "Culturelab" īstenotais Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņa pētījums<sup>12</sup>, kopumā Latvijas iedzīvotāji ir aktīvi kultūras patērētāji – 2016. gadā tikai 5% iedzīvotāju nebija piedalījušies nekādās kultūras aktivitātēs. Kultūrā neaktīvo iedzīvotāju īpatsvars pēdējo desmit gadu laikā ir bijis konstanti neliels – 4% 2007. gadā, 7% 2014. gadā. Populārākā kultūras aktivitāte 2016. gadā bijis pagasta, pilsētas vai novada svētku apmeklējums – to darījuši kopumā 69% Latvijas iedzīvotāju. 60% skatījušies TV raidījumus par kultūru, 57% – lasījuši grāmatas, 56% – apmeklējuši kultūrvēsturiskas vietas, bet 52% – muzejus.

Vērtējot ilgākā laika periodā, novērojams, ka iedzīvotāju kultūras aktivitāte ir sarūkoša. Ir tikai dažas aktivitātes, kurās novērojams iesaistīto iedzīvotāju pieaugums – iedzīvotāji biežāk apmeklē muzejus (+11%), atrakciju un izklaides parkus (+4%), kinoteātrus vai brīvdabas kinoseansus (+3%), kā arī populārās mūzikas koncertus (+2%). Savukārt ievērojams kritums novērojams daudzās citās kultūras aktivitāšu kategorijās – par aptuveni ceturtdaļu samazinājusies kultūras raidījumu TV auditorija, par piektdaļu – vietējo zaļumballju apmeklētāju īpatsvars, par 10% – grāmatu lasītāju un zooloģisko dārzu apmeklētāju īpatsvars. Tāpat nedaudz krities teātru, operas un baleta, kā arī bērnu pasākumu apmeklētāju īpatsvars.

Korelējot datus par kultūras patēriņu un interneta lietošanu, biedrības "Culturelab" pētnieki secinājuši, ka ir vairākas kultūras patēriņa aktivitātes, kurām nav izteiktas korelācijas ar interneta aktīvu izmantošanu, piemēram, tie, kas lasa grāmatas, apmeklē amatierteātrus, skatās raidījumus par

---

<sup>12</sup> Biedrība "Culturelab" (2016). Kultūras auditorija Latvijā: situācija, procesi, tendences. Valsts kultūrkapitāla fonda atbalstīts projekts „Kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums”. Pieejams: <https://culturelablv.files.wordpress.com/2017/01/kultc5abras-auditorija-latvijc481-2016.pdf> Skatīts 20.04.2017.

kultūru TV un lasa rakstus par kultūru drukātajos izdevumos, retāk kā citi ir aktīvi interneta izmantotāji.

### 3.1.1.3. Digitālais kultūras patēriņš

Kā norāda pētījuma "Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņš un līdzdalība kultūras aktivitātēs 2007-2014"<sup>13</sup> autori, "internets un jaunie mediji sniedz, no vienas puses, jaunas iespējas kultūras patēriņam un līdzdalībai kultūrā, bet, no otras puses, vienlaikus ir arī būtisks konkurents „klasiskām" kultūras aktivitātēm (teātris, kinoteātris, koncerti utt.)". 2014.gada pētījuma dati liecina, ka virtuālās kultūras aktivitātes Latvijas iedzīvotājiem ir biežākas kā reāla došanās uz kultūras pasākumiem un aktivitātēm. Kopumā aptuveni 40% Latvijas iedzīvotāju vismaz dažas reizes mēnesī izmanto internetu ar kultūras tēmu saistītām vajadzībām (meklē informāciju par kultūras pasākumiem, lasa rakstus par kultūru, apmeklē kultūras iestāžu mājas lapas u.tml.).

Katrs trešais Latvijas iedzīvotājs internetā lejupielādē mūzikas ierakstus un filmas (konkrētajā pētījumā netika analizēts, vai šie ieraksti ir legāli vai nelegāli), 29% - meklē informāciju par kultūras pasākumu norisi, bet katrs ceturtais iedzīvotājs skatās kultūras pasākumu fotogrāfijas un/vai lasa rakstus par kultūru. Tajā pašā laikā kultūras iestāžu mājaslapas internetā apmeklē tikai 9% iedzīvotāju, un tikai 16% skatās koncertu, izrāžu vai festivālu translācijas internetā.

Kultūras patēriņa pētījuma autori secina, "lai gan kultūras organizācijas arvien aktīvāk izmanto sociālos tīklus, pilnveido savas tīmekļvietnes, muzeji veido digitālos krājumus, tiek digitalizēti arhīvi, pieejami digitālie bibliotēku pakalpojumi, izstrādāt un ieviesta Latvijas digitālā kultūras karte ([www.kulturaskarte.lv](http://www.kulturaskarte.lv)), Latvijas filmu vietne ([www.filmas.lv](http://www.filmas.lv)) un veiktas citas aktivitātes i-vides apgūšanā, interneta un digitālās vides efektīvas izmantošanas potenciāls kultūras aktivitātes sekmēšanai vēl nav pilnībā īstenots. Šeit iespējams runāt gan par dažādo digitālo produktu atpazīstamību iedzīvotāju vidū un lietošanas sekmēšanu, gan par atsevišķu izstrādāto produktu lietderību un izmantojamību, gan par kultūras organizāciju kompetencēm un prasmēm digitālajā komunikācijā (īpaši apzinoties, ka digitālā vide prasa aktīvu komunikāciju, nevis tikai vienpusēju informēšanu)".

---

<sup>13</sup> Biedrība "Culturelab" (2014). Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņš un līdzdalība kultūras aktivitātēs 2007-2014. Valsts Kultūrkapitāla fonda atbalstīts projekts. Pieejams: <https://culturelablv.files.wordpress.com/2014/12/kulturas-paterins-web-versija-3-decembris.pdf> Skatīts 20.04.2017.



### 3.1.2. Latvijas kultūras mantojuma digitalizēto materiālu lietošanas apskats

Izmantojot Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, aptauju, kas veikta īpaši šī projekta mērķu un uzdevumu īstenošanai, Latvijas kultūras mantojuma digitalizētā formāta tirgus situāciju raksturo trīs galvenie rādītāji – Latvijas kultūras mantojuma digitalizēto materiālu izmantošana šobrīd (izmanto 91% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā), materiālu izmantošana nākotnē (84% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā būtu ieinteresēti izmantot) un attieksme pret materiālu digitalizācijas projektu kopumā (88% ir pozitīvs novērtējums).

#### **Rādītājs - Latvijas kultūras mantojuma digitalizēto materiālu izmantošana šobrīd (izmanto 91% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā)**

Latvijas kultūras mantojuma materiālus digitalizētā formātā līdz šim ir izmantojuši 91% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā. Vairāk nekā puse, precīzāk, 55% no regulārajiem interneta lietotājiem ir izmantojuši nelielu skaitu materiālus (līdz 6 dažādiem materiālu veidiem), turpretī ļoti plašu materiālu skaitu (11 un vairāk dažādus veidus) ir izmantojuši 14% regulāro interneta lietotāju.

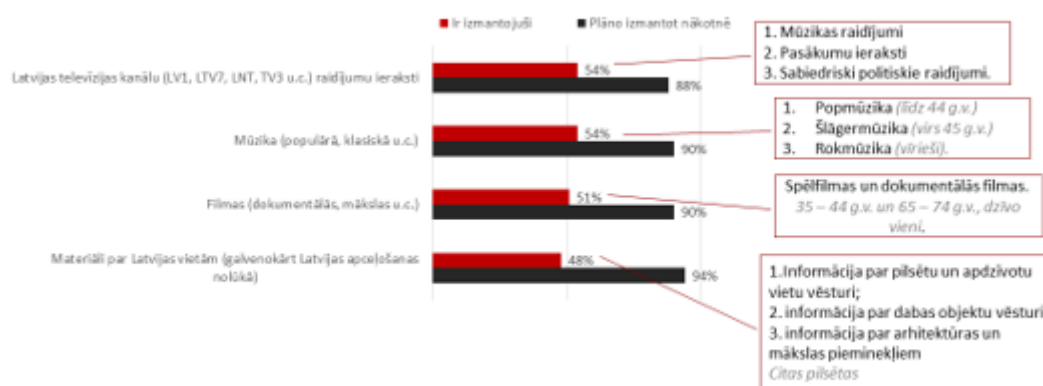
Visvairāk no regulārajiem Latvijas interneta lietotājiem ir izmantojuši Latvijas televīzijas kanālu raidījumu ierakstus digitalizētā formātā (54%). Televīzijas raidījumu ieraksti digitalizētā formātā tiek izmantoti regulāri – vairākas reizes nedēļā. Visvairāk no Latvijas televīzijas kanālu raidījumiem digitalizētā formātā tiek skatīti mūzikas raidījumi (īpaši tie interesē gados vecākus respondentus (no 55 gadu vecuma), vidzemniekus, strādniekus un pensionārus), pasākumu ieraksti (vairāk skatās skolēni/ studenti un pensionāri), kā arī sabiedriski politiskie raidījumi, kuri vairāk interesē vīriešus, respondentus vecumā virs 55 gadiem, kā arī Rīgā un Latgalē dzīvojošos.

No mūzikas raidījumiem digitālā formātā regulāros interneta lietotājus vairāk interesējusi popmūzika (šo mūzikas stilu vairāk klausījušies respondentu vecumā līdz 44 gadiem), šlagermūzika (vairāk piesaistīti respondenti virs 45 gadu vecumam) un rokmūzika (vairāk klausās vīrieši).

Skatītākās ir spēlfilmas un dokumentālās filmas (abus filmu veidus vairāk skatās 35 – 44 gadus veci un 67 – 74 gadus veci respondenti, kā arī respondenti, kuri dzīvo vieni).

No materiāliem par Latvijas vietām lielāka interese ir par pilsētu un apdzīvotu vietu vēsturi, dabas objektu vēsturi un arhitektūras un mākslas pieminekļiem (materiāli par Latvijas vietām vairāk ieinteresējuši citās pilsētās (t.i. ne Rīgā vai kādā no 8 lielajām republikas nozīmes pilsētām) dzīvojošos respondentus) (skat. 2. attēlu).

2. attēls. Visbiežāk izmantotie Latvijas kultūras mantojuma digitalizētie materiāli, plāni tos izmantot nākotnē, un respondentu grupas, kurām ir vislielākā interese par šiem materiālu veidiem.



Plašākais pielietojums šobrīd izmantotajam Latvijas kultūras mantojuma digitalizētajam saturam ir brīvdienu izbraucienu plānošanai pa Latviju (izmanto 66% regulāro interneta lietotāju Latvijā). Īpaši bieži šādam mērķim digitalizētos materiālus izmanto respondenti vecumā no 35 līdz 44 gadiem (75%), Pierīgas iedzīvotāji (74%), ģimenes ar diviem un vairāk bērniem (71%).

Atpūšoties un izklaidējoties digitalizētos Latvijas kultūras mantojuma materiālus izmantotu 57% regulāro interneta lietotāju Latvijā (šādam mērķim informāciju biežāk lieto Pierīgas un citu pilsētu iedzīvotāji, kā arī respondenti ar augstiem ienākumiem).

Vairāk nekā puse būtu gatavi izmantot digitalizētos Latvijas kultūras mantojuma materiālus, meklējot informāciju savam hobijs/ vaļaspriekam (šajā grupā vairāk ir 65 – 74 gadus veci respondenti, pensionāri, respondenti, kuri dzīvo citās pilsētās (t.i. ne Rīgā vai kādā no 8 lielajām republikas nozīmes pilsētām) un dzīvo vieni) (skat. 3. attēlu).

3. attēls. Latvijas kultūras mantojuma digitalizēto materiālu izmantošanas veids.



Par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem kopumā interneta vidē interesējas 44% regulāro interneta lietotāju (vairāk šajā grupā ir sievietes, 65 – 74 gadus veci respondenti, pensionāri, ar kultūru un izglītību saistītās jomās strādājošie).

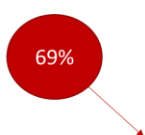
Interneta vietnes, kurās tiek meklēta informācija par šo tēmu visbiežāk, ir interneta ziņu vietņu kultūras sadaļas (81%) un sociālās saziņas tīkli (73%). Trešdaļa respondentu (33%) informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklē specializētajās interneta vietnēs (piem., kulturaskarte.lv, biblioteka.lv, muzeji.lv, satori.lv, pilsēta24.lv u.c.).

Kopumā kādu no specializētajām vietnēm, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu, ir izmantojuši 69% regulāro interneta lietotāju Latvijā. Vairāk šīs vietnes izmanto: citās pilsētās dzīvojošie (74%), skolēni/ studenti (76%), pensionāri (75%), izglītības (81%), kultūras un radošajās (75%) nozarēs strādājošie (skat. **Kļūda! Nav atrasts atsauces avots.** attēlu).

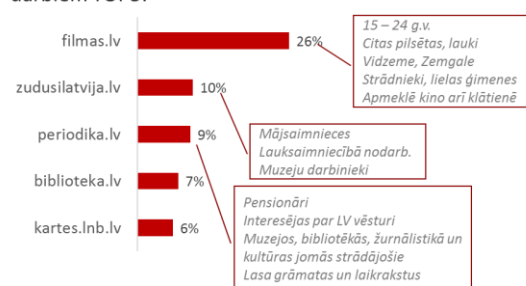
Vietnes, kuras biežāk tiek lietotas, meklējot informāciju par Latvijas kultūras mantojumu, ir filmas.lv (vispār ir izmantojuši 43% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā 26% to min kā biežāk izmantoto specializēto interneta vieni). Kā nākamās biežāk izmantotās interneta vietnes ir zudusilatvijas.lv un periodika.lv. Samērā maz (2%) no izlases ir tādu respondentu, kuri izmanto tikai .lnb vietnes, vairums lieto gan šīs, gan cita veida specializētās vietnes.

#### 4. attēls. Specializēto interneta vietņu lietojums izlasē.

Vispār ir lietojuši kādu vietnēm, kas satur informāciju par Latvijā radītiem darbiem:



Biežāk lietotās interneta vietnes, kas satur informāciju par Latvijā radītiem darbiem TOP5:



Vairāk šīs interneta vietnes kopumā ir lietojuši:

- Latvieši
- Citas pilsētas/ lauki
- Ārpus Rīgas dzīvojošie
- skolēni., studenti, pensionāri
- Izglītības, kultūras, radošajās nozarēs strādājošie, arī bibliotēkas, muzeji
- Ģimenes ar bērniem

Regulāro interneta lietotāju, kuri nav izmantojuši nevienu no Latvijas kultūras mantojuma digitalizētajiem materiāliem (9%), grupā vairāk ir strādnieki, kas strādā fizisku darbu (16%), ar vidējo vai vidējo speciālo izglītību, kam ir raksturīga maza interese par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem (interesē 15% respondentu). Biežāk minētie iemesli, kādēļ šīs grupas respondenti nav izmantojuši Latvijas kultūras mantojuma materiālus digitalizētā formā, ir tas, ka šobrīd nav tādas nepieciešamības (39%), nav intereses (24%), bet 19% nezina, kur meklēt šāda veida saturu.

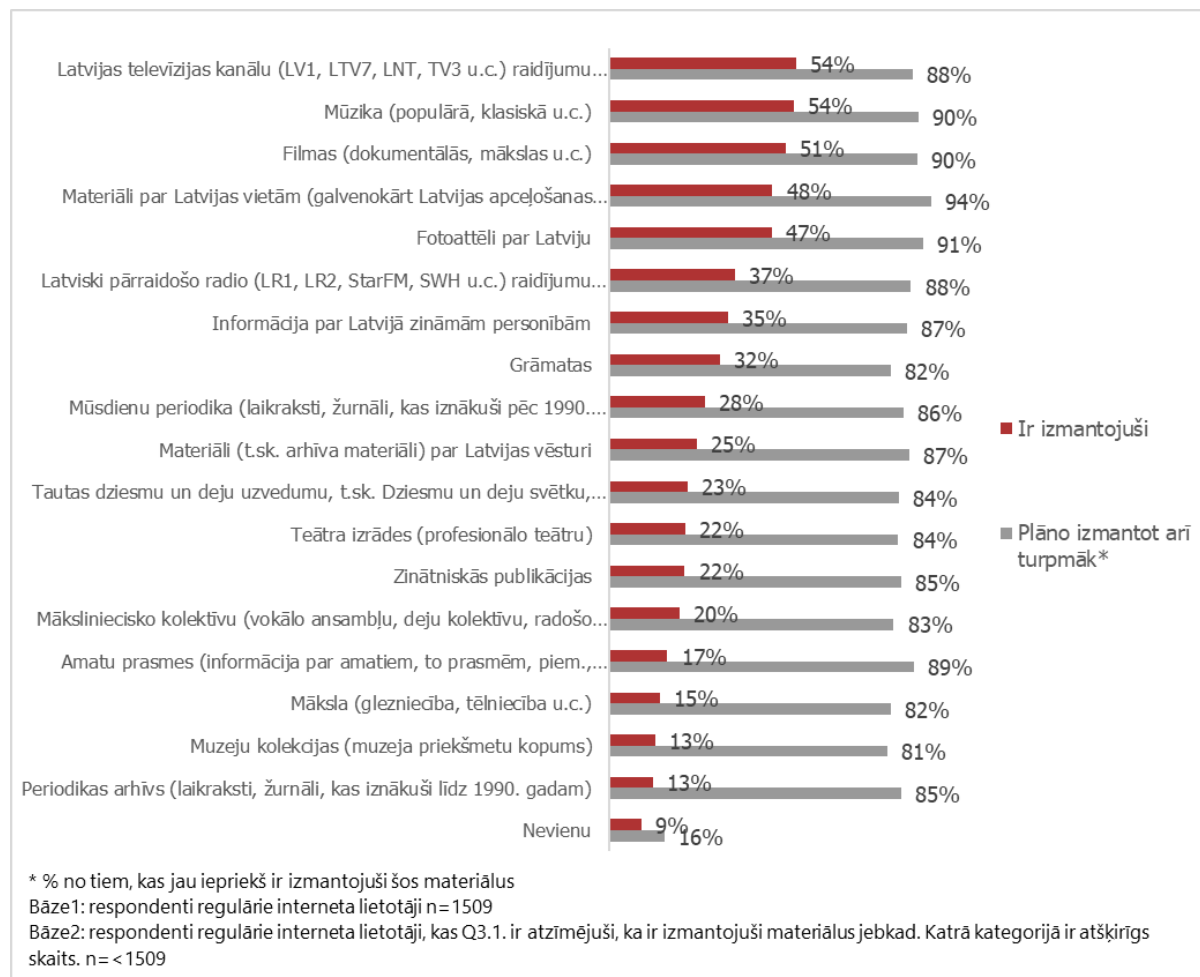
**Rādītājs: materiālu izmantošana nākotnē (84% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā būtu ieinteresēti izmantot)**

Vairums no tiem regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā, kuri līdz šim ir izmantojuši kādu no Latvijas kultūras mantojuma digitalizētajiem materiāliem, plāno to darīt arī nākotnē, taču ir 16% izlases respondentu, kuri nākotnē vairs nebūtu ieinteresēti izmantot šos materiālus.

Zemākie Latvijas kultūras digitalizētā mantojuma atkalizmantošanas rādītāji ir tādiem materiālu veidiem kā digitālā formātā pieejamās grāmatas (atkārtoti plāno izmantot 82% no tiem, kas to jau ir darījuši iepriekš), mākslai un muzeju kolekcijām (pēdējos divus digitalizēto materiālu veidus šobrīd ir izmantojuši salīdzinoši maz no regulārajiem interneta lietotājiem 13%) (skat. 5. attēlu).

Grāmatas mazāk nekā līdz šim digitalizētā formātā plāno izmantot jaunieši (vecumā no 15 līdz 24 gadiem vairs neizmantos 16%), skolēni un studenti (vairs neizmantos 19%) un tie respondenti, kuri līdz šim nav izmantojuši nevienu no latviešu specializētajām interneta vietnēm (vairs neizmantos 17%).

## 5. attēls. Regulāro interneta lietotāju plāni izmantot digitalizētos Latvijas kultūras mantojuma materiālus nākotnē.



### Rādītājs: Attieksme pret materiālu digitalizācijas projektu kopumā (88% ir pozitīvs novērtējums)

Kopumā regulāro interneta lietotāju Latvijā attieksme pret materiālu digitalizācijas projektu ir pozitīva. Pozitīva tā ir arī ārvalstīs dzīvojošo latviešu (1% vērtē kā pozitīvu) un speciālistu segmentos (93% projektu vērtē kā pozitīvu). Nozīmīga ietekme uz projekta vērtējumu ir respondentu iepriekšējai pieredzei digitālo materiālu izmantošanas jomā (jo plašāks materiālu loks ir izmantots iepriekš, jo pozitīvāks ir projekta novērtējums), respondentu redzējuma par digitalizēto materiālu pielietojuma iespējām ikdienas dzīvē un materiālu izmantošanas funkcionalitātei.

Regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā kopumā būtiski priekšnosacījumi digitalizētā kultūras mantojuma materiālu izmantošanai ir saistīti ar tā funkcionalitāti – bezmaksas piekļuvi, ērtu aplūkošanu dažādās ierīcēs, piekļuvi materiāliem no jebkuras vietas.

Salīdzinoši zemākas nozīmības vajadzības ir sociālās vajadzības, kas paredz vajadzību pēc latviešu valodas/ tradīciju saglabāšanas un plaša kultūras satura, kas iepriekš nebija pieejams tiešsaistē.

## Par kultūras centriem

Kādu no reģionālajiem kultūras centriem iepriekšējā gada laikā ir apmeklējuši 62% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā, bet tuvākā gada laikā plāno apmeklēt 46%. Visapmeklētākie reģionālie kultūras centri iepriekšējā gadā ir bijuši Cēsu kultūras centrs (apmeklējuši 12% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā), Daugavpils kultūras centrs, kuru ir apmeklējuši 9% no regulārajiem interneta lietotājiem, kam seko Valmieras kultūras centrs un Rēzeknes pilsētas kultūras nams – katru no šiem ir apmeklējuši 8% regulāro interneta lietotāju.

To, kas plāno apmeklēt šos kultūras centrus, vidū vairāk ir latviešu tautības respondentu (68% no šīs grupas), citās pilsētās un laukos dzīvojošie (57% no šīs grupas).

Visvairāk no Latvijā radītiem darbiem digitālā formātā šajos kultūras centros to potenciālie apmeklētāji nākamajā gadā vēlētos skatīties dokumentālās filmas, klausīties populāro mūziķu koncertu tiešraides un ierakstus, skatīties spēlfilmas un teātru tiešraides.

Par Dziesmusvētku tiešraidēm un koncertu ierakstiem interese būtu 27% no tiem, kas plāno apmeklēt reģionālos kultūras centrus (skat. 6. attēlu).

## 6. attēls. Latvijas kultūras mantojuma digitalizēto materiālu veids, kurus vēlētos skatīties reģionālo kultūras centru potenciālie apmeklētāji.



## 3.2. Konkurentu apraksts un analīze

Analizējot 2016. gada kultūras patēriņa datus no biedrības "Culturelab" pētījuma, kas attiecas uz visiem Latvijas iedzīvotājiem (neatkarīgi no interneta lietošanas regularitātes) kontekstā ar brīvā laika pavadīšanas veidu datiem, novērojams, ka būtiskākie kultūras aktivitāšu "konkurenti" ir – televīzija, internets, kā arī laika pavadīšana ar draugiem un radniekiem, taču jāmin, ka minētā pētījuma autori uzsver, ka "visi trīs šie "konkurenti" pēc būtības var tikt aktualizēti arī kā kultūras aktivitāšu katalizatori – patērējot kultūru televīzijā, internetā vai kopīgi ar draugiem un radniekiem apmeklējot kultūras pasākumus".

Iepriekš minētā pētījuma autori savā 2014. gadā publicētajā pētījumā norāda, ka "virtuālo iespēju paplašināšanās nereti tiek uzskatīta par būtisku apdraudējumu „tradicionālam” kultūras patēriņam (ja iespējams kino skatīties savās mājās, mazāk cilvēku dosies uz kinoteātriem; ja iespējams mūzikas ierakstus iegūt bez maksas (nelegāli), legālie izdevumi tiks pirkti mazāk u.tml.)".

Lai gan kopumā šāda tendence ir novērojama, to nav iespējams absolutizēt. Šī pētījuma dati liecina, ka, piemēram, 44% no tiem, kuri lejupielādē filmas internetā, vismaz reizi gadā dodas arī uz kinoseansiem kinoteātrī, savukārt 58% no tiem, kuri lejupielādē mūzikas ierakstus, apmeklē arī populārās mūzikas koncertus.

Salīdzinoši liels ir arī to virtuālo kultūras produktu patērētāju īpatsvars, kuri „tradicionālajā” kultūras patēriņā nav iesaistīti (54% no filmu lejupielādētājiem neapmeklē kinoteātrus un 39% no mūzikas lejupielādētājiem neiet uz koncertiem), nevar apgalvot, ka internets ietekmē kultūras patēriņu tikai negatīvi.

### **Konkurences situācijas analīze Latvijas regulāro interneta lietotāju mērķa grupā**

Latvijas kultūras mantojums digitalizētā formātā tiek aplūkots, ne tikai izmantojot specializētās šim nolūkam radītās vietnes Latvijā, bet arī plaši pieejamas starptautiskās vietnes. Visbiežāk izmantotā vietne, ko varētu uzskatīt par alternatīvu Latvijas kultūras mantojumu saturošajām vietnēm Latvijā, ir Youtube (skat. 7. attēlu). Šo vietni dažādiem mērķiem ir izmantojuši 94% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā. Youtube vietni informācijas par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklēšanai kopumā ir izmantojusi mazāk nekā puse (43%) no tiem regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā, kuriem šī tēma ir interesējusi.

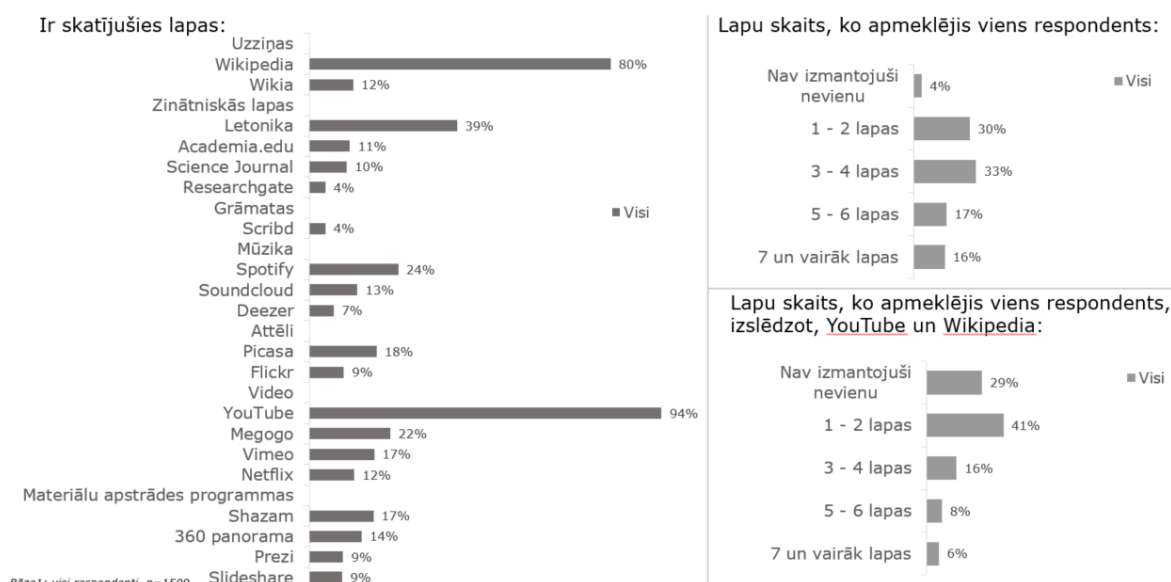
80% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā jebkad ir izmantojuši Wikipedia interneta uzzīņu vietni. Mērķi abu šo vietņu (Wikipedia un Youtube) lietošanai var būt visdažādākie, tostarp informācijas par Latvijas kultūras mantojumu meklēšanai. Taču pētījuma rezultāti neliecina par to, ka

respondenti, kuri plaši izmanto šīs interneta vietnes, mazāk izmantotu specializētās interneta vietnes Latvijā, kas satur kultūras mantojumu digitalizētajā formātā.

Regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā raksturīgas grupas – kas plaši izmanto Youtube un Wikipedia, vairāk izmanto arī specializētās vietnes Latvijā. Līdz ar to par šo vietņu konkurenci ar specializētajām vietnēm Latvijā var runāt ļoti nosacīti, drīzāk tās viena otru papildina, nevis savstarpēji konkurē.

Izņemot Youtube un Wikipedia, pārējo interneta vietņu patēriņš ir salīdzinoši zemāks, ceturtdā daļa (25%) no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā nav izmantojuši nevienu no šīm vietnēm (4% nebija izmantojuši arī Youtube un Wikipedia).

### 7. attēls. Regulāro interneta lietotāju izmantotās lapas, kas satur informāciju par kultūras mantojumu.



Balstoties uz aptaujas datiem, tiek secināts, ka šobrīd nav identificēts tiešs konkurencents digitalizētā Latvijas kultūras mantojuma izplatīšanas jomā.

## 3.3. Lietotāju vajadzību segmentācijas rezultāti

### Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, segmenti

Latvijas regulāro interneta lietotāju segmentācijas pamatā tika izmantotas divas pazīmes, kas norāda uz Latvijas kultūras mantojuma digitālā formātā lietošanas ieradumiem (līdz šim lietoto materiālu veidu, piemēram, filmas, TV kanālu ieraksti, mūzika u.tml. skaits), kā arī uz šo potenciālo materiālu izmantošanu nākotnē.



Segmentācija tika veikta, izmantojot regulāro interneta lietotāju digitalizētā kultūras mantojuma materiālu izmantošanas ieradumu rādītājus – līdz šim lietoto materiālu veidu, piemēram, filmas, TV kanālu ieraksti, mūzika u.tml. skaits), kā arī šo materiālu potenciālo izmantošanu nākotnē.

Segmentācija tika realizēta, izmantojot klāsteranalīzi. Sākotnēji katram respondentam tika noteikts kopējais izmantoto materiālu veidu skaits, kurus tie ir izmantojuši līdz šim, un to materiālu veidu skaits, kurus grupas respondenti plāno izmantot nākotnē. Izmantojot šos rādītājus, tika veikta klāsteranalīze, kas regulāros interneta lietotājus sagrupēja trīs statistiskos segmentos, katrā no segmentiem iedalot respondentus ar līdzīgiem materiālu lietošanas raksturojumiem.

Tas nozīmē, ka katrā no segmentiem ietilpst respondenti ar izteikti līdzīgu materiālu tipu lietošanas plašumu. Šīs klāsteranalīzes rezultātā tika izveidoti iedzīvotāju segmenti "Dedzīgie vēstneši" un "Ziņkārīgie atbalstītāji" – kam raksturīgi atšķirīgs līdz šim izmantoto digitalizēto materiālu skaits (skat. 3. tabulā.).

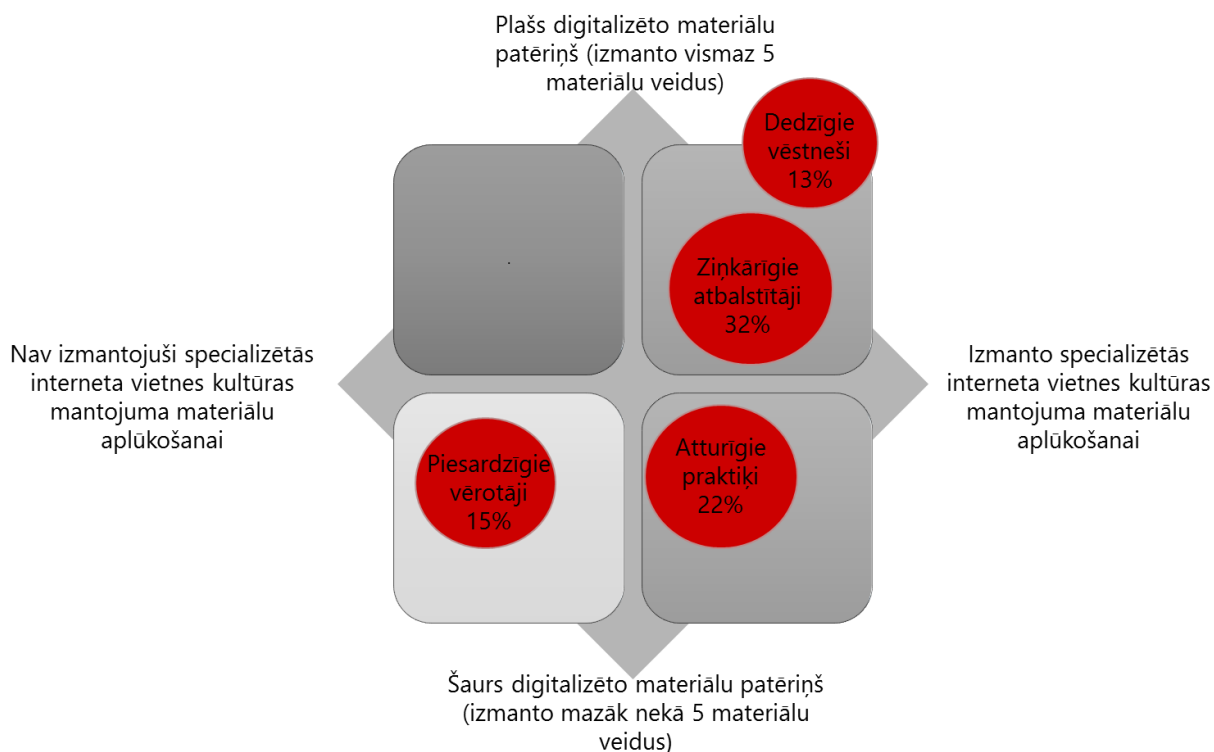
### 3. tabula. Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, segmenti.

Nr.	Segmenta nosaukums	Skaidrojums
1.	<b>"Dedzīgie vēstneši"</b>	Izmanto daudz dažāda veida materiālus (vairāk, kā 10) un saskata iespēju/interesi tos plaši izmantot arī nākotnē.
2.	<b>"Ziņkārīgie atbalstītāji"</b>	Izmanto, taču ne tik daudz dažādu veidu materiālus (vismaz 5 veidu) un nākotnē plāno izmantot līdzīgu skaitu materiālu.
3.	<b>"Atturīgie praktiķi"</b>	Izmanto salīdzinoši mazu skaitu materiālus (līdz 5 veidiem), taču ir izmantojuši vismaz vienu interneta vietni, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu.
4.	<b>"Piesardzīgie vērotāji"</b>	Izmanto salīdzinoši mazu skaitu materiālus (līdz 5 veidiem) un nav izmantojuši nevienu interneta vietni, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu.

Tā kā trešais segments, kura respondentu izmantoto materiālu veidu skaits nepārsniedz 5, bija salīdzinoši lielāks, kā arī tam bija vērojamas atšķirības interneta vietņu izmantošanā, šim segmentam tika izveidotas divas apakšgrupas, ņemot vērā pazīmi – ir vai nav izmantota kāda no specializētajām mājas lapām, kas satur Latvijas kultūras mantojuma materiālus digitalizētā formātā. Pēc šīs pazīmes tika izdalīti vēl divi segmenti: "Atturīgie praktiķi" un "Piesardzīgie novērotāji".

Shematiski segmentācija parādīta 8. attēlā.

## 8. attēls. Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, segmentācijas shēma.

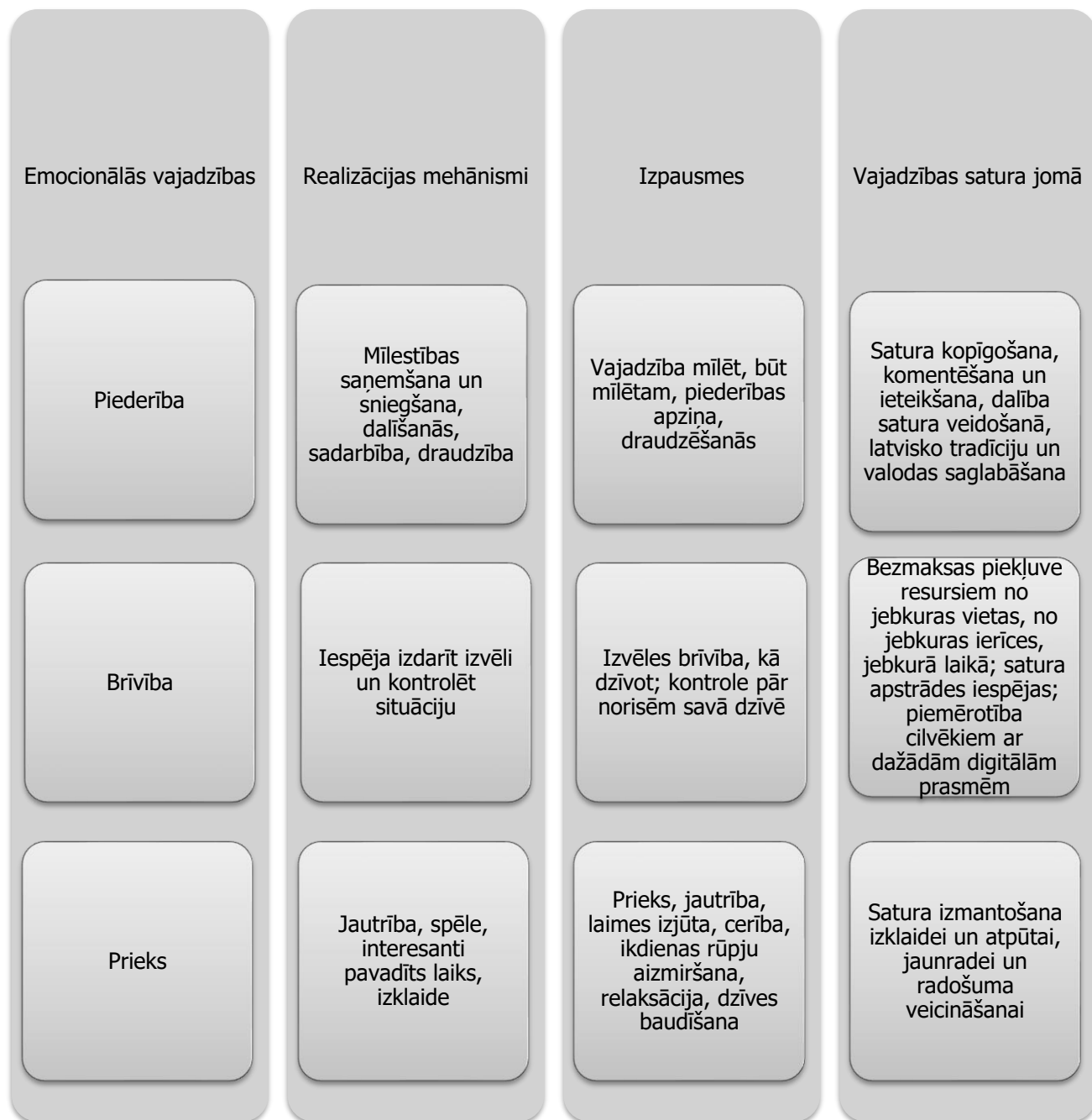


Ārpus šīs segmentācijas sistēmas ir tie regulārie Latvijas iedzīvotāji, kuri līdz šim nav izmantojuši nevienu no Latvijas kultūras mantojuma digitalizētajiem materiāliem, kā arī atsevišķi respondenti, kuru uzvedība, izmantojot digitalizētos Latvijas kultūras mantojuma materiālus, nav tipiska regulāro interneta lietotāju grupai kopumā, piemēram, līdz šim ir izmantots plašs skaits materiālu, taču turpmāk neplāno tos izmantot.

### Iedzīvotāju emocionālo vajadzību analīze

Analizējot iedzīvotāju vajadzības digitalizētā kultūras satura jomā, piedāvājam vajadzības analizēt caur emocionālo vajadzību skatupunktu. No plašā emocionālo vajadzību teoriju klāsta piedāvājam izmantot amerikāņu zinātnieka Viljama Glāzera (William Glasser) izvēles teorijas (choice theory) elementus; teorijā tiek uzsvērtas četras cilvēka emocionālās pamatvajadzības, un saskaņā ar teoriju, šīs vajadzības virza visus viņa lēmumus (Glasser, 1998). Tās ir piederība, vara, brīvība un prieks. Šajā analīzē izmantojam trīs pamatvajadzību – piederība, brīvība un prieks – konceptualizāciju. Šo vajadzību realizācijas mehānismi, izpausmes un saikne ar vajadzībām digitalizētā kultūras satura jomā attēlotas 9. attēlā.

9. attēls. Cilvēka emocionālās pamatvajadzības, realizācijas mehānismi un izpausmes.



Pētījuma anketā iekļauto aspektu, kas saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, dalījums sociālo/ funkcionālo vajadzību dimensijā un emocionālajās vajadzībās apskatāms pielikumā - 17. tabulā.

### **“Speciālistu” segments**

Ārpus Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, aptaujās tika identificēts vēl viens segments – “Speciālistu” segments, kas iekļauj kultūras, izglītības un zinātnes jomā strādājošos speciālistus, kam darba vajadzībām nepieciešami digitalizētie kultūras mantojuma materiāli un kas tika aptaujāti atsevišķas aptaujas veidā.

### **“Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segments**

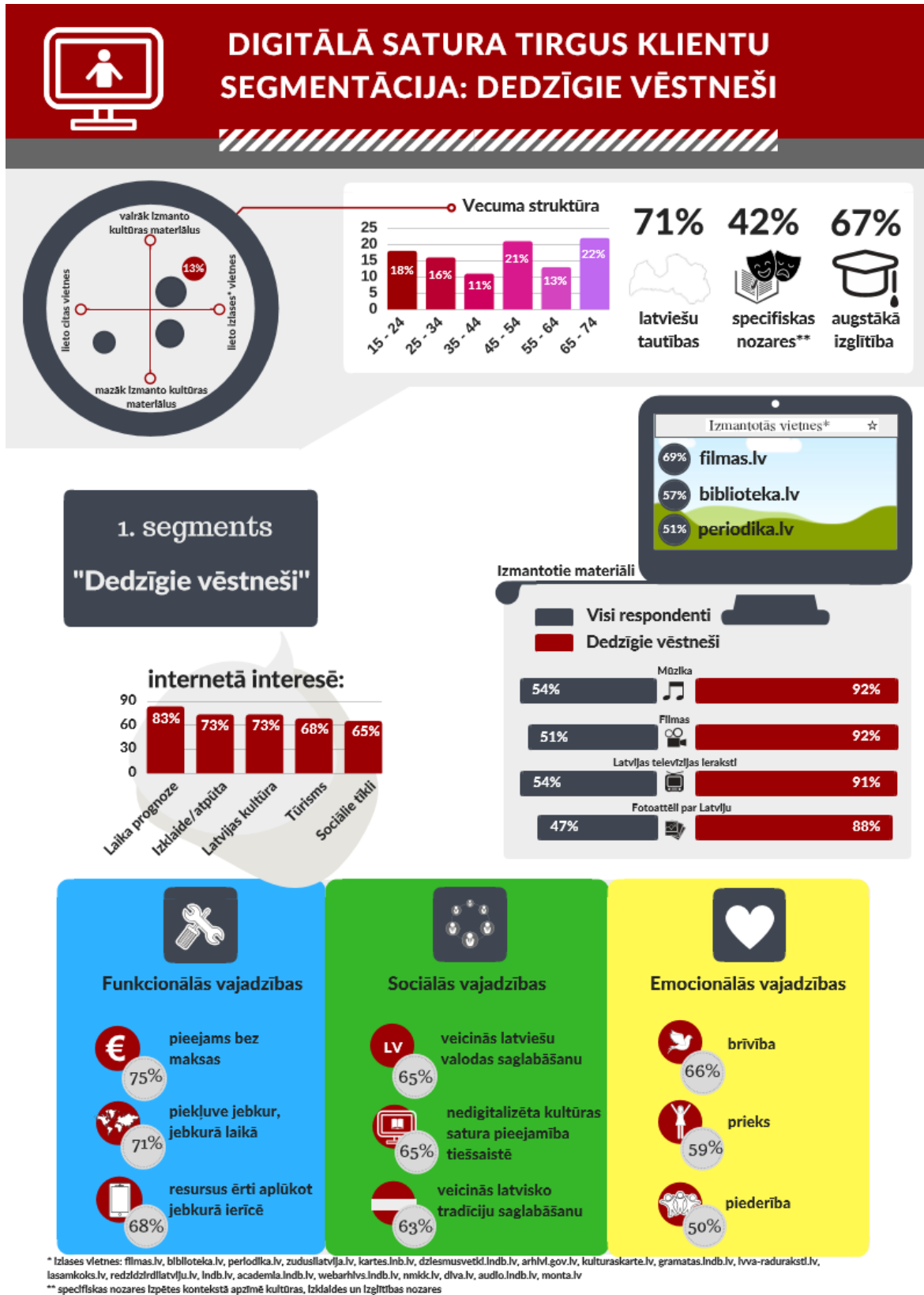
Arī šis segments tiek raksturots, izmantojot datus, kas iegūti ārpus Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, aptaujas. Segmenta aprakstam tiek izmantoti divi datu avoti – īpaši šim projektam veiktā ārvalstīs dzīvojošo latviešu aptauja un jau iepriekš minētā pētījuma “Latvijas emigrantu kopienas: nacionālā identitāte, transnacionālās attiecības un diasporas politika” iepriekš npublicētie dati.

Turpmākajās ziņojuma sadaļās tiks analizēts katrs identificētais segments, raksturojot tā sociāldemogrāfiskos parametrus, funkcionālās un satura vajadzības, kā arī sociālās un emocionālās vajadzības un dzīvesstilu. Segmenta apraksta noslēgumā sniegtas rekomendācijas darbam ar segmentu, lai veicinātu digitalizētā kultūras mantojuma lietošanu.

### **3.3.1. “Dedzīgo vēstnešu” segmenta apraksts**

“Dedzīgo vēstnešu” segmenta apjoms kopumā ir 13% no visiem regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā. “Dedzīgo vēstnešu” segmentā grupētos respondentus raksturo divi parametri, kas norāda uz Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, izmantošanas apjomu un plāniem tos izmantot tuvākajā nākotnē. “Dedzīgo vēstnešu” respondentiem raksturīgs plašs digitalizēto materiālu klāsta pielietojums (šie respondenti ir izmantojuši vismaz desmit dažādus digitālā formātā pieejamos materiālu veidus), kā arī šo materiālu izmantošana nākotnē ir plānota tikpat plašā apjomā. Segmenta pārskats redzams 10. attēlā.

10. attēls. Tirgus klientu segments – "Dedzīgie vēstneši".

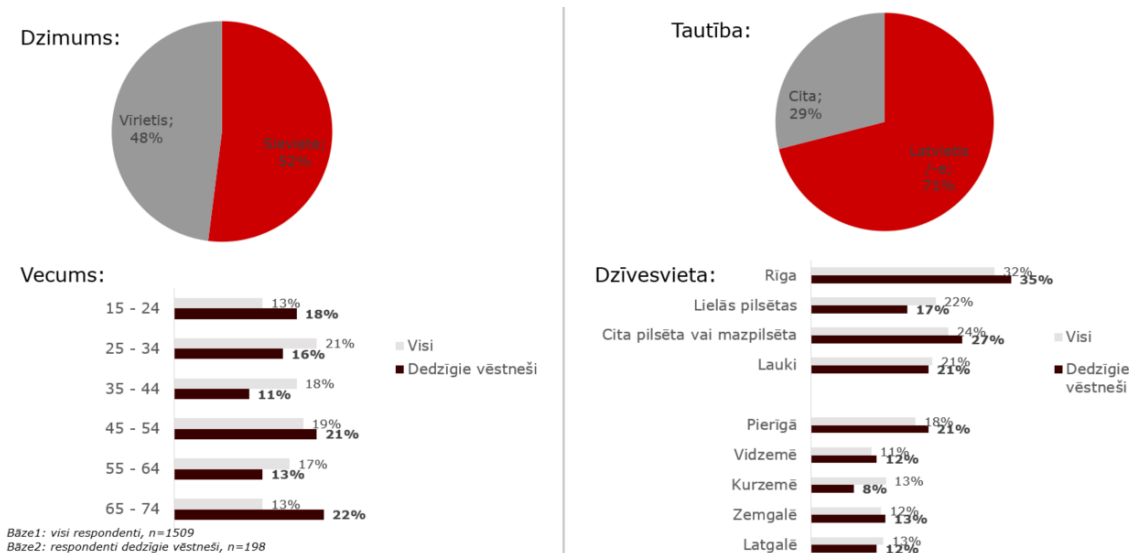


## “Dedzīgo vēstnešu” segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums

*“DEDZĪGIE VĒSTNEŠI” – IZTEIKTI LATVISKIE INTERNETA LIETOTĀJI AR AUGSTĀKO IZGLĪTĪBU DIVĀS VECUMA GRUPĀS – JAUNIEŠI (15 LĪDZ 24 GADI) UN SENIORI (65 LĪDZ 74 GADI), KURU NODARBOŠANĀS BIEŽĀK TIEK SAISTĪTA AR KULTŪRAS UN ZINĀTNES NOZARĒM.*

Šajā segmentā grupētie respondenti no izlases kopumā atšķiras ar tautību dalījumu un vecuma grupu dalījumu. “Dedzīgo vēstnešu” segmentā izteikti vairāk, kā regulāro interneta lietotāju vidū Latvijā, ir latviešu tautības respondenti (skat. 11. attēlā). Šajā segmentā izteikti vairāk ir pārstāvētas divas pretējas vecuma grupas: respondenti vecumā no 65 līdz 74 gadiem un jaunieši (15 līdz 24 gadus veci). Salīdzinot ar Latvijas regulārajiem interneta lietotājiem, maz šajā segmentā ir respondentu vecumā no 35 līdz 44 gadiem. Kā arī mazāka proporcija šī segmenta respondentu dzīvo lielajās pilsētās (Ventspilī, Liepājā, Jelgavā, Jūrmalā, Valmierā, Rēzeknē, Daugavpilī, Jēkabpilī) un Kurzemē.

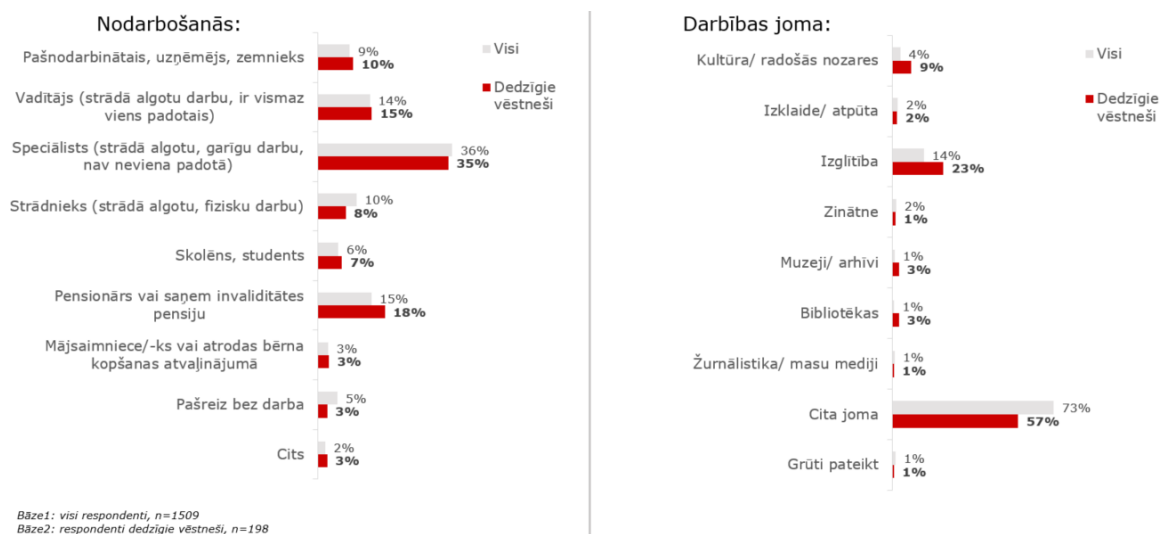
### 11. attēls. “Dedzīgo vēstnešu” segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums.



“Dedzīgo vēstnešu” segmenta respondentiem ir raksturīga augstāka izglītība, salīdzinot ar Latvijas regulārajiem interneta lietotājiem kopumā (67% “Dedzīgo vēstnešu” respondentu ir augstākā izglītība). Šī segmenta respondentu raksturojums ir vairāk pietuvināts “speciālistu” segmentam kā

jebkurš cits segments. Salīdzinot ar izlasi kopumā, "Dedzīgo vēstnešu" respondentu vidū vairāk ir tādi respondenti, kuri ir nodarbināti ar kultūru un zinātņi saistītās nozarēs – kopumā šajās nozarēs strādājošie ir 43% no "Dedzīgo vēstnešu" (skat. 12. attēlā.). Ievērojami vairāk, salīdzinot ar izlasi kopumā, "Dedzīgo vēstnešu" respondentu ir tieši izglītības nozarē strādājošie. No citām nozarēm, kuras nav saistītas ar kultūras un zinātnes jomu, šajā segmentā izteikti vairāk nekā izlasē kopumā ir veselības un sociālās aprūpes jomā strādājošie (16% no tiem, kas nestrādā ar kultūru un zinātņi saistītās nozarēs).

## 12. attēls. "Dedzīgo vēstnešu" segmenta nodarbošanās un darbības joma.



Nākamajā nodaļā tiks detalizēti aplūkotas "Dedzīgo vēstnešu" interneta vidē patērētā satura prioritātes, kā arī analizētas segmenta funkcionālās vajadzības digitalizētā kultūras mantojuma patēriņa jomā.

## “Dedzīgo vēstnešu” segmenta funkcionālās vajadzības un satura prioritātes

---

*“DEDZĪGO VĒSTNEŠU” SEGMENTA RESPONDENTIEM IR PIEREDZES BAGĀTI DIGITALIZĒTĀ KULTŪRAS MANTOJUMA LIETOTĀJI AR PLAŠU INTEREŠU LOKU UN IEMAŅĀM INFORMĀCIJAS ATRAŠANAI SPECIALIZĒTAJĀS LAPĀS. DIGITALIZĒTAJAM MATERIĀLAM, KAS SATUR LATVIJAS KULTŪRAS MANTOJUMU, IR ATRASTS PIELIETOJUMS ŠĪ SEGMENTA IKDIENĀ ŠOBRĪD, UN VIŅI SASKATA TĀ POTENCIĀLO PIELIETOJUMU NĀKOTNĒ. SEGMENTAM RAKSTURĪGI DIGITALIZĒTO MATERIĀLU IZMANTOT IZKLAIDEI, IZPĒTEI, UN TIEK PAUSTA GATAVĪBA ŠO INFORMĀCIJU NODOT TĀLĀK BĒRNIEM/ MAZBĒRNIEM.*

---

Kopumā “Dedzīgo vēstnešu” respondentiem raksturīgs plašāks interesējošos tēmu loks, salīdzinot ar visiem regulārajiem interneta lietotājiem, gan informācijai, kas tiek meklēta interneta vidē kopumā, gan tieši digitalizētājā formā pieejamajai informācijai. “Dedzīgo vēstnešu” respondentus, tapāt kā regulāros interneta lietotājus Latvijā kopumā, vispirms interneta vidē interesē praktiska informācija – laika prognoze, par kuru internetā ir interesējušies 83% segmenta pārstāvju. Interesē arī informācija par izklaides un atpūtas iespējām un informācija par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem (skat. 13. attēlu).



### 13. attēls. "Dedzīgo vēstnešu" segmenta satura prioritātes kopumā un digitalizēto materiālu vidū.

Q21. Par kādām tēmām Jūs visbiežāk meklējat/ lasāt informāciju internetā?



Bāze1: visi respondenti, n=1509  
Bāze2: respondenti dedzīgie vēstneši, n=198

Q3.1. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jūs esat izmantojis/-usi jebkad?



"Dedzīgo vēstnešu" segmenta respondenti līdz šim ir izmantojuši vismaz 10 dažādus digitalizēto materiālu veidus, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu.

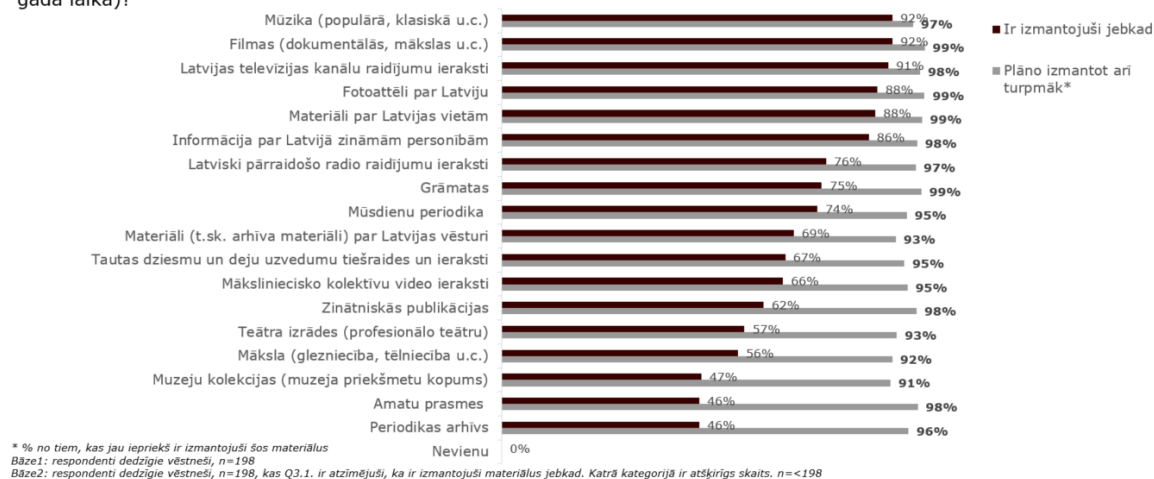
Līdzīgi kā citu segmentu respondenti, arī "Dedzīgo vēstnešu" pārstāvji visbiežāk no digitalizētā materiāla ir skatījušies Latvijas televīzijas kanālu raidījumus (šajā segmentā īpaši daudz skatījušies kultūrizglītojošos raidījumus (65%), pasākumu ierakstus (64%) un informatīvi dokumentālās programmas (63%), un filmas, kā arī klausījušies mūziku (ievērojami lielāks skaits grupas pārstāvju klausījušies tradicionālo, folkloru, tautas mūziku (61%)) digitālā formātā).

Šī segmenta respondenti no izlases kopumā atšķiras ar to, ka to izmantoto digitalizēto materiālu skaits ir lielāks, salīdzinot ar to, cik daudz dažādus digitalizētos materiālus izmanto regulārie interneta lietotāji Latvijā kopumā. Īpaši liels skaits šī segmenta respondentu, salīdzinot ar regulāro interneta lietotāju Latvijā, ir meklējuši un izmantojuši informāciju par Latvijā zināmām personībām (86%), mūsdienu periodiku (74%) un māksliniecisko kolektīvu (vokālo ansambļu, deju kolektīvu, radošo kolektīvu u.c.) video ierakstus (66%). Arī digitalizēto materiālu izmantošanas regularitāte ir ievērojami augstāka, salīdzinot ar kopējiem regulāro interneta lietotāju rādītājiem.

Segmenta respondentu digitalizētā materiāla lietošanas ieradumi ir stabili un nav novērojamas tendences materiālu izmantošanai nākotnē mazināties. Šajā segmentā ir ļoti mazs skaits (mazāk par 10%) to respondentu, kuri pieļauj iespēju nākotnē vairs neizmantojot tos materiālus, kurus viņi ir lietojuši līdz šim. (skat. 14. attēlu).

#### 14. attēls. "Dedzīgo vēstnešu" segmentā izmantoie digitālais kultūras mantojuma materiāli un plāni tos izmantot nākotnē.

Q5. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jums būtu interese izmantot nākotnē (tuvākā gada laikā)?



"Dedzīgo vēstnešu" segmenta respondentiem raksturīgs ne vien salīdzinoši liels dažādu digitalizēto materiālu izmantošanas apjoms, bet arī augsta specializēto interneta vietņu, kas satur informāciju par digitalizēto kultūras mantojumu, izmantošana. Vairums (92%) no šī segmenta respondentiem ir lietojuši vismaz vienu no šīm vietnēm.

Visbiežāk lietotās vietnes ir līdzīgas visiem segmentiem, kuru respondenti tās ir izmantojuši (segments "Piesardzīgie vērotāji" ir atšķirīgs ar to, ka nav lietojis nevienu no šīm vietnēm), un tās ir [filmas.lv](http://filmas.lv) un [biblioteka.lv](http://biblioteka.lv), tomēr ievērojami lielāka daļa no "Dedzīgo vēstnešu" respondentiem ir apmeklējuši tādas lapas kā [periodika.lv](http://periodika.lv) (51%), [dziesmusvetki.lndb.lv](http://dziesmusvetki.lndb.lv) (40%) un [zudusilatvija.lv](http://zudusilatvija.lv) (48%). Segmentu pārstāvošie respondenti kā visbiežāk apmeklētās vietnes ir atzīmējuši šādas: [filmas.lv](http://filmas.lv) (24%) [periodika.lv](http://periodika.lv) (13%) un [zudusilatvija.lv](http://zudusilatvija.lv) (12%) (skat. 15. attēlu).

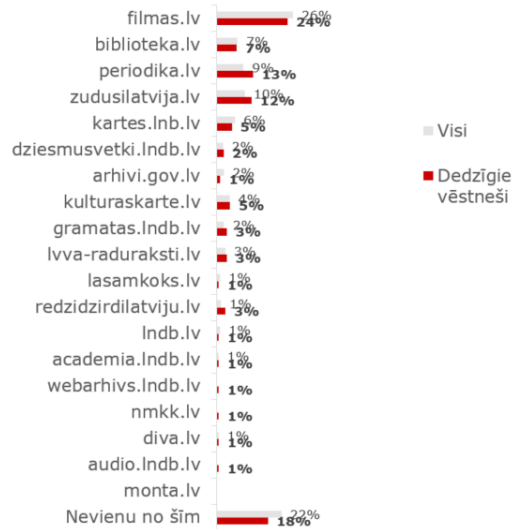
15. attēls. "Dedzīgo vēstnešu" segmenta izmantotās specializētas interneta vietnes.

Q9. Kuras no šīm interneta vietnēm, kuras satur informāciju par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., Jūs esat apmeklējis/-usi / skatījies/-usies iepriekš?



Bāze1: visi respondenti, n=1509  
Bāze2: respondenti dedzīgie vēstneši, n=198

Q10. Kuru vienu no šīm interneta vietnēm Jūs apmeklējat visbiežāk?



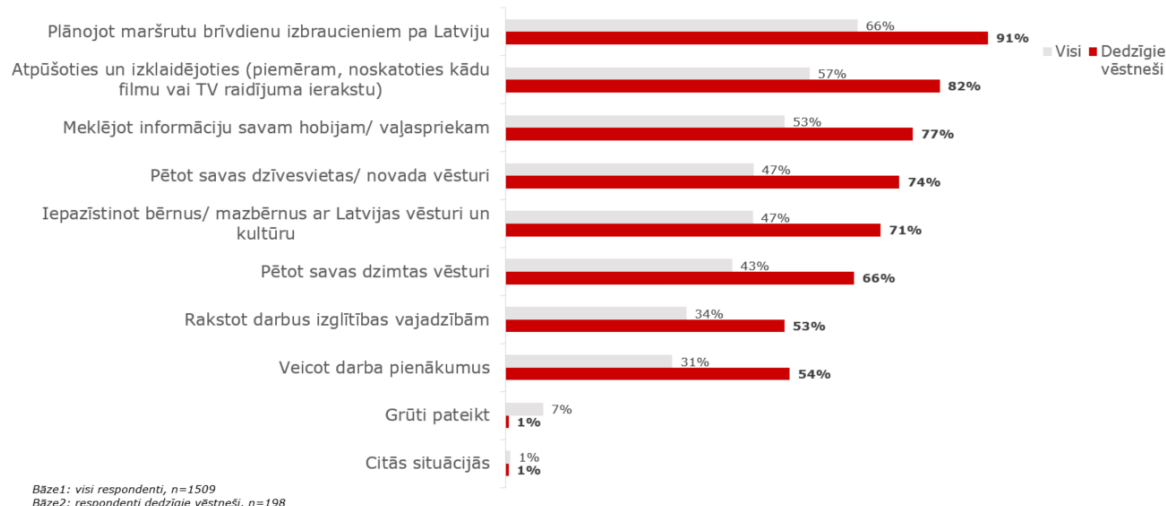
"Dedzīgo vēstnešu" segmenta respondentus var raksturot kā pieredzējušus Latvijas kultūras mantojuma digitalizētā satura lietotājus ar ļoti pozitīvu attieksmi pret kultūras mantojuma digitalizāciju kopumā. Šo projektu pozitīvi vērtē 98% "Dedzīgo vēstnešu" respondentu.

Šī segmenta respondenti ievērojami vairāk nekā regulārie interneta lietotāji kopumā saskata funkcionālu digitalizētā materiāla pielietojumu savā ikdienā. Vairums "Dedzīgo vēstnešu" respondentu šāda veida informācijas funkcionālo pielietojumu saskata izglītojoši izklaidējošās situācijās. Gandrīz visi (91%) no "Dedzīgo vēstnešu" respondentiem digitalizēto materiālus izmantotu, plānojot maršrutu brīvdienu izbraucieniem pa Latviju.

Salīdzinot ar citiem respondentu segmentiem, "Dedzīgo vēstnešu" respondenti ievērojami vairāk plāno informāciju, kas satur digitalizēto Latvijas kultūras mantojumu, izmantot tādām vajadzībām kā meklējot informāciju savam hobijs/ vaļaspriekam (77%), pētot savas dzīvesvietas/ novada vēsturi (74%) un iepazīstinot bērnus/ mazzērnus ar Latvijas vēsturi un kultūru (71%). Vairāk nekā puse (54%) "Dedzīgo vēstnešu" respondentu saskata šo materiālu pielietojumu darba pienākumu veikšanai (skat. 16. attēlu).

## 16. attēls. Digitalizēto materiālu pielietojums "Dedzīgo vēstnešu" segmenta respondentu vidū.

Q14. Kādās situācijās Jums personīgi noderētu iespēja lietot Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. saturu digitālā jeb elektroniskā formātā?



Plašā digitalizēto materiālu izmantošana sasaucas ar "Dedzīgo vēstnešu" respondentu funkcionālo vajadzību augsto nozīmību.

Vairums funkcionālās digitalizētā materiāla izmantošanas vajadzības šī segmenta respondentiem ir ļoti nozīmīgas (skat. 17. attēlu). Vissvarīgākais aspekts ir materiālu bezmaksas izmantošana, ko neierobežo autortiesības. Šis aspekts ir ļoti svarīgs 75% "Dedzīgo vēstnešu" respondentu.

Līdzīgs skaits – 71% "Dedzīgo vēstnešu" respondentu – kā ļoti svarīgu min iespēju resursiem piekļūt no jebkuras vietas un jebkurā laikā. No otras puses, šajā segmentā ir visvairāk, salīdzinot ar citiem segmentiem, to respondentu, kuri būtu gatavi apmeklēt dažādas vietas/ iestādes klātienē, lai meklētu informāciju un aplūkotu Latvijā radītus darbus digitālā formātā 65% no "Dedzīgo vēstnešu" ir gatavi apmeklēt klātienē). Vairums no tiem, kas būtu gatavi apmeklēt vietas klātienē, būtu gatavi doties uz publiskajām bibliotēkām un mākslas muzejiem, retāk "Dedzīgo vēstnešu" respondenti būtu gatavi apmeklēt dažādus arhīvus. Tomēr šajā segmentā, atšķirībā no citiem, arī arhīvos uz vietas meklēt digitalizēto informāciju būtu gatavi salīdzinoši daudzi respondenti (60% un vairāk).

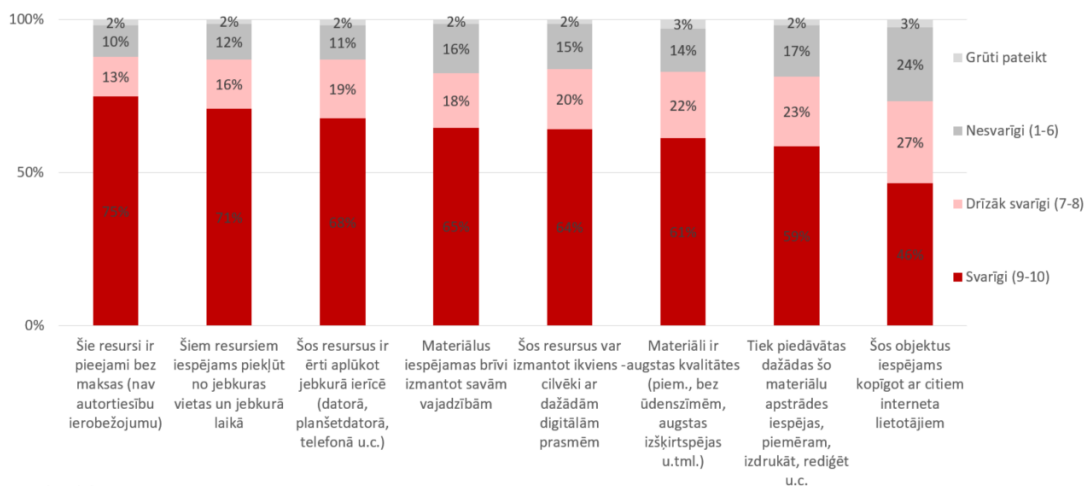
Kā trešā nozīmīgākā funkcionālā vajadzība pēc "Dedzīgo vēstnešu" respondentu vērtējuma ir iespēja šos resursus ērti aplūkot jebkurā ierīcē, kas ir ļoti svarīgi 68% segmenta respondentu. "Dedzīgo vēstnešu" respondenti no citu segmentu respondentiem atšķiras ar to, ka tie biežāk izmanto mobilos telefonus interneta pārlūkošanai (75%), kā arī izmanto stacionāros datorus (63%).

No funkcionālo vajadzību klāsta "Dedzīgo vēstnešu" respondentiem zemāka nozīmība ir iespējai šos objektus kopīgot ar citiem interneta lietotājiem dažādās interneta platformās, piemēram, Google, Facebook u.tml. Lai gan šī segmenta lietotāji ir ļoti aktīvi dažādu sociālo tīklu un komunikācijas

platformu lietotāji, salīdzinot ar izlasi kopumā (īpaši bieži tiek lietota Google + komunikācijas platforma), tomēr ļoti svarīgi dalīties ar kultūras mantojuma digitalizētajiem materiāliem ir mazāk nekā pusei – 46% respondentu.

### 17. attēls. Funkcionālo vajadzību vērtējums “Dedzīgo vēstnešu” segmentā.

Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10.



Bāze: respondenti dedzīgie vēstneši, n=198

Nākamajā nodaļā aplūkosim “Dedzīgo vēstnešu” aktuālākās sociālās vajadzības digitalizētā kultūras mantojuma izmantošanai.

### “Dedzīgo vēstnešu” segmenta sociālās vajadzības

*“DEDZĪGO VĒSTNEŠU” SEGMENTA RESPONDENTIEM ĻOTI SVARĪGI IR SAGLABĀT LATVIEŠU VALODU UN TRADĪCIJAS, KĀ ARĪ IR INTERESE IEPAZĪTIES AR PLAŠĀKU DIGITALIZĒTO MATERIĀLU LOKU, KAS SATUR INFORMĀCIJU PAR LATVIJAS KULTŪRAS MANTOJUMU. ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTI VAIRĀK NEKĀ CITI IR GATAVI PIEDALĪTIES SATURA VEIDOŠANĀ.*

“Dedzīgo vēstnešu” segmenta respondentu vidū augsta nozīmība ir vairumam sociālo vajadzību, kas saistītas ar Latvijas kultūras mantojuma digitalizēšanu un tā izmantošanu. Lai gan sociālo vajadzību nozīmība nevienam no segmentiem nav tika augsta kā funkcionālo vajadzību nozīmība, tomēr “Dedzīgo vēstnešu” respondentiem raksturīgas trīs sociālās vajadzības, kuras ir ļoti svarīgas vairāk nekā pusei segmenta respondentu.

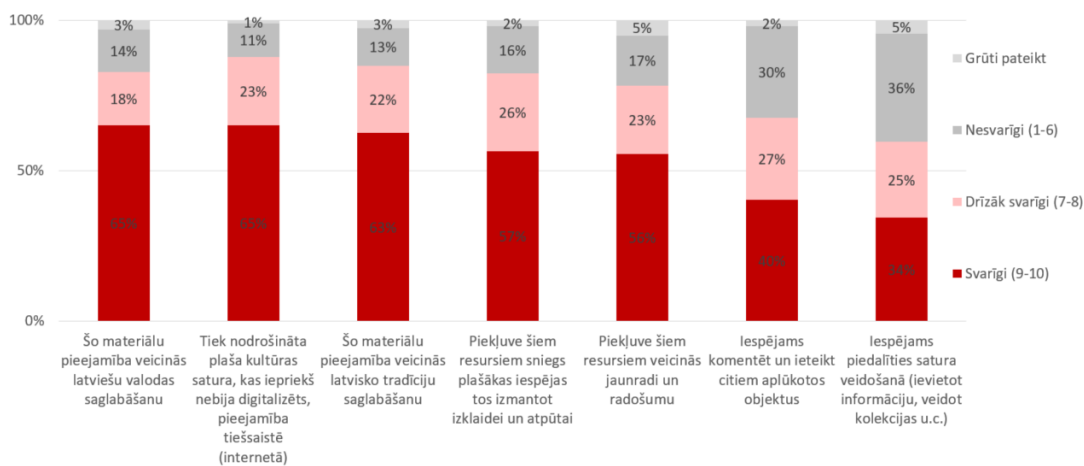
Nozīmīgākās sociālās vajadzības saistītas ar latviešu valodas un tradīciju saglabāšanu, ko nodrošina kultūras mantojuma digitalizācija, kā arī ar piekļuvi plašam, līdz šim nedigitalizētajam materiālu lokam (skat. 18. attēlu).

Ņemot vērā to, ka "Dedzīgo vēstnešu" respondenti vairumā gadījumu (82%) saskata digitalizētā materiāla iespējamo izmantošanu izklaidei un atpūtai, šis aspekts arī ir nozīmīgs sociālo vajadzību kontekstā 57% segmenta pārstāvju.

Zemāka nozīmība no sociālajām vajadzībām ir tiem aspektiem, kas paredz respondentu personisko līdzdalību, piemēram, iespējai komentēt un ieteikt citiem aplūkot objektus, kā arī iespējai piedalīties satura veidošanā. Lai gan iespēja piedalīties satura veidošanā šī segmenta vērtējumā ir mazāk nozīmīga kā citām sociālām vajadzībām, tomēr, salīdzinot ar citiem segmentiem, "Dedzīgo vēstnešu" respondentiem tas joprojām ir ļoti svarīgi (34%). Potenciāli "Dedzīgo vēstnešu" respondenti būtu tie, no kuriem trešdaļa būtu gatavi piedalīties digitalizētā satura veidošanā, kas ir ievērojami vairāk nekā citos segmentos.

### 18. attēls. Sociālo vajadzību vērtējums "Dedzīgo vēstnešu" segmentā.

Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10.



Nākamajā nodaļā vairāk par augstāko vajadzību līmeni digitalizēto materiālu izmantošanai – emocionālajām vajadzībām "Dedzīgo vēstnešu" respondentu vērtējumā.

## “Dedzīgo vēstnešu” segmenta emocionālās vajadzības

---

*“DEDZĪGO VĒSTNEŠU” SEGMENTA PĀRSTĀVJIEM ĻOTI NOZĪMĪGAS IR VISAS TRĪS EMOCIONĀLĀS VAJADZĪBAS, KURAS NOSAKA KULTŪRAS MANTOJUMA IZMANTOŠANA DIGITALIZĒTĀ FORMĀTĀ. KĀ INTENSĪVIEM DIGITĀLĀ LATVIJAS KULTŪRAS MANTOJUMA LIETOTĀJIEM “DEDZĪGO VĒSTNEŠU” SEGMENTA PĀRSTĀVJIEM ĪPAŠI AKTUĀLA IR VĒLME PĒC NEIEROBEŽOTAS BRĪVĪBAS, IZMANTOJOT ŠOS MATERIĀLUS TURPMĀK.*

---

Emocionālo vajadzību kategorijas ir veidotas no funkcionālo un sociālo vajadzību aspektiem, tos apvienojot grupās, kas raksturo kādu no iespējamajām emocionālo vajadzību dimensijām. Šīs emocionālās vajadzības norāda uz tām prioritātēm, kuras katra segmenta respondenti vēlētos piepildīt, lai gūtu emocionālu gandarījumu, izmantojot digitalizētos Latvijas kultūras mantojuma materiālus. Kopumā ir trīs emocionālo vajadzību grupas:

1. Vajadzība pēc brīvības. Šī emocionālo vajadzību grupa sevī ietver tādas vajadzības kā vajadzību pēc brīvas materiālu izmantošanas un ērtas materiālu pieejamības jebkurā laikā, vietā un cilvēkiem ar dažādām digitālajām prasmēm.
2. Piederības izjūta, ko veido iespēja izmantot Latvijā radītos materiālus savām vajadzībām, atbalstīt to popularizēšanu un izmantošanu plašākās iedzīvotāju grupās, justies piederīgam Latvijas kultūras mantojumam.
3. Prieks, ko rada iespēja izmantot digitalizētos materiālus savas jaunrades veikšanai, izklaidei un atpūtai.

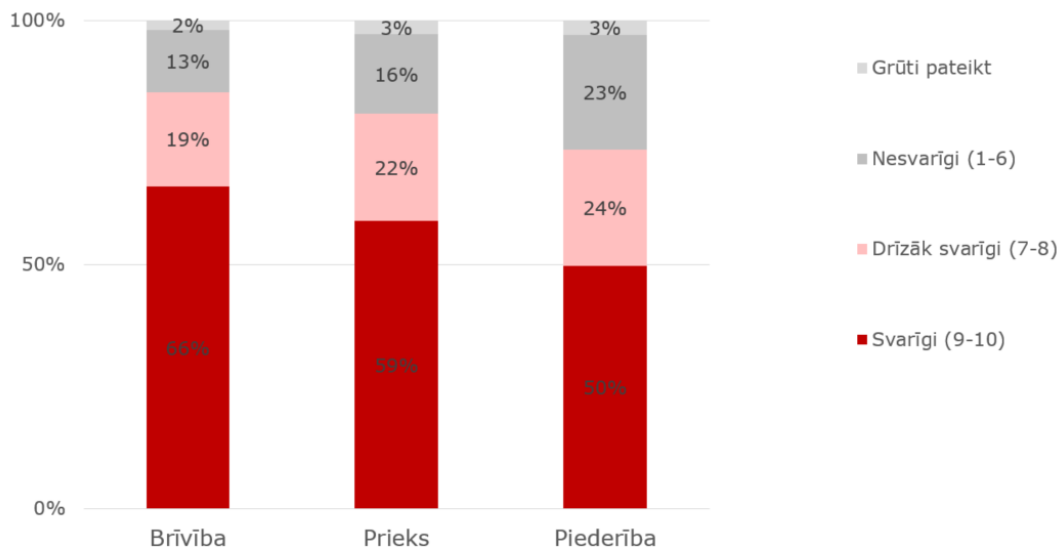
Ne tikai “Dedzīgo vēstnešu” segmentā, bet arī regulāro interneta lietotājiem Latvijā šobrīd visnozīmīgākā emocionālā vajadzība ir brīvība izmantot digitalizētos materiālus.

Šī segmenta respondenti šobrīd ir regulāri digitalizēto materiālu lietotāji, tādēļ vēlme pēc neierobežota materiālu lietojuma ir likumsakarīga. Emocionālā vajadzība “prieks” saistīts ar materiālu izmantošanu privātām vajadzībām – izklaidei un atpūtai. Šis aspekts Latvijas kultūras mantojuma digitalizēto materiālu lietošanā ir ļoti nozīmīgs vairāk nekā pusei “Dedzīgo vēstnešu” segmenta respondentu. Arī piederības izjūta, ko sniedz Latvijas kultūras mantojums digitalizētā formā, ir ļoti svarīga pusei “Dedzīgo vēstnešu” segmenta respondentu. Kopumā visas šīs trīs emocionālās

vajadzības ievērojami nozīmīgākas ir tieši “Dedzīgo vēstnešu” segmenta respondentiem, ja salīdzina ar pārējiem segmentiem.

Latvijas kultūras mantojuma digitalizācijas projekts “Dedzīgo vēstnešu” segmenta respondentiem ir īpaši nozīmīgs visās trijās vajadzību dimensijās – funkcionālajā, sociālajā un emocionālajā dimensijā (skat. 19. attēlu).

### 19. attēls. Emocionālo vajadzību vērtējums “Dedzīgo vēstnešu” segmentā.



Bāze: respondenti dedzīgie vēstneši, n=198

Nākamajā nodaļā vairāk par “Dedzīgo vēstnešu” dzīvesstilu.



## “Dedzīgo vēstnešu” segmenta dzīvesstila raksturojums

“DEDZĪGO VĒSTNEŠU” SEGMENTA DZĪVESSTILS IR AKTĪVS. ŠĪ SEGMENTA PĀRSTĀVJI IR NE TIKAI AKTĪVI KULTŪRAS MATERIĀLU LIETOTĀJI DIGITALIZĒTĀ FORMĀTĀ (TOSTARP PLAŠI IZMANTOJOT SPECIALIZĒTĀS INTERNETA VIETNES, KAS SATUR ŠĀDA VEIDA INFORMĀCIJU), BET ARĪ BIEŽI APMEKLĒ KULTŪRAS PASĀKUMUS UN CEĻO PA LATVIJU. BRĪVAJĀ LAIKĀ ŠĪ SEGMENTA PĀRSTĀVJI VAIRĀK NODODAS HOBIJĒM, KĀ ARĪ BIEŽĀK LASA GRĀMATAS, LAIKRAKSTUS UN ŽURNĀLUS.

“Dedzīgo vēstnešu” segmenta respondenti ir ne vien aktīvi digitalizētā materiāla izmantotāji, bet arī kultūras pasākumu baudītāji klātienē.

Gandrīz puse (47%) šī segmenta respondentu vismaz reizi mēnesī ceļo pa Latviju, 40% apmeklē muzejus, izstādes, mākslas galerijas, līdzīgs skaits arī apmeklē teātrus un koncertus vismaz reizi mēnesī.

Salīdzinot ar citu segmentu respondentiem, “Dedzīgo vēstnešu” pārstāvji visbiežāk bauda kultūru klātienē ārpus mājas (skat. 20. attēlu). “Dedzīgo vēstnešu” respondentu vidū 85% ir apmeklējuši klātienē kādu no kultūras centriem, kas ir ievērojami liels skaits, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem kopumā.

### 20. attēls. “Dedzīgo vēstnešu” segmenta brīvā laika pavadīšanas ieradumi ārpus mājas.

#### Q16. Kā Jūs pavadāt savu brīvo laiku? (mājās)

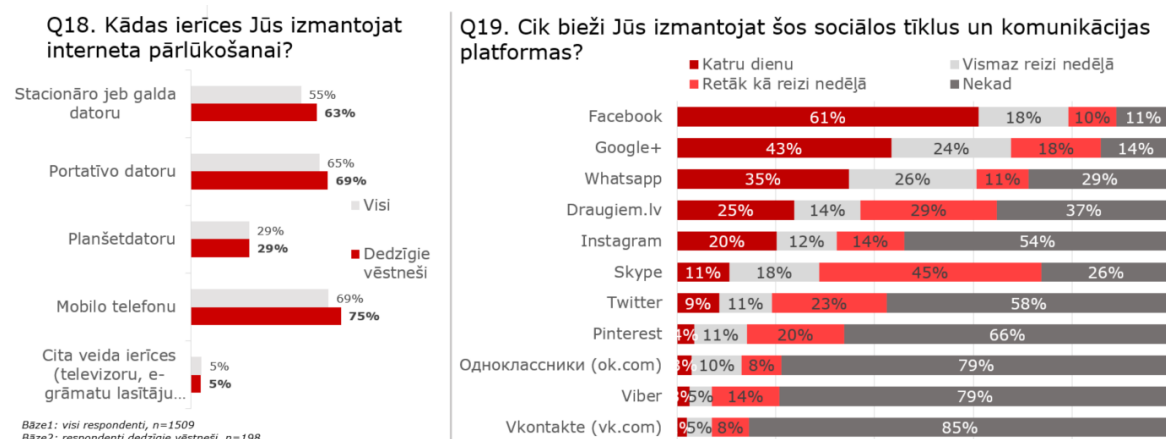


Bāze: respondenti dedzīgie vēstneši, n=198

Atrodoties mājās vidē, visbiežāk "Dedzīgo vēstnešu" segmenta respondenti izmanto internetu, lai atpūstos un izklaidētos, regulāri klausās mūziku (91% to dara vismaz reizi nedēļā) un klausās radio (86% vismaz reizi nedēļā). Šie, iepriekš minētie, brīvā laika pavadīšanas veidi ir populāri arī pārējo segmentu respondentiem, taču pārējo segmentu respondenti ar tiem nodarbojas retāk nekā "Dedzīgo vēstnešu" segmenta respondenti. "Dedzīgo vēstnešu" respondenti biežāk brīvajā laika nododas saviem hobijiem – rokdarbiem un dārzkopībai, kā arī biežāk lasa grāmatas, laikrakstus un žurnālus, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem kopumā.

"Dedzīgo vēstnešu" segmenta respondentu vidū ir augsta interneta lietošanas regularitāte – 95% to katru dienu lieto izklaidei un atpūtai, 5% to dara vairākas reizes nedēļā (skat. 21. attēlu). Šī segmenta respondenti ir aktīvi sociālo tīklu un komunikācijas platformu lietotāji – īpaši bieži tiek izmantots Facebook, Google+ un Whatsapp, retāk šīs grupas respondenti izmanto tās interneta vietnes, kuras vairāk izmanto krievu tautības Latvijas iedzīvotāji.

## 21. attēls. "Dedzīgo vēstnešu" segmenta interneta lietošanas ieradumi.



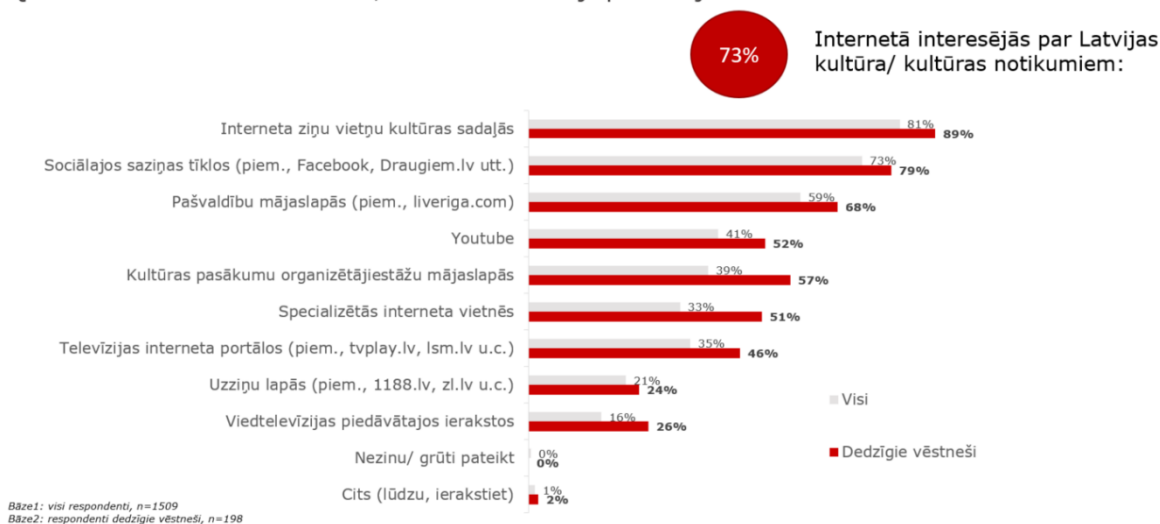
"Dedzīgo vēstnešu" respondenti, salīdzinot ar citiem segmentiem, visvairāk internetā meklē informāciju tieši par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem. Vispirms šāda veida informācija tiek meklētā interneta ziņu vietņu kultūras sadaļās (piem., lsm.lv/kultura, delfi.kultura.lv, tvnet/ izklaide.lv u.c.) (89% no tiem, kas meklējuši informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem).

Salīdzinot ar citiem respondentu segmentiem, kā arī ar visiem regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā, "Dedzīgo vēstnešu" respondenti ievērojami biežāk informācijas par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklēšanai izmanto pašvaldību mājaslapas (piem., liveriga.com) (68%), kultūras pasākumu organizētāju iestāžu mājaslapas (piem., ln.lv, opera.lv, lnmm.lv u.c.) (57%) un specializētās interneta vietnes (piem., kulturaskarte.lv, biblioteka.lv, muzeji.lv, satori.lv, pilsēta24.lv u.c.) (51%). Šo interneta vietņu izmantošana informācijas par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem

ir raksturīga arī Speciālistu segmentam, taču regulārie interneta lietotāji Latvijā tās kopumā izmanto ievērojami retāk (skat. 22. attēlu).

## 22. attēls. Interneta vietnes, kurās informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklē "Dedzīgo vēstnešu" segmenta pārstāvji.

Q22. Kur internetā Jūs mēdzat lasīt/ skatīties informāciju par Latvijas kultūras notikumiem?



Nākamajā nodaļā sekos rekomendācijas darbam ar "Dedzīgo vēstnešu" segmentu.

### Rekomendācijas darbam ar "Dedzīgo vēstnešu" segmentu

"Dedzīgie vēstneši" – izteikti latviskie interneta lietotāji ar augstāko izglītību. Šajā segmentā vairāk ir gan jauniešu, gan pensijas vecuma respondentu. Šī segmenta respondenti ir tuvi "Speciālistu" segmenta respondentiem. "Dedzīgo vēstnešu" segmenta respondentiem ir pieredzes bagāti digitalizētā kultūras mantojuma lietotāji ar plašu interešu loku un iemaņām informācijas atrašanai specializētajās lapās. Digitalizētajam materiālam, kas satur Latvijas kultūras mantojumu, ir atrasts pielietojums šī segmenta ikdienā šobrīd, un viņi saskata tā potenciālo pielietojumu nākotnē, kā arī gatavi izplatīt digitalizētos materiālus interneta vidē (būt šo materiālu vēstnešiem).

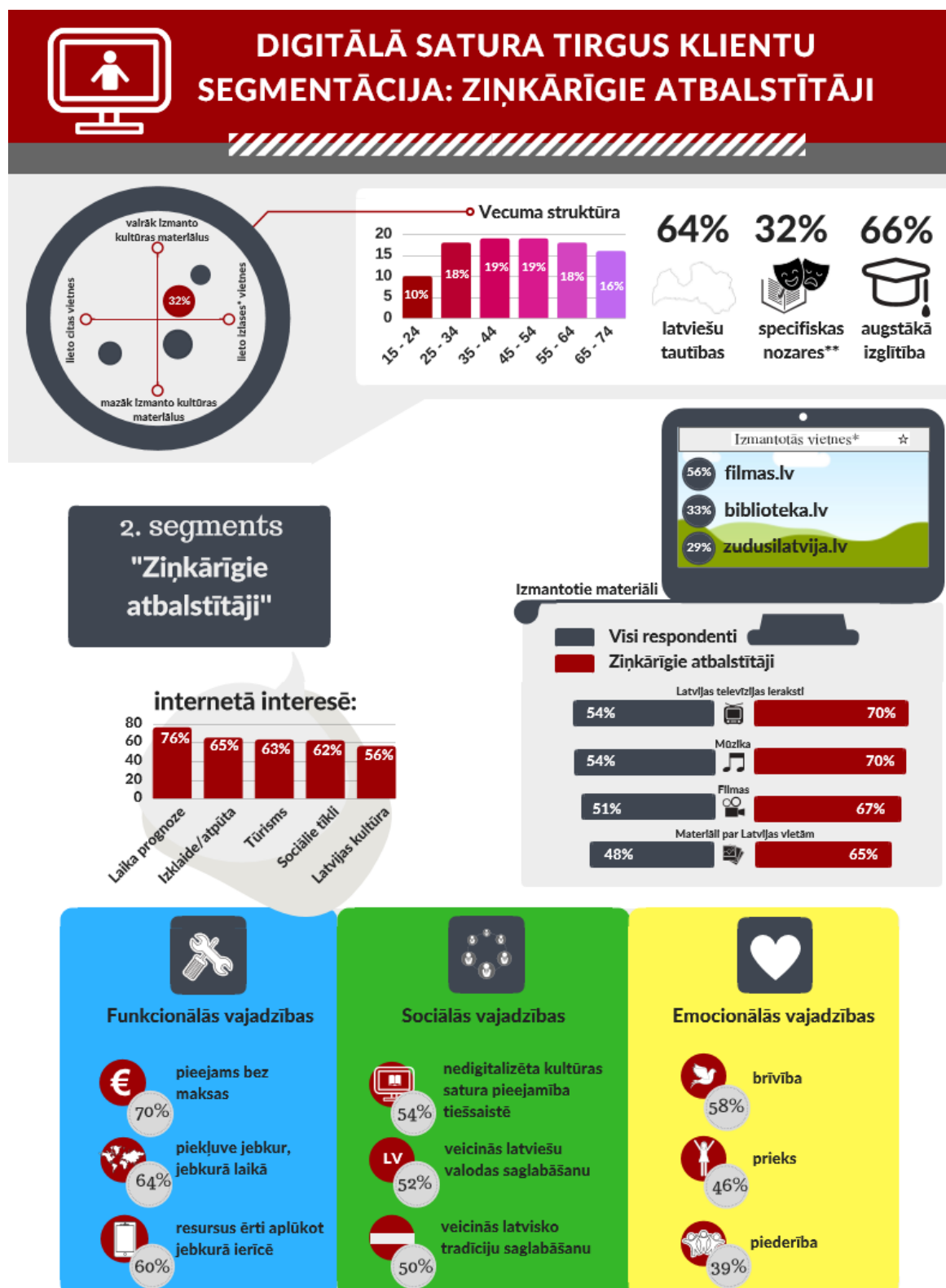
Šis segments jau šobrīd izmanto plašu digitalizēto materiālu skaitu un dara to regulāri, rekomendējam šim segmentam sniegt plašākas iespējas individuāli piedalīties kultūras mantojuma digitalizētā formātā izplatīšanā interneta vidē (sniedzot iespēju līdzdarboties, komentēt, ieteikt).

Šī segmenta respondenti vairs nav jāpārlicina par kultūras mantojuma digitalizācijas projekta nozīmību un lietderību, taču jācenšas šīs grupas respondentus pēc iespējas vairāk iesaistīt digitalizācijas procesā, piedāvājot viņiem "Vēstneša" funkciju.

### 3.3.2. “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmenta apraksts

“Ziņkārīgo atbalstītāju” segmentam raksturīgs plašs digitalizēto materiālu lietojums (ir izmantojuši vismaz piecus dažādus digitalizēto materiālu veidus), taču tas ir mazāks nekā “Dedzīgo vēstnešu” segmenta respondentiem. “Ziņkārīgo atbalstītāju” pārstāvji ir aktīvi digitalizētā kultūras mantojuma lietotāji šobrīd, kā arī nākotnē plāno izmantot šos materiālus tādā pašā vai plašākā apjomā. Segmenta pārskats redzams 23. attēlā.

23. attēls. Tirgus klientu segments – "Ziņkārīgie atbalstītāji".



\* Izlases vietnes: [filmas.lv](http://filmas.lv), [biblioteka.lv](http://biblioteka.lv), [periodika.lv](http://periodika.lv), [zudusilatvija.lv](http://zudusilatvija.lv), [kartes.lnb.lv](http://kartes.lnb.lv), [dziesmusvetid.lnb.lv](http://dziesmusvetid.lnb.lv), [arhiv.gov.lv](http://arhiv.gov.lv), [kulturaskarte.lv](http://kulturaskarte.lv), [gramatas.lnb.lv](http://gramatas.lnb.lv), [lva-raduraksti.lv](http://lva-raduraksti.lv), [lasamkols.lv](http://lasamkols.lv), [redzidirdlatviju.lv](http://redzidirdlatviju.lv), [lnb.lv](http://lnb.lv), [academla.lnb.lv](http://academla.lnb.lv), [webarhivs.lnb.lv](http://webarhivs.lnb.lv), [nmkd.lv](http://nmkd.lv), [dva.lv](http://dva.lv), [audio.lnb.lv](http://audio.lnb.lv), [monta.lv](http://monta.lv)

\*\* specifiskas nozares Izpētes kontekstā apzīmē kultūras, izkāides un izglītības nozares

Vairums (83%) no šī segmenta respondentiem ir izmantojuši specializētās interneta vietnes, kas satur digitalizēto Latvijas kultūras mantojumu. Šis ir vislielākais segments, tajā ietilps 32% no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā.

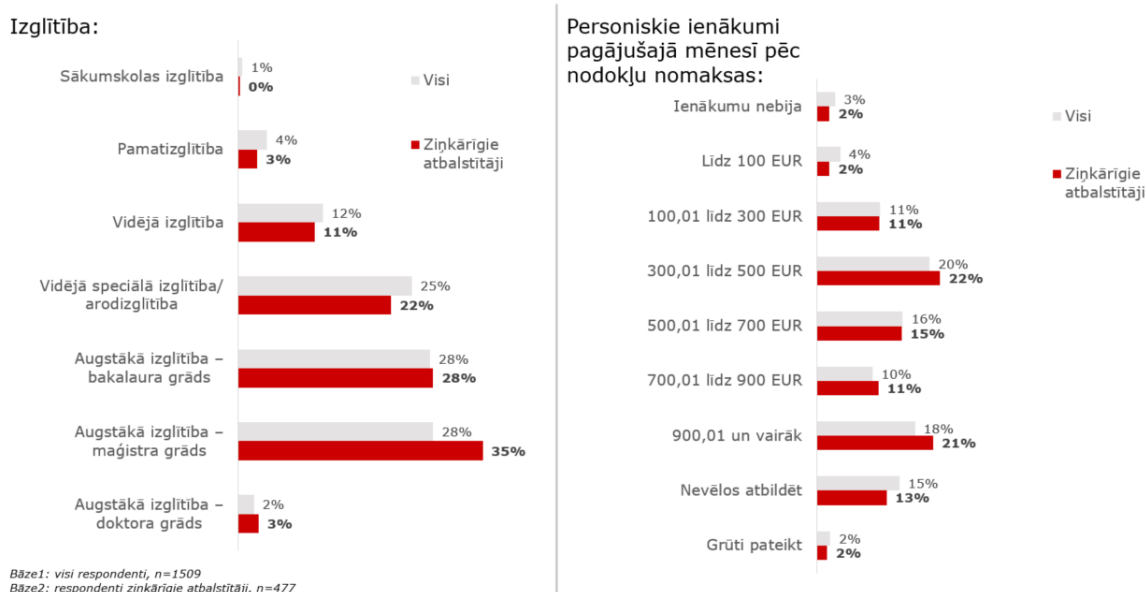
### “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums

“ZIŅKĀRĪGO ATBALSTĪTĀJU” RESPONDENTI IR AR AUGSTU IZGLĪTĪBU, UN TREŠDAĻA NO TIEM STRĀDĀ KĀDĀ AR KULTŪRU UN ZINĀTNI SAISTĪTĀ DARBA VIETĀ. CITI ŠĪ SEGMENTA SOCIĀLDEMOGRĀFISKIE RAKSTUROJUMI IR ĻOTI LĪDŽĪGI LATVIJAS REGULĀRAJIEM INTERNETA LIETOTĀJIEM KOPUMĀ.

“Ziņkārīgo atbalstītāju” sociāldemogrāfiskais raksturojums ir ļoti pietuvināts kopējam Latvijas regulāro interneta lietotāju raksturojumam. Vairums no šiem respondentiem (64%) ir latviešu tautības, nedaudz vairāk nekā vidēji izlasē šajā segmentā ir respondenti vecumā virs 55 gadiem.

“Ziņkārīgo atbalstītāju” respondentiem raksturīga augstāka izglītība, salīdzinot ar regulāro interneta lietotāju Latvijā kopumā, īpaši daudz šajā segmentā ir respondenti ar augstāko izglītību – maģistra grādu (skat. 24. attēlu).

24. attēls. “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums.



Šajā segmentā, salīdzinot ar visiem regulārajiem interneta lietotājiem, vairāk ir respondentu, kuri strādā kāda no jomām, kas saistītas ar kultūras un zinātnes nozarēm (32%). Tomēr to skaits segmentā nav tik liels, kā tas bija "Dedzīgo vēstnešu" segmentā (43%). No citās jomās strādājošajiem "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmentā vairāk nekā citos segmentos ir valsts pārvaldē un aizsardzībā strādājošie (16%, no tiem, kas strādā "citās" jomās).

Nākamajā nodaļā vairāk par "Ziņkārīgo atbalstītāju" satura interesēm gan interneta vidē kopumā, gan izmantojot tieši digitalizētos Latvijas kultūras materiālus, kā arī par funkcionālajām vajadzībām un to nozīmību.

### **"Ziņkārīgo atbalstītāju" segmenta funkcionālās vajadzības un satura prioritātes**

---

*"ZIŅKĀRĪGO ATBALSTĪTĀJU" RESPONDENTI INTERNETĀ VAIRĀK MEKLĒ IZKLAIDES UN ATPŪTAS IESPĒJAS. DIGITALIZĒTAJOS LATVIJAS KULTŪRAS MANTOJUMA MATERIĀLOS BIEŽĀK SASKATA IESPĒJU PERSONĪGI INTERESĒJOŠOS JAUTĀJUMU IZPĒTEI (DZIMTAS IZPĒTEI, VIETU IZPĒTEI U.TML.). ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTIEM NAV SVĒŠAS SPECIALIZĒTĀS INTERNETA VIETNES. MATERIĀLU DIGITALIZĀCIJAS PROJEKTU VIŅI VĒRTĒ POZITĪVI, BET PIESARDZĪGI.*

---

"Ziņkārīgo atbalstītāju" intereses interneta vidē kopumā ir plašas. Visbiežāk šīs grupas respondenti ir meklējuši informāciju par laika prognozi (kas ir raksturīgs visiem pētījuma aplūkotajiem segmentiem), kam seko informācija par izklaides un atpūtas iespējām, kā arī par tūrismu un ceļošanu (par šo tēmu interneta vidē "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondenti ir interesējušies ievērojami biežāk, salīdzinot ar visiem regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā) (skat. 25. attēlu).

"Ziņkārīgo atbalstītāju" respondenti, salīdzinot ar visiem regulārajiem interneta lietotājiem kopumā, biežāk internetā meklējuši informāciju par tādām tēmām kā izglītība (48%), pasaules kultūras/ kultūras notikumi (46%), Latvijas vēsture (39%), pasaules vēsture (33%) un mājokļa labiekārtošana/ remontdarbi (44%).

## 25. attēls. "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmenta satura prioritātes kopumā un digitalizēto materiālu vidū

Q21. Par kādām tēmām Jūs visbiežāk meklējat/ lasāt informāciju internetā?



Bāze1: visi respondenti, n=1509  
Bāze2: respondenti ziņkārīgie atbalstītāji, n=477

Q3.1. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jūs esat izmantojis/-usi jebkad?



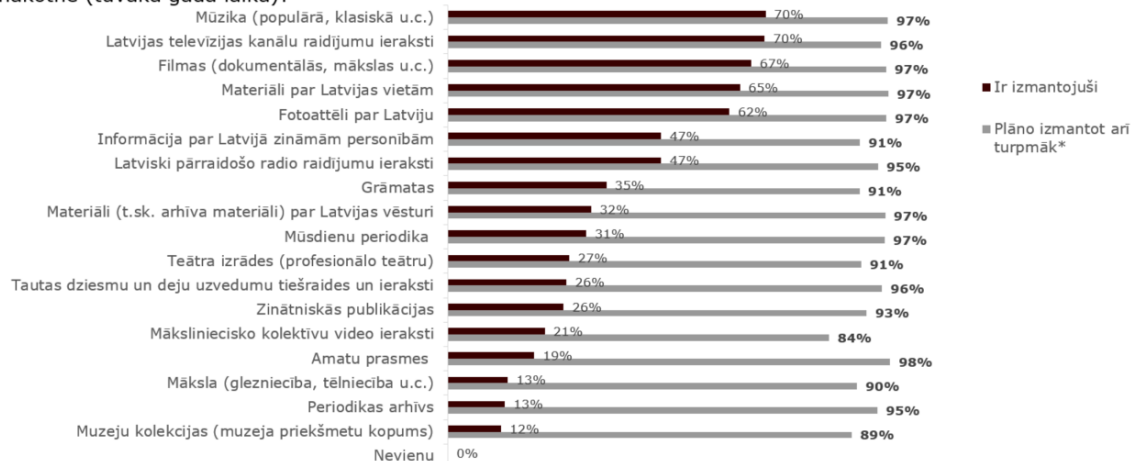
"Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentu visvairāk lietotais digitalizētais saturs ir Latvijā radīta mūzika (līdz šim ir izmantojuši 70% no "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentiem), Latvijas televīzijas kanālu raidījumu ieraksti (ir izmantojuši 70%) un filmas (67%). Visus šo digitalizēto materiālu veidus "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondenti skatījušies ievērojami vairāk nekā regulārie interneta lietotāji kopumā.

Bez šiem, iepriekš minētajiem digitalizētajiem materiāliem, vairāk nekā izlasē kopumā "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondenti (65%) ir izmantojuši arī tādus digitalizētos materiālus kā informācija par Latvijas vietām (galvenokārt Latvijas apceļošanas nolūkā), fotoattēlus par Latviju (62%), lasījuši informāciju par Latvijā zināmām personībām (47%), klausījušies Latvijas radio (LR1, LR2, Star FM, SWH u.c.) raidījumu ierakstus (47%), izmantojuši materiālus (t.sk. arhīva materiāli) par Latvijas vēsturi (32%) un skatījušies teātra izrādes (profesionālo teātru) digitālā formātā (27%). Arī nākotnē vairums no tiem respondentiem, kuri jau iepriekš ir izmantojuši kādu no digitalizēto materiālu veidiem, plāno tos izmantot tādā pašā apmērā (skat. 26. attēlu).



## 26. attēls. "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmentā izmantotie digitālizētā kultūras mantojuma materiāli un plāni tos izmantot nākotnē.

Q5. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jums būtu interese izmantot nākotnē (tuvākā gada laikā)?



\* % no tiem, kas jau iepriekš ir izmantojuši šos materiālus

Bāze1: respondenti ziņkārīgie atbalstītāji, n=477

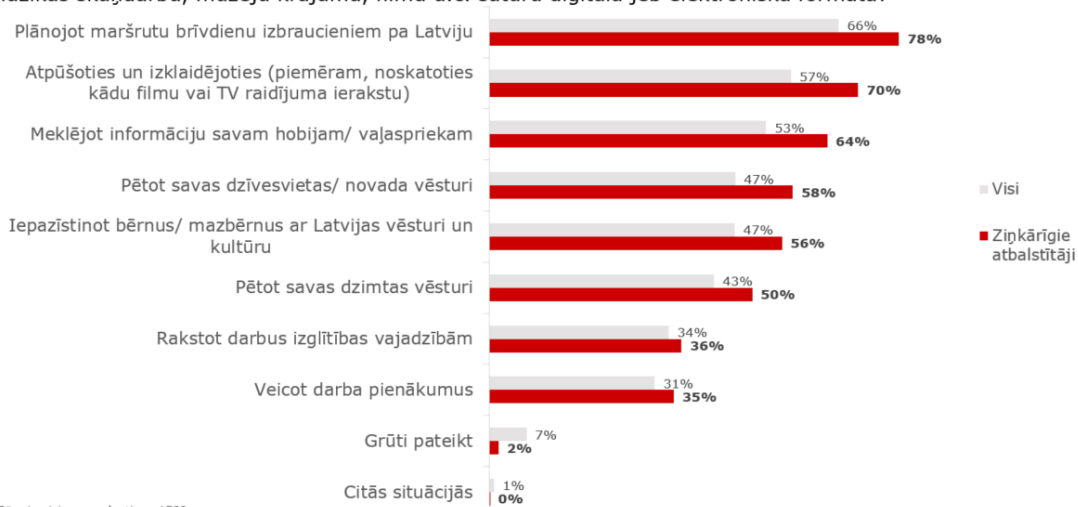
Bāze2: respondenti ziņkārīgie atbalstītāji, kas Q3.1. ir atzīmējuši, ka ir izmantojuši materiālus jebkad. Katrā kategorijā ir atšķirīgs skaits. n=<477

"Ziņkārīgo atbalstītāju" respondenti, līdzīgi kā "Dedzīgo vēstnešu" respondenti, saskata plašu iespēju pielietot digitalizētos materiālus izklaidēm, izbraucieniem pa Latviju, kā arī meklējot informāciju saviem vaļaspriekiem.

Salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā kopumā, "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondenti vairāk saskata iespēju pielietot digitalizētos materiālus par Latvijas kultūras mantojumu, izpētot savas dzīvesvietas/ novada vēsturi (58%), iepazīstinot bērnus/ mazbērnus ar Latvijas vēsturi un kultūru (56%), kā arī pētīt savas dzimtas vēsturi (50%) (skat. 27. attēlu).

## 27. attēls. Digitalizēto materiālu pielietojums "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmenta respondentu vidū

Q14. Kādās situācijās Jums personīgi noderētu iespēja lietot Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. saturu digitālā jeb elektroniskā formātā?



Bāze1: visi respondenti, n=1509

Bāze2: respondenti ziņkārīgie atbalstītāji, n=477

Liela daļa no "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentiem (83%) materiālus, kas satur Latvijas kultūras mantojumu digitalizētā formā, ir meklējuši specializētās vietnēs. Visvairāk izmantotās vietnes ir [filmas.lv](http://filmas.lv), [biblioteka.lv](http://biblioteka.lv) un [zudusilatvija.lv](http://zudusilatvija.lv). Visas trīs šīs interneta vietnes "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondenti līdz šim ir izmantojuši vairāk, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem kopumā.

Bez šīm vietnēm "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondenti, salīdzinoši vairāk nekā izlase kopumā, ir izmantojuši tādas vietnes kā [periodika.lv](http://periodika.lv) (28%), [kartes.lnb.lv](http://kartes.lnb.lv) (27%) un [arhivi.gov.lv](http://arhivi.gov.lv) (22%). Visbiežāk izmantoto speciālo interneta vietņu saraksts ir līdzīgs kā citiem segmentiem, tās ir [filmas.lv](http://filmas.lv), [periodika.lv](http://periodika.lv) un [zudusilatvija.lv](http://zudusilatvija.lv).

Arī "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentu vērtējums par Latvijas kultūras mantojuma materiālu digitalizācijas projektu kopumā ir pozitīvs, tomēr tas nav tik pārliecinošs kā "Dedzīgo vēstnešu" respondentiem – trešdaļa "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentu savu attieksmi pret projektu vērtē kā drīzāk pozitīvu.

Funkcionālo vajadzību aktualitāte "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentu vidū ir augsta – augstāka nekā regulāro interneta lietotāju vidū kopumā. Šajā segmentā, līdzīgi kā "Dedzīgo vēstnešu" segmentā, īpaši nozīmīgas ir tādas funkcionālās vajadzības kā iespēja izmantot digitalizētos materiālus bez maksas un piekļūt tiem no jebkuras vietas.

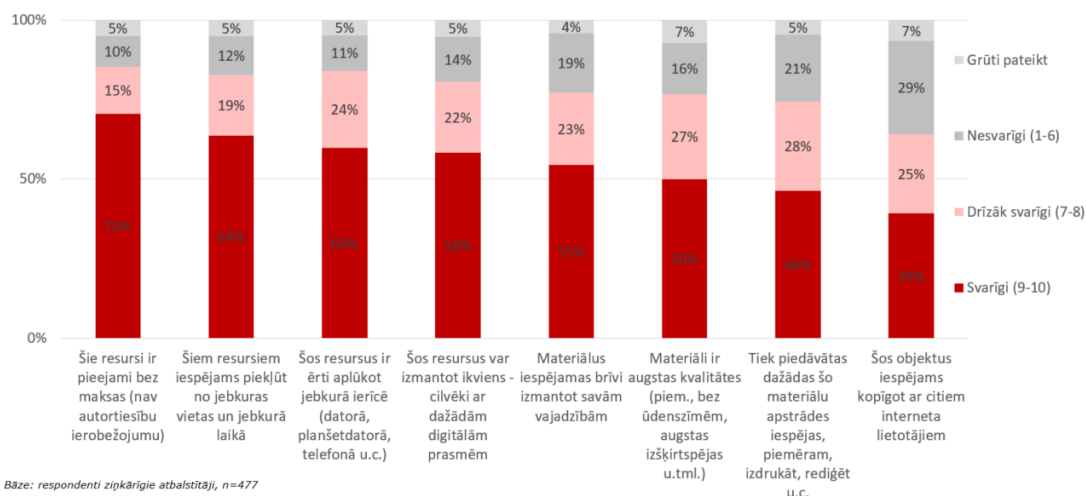
Puse no "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentiem būtu gatavi apmeklēt dažādas vietas/ iestādes ārpus mājas, lai meklētu informāciju par Latvijas kultūras mantojumu digitalizētā formātā (skat. 28. attēlu). Vairums (84%) no tiem būtu gatavi apmeklēt mākslas muzeju šādu materiālu aplūkošanai, 83% būtu gatavi apmeklēt Latvijas Nacionālo bibliotēku. Līdzīgi kā "Dedzīgo vēstnešu" respondenti arī "Ziņkārīgo atbalstītāju" pārstāvji mazāk būtu gatavi doties uz arhīviem, lai aplūkotu materiālus, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu digitālā formātā.

60% "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentiem ļoti svarīga ir iespēja šos resursus ērti aplūkot jebkurā ierīcē (datorā, planšetdatorā, telefonā u.c.). Vairums (73%) šī segmenta respondentu interneta pārlūkošanai šobrīd izmanto mobilos telefonus.

Salīdzinoši zemāka nozīmība no funkcionālajām vajadzībām "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentiem ir iespējai kopīgot objektus ar citiem interneta lietotājiem. Tomēr joprojām šī vajadzība ļoti nozīmīga ir 39% segmenta respondentu.

## 28. attēls. Funkcionālo vajadzību vērtējums “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmentā.

Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10.



Nākamajā nodaļā vairāk par “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondentu sociālajām vajadzībām digitalizētā Latvijas kultūras mantojuma materiālu izmantošanas jomā.

### “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmenta sociālās vajadzības

*“ZIŅKĀRĪGO ATBALSTĪTĀJU” RESPONDENTIEM IR NOZĪMĪGAS TĀS SOCIĀLĀS VAJADZĪBAS, KAS PAREDZ VALODAS UN TRADĪCIJU SAGLABĀŠANU DIGITALIZĒTĀ FORMĀ, KĀ ARĪ PIEDĀVĀ PLAŠU PIEEJU DIGITALIZĒTAM MATERIĀLAM. ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTI IR “PASĪVIE” SATURA IZMANTOTĀJI, KAS SALĪDZINOŠI MAZ SASKATA NOZĪMĪBU IESAISTES ASPEKTIEM – RETĀK BŪTU GATAVI PIEVIENOT UN IZPLATĪT DIGITALIZĒTO MATERIĀLU INTERNETA VIDĒ.*

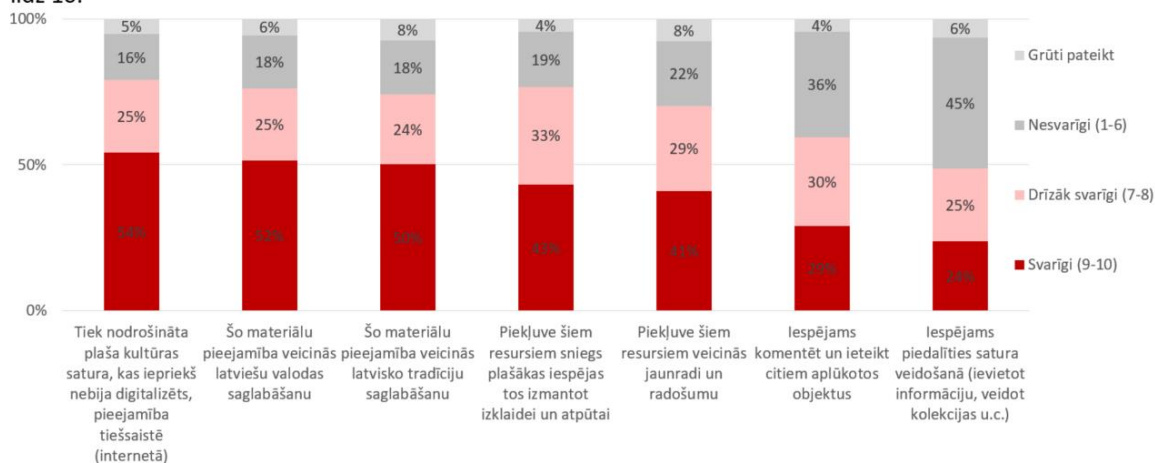
“Ziņkārīgo atbalstītāju” segmentā ir izteikti nozīmīgas trīs sociālās vajadzības – pieeja plašam iepriekš digitāli nepieejamam saturam, latviešu valodas un tradīciju saglabāšana. Šīs sociālās vajadzības ir ļoti nozīmīgas vismaz pusei segmenta respondentu.

Zemāks nozīmīgums ir tām sociālajām vajadzībām, kuras paredz respondentu personīgo iesaisti to īstenošanā, piemēram, iespējai komentēt un ieteikt materiālus citiem, kā arī iespējai piedalīties satura veidošanā. Šīs sociālās vajadzības ir ļoti nozīmīgas ceturtajai daļai “Ziņkārīgo atbalstītāju”

respondentu. Pārējo segmenta respondentu vērtējums liecina par vēlmi patērēt piedāvātos digitalizētos materiālus, neveicot personīgas aktivitātes to popularizēšanā un ieteikšanā citiem interneta lietotājiem (skat. 29. attēlu).

## 29. attēls. Sociālo vajadzību vērtējums "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmentā

Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10.



Bāze: respondenti ziņkārīgie atbalstītāji, n=477

Nākamajā nodaļā vairāk par "Ziņkārīgo atbalstītāju" emocionālajām vajadzībām.

### "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmenta emocionālās vajadzības

*"ZIŅKĀRĪGO ATBALSTĪTĀJU" RESPONDENTIEM NEPIECIEŠAMA BRĪVĪBA IZMANTOT DIGITALIZĒTOS MATERIĀLUS. SEGMENTA RESPONDENTIEM IR NEPIECIEŠAMĪBA PĒC NEIEROBEŽOTAS UN ĒRTAS MATERIĀLU LIETOŠANAS FUNKCIONALITĀTES.*

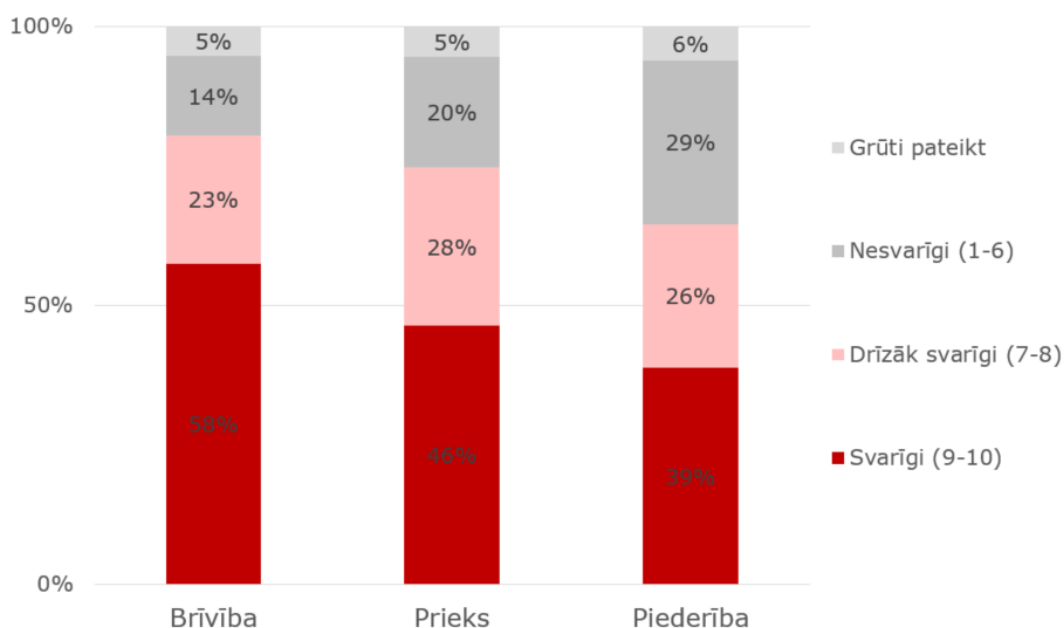
"Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentiem ļoti nozīmīga ir brīvība, izmantojot digitalizēto materiālu. Pārējie divi digitalizēto materiālu izmantošanas emocionālie aspekti ir ļoti nozīmīgi mazāk nekā pusei segmenta respondentu.

Emocionālās vajadzības pēc brīvības vērtējumu "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmentā nozīmīgi ietekmē funkcionālo vajadzību augstie novērtējumi – vēlme pēc iespējas izmantot materiālus jebkur, bez maksas un lietot tos dažādās ierīcēs "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondentiem ir prioritāri nozīmīgas vajadzības. Turpretī piederības kā emocionālās vajadzības salīdzinoši zemāko nozīmības vērtējumu

ietekmē vairāku sociālo vajadzību vērtējumi – īpaši “iesaistes” vajadzību zemākie vērtējumi (skat. 30. attēlu).

“Ziņkārīgo atbalstītāju” respondentiem ir raksturīgi internetā kopumā meklēt informāciju priekam un izklaidei, tas ietekmē arī digitalizētā materiāla emocionālo nozīmīgumu “prieka” dimensijā. Šis emocionālais aspekts “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmenta respondentiem ir nozīmīgs (nozīmīgāks nekā “Atturīgo praktiķu” un “Piesardzīgo vērotāju” pārstāvjiem) un svarīgāks par piederības izjūtu, ko sniedz šo materiālu izmantošana.

### 30. attēls. Emocionālo vajadzību vērtējums “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmentā.



Bāze: respondenti ziņkārīgie atbalstītāji, n=477

Turpmāk sekos “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondentu dzīvesveida raksturojumus, izmantojot tādas rādītājus kā interneta patēriņš un brīvā laika pavadīšanas ieradumi.

## “Ziņkārīgo atbalstītāju” dzīvesstila raksturojums

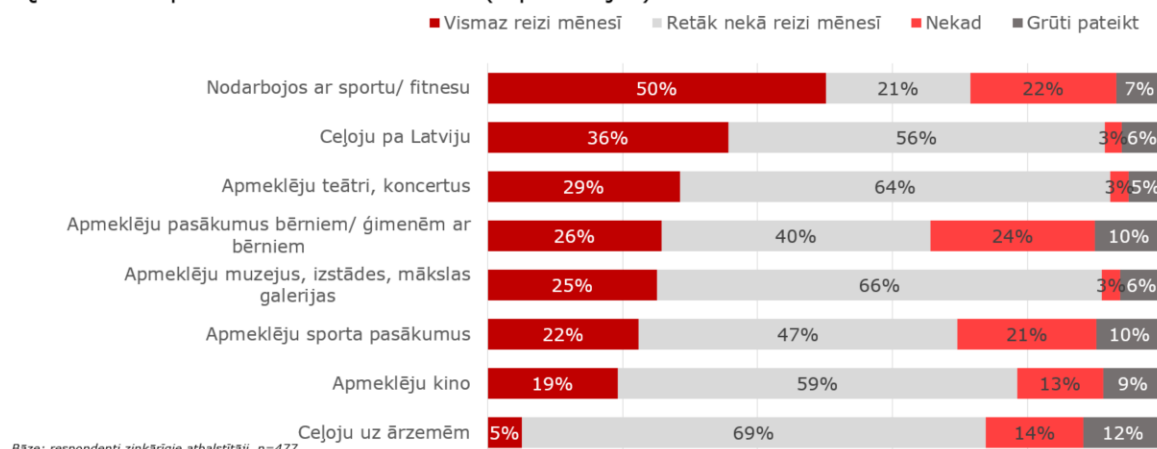
“ZIŅKĀRĪGO ATBALSTĪTĀJU” RESPONDENTU DZĪVESSTILS UN INTERNETA VIETŅU IZMANTOŠANAS IERADUMI LIELĀ MĒRĀ IR PIELĪDZINĀMI REGULĀRAJIEM INTERNETA LIETOTĀJIEM LATVIJĀ KOPUMĀ. SALĪDZINOT AR “DEDŽĪGO VĒSTNEŠU” RESPONDENTIEM, “ZIŅKĀRĪGO ATBALSTĪTĀJU” PĀRSTĀVJI VAIRĀK IR NODARBINĀTI ALGOTĀ DARBĀ UN BIEŽĀK IZVĒLAS KULTŪRAS BAUDĪŠANU MĀJAS APSTĀKĻOS, BIEŽĀK SKATOTIES TELEVĪZIJU UN LASOT LAIKRAKSTUS UN ŽURNĀLUS.

73% “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondenti ir algotā darbā nodarbināti cilvēki, kas ir salīdzinoši vairāk nekā “Dedzīgo vēstnešu” respondenti (67%). Salīdzinot ar “Dedzīgo vēstnešu” respondentiem, “Ziņkārīgo atbalstītāju” pārstāvji retāk bauda kultūras aktivitātes ārpus mājas. Šī segmenta kultūras pasākumu apmeklēšana ārpus mājas vairumā no piedāvātajām izklaides iespējām notiek līdzīgā apjomā, kā tas raksturīgs visiem regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā.

“Ziņkārīgo atbalstītāju” respondenti ārpus mājas vairāk nekā regulārie interneta lietotāji Latvijā kopumā ir apmeklējuši muzejus, izstādes, mākslas galerijas, kā arī lielāka segmenta pārstāvju daļa ir ceļojuši uz ārzemēm (skat. 31. attēlu).

### 31. attēls. “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmenta brīvā laika pavadīšanas ieradumi ārpus mājas

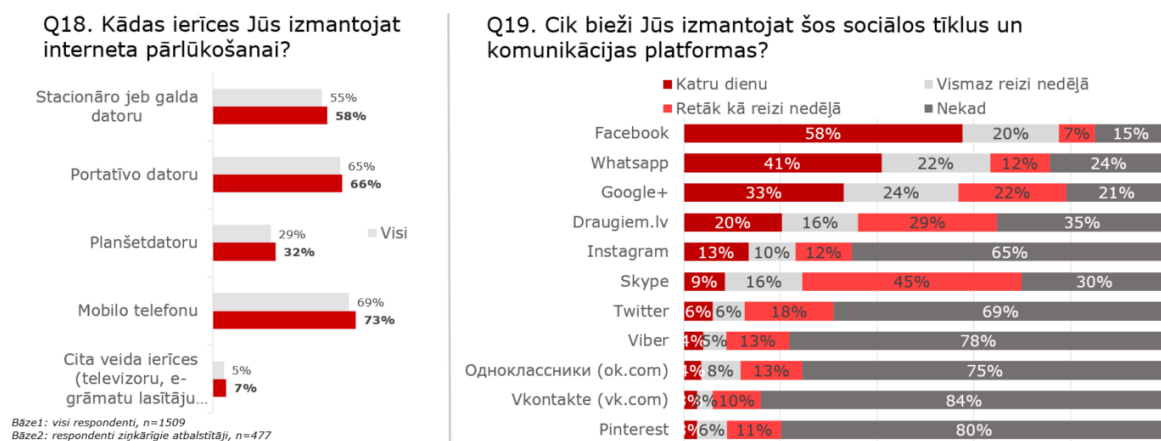
Q16. Kā Jūs pavadāt savu brīvo laiku? (ārpus mājas)



Mājās brīvajā laikā “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondenti salīdzinoši vairāk nekā regulārie interneta lietotāji Latvijā kopumā skatās televīziju un lasa laikrakstus un žurnālus. Vairāk nekā 80% “Ziņkārīgo atbalstītāju” lietotāju vismaz reizi nedēļā lieto internetu, klausās mūziku un radio. Puse “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondentu vismaz reizi nedēļā lasa grāmatas, kas gan ir zemāks rādītājs, salīdzinot ar “Dedzīgo vēstnešu” respondentiem, tomēr biežāk, kā to dara “Atturīgo praktiķu” un “Piesardzīgo vērotāju” respondenti.

95% “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondentu lieto internetu atpūtai un izklaidei katru dienu. Komunikācijas platformu un sociālo tīklu izmantošanas ieradumi “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondentu vidū ir līdzīgi kā visu regulāro interneta lietotāju ieradumi. Visbiežāk tiek lietots Facebook, kam seko Whatsapp un Google+. Retāk nekā izlasē vidēji “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondenti lieto Одноклассники (ok.com) sociālo tīklu (skat. 32. attēlu).

### 32. attēls. “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmenta interneta lietošanas ieradumi.

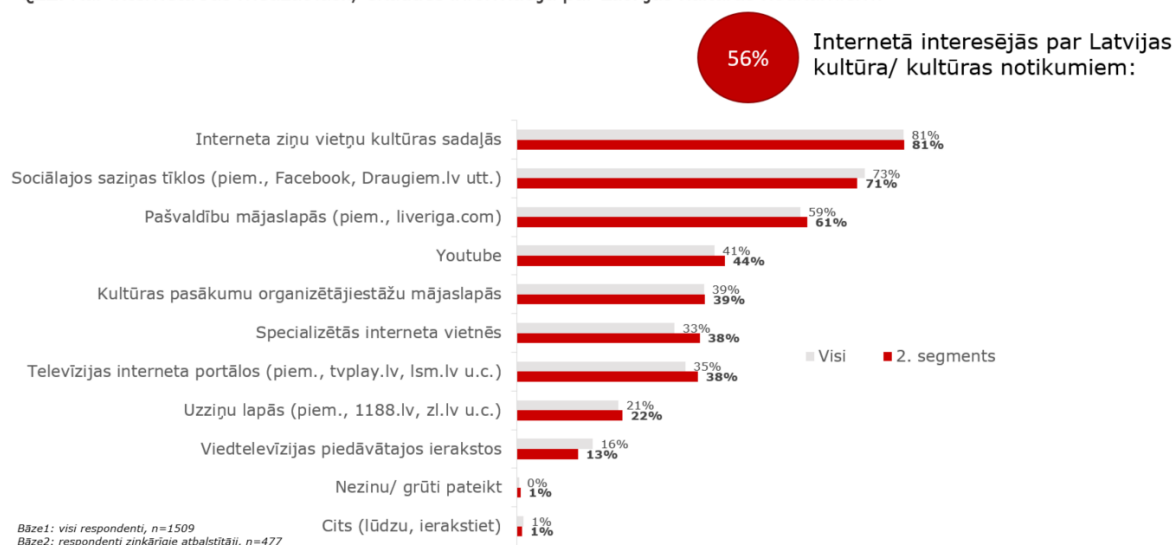


Par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem šajā segmentā informāciju interneta vidē ir meklējuši 56% respondentu. Šis rādītājs ir zemāks, salīdzinot ar “Dedzīgo vēstnešu” segmentu, tomēr joprojām augstāks nekā visā izlasē kopumā.

Galvenie informācijas avoti, kuros “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondenti meklē informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem, ir līdzīgi kā izlasē kopumā: Interneta ziņu vietņu kultūras sadaļās (81%) un Sociālajos saziņas tīklos (71%). “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondenti ievērojami biežāk nekā regulārie interneta lietotāji kopumā informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklē specializētās interneta vietnēs (piem., kulturaskarte.lv, biblioteka.lv, muzeji.lv, satori.lv, pilsēta24.lv u.c.) (38%) (skat. 33. attēlu).

### 33. attēls. Interneta vietnes, kurās informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklē "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmenta pārstāvji.

Q22. Kur internetā Jūs mēdzat lasīt/ skatīties informāciju par Latvijas kultūras notikumiem?



Nākamajā nodaļā tiks sniegtas rekomendācijas un ieteikumi turpmākajam darbam ar "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmentu.

#### Rekomendācijas darbam ar "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmentu

Kā norāda "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmenta nosaukums, šī segmenta respondenti ir pozitīvi noskaņoti Latvijas kultūras mantojuma digitālā formātā lietotāji un pauž atbalstu šim projektam. Viņus interesē daudzi dažāda veida materiāli par dažādām tēmām, galvenokārt izmantojot tos privātām vajadzībām.

Šī segmenta respondenti ir ar augstāko izglītību, un trešdaļa no tiem strādā kādā ar kultūru un zinātnei saistītā darba vietā. "Ziņkārīgo atbalstītāju" segments ir salīdzinoši liels, taču tā līdzība ar regulāro interneta lietotāju kopumā norāda uz to, ka pastāv potenciāls šo segmentu vēl vairāk paplašināt.

Šī segmenta respondenti novērtētu ērti lietojamu un izklaidējoši informatīvu saturu digitalizētā vidē. Segmenta respondenti ir gatavi plaši pielietot digitalizētos materiālus mājas vidē, izklaidei un atpūtai, taču šobrīd nav gatavi veltīt laiku un piedalīties satura veidošanā vai materiālu izplatīšanā interneta vidē.

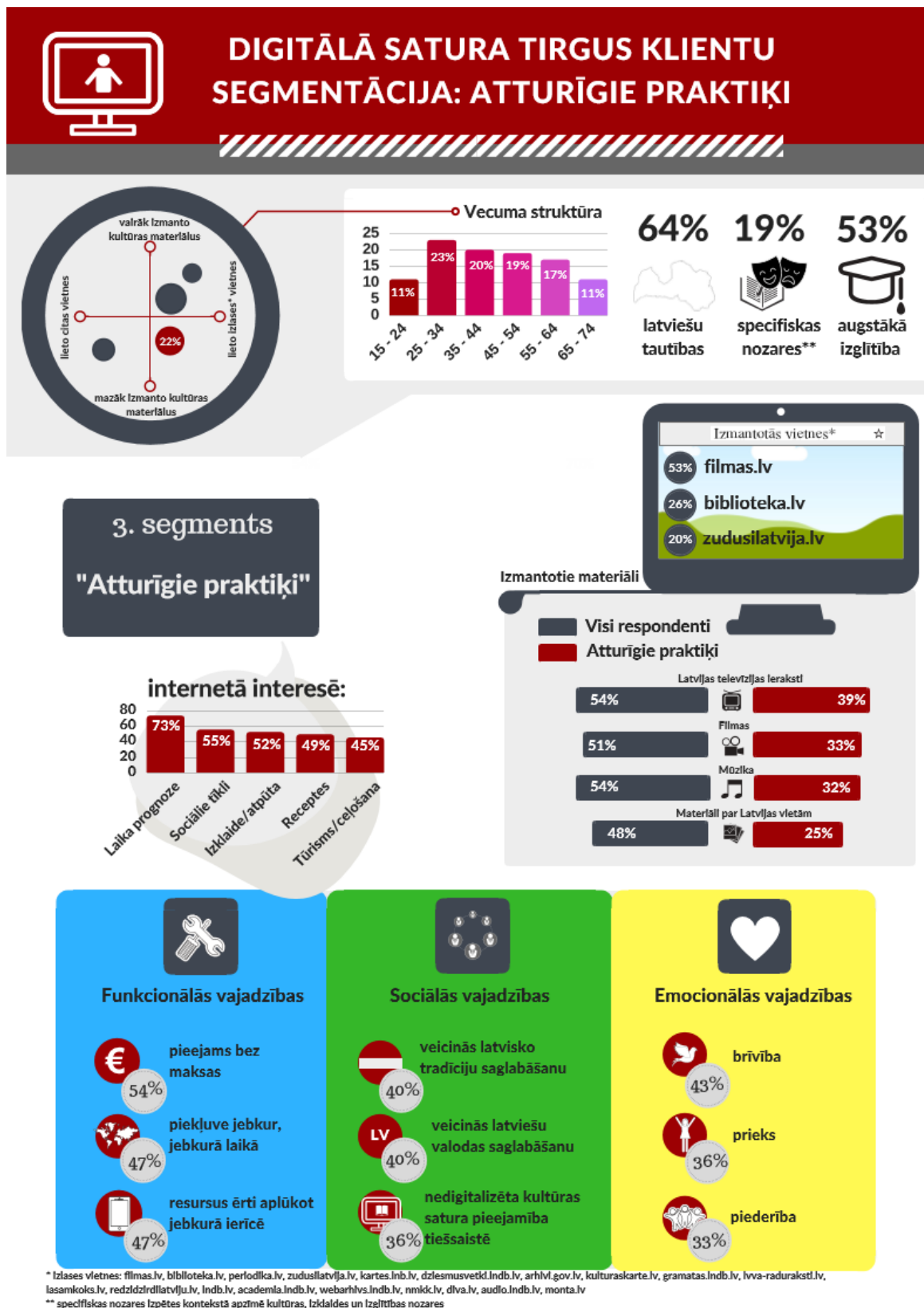
Rekomendācija: paplašināt šo ļoti aktīvo un pozitīvi noskaņoto segmentu, piedāvājot ērti izmantojamus un aizraujošus materiālus digitalizētā formātā.



### **3.3.3. “Atturīgo praktiķu” segmenta apraksts**

“Atturīgo praktiķu” segmenta respondenti līdz šim ir izmantojuši salīdzinoši mazu skaitu digitalizētos Latvijas kultūras mantojuma materiālus (līdz 5 veidiem), taču ir izmantojuši vismaz vienu specializēto interneta vietni, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu. Segmenta pārskats redzams 35. attēlā.

34. attēls. Tirgus klientu segments – "Atturīgie praktiķi".



## “Atturīgo praktiķu” segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums

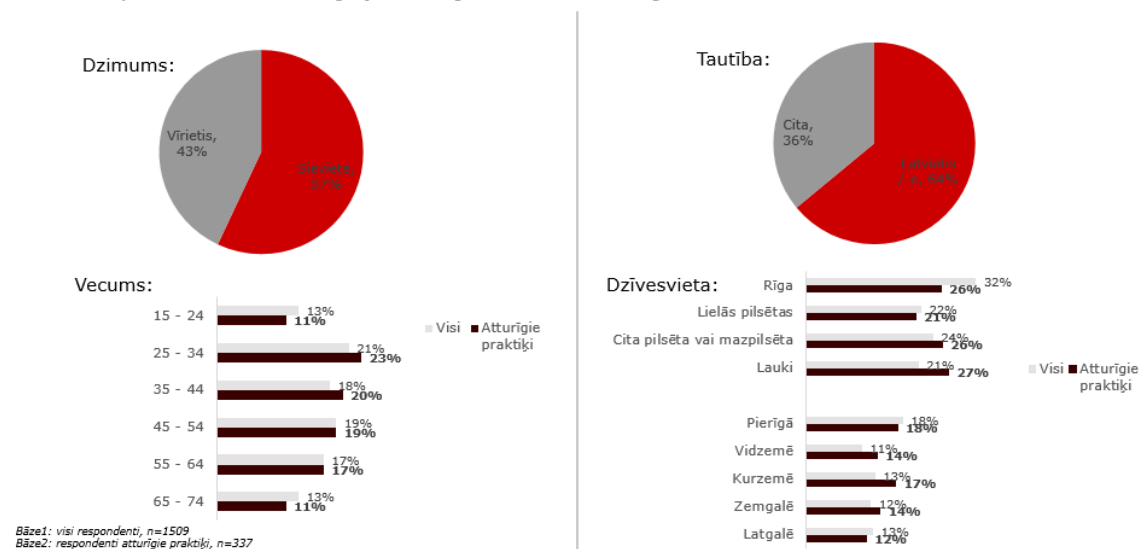
“ATTURĪGO PRAKTIĶU” RESPONDENTI VAIRĀK IR LAUKOS DZĪVOJOŠIE STRĀDNIKI AR VIDĒJIEM PERSONĪGAJIEM IKMĒNEŠA IENĀKUMIEM. ŠĪM SEGMENTAM RAKSTURĪGA VIDĒJĀ SPECIĀLĀ/ ARODIZGLĪTĪBA.

“Atturīgo praktiķu” respondenti vairāk ir laukos dzīvojošie regulārie interneta lietotāji. Salīdzinot ar citiem segmentiem, “Atturīgo praktiķu” segmentā vairāk ir respondenti no Kurzemes un Zemgales (skat. 35. attēlu).

Salīdzinot ar “Dedzīgo vēstnešu” un “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmentu, “Atturīgo praktiķu” respondenti vairāk ir ar vidējo speciālo/ arodizglītību, bet mazāk respondentu ar augstāko – maģistra izglītību. Izteikti vairāk, salīdzinot ar izlasi kopumā, “Piesardzīgo vērotāju” segmentā ir strādnieki ar vidējiem ikmēneša ienākumiem (personīgie ikmēneša ienākumi ir 500 līdz 700 EUR robežās). Salīdzinoši maz (19%) šajā segmentā ir specifiskās ar kultūras un izglītības nozari saistītās profesijās strādājošie.

### 35. attēls. “Atturīgo praktiķu” segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums

Izmanto salīdzinoši mazu skaitu materiālus (līdz 5 veidiem), taču ir izmantojuši vismaz vienu interneta vietni, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu



Nākamajā nodaļā vairāk par “Atturīgo praktiķu” respondentu interesēm un funkcionālajām vajadzībām.

## “Atturīgo praktiķu” segmenta funkcionālās vajadzības un satura prioritātes

“ATTURĪGO PRAKTIĶU” RESPONDENTI IR PIESARDZĪGĀKI DIGITALIZĒTĀ SATURA LIETOTĀJI, SALĪDZINOT AR IEPRIEKŠĒJIEM DIVIEM SEGMENTIEM. IECIENĪTAS ŠAJĀ SEGMENTĀ IR TV PĀRRAIDES UN FILMAS. BIEŽI FILMAS.LV SKATĪTĀJI. DIGITALIZĒTOS MATERIĀLUS IZMANTO CEĻOŠANAI UN CITĀM AR PROFESIONĀLO DARBĪBU NESAISTĪTĀJĀM JOMĀM. PRIMĀRI SVARĪGA IR IESPĒJA MATERIĀLUS IZMANTOT BEZ MAKSAS. DRĪZĀK POZITĪVS DIGITALIZĀCIJAS PROJEKTA VĒRTĒJUMS.

Salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā kopumā, “Atturīgo praktiķu” pārstāvju intereses internetā vairumā gadījumu ir līdzīgas.

Vairums “Atturīgo praktiķu” intereses interneta vidē ir saistītas ar laika prognozi, sociālo tīklu apmeklēšanu un izklaide/ atpūtu (skat. 36. attēlu). Retāk nekā regulārie interneta lietotāji kopumā šī segmenta respondenti interesējas par tādām tēmām kā izklaide/ atpūtas iespējas (52%), tūrisms/ ceļošana (45%), Latvijas kultūra/ kultūras notikumi (36%), Latvijas vēsture (22%), pasaules kultūras/ kultūras notikumi (20%), izglītība (19%) un pasaules vēsture (18%).

### 36. attēls. “Atturīgo praktiķu” segmenta satura prioritātes kopumā un digitalizēto materiālu vidū.



Q3.1. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jūs esat izmantojis/-usi jebkad?



“Atturīgo praktiķu” un “Piesardzīgo vērotāju” respondenti no pārējo divu segmentu pārstāvjiem atšķiras ar to, ka viņi mazāk izmanto dažādus digitalizēto materiālu veidus. Līdz ar to šī segmenta respondenti vairums no digitalizēto materiālu veidiem ir izmantots retāk, salīdzinot ar izlasi kopumā.

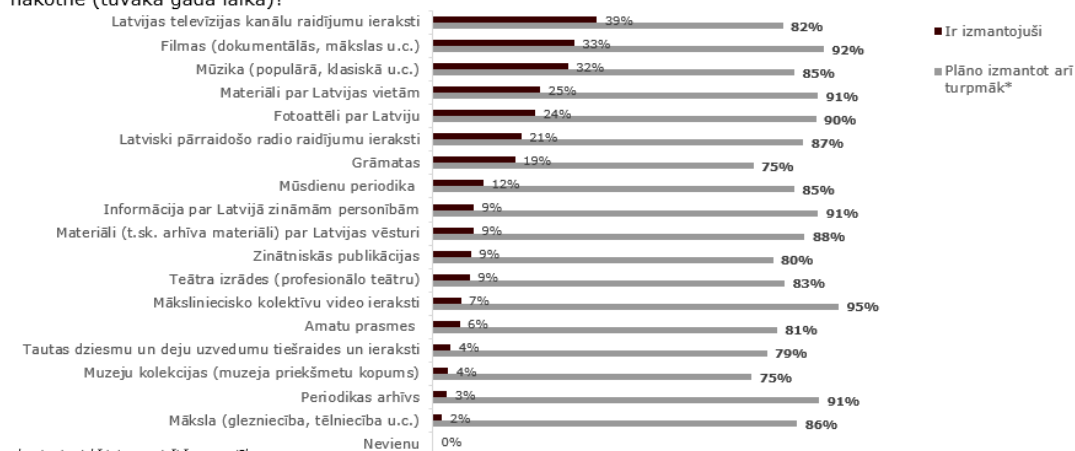
Visvairāk “Atturīgo praktiķu” respondentu ir digitālā formātā skatījušies Latvijas televīzijas kanālu (LV1, LTV7, LNT, TV3 u.c.) raidījumu ierakstus (39%), filmas (dokumentālās, mākslas u.c.) (33%) un mūzika (populārā, klasiskā u.c.) (32%).

“Atturīgo praktiķu” respondentu vidū vairāk ir tādu, kuri ir izmantojuši kādu no digitalizēto materiālu veidiem, taču nākotnē vairs neplāno tos izmantot. Piemēram, grāmatas digitālā formātā nākotnē plāno lasīt 75% no tiem, kas iepriekš to ir darījuši, līdzīgi arī muzeju kolekcijas nākotnē vairs neplāno digitālā formātā aplūkot 25% no tiem, kas to ir darījuši iepriekš.

Turpretī amatu prasmes, filmas un periodikas arhīvu arī nākotnē digitālā formātā plāno izmantot vairums no tiem “Atturīgo praktiķu” respondentiem, kas to jau ir darījuši iepriekš (skat. 37. attēlu).

### 37. attēls. “Atturīgo praktiķu” segmentā izmantotie digitālais kultūras mantojuma materiāli un plāni tos izmantot nākotnē.

Q5. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jums būtu interese izmantot nākotnē (tuvākā gada laikā)?



\* % no tiem, kas jau iepriekš ir izmantojuši šos materiālus

Bāze1: respondenti atturīgie praktiķi, n=337

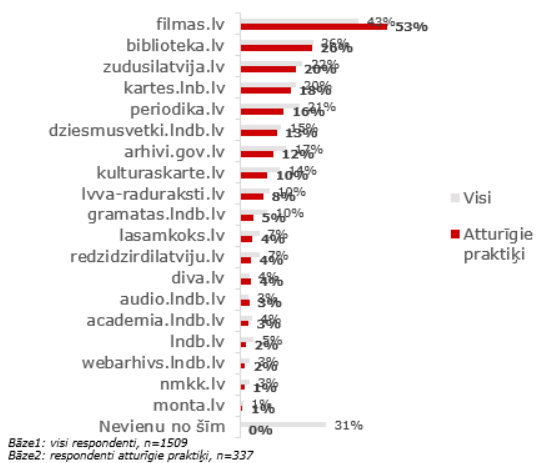
Bāze2: respondenti atturīgie praktiķi, kas Q3.1. ir atzīmējuši, ka ir izmantojuši materiālus jebkad. Katrā kategorijā ir atšķirīgs skaits, n=<337

“Atturīgo praktiķu” respondenti visi ir izmantojuši vismaz vienu no specializētajām interneta vietnēm, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu. Vairāk nekā puse (53%) no šī segmenta respondentiem ir apmeklējuši interneta vietni [filmas.lv](http://filmas.lv), kas ir salīdzinoši vairāk nekā šo vietni izmanto regulārie interneta lietotāji kopumā (skat. 38. attēls).

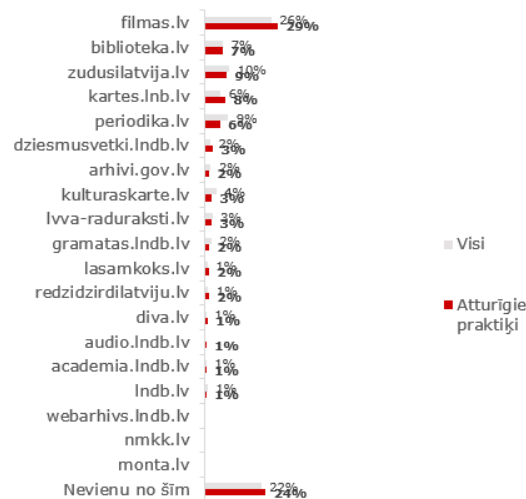
Mazāks skaits, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem kopumā, “Atturīgo praktiķu” pārstāvju ir izmantojuši tādas specializētās vietnes kā [kulturaskarte.lv](http://kulturaskarte.lv) (10%), [gramatas.lndb.lv](http://gramatas.lndb.lv) (5%), [periodika.lv](http://periodika.lv) (16%) un [arhivi.gov.lv](http://arhivi.gov.lv) (12%).

–38. attēls. “Atturīgo praktiķu” segmenta izmantotās specializētas interneta vietnes.

Q9. Kuras no šīm interneta vietnēm, kuras satur informāciju par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., Jūs esat apmeklējis/-usi / skatījis/-usies iepriekš?



Q10. Kuru vienu no šīm interneta vietnēm Jūs apmeklējat visbiežāk?



“Atturīgo praktiķu” respondentu attieksme, līdzīgi kā regulāro interneta lietotājiem kopumā pret kultūras mantojuma digitalizācijas projektu, ir pozitīva. Tomēr “Atturīgo praktiķu” respondentu vidū mazāk ir pārliecinošs projekta pozitīvais vērtējums, bet izteikti vairāk “drīzāk pozitīvs” vērtējums.

Arī digitalizēto Latvijas kultūras mantojuma materiālu pielietojuma iespējas “Atturīgo praktiķu” respondentu skatījumā nav tik plašas kā “Dedzīgo vēstnešu” un “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondentu skatījumā.

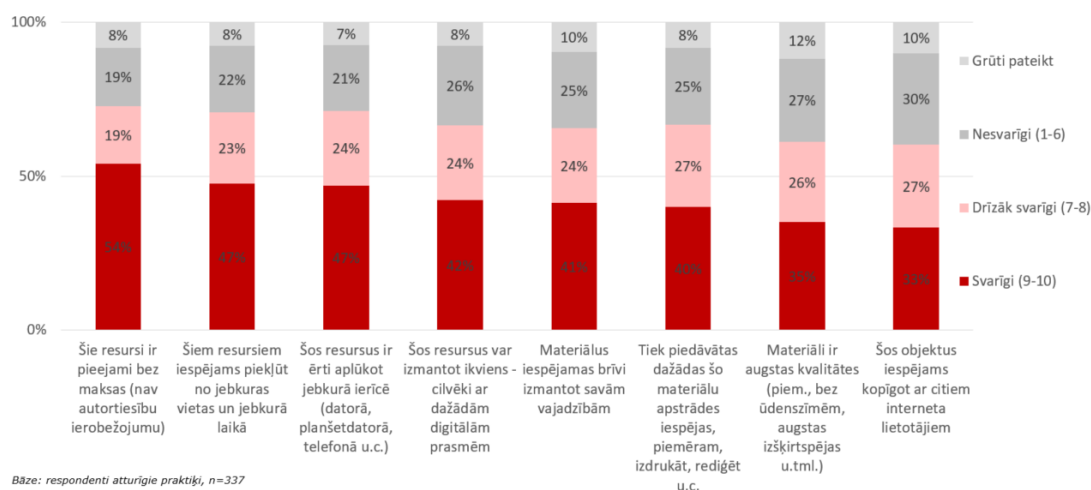
Puse no “Atturīgo praktiķu” respondentiem digitalizētos materiālus izmantotu, plānojot maršrutu brīvdienu izbraucieniem pa Latviju (vismaz reizi mēnesī izbraucienos pa Latviju dodas trešdaļa “Atturīgo praktiķu” respondentu). Nākamās biežāk minētās situācijas, kurās “Atturīgo praktiķu” respondenti izmantotu digitalizētos materiālus, ir izklaidei un atpūtai (45%), meklējot informāciju saviem hobijiem un vaļaspriekiem (41%), kā arī iepazīstinot bērnus/ mazbērnus ar Latvijas kultūru (41%).

Profesionālajām vajadzībām šos materiālus varētu izmantot 28% “Atturīgo praktiķu” respondentu, kas ir mazāk nekā “Dedzīgo vēstnešu” un “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondenti .

Salīdzinot ar iepriekš aplūkotajiem segmentiem, “Atturīgo praktiķu” respondentiem funkcionālo vajadzību nozīmība kopumā ir zemāka. Vairāk nekā pusei ļoti svarīga ir iespēja aplūkot digitalizētos materiālus bez maksas (skat. 39. attēlā).

### 39. attēls. Funkcionālo vajadzību vērtējums "Atturīgo praktiķu" segmentā.

Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10.



Tādas funkcionālās vajadzības kā iespēja piekļūt digitalizētajiem resursiem no jebkuras vietas un ērti aplūkot materiālus jebkurā ierīcē ir vienlīdz nozīmīgas "Atturīgo praktiķu" respondentiem, tomēr tās nav tik svarīgas kā "Dedzīgo vēstnešu" un "Ziņkārīgo atbalstītāju" segmenta pārstāvjiem.

"Atturīgo praktiķu" pārstāvju vidū ir ievērojami mazāk tādu, kuri būtu gatavi izmantot digitalizētos materiālus ārpus mājas (36%). Pārsvarā šīs grupas respondenti būtu gatavi apmeklēt mākslas muzejus, lai izmantotu digitalizētos materiālus uz vietas.

47% no segmenta respondentiem ir ļoti svarīga iespēja aplūkot digitalizētos materiālus jebkurā ierīcē. Visvairāk "Atturīgo praktiķu" respondentu internetu aplūko mobilajā telefonā (64%), tas gan ir mazāk, salīdzinot ar visiem regulārajiem interneta lietotājiem. "Atturīgo praktiķu" respondenti arī ievērojami retāk izmanto stacionāro datoru interneta pārlūkošanai (46%).

Nākamajā nodaļā vairāk par "Atturīgo praktiķu" respondentu sociālajām vajadzībām digitalizētā Latvijas kultūras mantojuma izmantošanas jomā.

## “Atturīgo praktiķu” segmenta sociālās vajadzības

---

*“ATTURĪGO PRAKTIĶU” RESPONDENTU SOCIĀLO VAJADZĪBU VĒRTĒJUMS IR LĪDZĪGS REGULĀRO INTERNETA LIETOTĀJU SOCIĀLO VAJADZĪBU VĒRTĒJUMAM KOPUMĀ. IR ATSEVIŠĶU DIGITĀLO MATERIĀLU VEIDU PATĒRĒTĀJI, KAM NAV RAKSTURĪGA VĒLME PĒC IESPĒJAS PAPLAŠINĀT DIGITALIZĒTĀ FORMĀTĀ PIEEJAMO MATERIĀLU KLĀSTU.*

---

“Atturīgo praktiķu” respondentiem sociālās vajadzības kultūras mantojuma digitalizētā formātā izmantošanai nav tik nozīmīgas kā satura izmantošanas funkcionālās vajadzības. 40% šī segmenta respondentiem ir ļoti svarīgs valodas un tradīciju saglabāšanas aspekts, ko sniedz Latvijas kultūras mantojuma digitalizācijas projekts (skat. 40. attēlu).

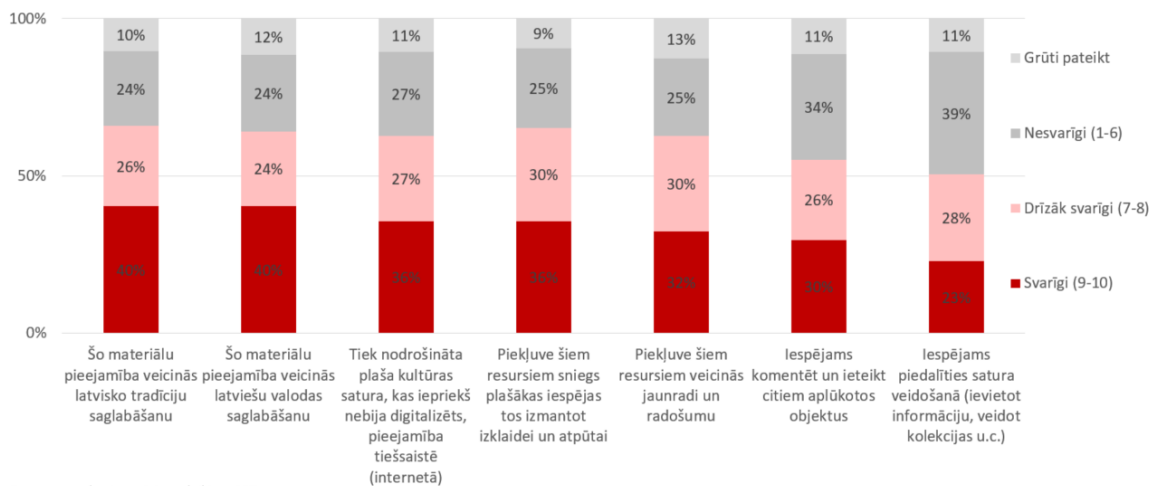
Kā trešo nozīmīgāko sociālo vajadzību “Atturīgie praktiķi” min iespēja nodrošināt plaša kultūras satura, kas iepriekš nebija digitāli pieejams, pieejamību tiešsaistē. Lai gan šis aspekts ir ļoti svarīgs 36% “Atturīgo praktiķu” pārstāvju, tomēr kopumā tas ir mazāk nozīmīgs, salīdzinot ar regulāro interneta lietotāju grupu Latvijā.

Līdzīgi kā regulāro interneta lietotāju grupā Latvijā kopumā, arī “Atturīgo praktiķu” respondentiem mazāka nozīmība ir sociālajām vajadzībām, kas saistītas ar aktīvu dalīšanos ar digitalizēto saturu un personīgo iesaisti satura veidošanā. Ņemot vērā to digitalizēto saturu, kuru līdz šim vairāk ir izmantojuši “Atturīgo praktiķu” respondenti (televīzijas raidījumi, filmas), iespējams, ka respondenti nevar šobrīd iedomāties, kāda varētu būt viņu darbība Latvijas kultūras mantojuma digitālā satura papildināšanai.



#### 40. attēls. Sociālo vajadzību vērtējums "Atturīgo praktiķu" segmentā.

Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10.



Bāze: respondenti atturīgie praktiķi, n=337

Nākamajā nodaļā vairāk par "Atturīgo praktiķu" respondentu emocionālajām vajadzībām, lietojot Latvijas kultūras mantojuma digitalizēto saturu

#### "Atturīgo praktiķu" segmenta emocionālās vajadzības

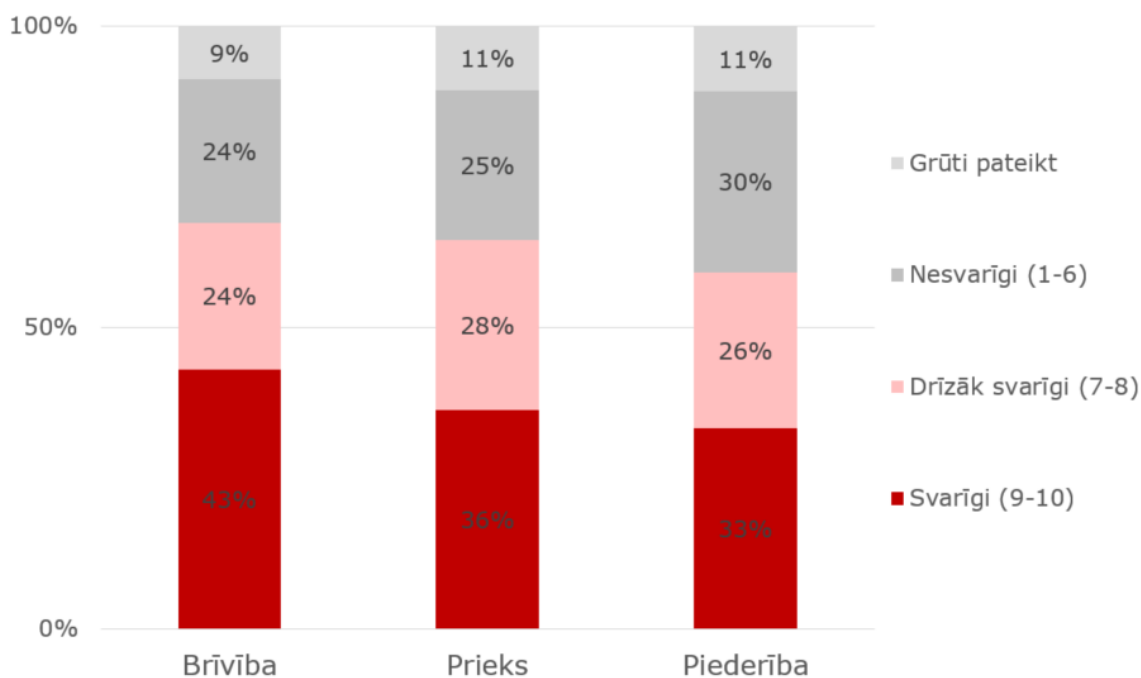
*"ATTURĪGO PRAKTIĶU" RESPONDENTU EMOCIONĀLO VAJADZĪBU NOZĪMĪBA IR ZEMĀKA, SALĪDZINOT AR IEPRIEKŠ APLŪKOTAJIEM SEGMENTIEM. NOZĪMĪGA IETEKME UZ EMOCIONĀLO VAJADZĪBU VĒRTĒJUMU IR IZMANTOTO DIGITALIZĒTO MATERIĀLU APJOMAM.*

"Atturīgo praktiķu" respondentu emocionālās vajadzības līdzīgi kā sociālās vajadzības ir ar zemāku aktualitāti kā funkcionālās vajadzības.

Brīvība, izmantojot digitalizēto Latvijas kultūras mantojumu, ir ļoti nozīmīga mazāk nekā pusei "Atturīgo praktiķu" respondentu (43%). (skat. 41. attēlā). Šis rādītājs ir ievērojami zemāks, salīdzinot ar abiem iepriekš aplūkotajiem segmentiem. Zemāka nozīmība "Atturīgo praktiķu" respondentu vērtējumā ir arī abām pārējām emocionālajām vajadzībām – priekam un piederības izjūtai, tomēr šo divu aspektu vērtējuma atšķirība, salīdzinot ar "Dedzīgo vēstnešu" un "Ziņkārīgo atbalstītāju" vērtējumiem, nav tik izteikti zema.

“Atturīgo praktiķu” respondenti līdz šim ir izmantojuši mazāku skaitu materiālus, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu digitālā formā. Zināšanas par pieejamo materiālu klāstu varētu ietekmēt segmenta respondentu viedokli par to, cik lielā mērā materiālu izmantošana var sniegt emocionālu gandarījumu. Lai segmenta respondenti izprastu un augstāk novērtētu kultūras mantojuma emocionālo nozīmību, būtu jāveicina nākotnē dažādu veidu materiālu izmantošana .

#### 41. attēls. Emocionālo vajadzību vērtējums “Atturīgo praktiķu” segmentā.



Bāze: respondenti atturīgie praktiķi, n=337

Turpmākajā nodaļā apraksts par “Atturīgo praktiķu” dzīvesstila raksturojošiem rādītājiem.

## “Atturīgo praktiķu” dzīvesstila raksturojums

---

*“ATTURĪGO PRAKTIĶU” RESPONDENTI VAIRĀK NEKĀ IEPRIEKŠĒJO DIVU SEGMENTU PĀRSTĀVJI IZKLAIDES UN ATPŪTAS IESPĒJAS MEKLĒ MĀJAS VIDĒ. ĀRPUS MĀJAS BAUDĪT KULTŪRAS PASĀKUMUS VEICINA BĒRNI/ MAZBĒRNI, KĀ ARĪ IESPĒJA PACEĻOT PA LATVIJU. BIEŽI SKATĀS TELEVĪZIJU, RETĀK KLAUSĀS RADIO. MĀJĀS LAIKU BIEŽĀK AIZŅEM RŪPES PAR DĀRZU, MĀJĀS LABIEKĀRTOŠANU, MĀJDZĪVNIĒKU APRŪPE. VAIRĀK IR DRAUGIEM.LV LIETOTĀJI.*

---

69% “Atturīgo praktiķu” respondenti ir nodarbinātie. Salīdzinoši retāk nekā “Dedzīgo vēstnešu” un “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondenti “Atturīgo praktiķu” pārstāvji brīvajā laikā apmeklē dažādas aktivitātes ārpus mājas. Izņēmums ir pasākumu ar bērniem/ ģimenēm apmeklēšana, kurus vismaz reizi mēnesī apmeklē 31% “Atturīgo praktiķu” respondentu (līdzīgs skaits šos pasākumus apmeklēja arī “Dedzīgo vēstnešu” respondenti).

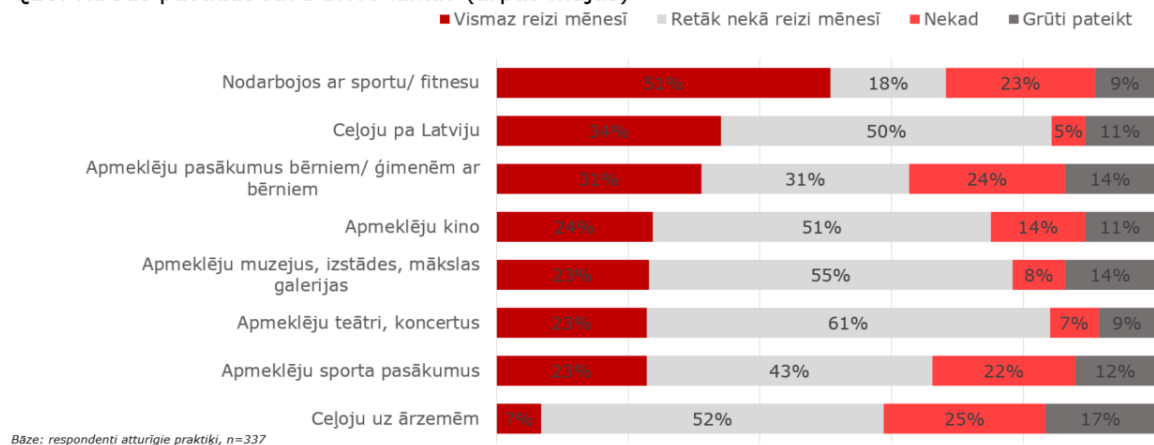
Trešdaļa šī segmenta respondentu ik mēnesi ceļo pa Latviju (kas ir līdzīgs rādītājs, salīdzinot ar “Ziņkārīgo atbalstītāju” respondentiem). Retāk “Atturīgo praktiķu” pārstāvji ir ceļojuši uz ārvalstīm (25% to nav darījuši nekad).

Mājas vidē vairums no “Atturīgo praktiķu” respondentiem lieto internetu izklaidei un atpūtai, kā arī klausās mūziku un skatās televīziju. Retāk nekā citu segmentu pārstāvji “Atturīgo praktiķu” respondenti mājās klausās radio.

Salīdzinot ar citiem pētījumā aplūkotajiem Latvijas iedzīvotāju segmentiem, “Atturīgo praktiķu” pārstāvji brīvajā laikā vairāk nodarbojas ar mājas labiekārtošanu, regulāri nodarbojas ar dārzkopību un pavada laiku ar mājdzīvniekiem (skat. 42. attēlu).

## 42. attēls. "Atturīgo praktiķu" segmenta brīvā laika pavadīšanas ieradumi mājās.

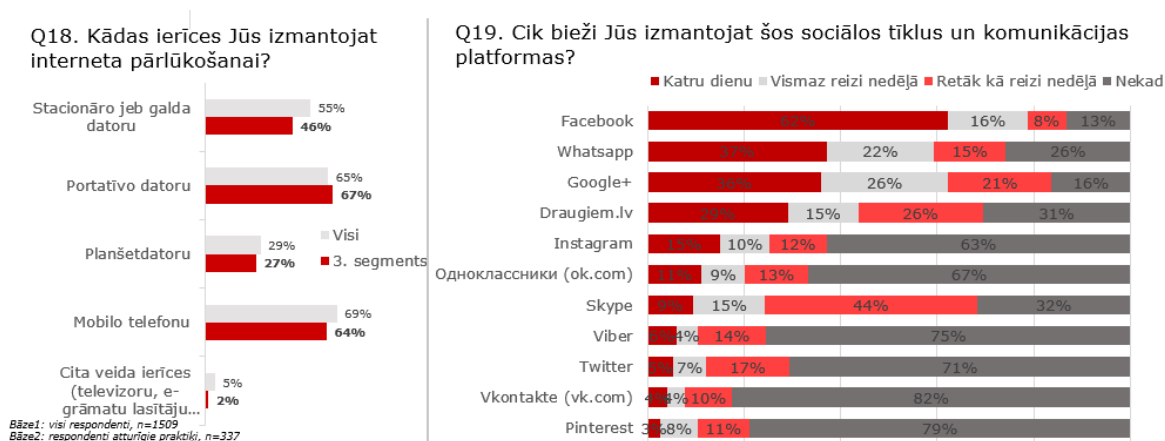
Q16. Kā Jūs pavadāt savu brīvo laiku? (ārpus mājas)



Līdzīgi kā "Dedzīgo vēstnešu" un "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondenti arī "Atturīgo praktiķu" segmentā 95% no respondentiem lieto internetu katru dienu. Mazāk, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā, "Atturīgo praktiķu" pārstāvji interneta pārlūkošanai izmanto mobilo telefonu un stacionāro jeb galda datoru.

Vairāk nekā puse (62%) no "Atturīgo praktiķu" respondentiem katru dienu lieto Facebook. Šajā segmentā ir vairāk draugiem.lv regulāro lietotāju (29% šo mājaslapu skatās katru dienu). Salīdzinot ar izlasi kopumā, vairāk ir Google+ lietotāju (36% lieto katru dienu) (skat. 43. attēlu).

## 43. attēls. "Atturīgo praktiķu" segmenta interneta lietošanas ieradumi

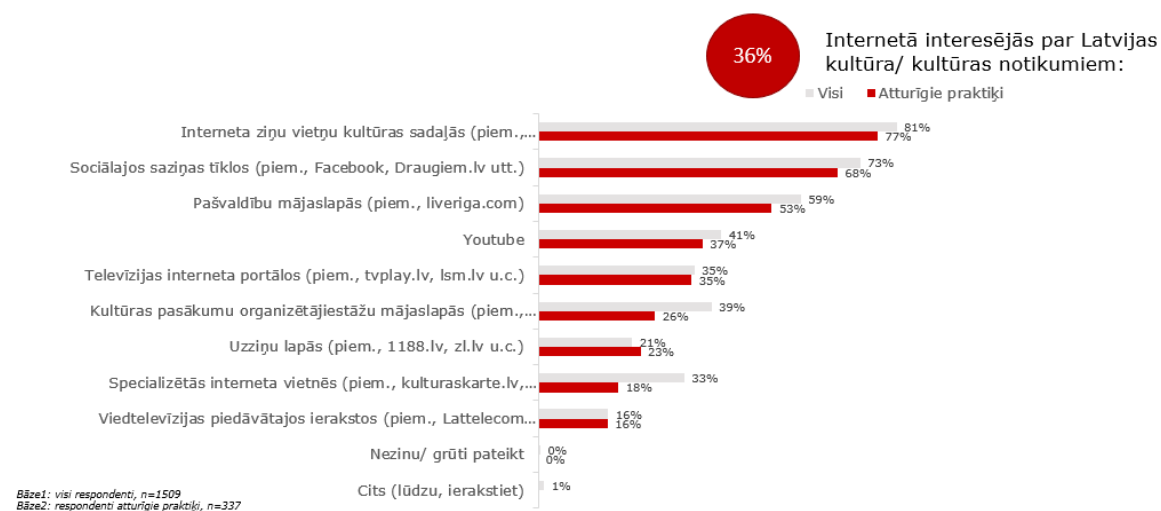


Latvijas kultūra un kultūras notikumi interesētu 36% segmenta respondentu. Informāciju par to visbiežāk meklētu interneta ziņu vietņu kultūras sadaļās (77%). Šādas informācijas ieguvei izmantotu arī sociālos saziņas tīklus (68%) un pašvaldību mājaslapas (53%), tomēr pēdējie divi informācijas avoti "Atturīgo praktiķu" segmentā tiek izmantoti salīdzinoši retāk nekā to dara regulārie interneta lietotāji Latvijā kopumā (skat. 44. attēls). Īpaši reti, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā, kuri interesējas par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem, "Atturīgo praktiķu" respondenti šāda veida

informācijas iegūšanai izmanto tādus informācijas avotus kā kultūras pasākumu organizētājiestāžu mājaslapas un specializētās interneta vietnes (piem., kulturaskarte.lv, biblioteka.lv, muzeji.lv, satori.lv, pilsēta24.lv u.c.).

Ņemot vērā to, ka visi šī segmenta respondenti ir izmantojuši vismaz vienu specializēto interneta vietni, var secināt, ka respondenti neuztver šīs vietnes kā aktuālās informācijas par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem glabātājas.

#### 44. attēls. Interneta vietnes, kurās informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklē "Atturīgo praktiķu" segmenta pārstāvji.



Nākamajā nodaļā ieteikumi un rekomendācijas turpmākai sadarbībai ar "Atturīgo praktiķu" respondentiem.

## Rekomendācijas darbam ar "Atturīgo praktiķu" segmentu

---

"ATTURĪGIE PRAKTIĶI" ŠOBRĪD IR LIETOJUŠI SAMĒRĀ MAZ DIGITALIZĒTO MATERIĀLU VEIDUS. VIŅU INTERESES VAIRĀK IR "PRAKTISKAS" – MEKLĒT PRAKTISKI NODERĪGU INFORMĀCIJU. ŠĪ SEGMENTA NODARBOŠANĀS BIEŽĀK SAISTĪTA AR FIZISKA DARBA VEIKŠANU, ARĪ BRĪVAJĀ LAIKĀ VIŅI VAIRĀK IZVĒLAS "PRAKTISKUS" HOBIJUS – RŪPES PAR DĀRZU, MĀJAS LABIEKĀRTOŠANU, MĀJDZĪVNIĒKU APRŪPE. ŠAJĀ SEGMENTĀ VAIRĀK IR FILMAS.LV FANU. VAJADZĪBAS DIGITALIZĒTĀ KULTŪRAS MANTOJUMA IZMANTOŠANAI IR IZTEIKTI FUNKCIONĀLAS – BEZMAKSAS SATURS, ĒRTĪBA. ŠIS IR SEGMENTS, KURA PĀRSTĀVJI ŠOBRĪD NAV PILNĪBĀ PĀRLIECINĀTI AR MATERIĀLU DIGITALIZĀCIJAS PROJEKTA POZITĪVO IETEKMI. VIŅUS VĒL IR JĀPĀRLIECINA PAR ĒRTĪBĀM, KO PIEDĀVĀ DAŽĀDA VEIDA DIGITALIZĒTO MATERIĀLU LIETOŠANA (ŠOBRĪD LIETO SAMĒRĀ ŠAURU DIGITALIZĒTO MATERIĀLU LOKU) UN TO LIETDERĪBU VIŅU PERSONĪGAJĀ DZĪVĒ. REKOMENDĀCIJA KOMUNIKĀCIJAI AR ŠO SEGMENTU – RUNĀT ĻOTI SAPROTAMĀ, VIENKĀRŠĀ VALODĀ, UZSVEROT FUNKCIONĀLĀS MATERIĀLU IZMANTOŠANAS PRIEKŠROCĪBAS UN PARĀDOT, CIK PLAŠAS IR MATERIĀLU TĒMAS UN IESPĒJAS. SVARĪGI BŪTU MAINĪT "ATTURĪGO" POZĪCIJU, ŅEMTO VĒRĀ TO, KA ŠO SEGMENTU, VISTICAMĀK, INTERESĒS "PRAKTISKAS" LIETAS, MAZĀK ZINĀTNISKI IZGLĪTOJOŠI MATERIĀLI.

---

### 3.3.4. “Piesardzīgo vērotāju” segmenta apraksts

“Piesardzīgo vērotāju” respondenti, tāpat kā “Atturīgo praktiķu” respondenti, līdz šim ir izmantojuši salīdzinoši mazu skaitu materiālus (līdz 5 veidiem). Atšķirībā no “Atturīgo praktiķu” respondentiem “Piesardzīgo vērotāju” respondenti nav izmantojuši nevienu specializēto interneta vietni, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu. Segmentu veido 15% no kopējā regulāro interneta lietotāju skaita Latvijā. Segmenta pārskats redzams 45. attēlā.

45. attēls. Tirgus klientu segments – "Piesardzīgie vērotāji".



\* Izlases vietas: filmas.lv, biblioteka.lv, periodika.lv, zuduslatvija.lv, kartes.lnb.lv, dziesmusvetid.lnb.lv, arhiv.gov.lv, kulturaskarte.lv, gramatas.lnb.lv, lvva-raduraksti.lv, lasamkoks.lv, redzidirdlatviju.lv, lnb.lv, academia.lnb.lv, webarhivs.lnb.lv, nmkk.lv, dlva.lv, audio.lnb.lv, monta.lv  
 \*\* specifiskas nozares izpētes kontekstā apzīmē kultūras, izglāides un izglītības nozares



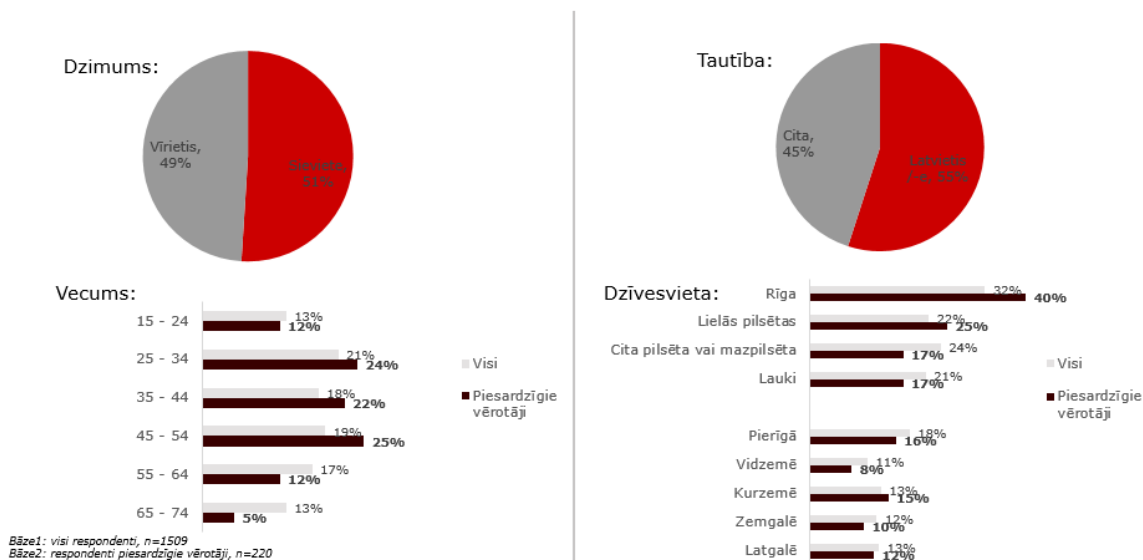
## “Piesardzīgo vērotāju” segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums

“PIESARDZĪGO VĒROTĀJU” RESPONDENTUS PĒC SOCIĀLDEMOGRĀFISKAJIEM RĀDĪTĀJIEM VAR RAKSTUROT KĀ VIDĒJA VECUMA RĪDZINIEKUS, KURU PROFESIONĀLĀ DARBĪBA NAV SAISTĪTA AR KULTŪRAS UN ZINĀTNES NOZARĒM. ŠAJĀ IR VISMAZĀK LATVIEŠU TAUTĪBAS RESPONDENTU NO VISIEM APLŪKOTAJIEM SEGMENTIEM.

“Piesardzīgo vērotāju” respondentu vidū salīdzinoši ir vairāk cittautiešu (45%), 34% no segmenta respondentiem ir krievu tautības. Šajā segmentā ir arī izteikti vairāk Rīgā dzīvojošie respondenti (40%). Segmentā vairāk ir pārstāvēti vidējās vecuma grupas respondenti - vecumā no 25 līdz 54 gadiem, bet mazāk to, kas ir vecāki par 55 gadiem (skat. 46. attēlu).

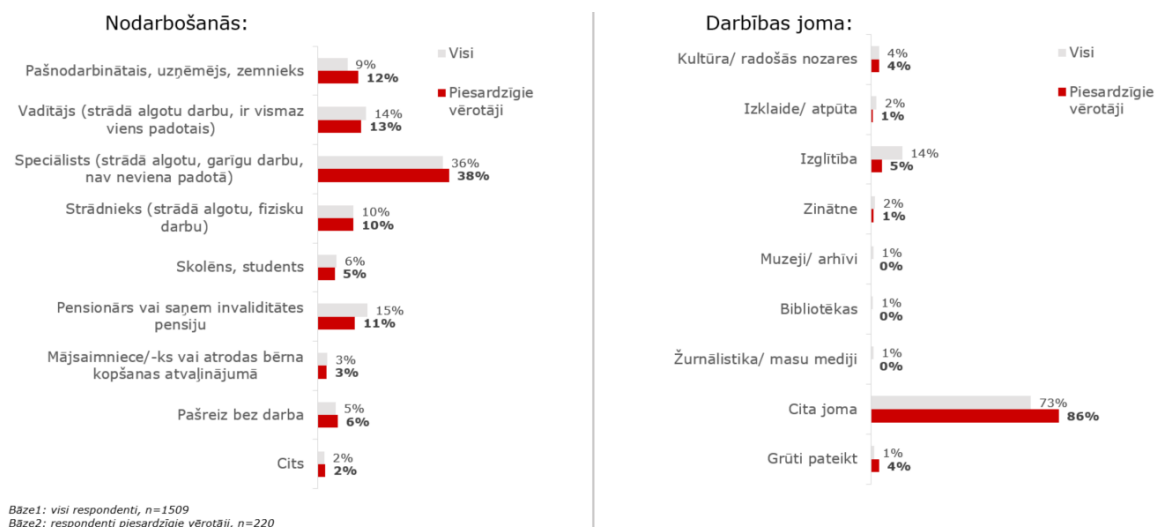
### 46. attēls. “Piesardzīgo vērotāju” segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums

**Izmanto salīdzinoši mazu skaitu materiālus (līdz 5 veidiem) un nav izmantojuši nevienu interneta vietni, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu**



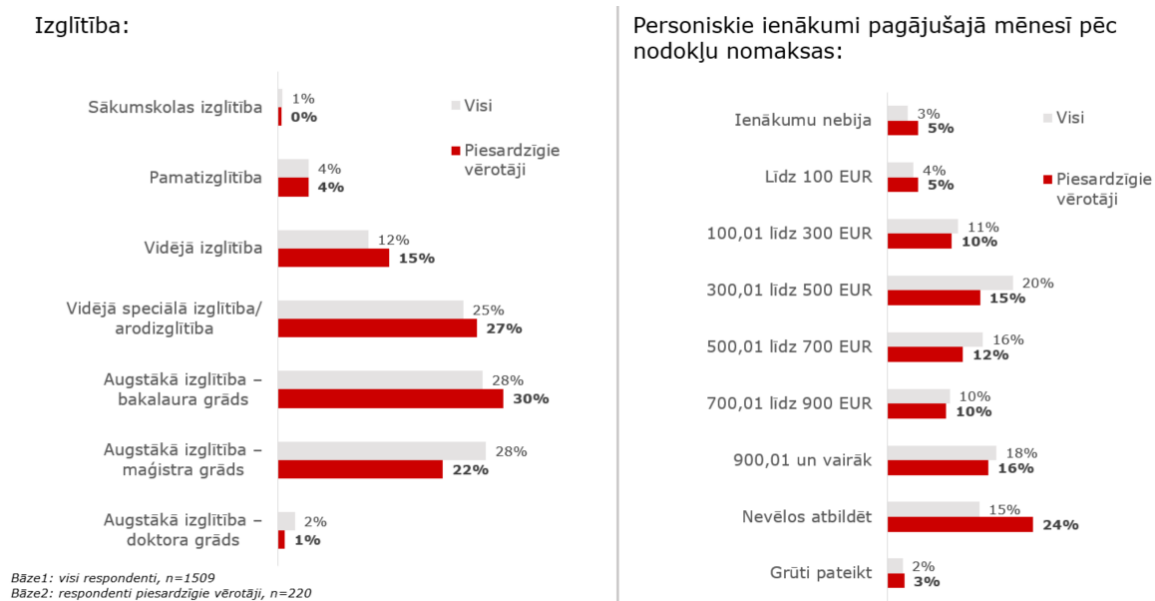
“Piesardzīgo vērotāju” segmentā ir izteikti daudz ar kultūras un izglītības jomu nesaistītajās nozarēs strādājošo respondentu. Nozīmīgi mazāk nekā regulāro interneta lietotāju vidū kopumā “Piesardzīgo vērotāju” segmentā ir izglītības nozares pārstāvju (skat. 47. attēlu). Salīdzinot ar citiem segmentiem, “Piesardzīgo vērotāju” segmentā ir vairāk vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecībā strādājošo.

#### 47. attēls. "Piesardzīgo vērotāju" segmenta nodarbošanās.



"Piesardzīgo vērotāju" segmentā mazāk, salīdzinot ar regulāriem interneta lietotājiem Latvijā, ir respondenti ar augstāko izglītību – maģistra grādu. Šajā segmentā izteikti vairāk tādu respondentu, kas nevēlas atklāt savus personīgos ikmēneša ienākumus (skat. 48. attēls).

#### 48. attēls. "Piesardzīgo vērotāju" segmenta izglītība un ienākumi.



Nākamajā nodaļā vairāk par "Piesardzīgo vērotāju" saturu un funkcionālajām vajadzībām, izmantojot digitalizētos Latvijas kultūras mantojuma materiālus.

## “Piesardzīgo vērotāju” segmenta funkcionālās vajadzības un satura prioritātes

“PIESARDZĪGO VĒROTĀJU” INTERESES INTERNETA VIDĒ KOPUMĀ IR PIETICĪGAS – SOCIĀLIE TĪKLI UN IZKLAIDE, TAČU ARĪ PAR ŠĪM TĒMĀM VIŅI INTERESĒJAS MAZĀK NEKĀ CITI. DIGITALIZĒTOS MATERIĀLUS IR BIEŽĀK IZMANTOJUŠI, LAI KLAUSĪTOS MŪZIKU UN SKATĪTOS TELEVĪZIJU, TAČU CITU MATERIĀLU IZMANTOŠANĀ VAIRĀK IR “VĪLUŠIES” – VAIRS NEPLĀNO IZMANTOT NĀKOTNĒ. PAR MATERIĀLU DIGITALIZĀCIJAS PROJEKTU KOPUMĀ MAZĀKS SKAITS SEGMENTA PĀRSTĀVJU VAR SNIEGT VĒRTĒJUMU, TĀPAT NAV TIK PĀRLIECINOŠU VĒRTĒJUMU PAR VAJADZĪBĀM, KĀ TAS IR CITOS SEGMENTOS.

“Piesardzīgo vērotāju” intereses internetā galvenokārt saistītas ar laika prognozi, ko internetā ir skatījušies 71% segmenta respondentu. Pārējās tēmas interneta vidē “Piesardzīgo vērotāju” respondenti aplūko ievērojami mazāk. Puse no “Piesardzīgo vērotāju” respondentiem kā biežāk lietotās vietnes internetā minējuši sociālos tīklus (51%) un vietnes izklaidei un atpūtai (50%). Latvijas kultūra un kultūras notikumi interesē ceturto daļu jeb 25% no šī segmenta respondentiem, kas ir ievērojami mazāk nekā regulāro interneta lietotāju vidū kopumā (skat. 49. attēlu).

### 49. attēls. “Piesardzīgo vērotāju” segmenta satura prioritātes kopumā un digitalizēto materiālu vidū



Tā kā "Piesardzīgo vērotāju" respondenti kopumā ir izmantojuši salīdzinoši nelielu skaitu digitalizēto materiālu veidus, arī tēmu izmantojums ir salīdzinoši mazāks nekā izlasē kopumā.

Ievērojami retāk nekā regulārie interneta lietotāji šī segmenta respondenti ir skatījušies filmas, aplūkojuši informāciju par Latvijā zināmām personām, klausījušies radio pārraides u.tml.

No digitalizētā Latvijas kultūras mantojuma materiāliem "Piesardzīgo vērotāju" respondenti visvairāk ir klausījušies mūziku (35%), skatījušies Latvijas televīzijas raidījumu ierakstus (32%), kā arī lietojuši materiālus par Latvijas vietām (28%). Īpaši daudz, salīdzinot ar izlasi kopumā, no tiem "Piesardzīgo vērotāju" respondentiem, kuri ir izmantojuši materiālus par Latviju, ir meklējuši informāciju par apdzīvoto vietu vēsturi un sabiedrisko ēku, saimniecisko būvju vēsturi.

Salīdzinot ar citu segmentu respondentu digitalizēto materiālu lietošanas pieredzi, "Piesardzīgo vērotāju" respondentu vidū ir vairāk tādu, kuri iepriekš ir izmantojuši digitalizētos materiālus, taču nākotnē vairs neplāno tos izmantot. Piemēram, zinātniskās publikācijas ir izmantojuši tikai 4% no "Piesardzīgo vērotāju" respondentiem, un tikai puse no tiem būtu interese šāda veida materiālus izmantot arī nākotnē (skat. 50. attēls).

#### 50. attēls. "Piesardzīgo vērotāju" segmentā izmantotie digitālais kultūras mantojuma materiāli un plāni tos izmantot nākotnē

Q5. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jums būtu interese izmantot nākotnē (tuvākā gada laikā)?



\* % no tiem, kas jau iepriekš ir izmantojuši šos materiālus

Bāze1: respondenti piesardzīgie vērotāji, n=220

Bāze2: respondenti piesardzīgie vērotāji, kas Q3.1. ir atzīmējuši, ka ir izmantojuši materiālus jebkad. Katrā kategorijā ir atšķirīgs skaits. n=<220

"Piesardzīgo vērotāju" respondentiem raksturīga pazīme ir tas, ka tie nav izmantojuši nevienu no specializētajām interneta vietnēm, kas satur informāciju par Latvijas kultūras mantojumu, tomēr arī citas vietnes, kas, iespējams, satur šāda veida informāciju (piemēram, Youtube) "Piesardzīgo vērotāju" respondenti izmanto retāk, nekā to dara "Dedzīgo vēstnešu" un "Ziņkārīgo atbalstītāju" respondenti.

Kopumā arī "Piesardzīgo vērotāju" respondenti materiālu digitalizācijas projektu vērtē pozitīvi, tomēr šajā segmentā ir vairāk to, kas nevar novērtēt savu attieksmi pret šo projektu, sniedzot atbildi "grūti pateikt" (15%).

Salīdzinoši liels par projektu nepārliecināto respondentu skaits šajā segmentā norāda uz to, ka šī segmenta respondenti ir personīgi attālināti no šāda veida materiālu lietošanas (lieto maz un samērā neregulāri), kā arī nesaskata šobrīd šāda projekta nozīmību savā dzīvē. Visas iespējamās situācijas, kurās varētu tikt izmantoti digitalizētie materiāli, "Piesardzīgo vērotāju" respondenti ievērojami mazāk nekā izlasē kopumā spēj attiecināt uz savu ikdienu. Vairāk nekā puse "Piesardzīgo vērotāju" respondentu pieļauj iespēju izmantot šāda veida materiālus, plānojot maršrutu brīvdienu izbraucieniem pa Latviju. Pārējās situācijas, kurās būtu noderīgi izmantot digitalizētos materiālus, "Piesardzīgo vērotāju" respondenti uz savu dzīvi attiecina retāk. Īpaši reti, salīdzinot ar citu segmentu respondentiem, "Piesardzīgo vērotāju" respondenti saskata iespēju digitalizētos Latvijas kultūras mantojuma materiālus izmantot darba vajadzībām (18%) (skat. 51. attēlu).

#### 51. attēls. Digitalizēto materiālu pielietojums "Piesardzīgo vērotāju" segmenta respondentu vidū.

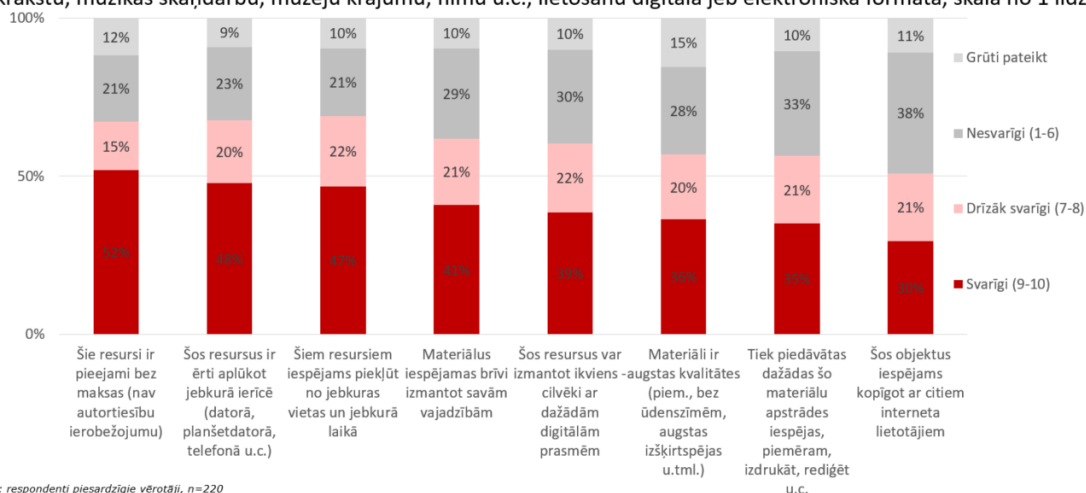


Funkcionālo vajadzību vidū, līdzīgi kā "Atturīgo praktiķu" respondentiem, arī "Piesardzīgo vērotāju" pārstāvjiem ļoti nozīmīga ir materiālu bezmaksas lietošana (skat. 52. attēlu). Svarīga ir arī iespēja materiālus aplūkot jebkurā ierīcē (68% šī segmenta respondentu interneta pārlūkošanai izmanto mobilo telefonu, kas ir līdzīgs apjoms kā izlasē kopumā). Iespēja piekļūt materiāliem no jebkuras vietas ir ļoti svarīgi 47% šī segmenta respondentu. "Piesardzīgo vērotāju" pārstāvju vidū vismazāk no visiem segmentiem ir to, kas ir gatavi apmeklēt kādu vietu/ iestādi, lai izmantotu digitalizētos materiālus uz vietas (25%).

Aspektos, kas saistīti ar materiālu apstrādes iespējām, kvalitāti un iespējām tos kopīgot, ir salīdzinoši liels to "Piesardzīgo vērotāju" respondentu skaits, kuri nevar sniegt vērtējumu. Šie rezultāti var tikt vērtēti kontekstā ar projekta novērtējumu kopumā – 15% nav viedokļa par projekta nozīmību kopumā, līdz ar to nav arī vērtējuma par atsevišķiem specifiskiem tā izmantošanas aspektiem.

## 52. attēls. Funkcionālo vajadzību vērtējums "Piesardzīgo vērotāju" segmentā.

Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10.



Bāze: respondenti piesardzīgie vērotāji, n=220

Nākamajā nodaļā vairāk aplūkosim "Piesardzīgo vērotāju" sociālās vajadzības digitalizētā Latvijas kultūras mantojuma izmantošanas jomā.

### "Piesardzīgo vērotāju" segmenta sociālās vajadzības

*SOCIĀLĀS VAJADZĪBAS "PIESARDZĪGO VĒROTĀJU" PĀRSTĀVJU VĒRTĒJUMĀ IR MAZĀK NOZĪMĪGAS KĀ FUNKCIONĀLĀS VAJADZĪBAS. "PIESARDZĪGO VĒROTĀJU" PĀRSTĀVJI KĀ AKTUĀLĀKĀS SOCIĀLĀS VAJADZĪBAS SASKATA NEPIECIEŠAMĪBU PĒC PLAŠĀ DIGITALIZĒTĀ MATERIĀLU LOKA UN IESPĒJAS ŠOS MATERIĀLUS IZMANTOT IZKLAIDEI UN ATPŪTAI. ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTI MAZ VARĒTU PIEDALĪTIES DIGITALIZĒTĀ SATURA VEIDOŠANĀ UN IETEIKŠANĀ CITIEM.*

Sociālo vajadzību nozīmīgums "Piesardzīgo vērotāju" respondentu vidū ir izteikti zems, gan salīdzinot to ar šī paša segmenta funkcionālo vajadzību vērtējumu, gan visas izlases sociālo vajadzību

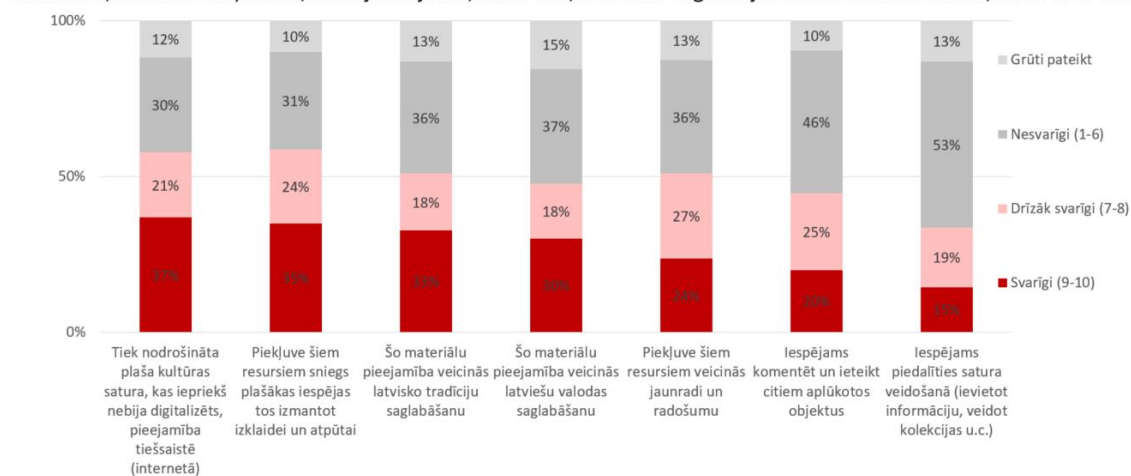
vērtējumu. Samērā daudz šī segmenta respondentu nevar novērtēt sociālo vajadzību nozīmību, kas skaidrojams ar samērā nelielu pieredzi digitalizētā materiāla izmantošanā līdz šim.

Salīdzinot ar citiem segmentiem, "Piesardzīgo vērotāju" segmentā ir atšķirīgs sociālo vajadzību izkārtojums pēc to nozīmības. "Piesardzīgo vērotāju" respondentu svarīgākā sociālā vajadzība, izmantojot digitalizētos materiālus, ir iespēja izmantot plašu, līdz šim digitāli nepieejamu materiālu loku (iespējams, tas veicinātu "Piesardzīgo vērotāju" respondentu interesi par materiālu daudzveidību un plašajām izmantošanas iespējām, kas šobrīd nav segmenta respondentiem raksturīga). Otrā nozīmīgākā šī segmenta sociālā vajadzība saistās ar materiālu sniegtajām plašajām iespējām tos izmantot izklaidei un atpūtai (šī vajadzība pārējo segmentu sociālo vajadzību izkārtojumā nebija tik svarīga).

"Piesardzīgo vērotāju" respondenti visdrīzāk nebūs tie, kas nākotnē potenciāli varētu piedalīties digitalizētā satura veidošanā. 15% no segmenta uzskata, ka šāda iespēja ir svarīga, tomēr tas ir ļoti zems rādītājs, salīdzinot ar citiem pētījumā aplūkotajiem segmentiem (skat. 53. attēlu).

### 53. attēls. Sociālo vajadzību vērtējums "Piesardzīgo vērotāju" segmentā.

Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10.



Bāze: respondenti piesardzīgie vērotāji, n=220

Turpinājumā aplūkosim "Piesardzīgo vērotāju" emocionālo vajadzību vērtējumu.

## **“Piesardzīgo vērotāju” segmenta emocionālās vajadzības**

---

*“PIESARDZĪGO VĒROTĀJU” EMOCIONĀLO VAJADZĪBU SVARĪGUMA VĒRTĒJUMS IR ĻOTI LĪDZĪGS “ATTURĪGO PRAKTIĶU” SNIEGTAJIEM VĒRTĒJUMIEM, IZŅEMOT EMOCIONĀLO VAJADZĪBU PĒC PIEDERĪBAS, KAS TIEK VĒRTĒTA IZTEIKTI ZEMĀK, SALĪDZINOT GAN AR “ATTURĪGO PRAKTIĶU”, GAN PĀRĒJO SEGMENTU RESPONDENTIEM.*

---

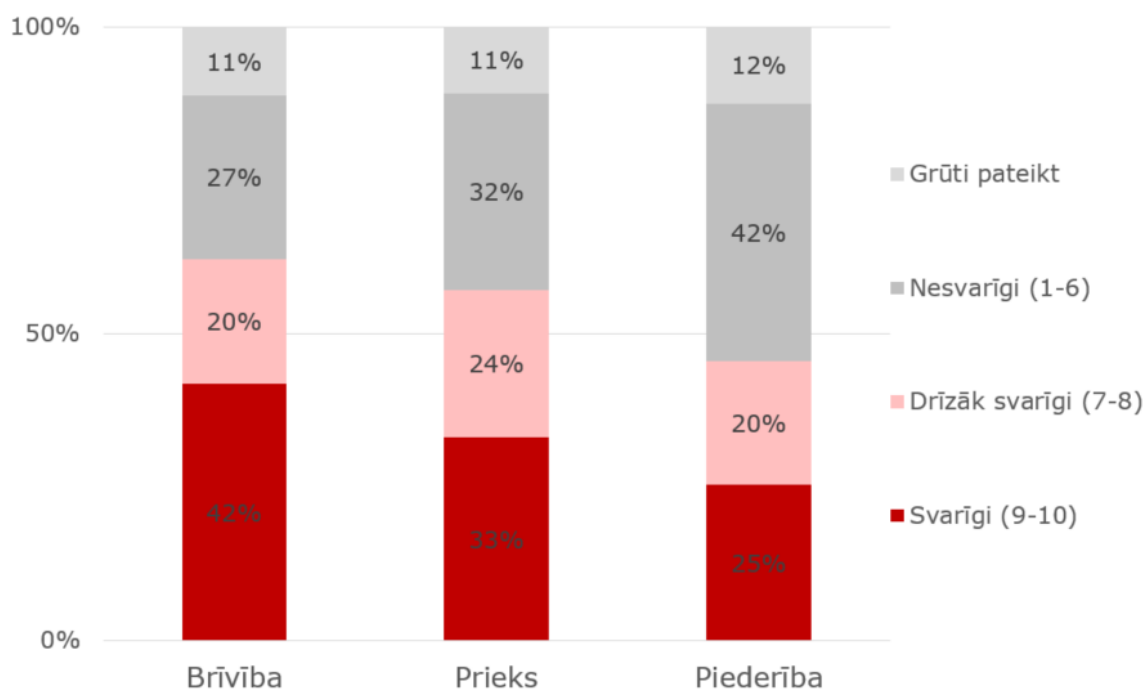
Nozīmīgākā emocionālā vajadzība “Piesardzīgo vērotāju” respondentiem ir vajadzība pēc brīvības. Galvenokārt tas saistīts ar vajadzību izmantot materiālus brīvi bez maksas ierobežojumiem un izmantot jebkur (salīdzinoši maz (25%) no šī segmenta respondentiem ir gatavi īpaši apmeklēt kādu vietu/ iestādi, lai izmantotu digitalizētos materiālus tur uz vietas – klātienē).

Emocionālā vajadzība prieks ir svarīga trešdaļai “Piesardzīgo vērotāju” respondentu. Prieku par materiālu izmantošanu veicina to pielietojums izklaides un atpūtas jomā.

Piederība kā emocionālā vajadzība “Piesardzīgo vērotāju” respondentu vidū ir ar viszemāko nozīmību. 12% no segmenta šo emocionālo vajadzību nevar novērtēt, nav viedokļa. Šis emocionālās vajadzības vērtējums ir izteikti zems, salīdzinot ar izlasi kopumā (skat. 54. attēls).



54. attēls. Emocionālo vajadzību vērtējums "Piesardzīgo vērotāju" segmentā.



Bāze: respondenti piesardzīgie vērotāji, n=220

Turpmāk sekos "Piesardzīgo vērotāju" respondentu dzīvesstila apraksts.

#### "Piesardzīgo vērotāju" segmenta dzīvesstila raksturojums

"PIESARDZĪGO VĒROTĀJU" RESPONDENTU DZĪVESVEIDS IR SALĪDZINOŠI PASĪVS – VAIRĀK LAIKA TIEK PAVADĪTS MĀJĀS, RETĀK APMEKLĒTI DAŽĀDI KULTŪRAS PASĀKUMI ĀRPUS MĀJAS. SEGMENTA RESPONDENTIEM IR SALĪDZINOŠI MAZA INTERESE PAR LATVIJAS KULTŪRU UN KULTŪRAS NOTIKUMIEM. MAZĀK ŠAJĀ SEGMENTĀ TIEK LIETOTAS REGULĀRAJIEM INTERNETA LIETOTĀJIEM RAKSTURĪGĀKĀS SOCIĀLĀS SAZIŅAS VIETNES, VAIRĀK CITTAUTIEŠU VIDŪ POPULĀRĀS.

"Piesardzīgo vērotāju" respondenti pārsvarā ir algotā darbā strādājošie (73%), kuru brīvā laika pavadīšanas ieradumi ir samērā pasīvi. Ārpus mājas puse šī segmenta respondentu nodarbojas ar sportu vismaz reizi nedēļā.

Taču vairumu no iespējamajām izklaidēm ārpus mājas šī segmenta respondenti izmanto retāk nekā regulārie interneta lietotāji kopumā, piemēram, "Piesardzīgo vērotāju" respondenti retāk nekā citi apmeklē kino, sporta pasākumus, muzejus, teātri, kā arī retāk ceļo uz ārvalstīm. Arī kultūras centru apmeklētāju vidū retāk ir "Piesardzīgo vērotāju" respondenti.

Brīvajā laikā mājās "Piesardzīgo vērotāju" respondenti visbiežāk lieto internetu izklaidei un atpūtai un klausās mūziku (skat. 55. attēlu). "Piesardzīgo vērotāju" respondenti skatās televīziju un klausās radio retāk nekā citu segmentu respondenti. Retāk nekā regulārie interneta lietotāji Latvijā kopumā "Piesardzīgo vērotāju" respondenti mājās lasa grāmatas un nodarbojas ar dārzkopību.

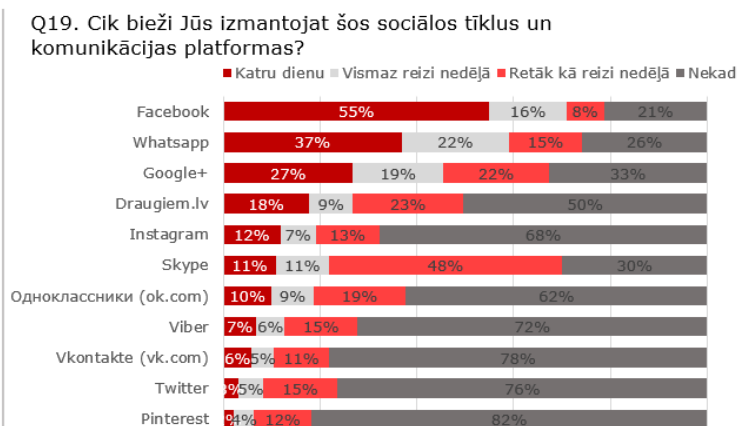
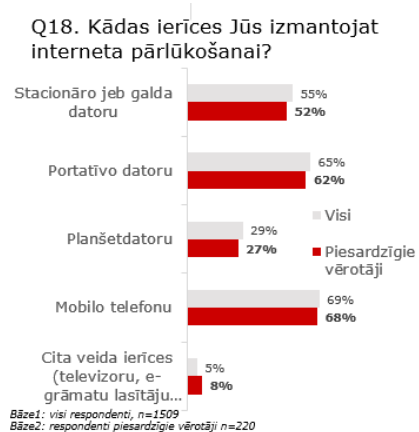
### 55. attēls. "Piesardzīgo vērotāju" segmenta brīvā laika pavadīšanas ieradumi mājās.

Q16. Kā Jūs pavadāt savu brīvo laiku? (mājās)



Internetu izklaidei un atpūtai "Piesardzīgo vērotāju" respondenti lieto vienlīdz bieži, kā to dara respondenti izlasē kopumā (96% to dara katru dienu). Biežāk lietotais sociālais tīkls internetā "Piesardzīgo vērotāju" respondentu vidū ir Facebook – katru dienu lieto 55% segmenta pārstāvju, kas gan ir ievērojami mazāk nekā regulāro interneta lietotāju vidū kopumā. Retāk nekā izlasē kopumā "Piesardzīgo vērotāju" respondenti lieto arī tādus sociālos tīklus un komunikācijas platformas kā Twitter un draugiem.lv. Turpretī biežāk šajā segmentā tiek izmantots Viber, Vkontakte (vk.com) un Одноклассники (ok.com) (skat. 56. attēlu).

## 56. attēls. "Piesardzīgo vērotāju" segmenta interneta lietošanas ieradumi.



Par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem interesējas ceturtdaļa segmenta respondentu, kas ir neliels skaits, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem kopumā. Arī vietnes, kurās tiek meklēta informācija par šo tēmu, tiek izmantotas salīdzinoši mazāk. Galvenokārt "Piesardzīgo vērotāju" respondenti informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklē interneta ziņu vietņu kultūras sadaļās un sociālajos saziņas tīklos. Puse no tiem, kas par šo tēmu interesējas, internetā informāciju ir meklējuši pašvaldību mājaslapās.

Nākamajā nodaļā rekomendācijas turpmākajai sadarbībai ar "Piesardzīgo vērotāju" respondentiem.

## Rekomendācijas darbam ar "Piesardzīgo vērotāju" segmentu

---

*"PIESARDZĪGO VĒROTĀJU" SEGMENTS ŠOBRĪD IR VISATSVEŠINĀTĀKAIS NO LATVIJAS KULTŪRAS MANTOJUMA DIGITALIZĒTĀ FORMĀTA LIETOJUMA. ĪEMESLI TAM IR VAIRĀKI: SEGMENTA NACIONĀLAIS SASTĀVS (VAIRĀK CITTAUTIEŠU), NEGATĪVA PIEREDZE, IZMANTOJOT DIGITALIZĒTOS MATERIĀLUS (VAIRĀK IR TĀDU RESPONDENTU, KURI IEPRIEKŠ IZMANTOTOS DIGITALIZĒTO MATERIĀLU VEIDUS NEPLĀNO VAIRS IZMANTOT NĀKOTNĒ), INTEREŠU UN PIEDĀVĀTO DIGITALIZĒTO MATERIĀLU NESAKRITĪBA (IZMANTO MAZ DIGITALIZĒTOS MATERIĀLUS). ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTI IR ATTĀLINĀTI NO KULTŪRAS UN ZINĀTNES NOZARĒM, PĀRSVARĀ STRĀDĀ CITĀS NOZARĒS, KĀ ARĪ ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTI RETI APMEKLĒ KULTŪRAS PASĀKUMUS ĀRPUS MĀJAS. SEGMENTA RESPONDENTIEM IR SALĪDZINOŠI MAZA INTERESE PAR LATVIJAS KULTŪRU UN KULTŪRAS NOTIKUMIEM. ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTI VISMAZĀK IR GATAVI PIELIKT PŪLES, LAI IEGŪTU UN IEPAZĪTU LATVIJAS KULTŪRAS MANTOJUMU DIGITALIZĒTĀ FORMĀTĀ, TĀDĒĻ ĻOTI NOZĪMĪGA BŪTU ŠO MATERIĀLU ĒRTA IZMANTOŠANA. ĻOTI VIENKĀRŠA FUNKCIONĀLĀ PIEEJA, PIEDĀVĀJOT SEGMENTAM PATIESI AIZRAUJOŠU SATURU.*

---

### 3.3.5. "Speciālistu" segmentu apraksts

#### "Speciālistu" segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums

"Speciālistu" segmentā ir pārstāvēti tikai tie respondenti, kuri šobrīd strādā ar kultūras vai izglītības jomu saistītās nozarēs. Vairāk nekā puse (58%) šī segmenta respondentu ir nodarbināti izglītības

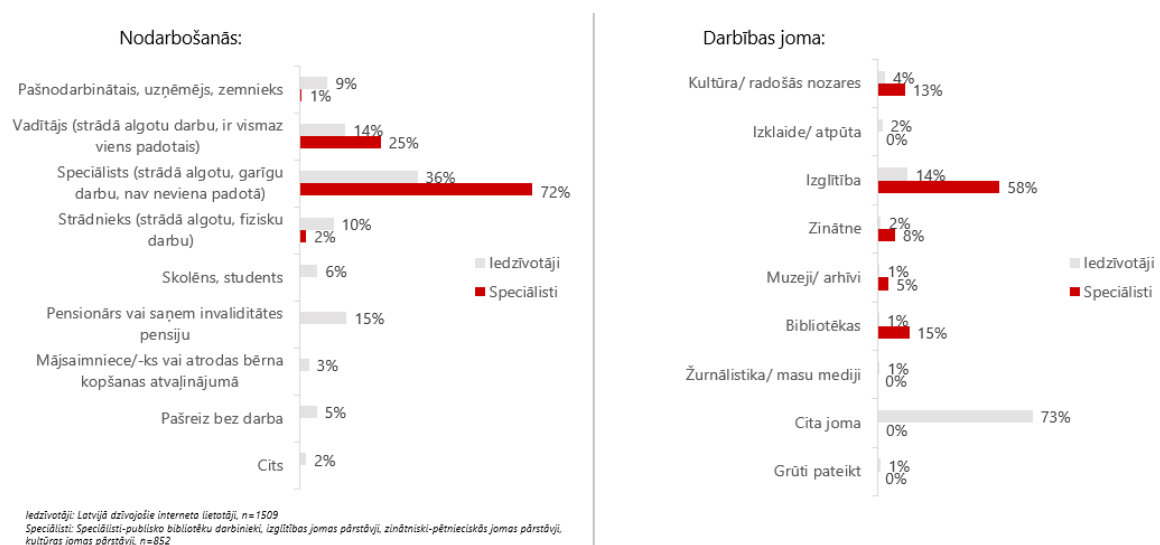
---

*"SPECIĀLISTU" SEGMENTĀ VAIRĀK NEKĀ PUSE IR TIEŠI IZGLĪTĪBAS NOZARĒ STRĀDĀJOŠIE. ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTI IR AR AUGSTU IZGLĪTĪBU, VAIRUMS NO TIEM IR SIEVIETES, SPECIĀLISTI UN LATVIEŠU TAUTĪBAS RESPONDENTI.*

---

nozārē (skat. 57. attēlu). Ceturtā daļa no tiem respondentiem, kuri aizpildīja anketu kā "Speciālisti", strādā "vadītāju" pozīcijā.

#### 57. attēls. "Speciālistu" segmenta pārstāvju darbības joma un amats.



Pārsvārā "Speciālistu" segmentā ir latviešu tautība (90%), sievietes (90%). Vairums šī segmenta respondentu ir vecumā no 45 līdz 64 gadiem. Pusei no šī segmenta respondentiem (52%) ir augstākā izglītība – maģistra grāds, kopumā augstākā izglītība ir gandrīz visiem (90%) no segmenta respondentiem.

Nākamajā nodaļā vairāk par "Speciālistu" segmenta funkcionālajām vajadzībām un interneta satura prioritātēm.

### **“Speciālistu” segmenta funkcionālās vajadzības un satura prioritātes**

“Speciālistu” segmenta respondenti piedalījās pētījumā un sniedza atbildes, gan par savu kā privātpersonas digitalizēto Latvijas kultūras mantojuma lietošanu, gan kā nozares speciālista

---

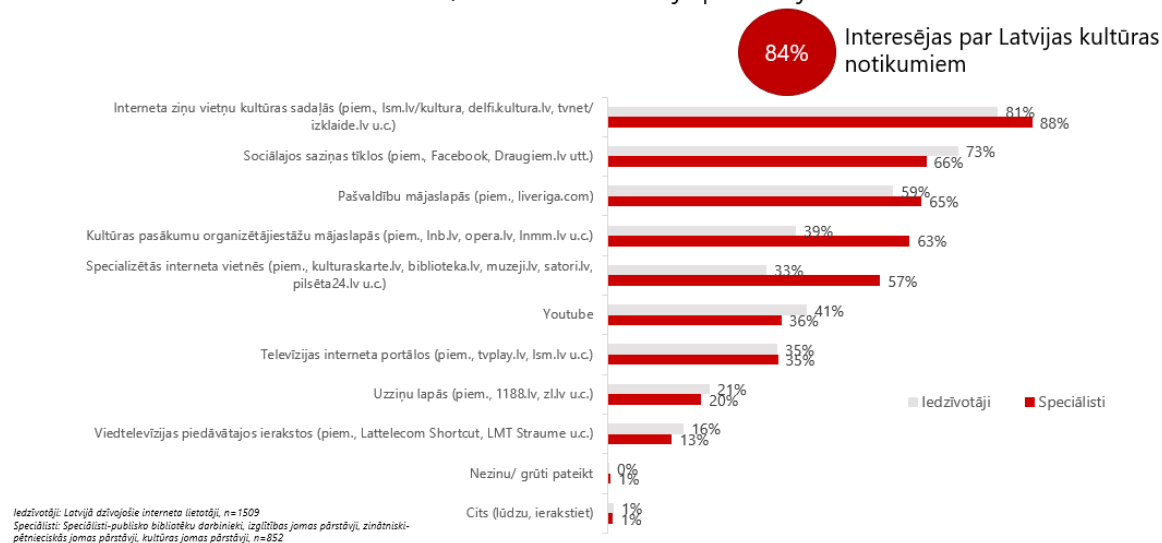
*“SPECIĀLISTU” KĀ PRIVĀTPERSONU UN KĀ PROFESIONĀLU IERADUMUS DIGITALIZĒTĀ KULTŪRAS MANTOJUMA IZMANTOŠANĀ IR GRŪTI NODALĪT. ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTI VAIRĀK NEKĀ REGULĀRIE INTERNETA LIETOTĀJI KOPUMĀ IZMANTO VISA VEIDA DIGITALIZĒTOS MATERIĀLUS, TAČU ATŠĶIRĪBĀ NO CITIEM SEGMENTIEM TO PIELIETOJUMU GALVENOKĀRT SASKATA DARBA PIENĀKUMU VEIKŠANAI. “SPECIĀLISTU” SEGMENTAM, IZMANTOJOT DIGITALIZĒTOS MATERIĀLUS PRIVĀTĀM VAJADZĪBĀM, NOZĪMĪGAS IR VISAS TĀ FUNKCIONĀLĀS VAJADZĪBAS. KĀ PROFESIONĀLU LIETOTĀJU GRUPAI ĻOTI NOZĪMĪGA BŪTU INFORMĀCIJA PAR JAUNIEM DIGITALIZĒTAJIEM MATERIĀLIEM NOZARĒ UN MATERIĀLU MEKLĒŠANAI AR GOOGLE TIPA MEKLĒTĀJU.*

---

redzējumu uz Latvijas kultūras mantojuma digitalizācijas projektu. “Speciālistu” kā privātpersonu digitalizētā kultūras mantojuma patēriņu lielā mērā ietekmē šī segmenta profesionālā darbība. Izteikti daudz šī segmenta respondenti, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā, interneta vidē interesējas par Latvijas kultūru/ kultūras notikumiem (84%), kā arī par izglītību (67%), pasaules kultūru un kultūras notikumiem (61%), Latvijas (48%) un pasaules (37%) vēsturi. Arī interneta vietnes, kurās “Speciālistu” segmenta respondenti meklē informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem, ir atšķirīgas no regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā kopumā. “Speciālisti” ievērojami vairāk šāda veida informāciju ir meklējuši kultūras pasākumu organizētājiestāžu mājas lapās (63%) un specializētajās interneta vietnēs (57%) (skat. 58. attēlu).

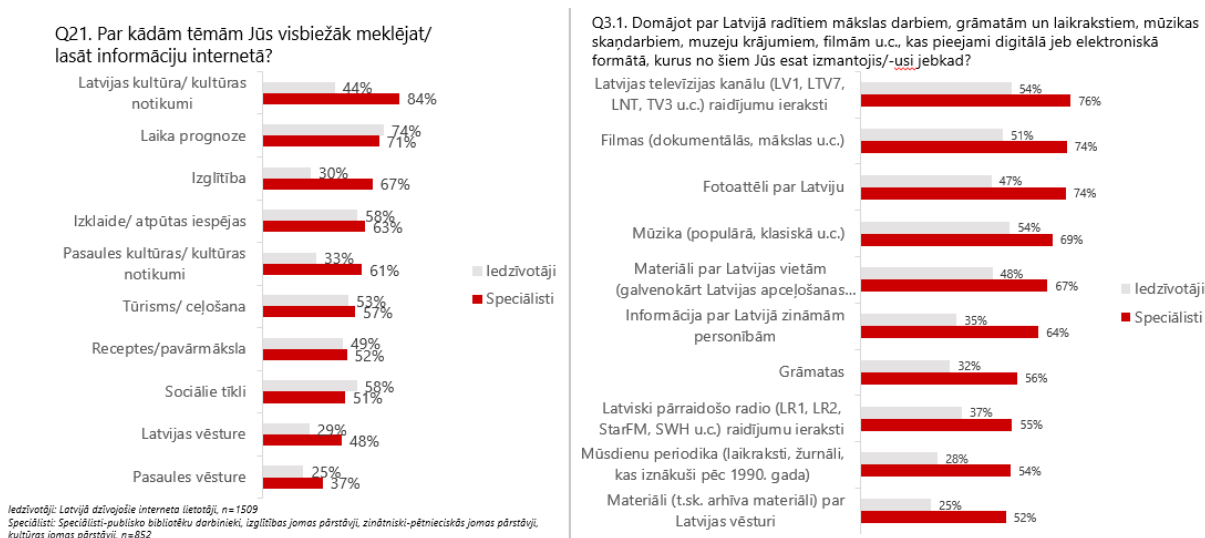
## 58. attēls. Interneta vietnes, kurās informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklē "Speciālistu" segmenta pārstāvji.

Q22. Kur internetā Jūs mēdzat lasīt/ skatīties informāciju par Latvijas kultūras notikumiem?



"Speciālistu" segmenta pārstāvji ievērojami vairāk ir izmantojuši dažāda veida digitalizētos Latvijas kultūras mantojuma materiālus, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem kopumā, taču visbiežāk izmantotais digitalizēto materiālu veids abām grupām ir vienāds – Latvijas televīzijas kanālu raidījumu ieraksti (skat. 59. attēlu).

## 59. attēls. "Speciālistu" segmenta intereses internetā kopumā un digitalizētā kultūras mantojuma jomā.

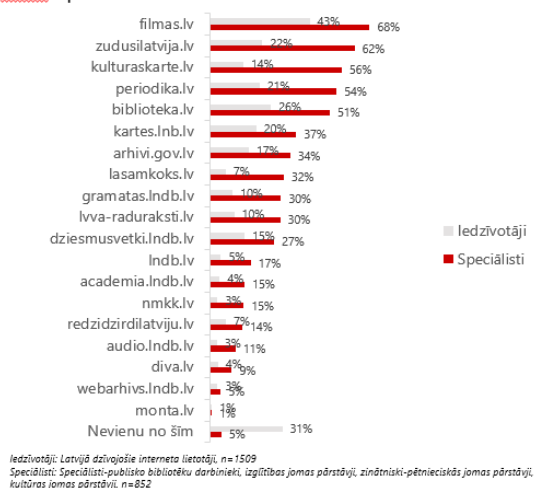


"Speciālistu" segmenta respondentu vidū ir tikai 1% tādu, kuri līdz šim nav izmantojuši nevienu no digitalizēto kultūras materiālu veidiem. Vairums no tiem "Speciālistiem", kuri līdz šim ir izmantojuši kādu no digitalizēto materiālu veidiem, plāno tos izmantot arī nākotnē.

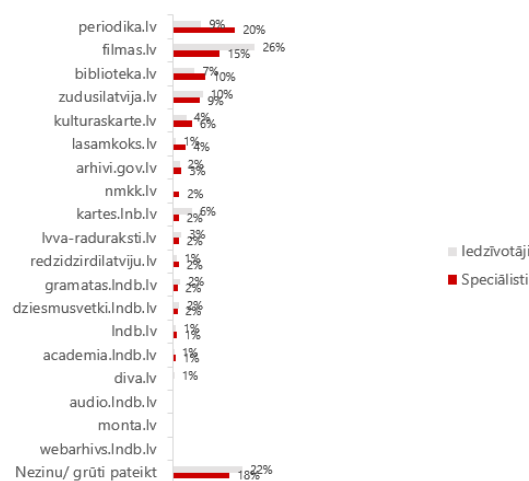
Kādu no specializētajām vietnēm, kas satur Latvijas kultūras mantojumu digitālā formātā, ir izmantojuši 95% "Speciālistu" segmenta pārstāvji (regulāro interneta lietotāju vidū tādi ir 69%). Vairāk nekā puse šī segmenta pārstāvji ir izmantojuši tādas vietnes kā *filmas.lv* (68%), *zudusilatvija.lv* (62%), *kulturaskarte.lv* (56%), *periodika.lv* (54%) un *biblioteka.lv* (51%) (skat. 60. attēlu). Visbiežāk izmantotā "Speciālistu" respondentu specializētā interneta vietne, atšķirība no regulāro internetu lietotāju grupas, ir *periodika.lv*, kam seko *filmas.lv* (šī ir regulāro interneta lietotāju populārākā vietne) un *biblioteka.lv*.

### 60. attēls. "Speciālistu" segmentā izmantotās specializētās interneta vietnes.

Q9. Kuras no šīm interneta vietnēm, kuras satur informāciju par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., Jūs esat apmeklējis/-usi / skatījis/-usies iepriekš?



Q10. Kuru vienu no šīm interneta vietnēm Jūs apmeklējat visbiežāk?



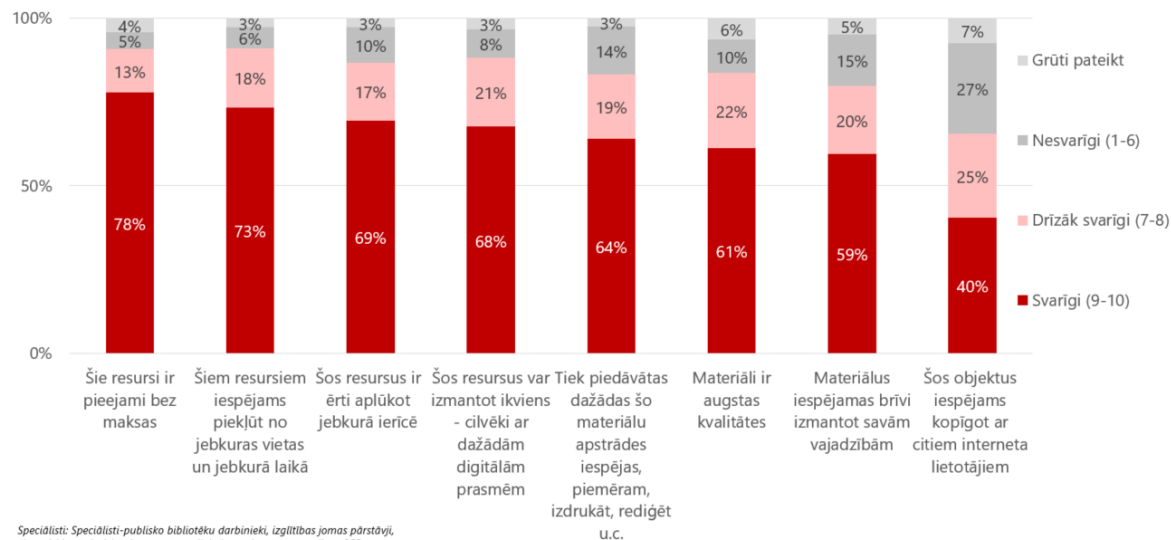
"Speciālistu" vidū ļoti augsta nozīmība ir kultūras mantojuma digitalizētā formātā izmantošanas funkcionālajiem aspektiem. 78% no "Speciālistu" segmenta pārstāvjiem ļoti svarīgi ir iespēja izmantot šos resursus bez maksas, līdzīgam skaitam (73%) ir svarīgi piekļūt šiem materiāliem no jebkuras vietas (skat. 61. attēlu). Puse (53%) no "Speciālistu" segmenta nepieciešamības gadījumā būtu gatavi apmeklēt vietas/ iestādes, lai izmantotu digitalizēto Latvijas kultūras mantojumu tajās uz vietas. Iespēja ērti aplūkot digitalizētos materiālus jebkurā ierīcē ir ļoti svarīgi 69% šī segmenta respondentu. Vairāk ir tādu "Speciālistu" respondentu, kas interneta pārlūkošanai izmanto stacionāro (78%) un portatīvo (69%) datoru (tas ir vairāk kā regulārie interneta lietotāji).

Iespēja kopīgot digitalizētā kultūras mantojuma materiālus internetā ar citiem lietotājiem ļoti svarīga ir 40% "Speciālistu" respondentu, kas ir ievērojami augstāks rādītājs kā regulāro interneta lietotāju vidū.



## 61. attēls. "Speciālistu" segmenta funkcionālās vajadzības.

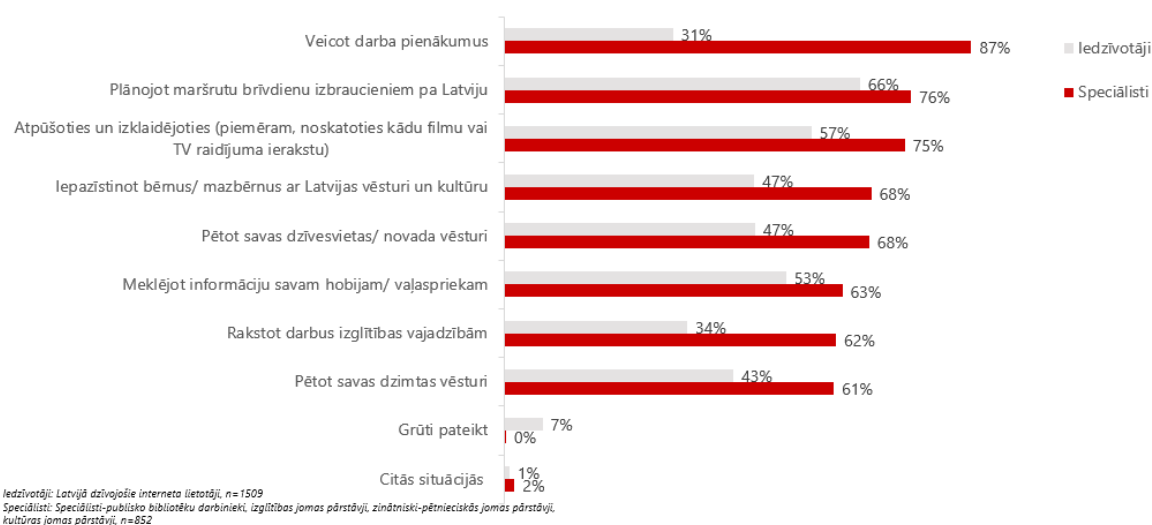
Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10, kur 1 nozīmē – tas nemaz nav svarīgi, bet 10 – tas ir ļoti svarīgi.



"Speciālistu" kā privāto un profesionālo digitalizētā Latvijas kultūras mantojuma lietotāju vērtējumu ir sarežģīti nodalīt arī tādēļ, ka vairums (87%) no šī segmenta respondentiem digitalizēto materiālu pielietojumu saskata darba pienākumu pildīšanai. Materiālu izmantošana, plānojot maršrutus brīvdienu izbraucieniem vai atpūtai/ izklaidei, seko tikai pēc tam (skat. 62. attēlu).

## 62. attēls. Digitalizēto materiālu izmantošana "Speciālistu" segmenta respondentiem.

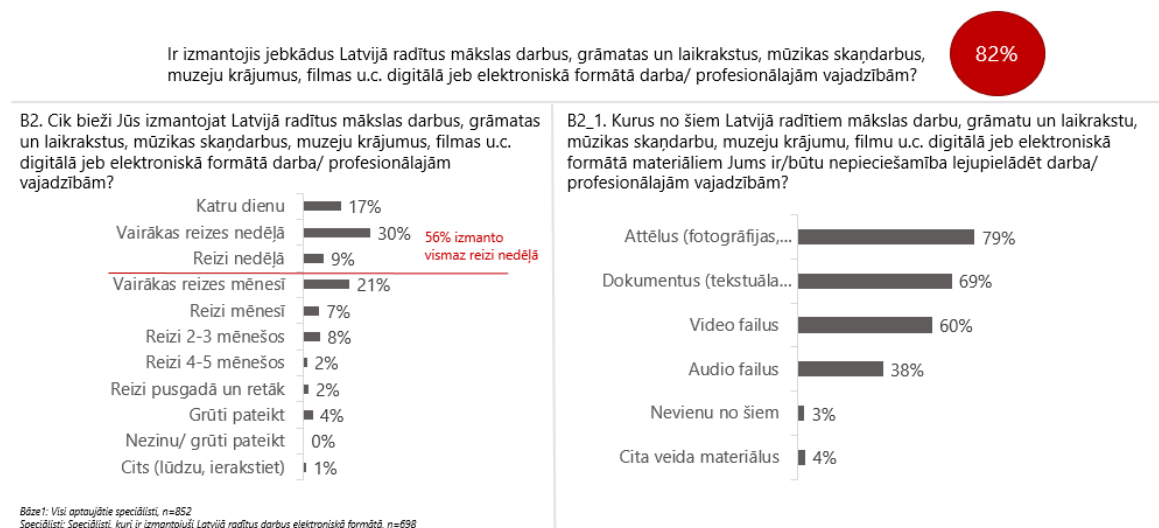
Q14. Kādās situācijās Jums personīgi noderētu iespēja lietot Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. saturu digitālā jeb elektroniskā formātā?



Profesionālajām vajadzībām vairāk nekā puse (56%) no "Speciālistu" segmenta respondentiem Latvijas kultūras mantojuma materiālus digitalizētā formātā izmanto vismaz reizi nedēļā. Visvairāk

“Speciālisti” profesionālām vajadzībām lietojuši digitalizētā kultūras mantojuma attēlus un dokumentus (tekstuālu informāciju) (skat 63. attēlu).

### 63. attēls. “Speciālistu” segmentā izmantotie digitalizētie materiāli profesionālajām vajadzībām.



Kopumā 91% “Speciālistu” segmenta pārstāvji ir izmantojuši digitalizētā kultūras mantojuma materiālus privātām vajadzībām, bet profesionālajām vajadzībām to ir izmantojuši 82% segmenta pārstāvji.

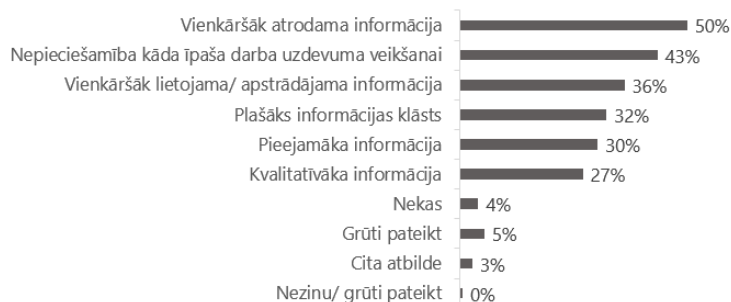
“Speciālistus” izmantot digitalizētos kultūras mantojuma materiālus vairāk tieši profesionālām vajadzībām pamudinātu vienkāršāk atrodama informācija (50% no tiem “Speciālistiem”, kuri digitalizētos kultūras mantojuma materiālus šobrīd neizmanto profesionālajām vajadzībām), kāda īpaša uzdevuma veikšanai (43%) un vienkāršāk lietojama/ apstrādājama informācija (36%) (skat. 64. attēlu).

## 64. attēls. Aspekti, kas motivētu "Speciālistu" segmenta pārstāvjus izmantot digitalizēto kultūras mantojuma materiālus profesionālajām vajadzībām.

Nav izmantojis jebkādos Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā darba/ profesionālajām vajadzībām?

13%

B9. Kas Jūs varētu pamudināt izmantot Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā Jūsu darba/ profesionālajām vajadzībām?



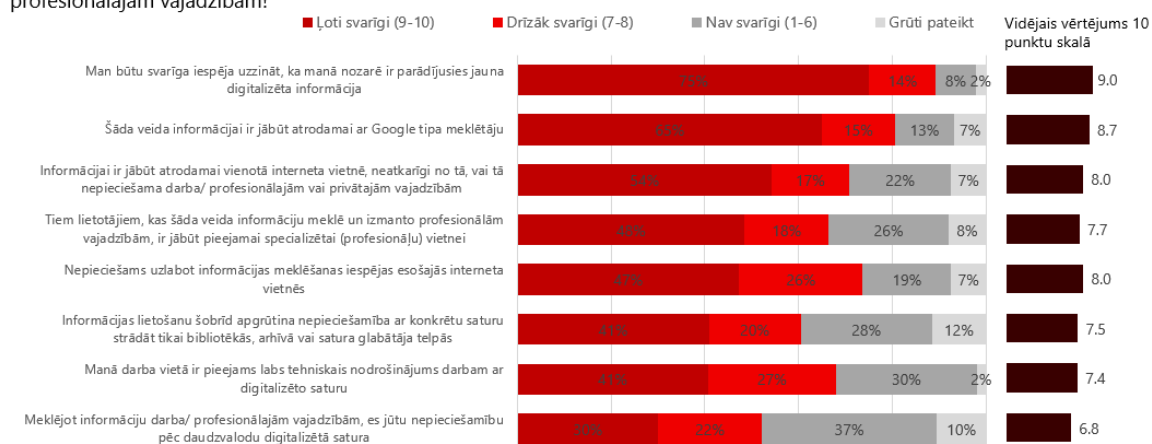
Bāze1: Visi aptaujātie speciālisti, n=852  
Speciālisti: Speciālisti, kuri nav izmantojuši Latvijā radītus darbus elektroniskā formātā, n=153

Situācijās, kad "Speciālisti" izmanto digitalizētos materiālus profesionālajām vajadzībām, viņiem ļoti svarīga būtu iespēja uzzināt, ja viņu darbības nozarē ir parādījusies jauna digitalizētā informācija (ļoti svarīgi tas ir 75% "Speciālistu" segmenta respondentu), tāpat ļoti svarīgi būtu šāda veida informāciju, arī profesionālajām vajadzībām, atrast Google tipa meklētājā (ļoti svarīgi 65% "Speciālistu"). Par to, vai digitalizētai informācijai profesionālajām vajadzībām un privātajām vajadzībām būtu jāatrodas vienotā platformā, vai tomēr ir jābūt īpašai profesionāļu vietnei, "Speciālistu" domas dalās. 48% respondentu būtu ļoti svarīgi, lai būtu pieejama īpaša profesionāļu vietne, 54% vēlētos visu atrast vienuviet. Pēc daudzvalodu digitalizētā satura ļoti lielu nepieciešamību izjūt 30% "Speciālistu".

Vairāk nekā puse (58%) no "Speciālistu" segmenta respondentiem saskata nepieciešamību pēc vienota risinājuma, lai varētu atrast informāciju dažādo institūciju datu bāzēs. Tehnisko nodrošinājumu darba vietā darbam ar digitalizētajiem materiāliem "Speciālisti" vērtē augstāk nekā savas personīgās prasmes izmantot šos materiālus (skat. 65. attēlu).

## 65. attēls. Digitalizēto materiālu izmantošanas aspektu "Speciālistu" vērtējums.

B3. Lūdzu, novērtējiet šos funkcionālos aspektus, kas saistīti ar informācijas par Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā meklēšanu un lietošanu darba/profesionālajām vajadzībām!

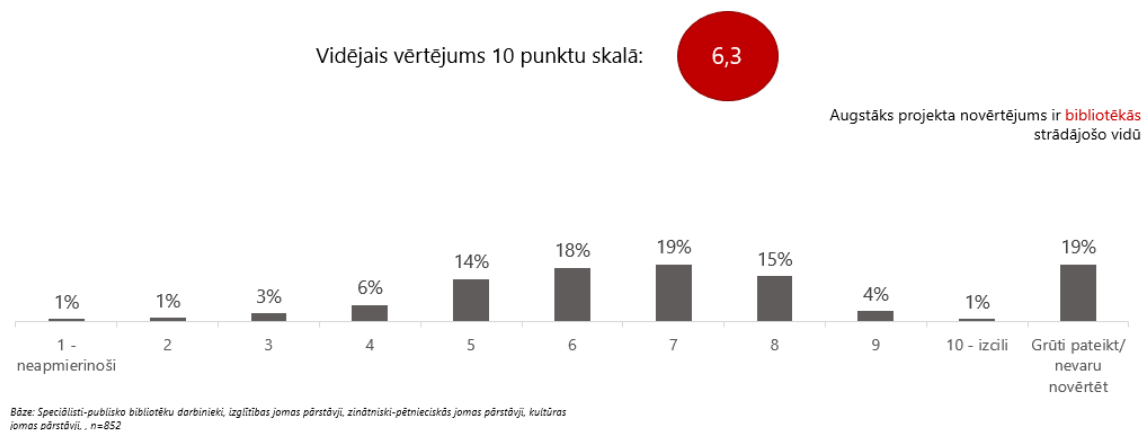


Bāze: Speciālisti-publika bibliotēku darbinieki, izglītības jomas pārstāvji, zinātniski-pētnieciskās jomas pārstāvji, kultūras jomas pārstāvji, n=852

"Speciālistu" kā privātpersonu atbalsts materiālu digitalizācijas projektam ir ļoti augsts - 93% to vērtē pozitīvi. Taču "Speciālistu" kā profesionālo lietotāju atbalsts digitalizācijas procesam kopumā ir zemāks – vidēji tie ir 6,3 punkti 10 punktu skalā (skat. 66. attēlu.). Augstāk digitalizācijas procesu kā profesionāli vērtē bibliotekāri.

## 66. attēls. "Speciālistu", kā profesionālu lietotāju digitalizācijas procesa vērtējums.

B7. Kā Jūs vērtējat Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. digitalizācijas procesu iestādē/ uzņēmumā, kurā Jūs strādājat?



Nākamajā nodaļā vairāk par otru digitalizētās kultūras mantojuma vajadzību grupu – sociālajām vajadzībām.

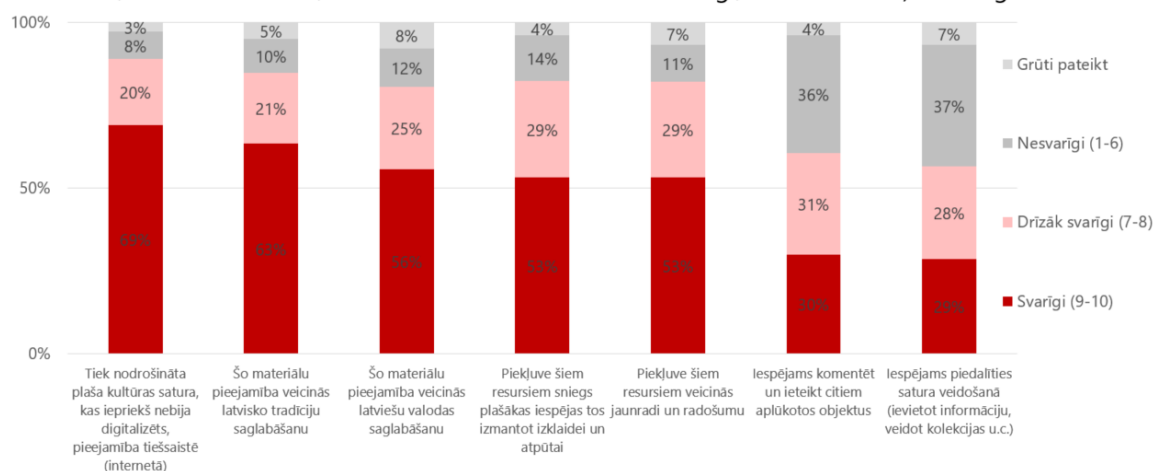
## “Speciālistu” segmenta sociālās vajadzības

*“SPECIĀLISTU” SEGMENTA RESPONDENTI KĀ NOZĪMĪGĀKO NO SOCIĀLO VAJADŽĪBU LOKA SASKATA TO, KA TIKS DIGITALIZĒTS UN ELEKTRONISKI PIEEJAMS PLAŠS, IEPRIEKŠ NEDIGITALIZĒTO MATERIĀLU LOKS. LĪDZĪGI KĀ CITU SEGMENTU RESPONDENTIEM, ARĪ “SPECIĀLISTIEM” IR SVARĪGA LATVIEŠU VALODAS UN TRADĪCIJU SAGLABĀŠANA, DIGITALIZĒJOT LATVIJAS KULTŪRAS MANTOJUMA MATERIĀLUS.*

“Speciālistu” segmentā, līdzīgi kā funkcionālās vajadzības, arī vairums sociālo vajadzību ir ļoti nozīmīgas. Atšķirībā no regulārajiem interneta lietotājiem vissvarīgākā sociālā vajadzība ir vēlme pēc plašāka kultūras satura, kas iepriekš nebija pieejams tiešsaistē. Tam, ka šobrīd darba vajadzību veikšanai ir pieejams pietiekami plašs informācijas klāsts, pilnībā piekrit tikai 14% no “Speciālistu” segmenta. “Speciālistu” segmenta respondentiem, līdzīgi kā regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā kopumā, ļoti svarīga ir arī latvisko tradīciju un valodas saglabāšana, veicot Latvijas kultūras mantojuma digitalizāciju (skat. 67. attēlu).

### 67. attēls. “Speciālistu” segmenta sociālās vajadzības.

Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10, kur 1 nozīmē – tas nemaz nav svarīgi, bet 10 – tas ir ļoti svarīgi.



Speciālisti: Speciālisti-publiktu bibliotēku darbinieki, izglītības jomas pārstāvji, zinātniski-pētnieciskās jomas pārstāvji, kultūras jomas pārstāvji, n=852

Latvijas kultūras mantojuma digitalizācijas procesā ir piedalījušies ceturtdaļa (26%) no "Speciālistu" segmenta pārstāvjiem. Arī digitalizācijas procesa, kurā ir iesaistījušies speciālisti, vērtējums ir līdzīgs kā digitalizācijas procesa vērtējums kopumā – 6.2 punkti 10 punktu skalā (skat. 68. attēlu).

### 68. attēls. "Speciālistu", kuri ir iesaistījušies materiālu digitalizācijas procesā, šī procesa vērtējums.

B6. Vai Jūs pats/-i personīgi vai iestāde/ uzņēmums, kurā Jūs strādājat, šobrīd ir iesaistīts ar Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. digitalizācijas procesu (digitalizē materiālus, iesaistās, veido publiski pieejamas informācijas kolekcijas u.tml.)?



Tie "Speciālisti", kuri ir bijuši iesaistīti kultūras mantojuma materiālu digitalizācijā savā darbavietā, visbiežāk ir saskārušies ar tehnikas trūkumu materiālu digitalizācijas veikšanai (*trūkst resursu, tehnoloģisko iespēju, inventārs nespēj tikt līdzī tehnoloģiju attīstības tempam*), prasmju trūkumu (pietrūkst prasmju un konsultantu), kā arī ar cilvēkresursu trūkumu (*nav profesionāla ieinteresēta darbinieka*).

Turpmāk "Speciālisti" segmenta emocionālo vajadzību analīze.

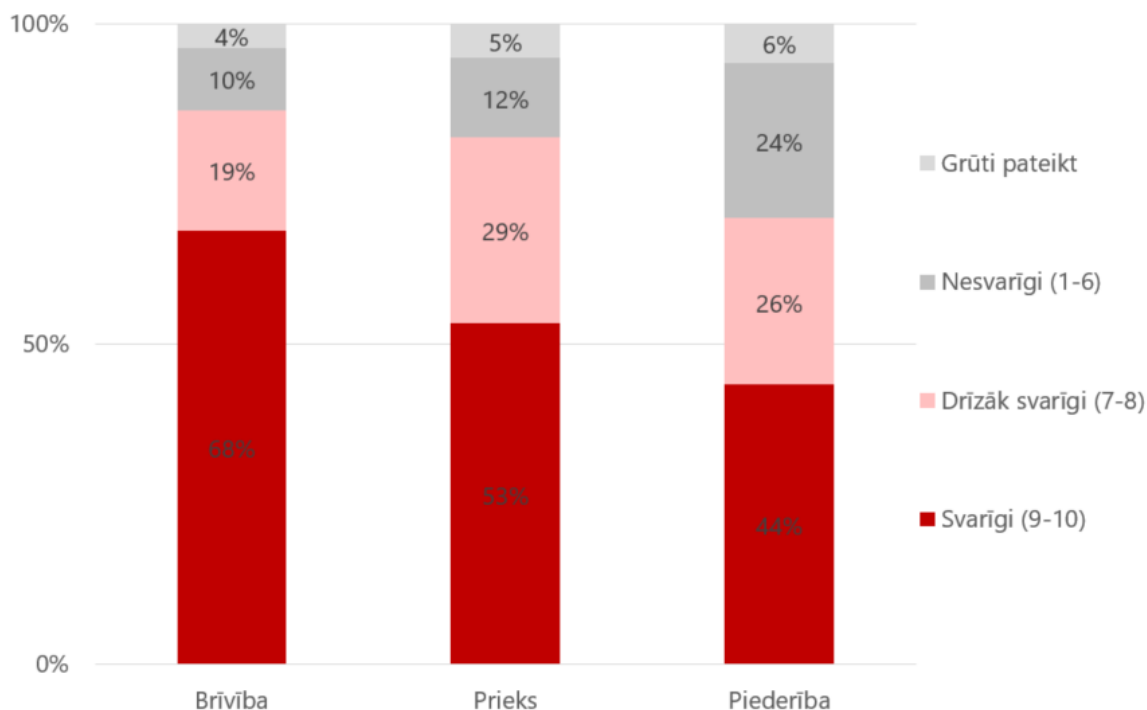
*BRĪVĪBA KĀ EMOCIONĀLĀ VAJADZĪBA, IZMANTOJOT DIGITALIZĒTOS KULTŪRAS MANTOJUMA MATERIĀLUS, IR VISNOZĪMĪGĀKĀ VAJADZĪBA VISIEM PĒTĪJUMĀ IEKĻAUTAJIEM SEGMENTU RESPONDENTIEM. ŠĪ IR NOZĪMĪGA EMOCIONĀLĀ VAJADZĪBĀ ARĪ "SPECIĀLISTU" SEGMENTAM, GAN IZMANTOJOT MATERIĀLUS PRIVĀTĀM, GAN PROFESIONĀLAJĀM VAJADZĪBĀM.*

### “Speciālistu” segmenta emocionālās vajadzības

Emocionālo vajadzību lokā “Speciālistu” segmenta pārstāvjiem ļoti nozīmīgas ir tādas emocionālās vajadzības kā brīvība un prieks. Emocionālā vajadzība brīvība saistīta ar iespēju brīvi izmantot digitalizētos Kultūras mantojuma materiālus gan privātajām, gan profesionālajām vajadzībām (skat. 69. attēlu). Emocionālā vajadzība prieks saistīta ar digitalizēto kultūras mantojuma materiālu izmantojumu vairāk privātām vajadzībām (materiālu lietojums izklaidei un atpūtai ir ļoti nozīmīgs 53% “Speciālistu” segmenta respondentu).

Līdzīgi kā regulāro interneta lietotāju vidū, arī “Speciālistu” segmentā zemāka nozīmība šobrīd ir piederības izjūtai, ko sniedz digitalizētā kultūras mantojuma materiālu izmantojums. Emocionālo vajadzību piederība veido tādi sociālo vajadzību aspekti kā nepieciešamība saglabāt latviskās tradīcijas un latviešu valodu, kas ir samērā nozīmīgas sociālās vajadzības, kā arī funkcionālās vajadzības pēc personīgās iesaistes digitalizētā kultūras mantojuma satura veidošanā un izplatīšanā, kas savukārt ir mazāk nozīmīgas vajadzības arī “Speciālistu” segmenta respondentiem. No tā var secināt, ka to emocionālās vajadzības piederība aspekti, kas ir saistīti ar tā sociālo vajadzību aspektu, ir ar augstāku nozīmību kā piederības funkcionālo vajadzību aspekti.

69. attēls. “Speciālistu” emocionālo vajadzību vērtējums.



*Speciālisti: Speciālisti-publiksko bibliotēku darbinieki, izglītības jomas pārstāvji, zinātniski-pētnieciskās jomas pārstāvji, kultūras jomas pārstāvji, n=852*

Nākamajā nodaļā vairāk par “Speciālistu” kā privāto Latvijas kultūras mantojuma lietotāju dzīvesstilu.

## “Speciālistu” segmenta dzīvesstila raksturojums

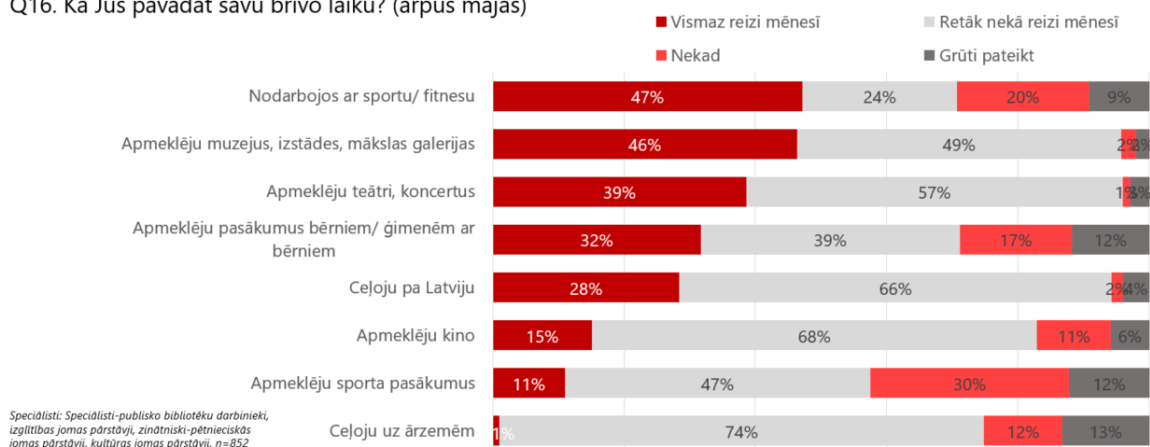
“SPECIĀLISTUS” KĀ PRIVĀTPERSONU RAKSTUROJUMS PĒC TO BRĪVĀ LAIKA PAVADĪŠANAS UN INTERESĒM VAR RAKSTUROT KĀ AKTĪVUS UN AIZRAUTĪGUS RESPONDENTUS. ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTIEM RAKSTURĪGS PLAŠS KULTŪRAS PATĒRIŅŠ ĀRPUS MĀJAS, KĀ ARĪ VAIRĀK ŠĪ SEGMENTA PĀRSTĀVJU PIEVĒRŠAS HOBIJEM MĀJAS VIDĒ. ŠAJĀ SEGMENTĀ IR IZTEIKTI DAUDZ GOOGLE + LIETOTĀJU.

“Speciālistu” segmenta pārstāvju dzīvesstils raksturojams kā aktīvs. Visi šie segmenta pārstāvji ir strādājoši cilvēki, kas biežāk nekā regulārie interneta lietotāji kopumā pavada savu brīvo laiku kopā ar ģimeni un bērniem (58% - katru dienu).

“Speciālisti”, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem kopumā, vairāk ārpus mājas apmeklē muzejus, izstādes, mākslas galerijas, teātri, koncertus, kino, pasākumus bērniem/ ģimenēm ar bērniem un ceļo uz ārzemēm, bet retāk apmeklē sporta pasākumus (skat 70. attēlu).

### 70. attēls. “Speciālistu” segmenta respondentu nodarbošanās ārpus mājas.

Q16. Kā Jūs pavadāt savu brīvo laiku? (ārpus mājas)



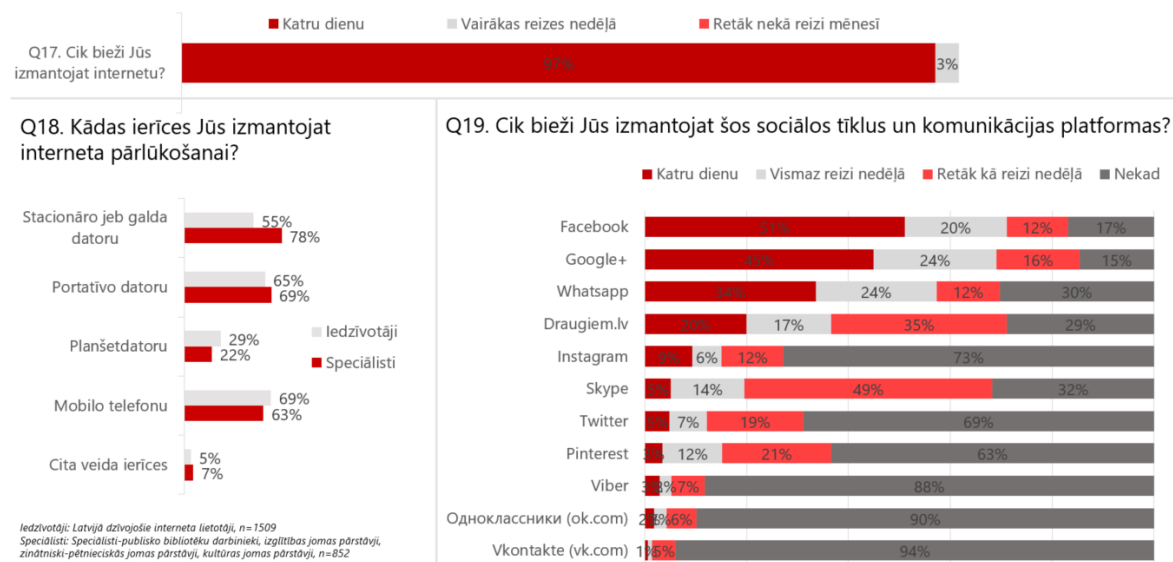
Arī mājas vidē “Speciālistu” segmenta pārstāvji vairāk patērē dažādus ar Latvijas kultūras mantojumu saistītus materiālus, piemēram, lasa laikrakstus, žurnālus, grāmatas. Brīvajā laikā lielāks skaits šī segmenta respondentu nodarbojas ar dārzkopību, rokdarbiem, kā arī aizraujas ar pavārmākslu.

Lielākā daļa (97%) no “Speciālistu” segmenta respondentiem dažādu iemeslu dēļ lieto internetu katru dienu, atlikušie 3% to dara vairākas reizes nedēļā (skat. 71. attēlu).



Visvairāk no segmenta pārstāvjiem, līdzīgi kā regulārie interneta lietotāji, izmanto Facebook sociālo tīklu. "Speciālistu" vidū ir izteikti vairāk Google + lietotāju (45% to lieto katru dienu), bet mazāk tādu sociālo tīklu kā Одноклассники (ok.com) un Vkontakte (vk.com) lietotāji.

### 71. attēls. "Speciālistu" segmenta sociālo tīklu un komunikācijas platformu lietošanas regularitāte.



Nākamajā nodaļā rekomendācijas turpmākajam darbam ar "Speciālistu" segmenta pārstāvjiem

#### Rekomendācijas darbam ar "Speciālistu" segmentu

"Speciālistu" segmenta respondentu digitalizētā Latvijas kultūras mantojuma materiālu patēriņš ir raksturojams kā plašs, kā arī atbalsts turpmākai materiālu digitalizācijai ir augsts. Saistībā ar materiālu regulāro izmantošanu segmenta respondentiem ir ļoti svarīga emocionālā vajadzība pēc materiālu izmantošanas brīvības, tādēļ svarīgi ir rast iespēju piedāvāt segmenta respondentiem izmantot digitalizētos materiālus bez maksas.

Šobrīd "Speciālisti" kā profesionālo nozaru pārstāvi vairumā gadījumu uzskata, ka pieejamais materiālu apjoms viņu darba vajadzību veikšanai nav pietiekami plašs, to nepieciešams paplašināt. Taču vienlīdz svarīgi ir gan paplašināt materiālu klāstu, gan laicīgi un saprotami informēt "Speciālistus" par jaunu viņu darbības nozarei atbilstošu digitalizēto materiālu pieejamību.

"Speciālistu" segmenta respondentiem ir sarežģīti nodalīt privāto un profesionālo digitalizēto materiālu patēriņu. Līdz ar to nav vienota viedokļa par to, vai profesionāļu un privātpersonu pieejai digitalizētajiem Latvijas kultūras mantojuma materiāliem ir jābūt vienlīdz plašai, vai profesionāļiem būtu jāsniedz iespēja šos materiālus izmantot plašākā apjomā. Ieteicams izvērtēt atsevišķas nozares (muzeji, arhīvi), kam būtu nepieciešama specializētā, paplašināta pieeja un nozares (izglītība), kurās pieeja šiem materiāliem ir līdzvērtīga privātpersonu pieejai.

“Speciālistu” segmenta respondenti augstu novērtētu iespēju arī profesionālajām vajadzībām digitalizētos Latvijas kultūras mantojuma materiālus meklēt, izmantojot ērtu Google tipa meklētāju.

“Speciālistu” vēlme iesaistīties digitālā Latvijas kultūras mantojuma satura veidošanā kā privātpersonām, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem, ir augstāka - 29% no “Speciālistiem” tas būtu ļoti svarīgi. Kā profesionāļi šo materiālu digitalizācijas procesā ir iesaistījušies 26% “Speciālistu” grupas pārstāvju. Materiālu digitalizācijas process “Speciālistu” vidū tiek vērtēts viduvēji. Visbiežāk “Speciālisti” saskaras ar digitalizācijas procesa trūkumiem, kas saistīti ar tehniku, zināšanām un cilvēkresursiem. Ieteikums - komunikāciju vairāk orientēt uz “Speciālistu” kā privātpersonu iesaisti Latvijas kultūras mantojuma digitalizācijas procesā, jo no šāda aspekta segmenta respondenti ir vairāk ieinteresēti, “atvērti” iesaistei šajā procesā.

### **3.3.6. B2B segmenta apraksts (kvalitatīvā pētījuma rezultāti)**

Šajā sadaļā veidotais segmenta apraksts balstās uz kvalitatīvo pētījumu, kas īstenots no 2017. gada marta līdz maijam un kalpojis par vienu no pamatiem kvantitatīvo aptauju instrumentārija izveidē.

B2B organizācijām, kas iesaistītas digitālā kultūras mantojuma radīšanā, uzkrāšanā un izplatīšanā, raksturīga liela dažādība. Valsts institūcijas tiek uzskatītas par galveno kultūras mantojuma digitalizētāju, kas uztur augstus kvalitātes standartus un garantē ilgtspēju, kamēr mūsdienīga digitālā satura radīšana un izplatīšana vairāk ir komersantu un NVO pārziņā. Galvenie iesaistītie sektori ir izglītība, zinātne un pētniecība, kultūra. Jāatzīmē, ka B2B sektorā analogie un digitālie kultūras produkti tiek skatīti kā viens otru papildinoši, nevis konkurējoši produkti. Kā digitalizācijas galvenie ieguvumi ir zūdošā kultūras mantojuma saglabāšana un kultūras satura pieejamības palielināšana. Digitalizēts kultūras saturs ļauj piesaistīt jaunu, plašāku auditoriju nekā analogā kultūras satura patērētāji.

#### **Segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums**

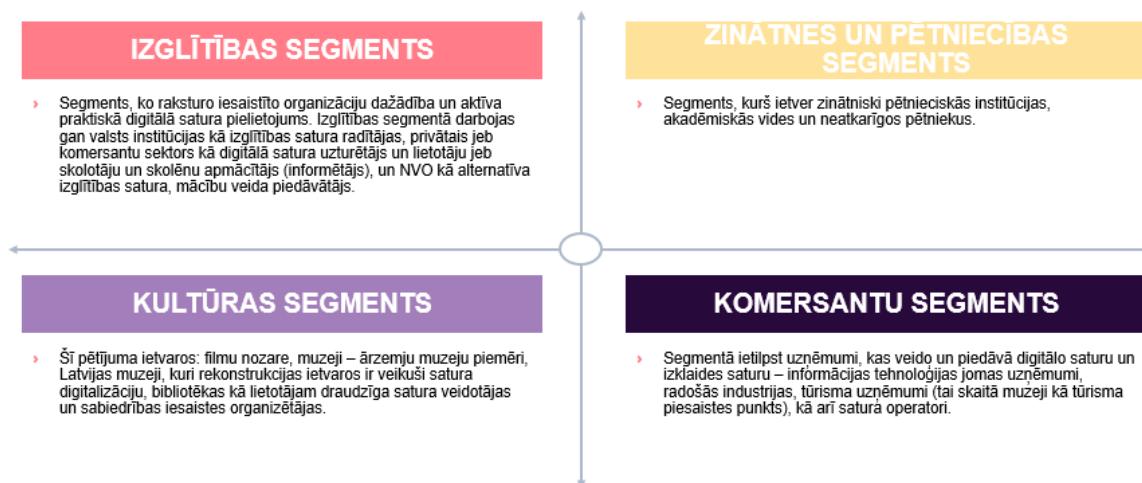
B2B nozarē raksturīga liela fragmentācija - no digitālā satura lietošanas mērķa, darbības jomas, organizācijas sektorālās piederības un veidotā satura mērķauditorijas var izšķirt vairākus galvenos segmentus, kuros strādā institūcijas. *Europeana* (Eiropas Savienības kultūras mantojuma digitālā platforma) norāda, ka ir piecas galvenās mērķauditorijas digitalizētā kultūras mantojuma izplatīšanā, un katram segmentam ir savas vajadzības un savi paradumi, kas ir jāievēro:

- Sabiedrība kopumā;
- Kultūras nozares profesionāļi;

- Izglītības sektors (izglītotājiem ir jādoma par materiālu komplektēšanu un to piemērošanu skolu sistēmām);
- Zinātne un pētniecība;
- Radošā industrija (sākot no divu cilvēku MVU līdz pat lielām korporācijām, kas iesaistītas digitalizētā kultūras satura komercializēšanā).

Šajā pētījumā B2B segmentā ir raksturoti četri apakšsegmenti, kuri apskatīti 72. attēlā.

## 72. attēls. Pētījumā apskatīto B2B segmenta apakšsegmenti.



## Kultūras mantojuma digitalizācijas uztvere atkarībā no organizācijas veida

Kultūras mantojuma digitalizācijā un kultūras digitālā satura izplatīšanā darbojas trīs veidu organizācijas, ko esam aptvēruši kvalitatīvajā pētījumā:

- valsts institūcijas;
- privātā sektora organizācijas – komersanti;
- NVO.

**Valsts institūciju** izlasē tika iekļautas organizācijas, kuru pārziņā ir kultūras mantojuma digitalizācijas un digitālā satura jautājumi. Balstoties uz informantu priekšstatiem, šādu organizāciju galvenais mērķis ir kvalitatīva kultūras satura radīšana un piedāvāšana auditorijai, vienlaikus popularizējot kultūras saturu un reaģējot uz pieprasījumu. Produkts galvenokārt lietotājiem tiek piedāvāts par brīvu - svarīgs aspekts ir kultūras materiālu pieejamība sabiedrībai, jo maksas saturs var kļūt ekskluzīvs un nepieejams potenciālajiem lietotājiem. Valsts institūciju pozīcijai raksturīga virzība uz iestādes stratēģijas un mērķu izpildi, nevis lietotāju interešu apmierināšanu. Kvantitatīvie rādītāji – sasniegtās auditorijas apjoms, auditorijas pieaugums, auditorijas apmierinātība – ir būtiski, taču tie nav atskaites kritēriji turpmākajai darbības programmai; taču galvenais ir *vērtīga* materiāla radīšana, uzkrāšana un

pieejamība. Kultūras mantojuma digitalizācija tiek uzskatīta par valsts atbildību, kamēr mūsdienīga satura veidošana un izplatīšana drīzāk ir komersantu un NVO organizāciju atbildībā.

**Komersanti** nodarbojas ar kultūras mantojuma digitalizāciju ar mērķi radīt produktu, kam jau šobrīd ir pieprasījums sabiedrībā vai kam komersanti saskata potenciālu nākotnē. Šī grupa ir atvērtāka inovatīviem risinājumiem gan izmantošanā, gan lietotājam draudzīga produkta radīšanā.

Kopumā komersanti izrāda lielāku ieinteresētību par nozari un lietotāju vajadzībām, kā arī kvalitatīvu mārketingu. Vienlaicīgi tieši komersantu grupa savā darbībā visās izjūt autortiesību likumdošanas šķēršļus, kas ietekmē jaunu produktu radīšanas iespējas.

**Nevalstiskās organizācijas** salīdzinoši retāk nodarbojas ar kultūras mantojuma digitalizāciju, kas saistīts ar to, ka datu bāzes un to uzturēšana ar kultūras mantojuma digitalizāciju un tālāku tā izplatīšanu saistītajās nozarēs ir valsts institūciju pārziņā; nevalstiskajām organizācijām parasti nav šī digitālā satura (tik lielā apjomā), nedz arī finansiālu resursu ievērojamai digitalizācijai. NVO sektorā ir vērojama lielāka ieinteresētība pētniecībā un pieprasījums pēc materiāliem, kuri pašlaik tiek digitalizēti vai kuri nākotnē varētu tikt digitalizēti.

Dažādām NVO un bezpeļņas organizācijām varētu būt šādi uzdevumi:

- standartu izveide un uzturēšana (*Europeana*),
- dialoga un pārmaiņu veicināšana nozarē (*Creative Museum*),
- izplatīšanas tīkls (latviešu filmu seansu rīkošana reģionos, *Kultūrpunkts* un *Latvijas Kinematogrāfistu savienība*).

Kā norāda informants no IT nozares (uzņēmums "Tilde"), izglītības segmentā vēl ir ļoti daudz darāmā, lai nodrošinātu sadarbību starp segmentiem, īpaši kultūras segmentu.

### **Analogā/ digitālā satura sinerģija**

Kopumā visu apakšsegmentu informanti norāda, ka neredz kultūras apdraudējumu no digitalizācijas. Digitalizācija tiek skatīta pozitīvi – kā zūdoša kultūras satura saglabāšana un kultūras satura pieejamības palielināšana. Kā negatīvais aspekts tiek minēts tas, ka humanitāro zinātņu jomā strādājošie pētnieki savos darbos varētu izvēlēties izmantot tikai digitāli pieejamos materiālus.

Kā papildu arguments tiek nosaukti pētījumi, kas parāda, ka vienas institūcijas digitālā un analogā satura patērētāji ir papildinošas, nevis konkurējošas auditorijas. Komersantu organizācijas argumentē, ka digitāli pieejama informācija par kultūras mantojumu veicina apmeklētāju pieaugumu pašās kultūras institūcijās; kolekciju digitalizācija un interaktīvi piedāvāts saturs palielina auditoriju un interesi par konkrēto muzeju un konkrēto kultūras pārstāvēto jomu. Piemēram, filmu nozarē

mūsdienās nav nošķiruma starp kultūras saturu/ digitalizētu kultūras saturu, „*jo filmas mūsdienās jau ir digitālas kopš sākotnes. Kino skatītāji un internetā filmu skatītāji ir divi dažādi auditorijas segmenti*”.

(B2B intervija)

*“Digitālā auditorija arī ir auditorija. Pēdējā laikā, es nezinu, vai tā ir prasība, laikam jau nē, bet veiksmīgākie sociālajā vidē, es zinu, ka Mākslas muzejs raksta gada atskaites, tad viņi blakus fiziskajiem apmeklētājiem, parāda arī mājaslapas apmeklētāju skaitu. Tā ir ļoti laba tendence. Tas mājaslapas apmeklētājs ir arī apmeklētājs. Viņi nejauc šīs kategorijas, viņi norāda, ka tie ir mājaslapas apmeklētāji.”* (B2B intervija)

Kultūras segmentā par digitalizācijas funkciju min arī šādus uzdevumus: veicināt piedalīšanos, pieejamību, pārrobežu komunikāciju, toleranci, ko nodrošina digitālā saskarsme (Europeana). Digitalizētais kultūras mantojums paver arī plašākas iespējas strādāt ar saturu, kas ir būtiska priekšrocība, salīdzinot ar strādāšanu ar analogajiem oriģināliem. Veicot kultūras mantojuma digitalizāciju, kultūras institūcijām ir nepieciešams mainīt savu pieeju un iedrošināt uzvedības pārmaiņas auditorijā, ko dara, piemēram, “OpenGLAM.org” (*galleries, libraries, archives, museums*) kustība, lai veicinātu digitālā satura lietošanu. Īpaši uzskatāma satura pieejamības palielināšana ir muzeju nozarē, kur digitālā satura piedāvājums ļauj pieredzēt citādi statisko un “neaizskaramo” kolekciju (mantojumu).

Interesants piemērs ir Raiņa un Aspazijas māja Rīgā, kur 2016. gadā notika muzeja restaurācija un ir izveidota multimediju ekspozīcija – oriģinālie interjera priekšmeti saplūst ar digitālajiem (skaņu fons, tekstu audio, Aspazijas silueta projekcija) un digitāli reproducētiem artefaktiem – Raiņa vizītkartes, braukšanas taloni no divdesmito gadu Rīgas, kurus apmeklētājs drīkst arī paņemt rokās. Individuāliem muzeja apmeklētājiem iespējams saņemt ekspozīcijas apskatei planšeti un austiņas, kurās dzirdams papildinošs audio materiāls. Pēc multimediju ekspozīcijas Raiņa muzeja Tadenavā apmeklētāju skaits pieaudzis vairākkārt: *“Ekspozīciju atvēra vasaras vidū, viņi strādāja nepilnu vasaru, jo tā ir sezonas ekspozīcija, viņu dati, ko viņi atsūtīja vakar – ekspozīcijas apmeklējums palielinājies 6 reizes. ... Ja pirms tam uz Tadenavu aizbrauca uz šo te ekspozīciju 300-500 cilvēku - maksimums, tad tagad šajā nepilnajā laikā bija pie 3000, tā, kā tas ir. Līdz ar to mēs varam mērit, vai tas ir izdevies vai nav. Tas ir viens veids ar apmeklējumu un interesi.”* (B2B intervija, H2E)

Rekonstruētie muzeji norāda, ka tāda pieprasījuma no auditorijas nebija, bet apmeklētāji atzinīgi vērtē jaunās ekspozīcijas. Piemēram, pēc Memoriālo muzeju apvienības Raiņa un Aspazijas muzeja un muzeja filiāļu atjaunošanas Tadenavā apmeklējums audzis pat 10 kārtīgi.

Vienlaikus jāņem vērā, ka piedāvājums lielā mērā ir pakļauts patērētāju pirktspējai. Piedalās galvenās kultūras iestāžu apmeklētāju grupas: skolu grupas, individuāli apmeklētāji, seniori, jaunas ģimenes ar bērniem. Katrai grupai ir savas nepieciešamības un prasības pret saturu un arī maksātspēja.

### **Segmentu funkcionālās vajadzības un satura prioritātes**

Tomēr visu segmentu informanti cer, ka ir iespējams veidot kādu atpazīstamu, vienu digitālu platformu, kur informācija par kultūras mantojumu digitālajā vidē būtu sasaistīta un pieejama vienuviet un kur, ierakstot meklētājā interesējošo, lietotājs to atrod. Uz jautājumu, kur tas varētu būt, kā varianti tiek minēta LNB mājaslapa, KISC mājaslapa, KM mājaslapa.

B2B segments, īpaši zinātne un pētniecība, norāda, ka viena no nepieciešamākajām funkcijām ir iespēja uzzināt, ka viņu nozarē (segmentā) ir parādījusies jauna digitalizēta informācija, neatkarīgi no tā, kura no institūcijām veikusi digitalizācijas procesu. Ir būtiski operatīvi saņemt informāciju par jauniem ierakstiem pētāmajā tēmā, lai nav jāmeklē pa visiem (nereti vairākiem tūkstošiem) ierakstiem, vai ir kas jauns.

### **B2B organizāciju sadarbība**

Informanti uzsver, ka valsts institūcijām ir galvenā loma kultūras mantojuma satura digitalizācijā un digitālā kultūras satura nodrošināšanā sabiedrībā. Tiek minēti vairāki iemesli:

- institucionālā ilgtermiņa plānošana;
- apjomīgi materiāli tehniskie resursi, valsts finansējums;
- satura augstvērtības princips kolekciju un datu bāzu komplektēšanā;
- bezmaksas pieejas nodrošinājums lietotājam.

Interviju laikā, aprakstot savu darbību, informanti vairākkārt norādīja uz trūkumiem sadarbībā starp dažādām organizācijām, viņi minēja, ka *"iespējams, ka ar to nodarbojas arī kāds cits"*. Galvenais iemesls: ja institūcijai ir ierobežota piekļuve citu iestāžu datu bāzēm, tad interese par tajā esošajiem materiāliem organizācijas līmenī ir neliela. Tāpat tiek minēts, ka nenotiek sadarbība un nav arī intereses to veidot.

Vairāki informanti pauduši viedokli, ka būtu nepieciešams sadarboties ar privāto sektoru, taču tas nedrīkst ierobežot sabiedrības piekļuvi digitalizētajam saturam. Jāņem vērā, ka privātais sektors ir strauji mainīgs, atkarīgs no sabiedrības pieprasījuma un tirgus faktoriem – kas rada risku, ka sadarbība var tikt pārtraukta uzņēmuma likvidācijas gadījumā, kā rezultātā pazustu piekļuve digitālajam saturam vai arī komerciāli neienesīgs projekts tiek pārtraukts, kā, piemēram, *Google* projekts *"Digitalized Knowledge"*.

Komersantu vidū pastāv arī pretestība pret to radītā vai apstrādātā digitālā satura tālāku komerciālu izmantošanu.

***“Ja mēs visu liktu Youtube (..), jebkurš to varētu izmantot saviem mērķiem. Mērķi var būt arī komerciāli. Mēs negribam, lai izmanto mūsu veidoto saturu komerciāliem mērķiem.”***  
**(B2B intervija)**

Kā piemērs komersantu iesaistei kultūras jomā, īpaši kultūrtūrisma jomā, ir atbalstošo pakalpojumu piedāvājums: ēdināšana un publiski pasākumi apmeklētājiem rekonstruētajos muzejos un LNB, dalība muzeju zīmolu izstādē (LNMM, Motormuzejs), kā arī oriģinālu suvenīru piedāvājums tūrisma vietās, kuri veidoti, izmantojot digitalizēto saturu. Nozarē gūtā pieredze norāda uz to, ka šāds moderns piedāvājums piesaista to auditorijas daļu, kuru pat īpaši neinteresē muzeja piedāvājums. To apliecina arī intervijas fragments:

***„Pat ja vienkārši uz muzeja kafējnicu gribētu aiziet, arī tad tas būtu lieliski. Varbūt ne vienmēr muzejā ir jāmācās vai jābauda māksla. Ja apmeklētājs ietu tikai uz bibliotēkas suvenīru veikalu ietu, tas arī būtu kultūras patēriņš, tā pieejamība paplašinās. Protams, jāvēlas, lai pēc iespējas vairāk kultūras institūciju tiktu rekonstruētas un pārveidotas.”*** (B2B intervija)

Pozitīvs piemērs ar dažādu organizāciju sadarbību kino nozarē ir interneta vietne [filmas.lv](http://filmas.lv). Tās satura pārzinis ir NKC, vietni un serverus uztur KISC, savukārt kino producenti izvietojšanai vietnē nodod radītās filmas, par to nesaņemot papildu atlīdzību.

NKC sniedz arī piemērus sadarbībai ar valsts institūcijām un NVO. NKC konkursa kārtībā deleģē latviešu filmu izplatīšanu reģionos, ar ko jau vairākus gadus nodarbojas divas nevalstiskās organizācijas, kuras neatkarīgi komunicē ar kultūras namiem un organizē seansus izglītības un kino jomas segmentiem. Ar [filmas.lv](http://filmas.lv) starpniecību skolotājiem ir iespēja savās stundās demonstrēt filmu fragmentus.

Dānijas Nacionālā galerija (DNG) nosauc trīs būtiskākās mērķgrupas, ar kurām īpaši strādā, tie ir izglītotāji, jaunieši un attīstītāji:

- Izglītotāji – nepieciešams daudz kontakta un materiālu gatavošanas, lai materiāli būtu skolotājiem saprotami, noderīgi un stundās izmantojami ;
- Jaunieši – jau 10 gadus darbojas “Young People Art Lab”, kur jaunieši tiek un darbojas klātienē, ik gadu, izvērtējot pieteikumus, 50 jaunieši tiek apstiprināti par “Young Art Pilots”, viņi kļūst par mākslas un DNG vēstniekiem un informē savus vienaudžus. Šis vēstnieka statuss ir prestižs, un to var pievienot savam CV;

- Attīstītāji – IT kopiena, kas attīsta produktus, digitālo pieejamību.

Uzņēmums "Tilde" darbojas vairākās jomās – viena no tām ir valodas un runas pētniecība. Uzņēmums specializējas valodu tehnoloģijās, daudzvalodu un interneta programmatūras izstrādē un lokalizācijā: tulkošana un mašīntulkošana, vārdnīcas izveide un runas atpazīšana, tai skaitā ne tikai latviešu valodā. "Tildes" vajadzības tulkošanas un runas atpazīšanas produkta radīšanā būtu skaņu faili ar anotētiem tekstiem, lai tos varētu izmantot runas programmas "trenēšanai" un vārdu atpazīšanai. Šis radītais produkts var nākotnē būt noderīgs arī LNB un citām iestādēm vai organizācijām, kas nodarbojas ar liela apjoma tekstu rakstīšanu (piemēram, darbu anotācijas, vēsturisko runu digitalizācija). Kā izejmateriāls, kas "Tildei" vajadzīgs, ir precīzi transkribēts audio ieraksts latviešu valodā teksta failu formātos.

Potenciāls lauks sadarbības uzlabošanai ir NVO sektors un valsts institūcijas. Piemēram, biedrībām nav finanšu resursu digitalizēt un uzglabāt mantojumu un nav kapacitātes piesaistīt projektu līdzekļus, tomēr vienlaikus ir idejas mantojuma izmantošanai un "iedzīvināšanai". Nereti NVO sektors uzglabā "neejošu" mantojumu vai tādu, par kuru nav intereses plašā sabiedrības daļā, bet tikai pētniekiem, arī neakadēmiskajam sektoram.

Kā atpazīstams sabiedrības iesaistes projekts tiek minēts "Simtgades burtņieki", ko veido KM Latvijas valsts simtgades birojs kopā ar LU FMI Latviešu folkloras krātuvi – lietotājam ir iespēja pašam iesaistīties kultūras mantojuma digitalizācijā.

Būtisks apgrūtinājums digitālā kultūras mantojuma izmantošanā ir esošais autortiesību regulējums. Izglītības nolūkos ir tiesības izmantot kultūras darbus, nemaksājot autortiesības. Tā kā ir ierobežotas iespējas izmantot kultūras mantojumu, ir ierobežota interese par vietnēm, datubāzēm, krātuvēm. Valsts izglītības satura centrs (VISC) saskāries ar likuma dažādu interpretācijas iespēju. Minētais atvieglojums attiecas uz "mācību līdzekļiem", taču VISC ir agrāk veidojis un nākotnē plāno veidot "metodiskos materiālus" skolotājiem; pēc definīcijas tas nav mācību līdzeklis, bet "pastarpināts materiāls", uz ko izmantošanas atvieglojumi neattiecas.

Pieejamais tehniskais nodrošinājums, tai skaitā datoraparātūra un datorprogrammatūra, šobrīd netiek uzskatīts par būtisku problēmu. Lietotāju digitālās prasmes tiek uzskatītas par labām, reizē uzsverot nepieciešamību tās attīstīt, īpaši izglītības sektorā, lai efektīvi varētu izmantot digitalizēto kultūras mantojumu. Ir nepieciešama vienota metadatu veidošanas sistēma, lai lietotāji spētu orientēties dažādo institūciju datu bāzēs. Digitālā satura izmantošanā pašsaprotama šķiet iespēja



"pieslēgties no kurienes grib, ar jebkuru ierīci un lietot, cik ilgi grib". Būtu nepieciešams ieviest sistēmu, lai valsts autoram atlīdzinātu par viņa darbu izmantošanu.

### **Šķēršļi digitalizācijas procesā (autortiesības)**

Kā vienu no divām lielākajām problēmām kultūras mantojuma digitalizācijā informanti minēja autortiesību jautājumus. Pat 70 gadus pēc autora nāves vēl arvien ir problēma digitalizēt foto dokumentus, jo ir svarīgi atrast autora pēcnācējus risināt atlīdzības jautājumus likumā noteiktajā kārtībā. Šie apstākļi bieži vien neļauj sasniegt iecerēto rezultātu.

Dānijas nacionālās galerijas pieredze ir tāda, ka aktīvi tiek strādāts ar to kultūras mantojuma daļu, kam izbeigušās autortiesības (13. līdz 20.gs. mākslas priekšmeti), dodot iespēju apmeklētājiem, lietotājiem piekļūt, skatīties un dažādā veidā darboties ar vizuālajiem materiāliem; viņi var tos pārveidot, veidot savas versijas. Par materiāliem, kam nav izbeigušās autortiesības, ir jāorganizē sarunas ar katru mākslinieku. Pieredze rāda, ka daļa atbalsta ideju par viņu darbu pieejamību digitāli un darbu izmantošanu. Tie ir lieli autortiesību maksājumi, kurus veic valsts, bet muzejs sadarbojas ar autortiesību aģentūrām.

Ir mākslinieki, kuri neiebilst, ka viņu darbi ir brīvi pieejami lietotājiem (*Creative Commons* pieeja). Lai mākslinieki tomēr saņemtu atalgojumu par savu darbu, ir jārada jauns biznesa modelis.

Organizācijas, kas strādā ar digitalizētā satura veidošanu un pasniegšanu auditorijai, norāda, ka bez autortiesībām būtisku izmaksu daļu veido arī materiālu digitalizēšana: *"Rezultātā gadu tika kārtotas šīs atļaujas, ka var nemaksāt tiešajiem mantiniekiem, tas nav peļņas projekts, bet tāpat vēl ir arhīvs, kur ir jāmaksā, un tās nav mazas izmaksas."* (B2B intervija, H2E)

*"Fotogrāfijas muzejs man pasaka, ja es gribu noteiktus autoru darbus digitalizētā formātā, tad man tie ir jānopērk personīgi, katru atsevišķu vienību par kaut kādiem noteiktiem eiro. Darbi ir diezgan vājā kvalitātē. as."* (FGD)

*"Kādreiz tas krājās kinofonofoto arhīvā. Viņi šobrīd sit trauksmi, ka pēdējos gados, divdesmit piecos gados neviens autors nav iesniedzis nevienu darbu. Uzreiz varu pateikt, kāpēc fotogrāfi neiesniedz. Pirmkārt, tas ir tāpēc, ka viņi prasa izdrukātu attēlu, tad viņi viņu skenē. Iedomājaties, divdesmit pirmajā gadsimtā digitālu attēlu no sākuma ir jāizdrukā, tad viņi to ieskenēs. Ja autors pēc tam to attēlu grib izlikt izstādē, tad viņš to vienu reizi var izdarīt bez maksas. Par otro reizi jau ir jāmaksā. Mēs runājam par divdesmit pirmo gadsimtu. Protams, ka neviens viņiem nedod tos materiālus."* (FGD)

Zinātnē un pētniecībā pētniecības iespējas apgrūtina nepieciešamība ar konkrētu saturu strādāt tikai bibliotēkās vai satura glabātāja telpās, pielāgojoties iestāžu darba laikam. Piemēram, vēstures arhīva

materiāli ir pieejami tikai iestādē, tāpat elektroniski nepastāv precīzs arhīva dokumentu katalogs. Tikai pirms dažiem mēnešiem tika panākta atļauja fotografēt arhīva dokumentus pētniecības vajadzībām. Tas būtiski ierobežo pētnieku iespējas un nereti arī interesi par pētījuma veikšanu, kā arī palielina pētījumu īstenošanas izmaksas.

Izglītības segments, līdzīgi kā citi, izjūt piekļuves ierobežojumus pie informācijas. - . Daudzveidīgāks un dziļāks saturs pieejams tikai bibliotēkās, bet tas lielā mērā traucē zināšanu apguvei. Kā viens no risinājumiem, ko arī aktīvi izmanto apgāds "*Lielvārds*", ir kopējās skolotāju platformas lietošana (piemēram, interneta programmatūra *ClassFlow*), kur skolotājs saturu veido savā profilā, izmantojot datu bāzēs pieejamus materiālu, kurus iespējams lietot bez maksas, ja saturs netiek reproducēts.

Institūciju pārstāvji pārsvarā pauž pārliecību, ka autoriem par darbu izmantošanu ir nepieciešams atlīdzināt, taču šai atlīdzībai jābūt samērīgai, un tā nebūtu jāmaksā galalietotājam, ja materiālus izmanto nekomerciālos nolūkos. Labās prakses piemērs šajā ziņā ir tīmekļvietne *filmas.lv*, kur autortiesību maksājumi ir iekļauti budžetā un tiek piešķirti dotācijā no valsts. Reizi ceturksnī vietne apkopo statistiku par skatītajām filmām, nosūta informāciju Latvijas autoru biedrībai AKKA/LAA, kas aprēķina un samaksā autoriem.

Komersantu segmentā uzņēmumi (IT, dizaina uzņēmumi, mediju uzņēmumi) atzīst, ka nav skaidri ar autortiesībām apgrūtinātā materiāla izmantošanas noteikumi un lietojumprogrammas saskarne API (no angļu val.: *Application Programming Interface*). Nav skaidru nosacījumu par licenču izmantošanu izglītībā un pētniecībā. Uzņēmumiem nav pietiekamu zināšanu par autortiesību likumdošanu pētniecības jomā. Būtisks apgrūtinājums nereti ir ilgais laiks, kas nepieciešams, lai iegūtu atļaujas izmantot darbu, piemēram, uzņēmums "H2E" norāda, ka, veidojot ekspozīcijas, ir bijusi situācija, kurā nav bijusi iespēja izmantot vērtīgus, jau iegūtus un digitalizētus materiālus, jo nebija skaidrības par autortiesībām. Lai neradītu risku, nolemts šos materiālus neizmantot.

Kā vēl vienu problēmu teksta digitalizācijā IT segmenta uzņēmums "Tilde" min metadatu neviendabīgumu. Atšķirības ir terminu pierakstā, valodas lietojumā (piemēram, kā jēdzieni tiek lietoti dažādās valodās, tāpat ir daudz dažādu veidu, kā pierakstīt datumu vai cilvēka vārdu un uzvārdu). Ir atšķirības starp mūsdienu valodu un iepriekšējo laika posmu valodas lietojumu (izrūna, uzsvāri, vārdu krājums, izteiksmes līdzekļi). Šī teksta digitalizācijas problēma ir ne tikai Latvijā, bet visā Eiropā (iespējams, arī citviet). "*Kaut vai tādu elementāru lietu kā datums. Datums tiek pierakstīts dažādos veidos, un meklēšanas rīks var neatrast tekstu.*" (B2B intervija, Tilde)

IT segmenta uzņēmums "Tilde" norāda arī uz jautājumiem, kas saistās ar tulkošanu. Lai strādātu ar valodu korpusiem, nepieciešams daudzveidīgs un bagāts treniņmateriāls: vienalodu vai daudzvalodu korpusi, likumdošanas korpusi, periodika, daiļliteratūra. No metadatiem "Tildei" nepieciešams automātiskas testēšanas aprīkojuma protokols, kas pieļauj, ka digitalizētie dati ir atvērti, un pētnieki, veidojot kādu tālāku digitālu risinājumu vai pakalpojumu galalietotājam, zina, kāds ir standarts datiem un kā tie ir pieejami. Tas ir būtiski, lai, veidojot metadatus, tiktu izmantots viendabīgs datu sakārtojums un atsauču sistēma. LU FMI norāda, ka šobrīd nav iespējams digitalizēto tekstu uzreiz lejupielādēt teksta faila formātā.

"Tilde" saskaras ar ierobežojumiem piekļuvei dažādiem audiofailiem (nav digitalizēts, aizsargāts ar autortiesībām, nav skaidri izmantošanas noteikumi). Audiofaili būtu nepieciešami, lai "trenētu" runas programmu. Kā nākotnē realizējamu projektu "Tilde" min iespēju veidot attēlu atpazīšanas rīku – kā meklēšanas kritēriju sniedzot skaidri nolasāmu, piemēram, mūsdienu attēlu, citus šī objekta attēlus no dažādiem vēsturiskā laika posmiem.. Arī šādam rīkam būtu nepieciešama skaidra anotācija, kas būtu pamats atlasei.

Vēl viens virziens, kurā "Tilde" strādā, ir balss sintēze, kas sniedz iespēju "ierunāt" audio grāmatas, nodrošinot cilvēkiem ar īpašām vajadzībām plašāku pieejamību grāmatām un informācijai. Balss sintēzes attīstība kalpo par pamatu inteligēnto virtuālo asistentu (*botu*) radīšanai un attīstībai. Inteligēnto virtuālo asistentu pielietojuma jomas nākotnē ir gan tūrisms (digitālie gidi), gan izglītība – iespēja klausīties, nevis lasīt, iespēja, piemēram, skolēniem sagatavoties eksāmenam kopā ar interaktīvo virtuālo asistentu, kā arī iespēja vieglāk atlasīt informāciju, proti, virtuālais asistents izzinās vajadzības un atlasīs atbilstošāko informāciju, iespēja ierunāt meklējamo, iespēja lietot valodu apmācībā. *"Piemēram, ja jūs gribat botu, kas mācīs vēsturi, tad es redzu, ka mērķauditorija ir 9.klases skolēni, kuriem tagad ir jānokārto eksāmens. Tu tā parunā, un var saprast, ka viņi ir aizmirsuši, kas ir Bīskaps Alberts vai, kas ir šī t celtnē vai šī vieta Tur noteikti, ka var likt, vai tas būtu jāliek materiāli, kas digitalizēti no kolekcijām, lai to padarītu interesantāku. ... pieļauju, ka visas skolotājas būtu priecīgas, ja varētu uzdot bērniem – noklausies, teiksim, Kārļa Ulmaņa uzrunu "Meža dienās."*(B2B intervija, Tilde)

Izglītības jomā, vērtējot informācijas pieejamību, "Tilde" norāda, ka informācija un tās daudzveidība nav problemātiska, bet informācijas atlasei nepieciešams uzlabot/veidot pielāgotu un uzticamu meklētāju. Kā trūkums tiek saskatīts, ka informācija nav atrodama, ja tā nav pareizi "kodēta". Tas samazina lietotāja iespējas atrast lielu daļu no pieejamās informācijas vai uzzināt, kur tā ir pieejama. Ir nepieciešamība pēc semantiskā meklētāja, kas ļautu atrast tekstu pēc locījumiem, pēc sinonīmiem u.c. *"Tas ir milzīgs laikietilpīgs darbs, lai atrastu pēc atslēgvārdiem. Ja man tas ir sarežģīti, tad skaidrs,*

*ka 5. klases skolēns to noteikti nedarīs. Bet tas saturs, ko es tur atradu, ir ārkārtīgi interesants. Sākot ar to, ka tur var ieraudzīt pirmizdevumu. Apskatīties, kā izskatās grāmatas vāciņš, paskatīties, kā tas ir vecajā drukā, palasīt recenzijas, bildītes utt. Faktiski tas saturs jau tagad ir diezgan labs un interesants. Tas, protams, bija saturs, kuram ir beigušās autortiesības, jo tas lielākoties ir pirmskara laika periodika.”* (B2B intervija, Tilde)

“Tilde” uzsver nepieciešamību pēc daudzvalodu digitalizētā satura, norādot, ka ne tikai latviešu valodā esošais mantojums būtu prioritāri digitalizējams, bet tieši krievvalodīgajiem paredzētais, lai veicinātu bērnu iesaisti vienotā kultūras telpā. *“Bet tas, ka lietotājs varētu būt arī krievvalodīgā auditorija. Arī bērni, kas mācās skolās. Arī kultūras barjera ir daudz, daudz lielāka nekā mūsu latviešu bērniem.”* (B2B intervija, Tilde)

Visus segmentu pārstāvošās organizācijas ir vienisprātis, ka tieši vizuālais saturs ir tas, kas šobrīd iztrūkst, un ir nepieciešams, lai labāk pasniegtu informāciju. Ir paradoksālas situācijas, kurās, piemēram, izglītības nozarē attēla vietā tiek izmantoti gari apraksti, jo uz vizuālo materiālu ir spēkā autortiesības, bet tās apmaksāt ir dārgi, lai gan jaunieši “pieprasa” tieši audiovizuālu materiālu.

Kultūras un zinātnes, un pētniecības sektori īpaši norāda uz sadarbības trūkumu starp organizācijām un institūcijām. Tiek norādīts, ka institūcijas nav informētas un nezina, kas tiek digitalizēts citās nozares iestādēs, un tāpēc tiek veikts dubults darbs. Piemēram, Rakstniecības un mūzikas muzejs, veicot pētniecību un informācijas meklēšanu dažādās datu bāzēs, “nejauši” atrod informāciju par Raini, kas iepriekš nav zināms, ka būtu digitalizēts.

LU FMI uzsver, ka viņi kā zinātniskā organizācija arī nodarbojas gan ar digitalizētu folkloras krājumu uzturēšanu, gan turpina analogo folkloras krājumu digitalizācijas procesu, tomēr nav aicināti iesaistīties/ piedalīties Kultūras mantojuma digitalizācijas projektā (ERAF, 1.kārta) un finansējumu savām digitalizācijas aktivitātēm meklē paši.

Pie netiešiem digitalizācijas procesu ietekmējošiem šķēršļiem, kas īpaši skar komercsegmenta un valsts institūciju sadarbību, tiek uzsvērta problēma ar iepirkuma procesu. Ne tikai pats iepirkumu process ir lēns, bet arī vērtēšanas un darbus saskaņošanas laiks, kas ietekmē sniegtā darba kvalitāti un aktualitāti.

### ***Digitālā satura koncentrācija vai decentralizācija***

Pašreiz Latvijā ir pieejami vairāk nekā desmit domēni un aptuveni 22 saskarnes digitalizēto pakalpojumu saņemšanai kultūras mantojuma jomā – katra ar savām iespējām, kā arī lietotāju loku. Tāpat notiek zināma datu bāzu dublēšanās, ko rada gan nezināšana par to, ar ko strādā citas

organizācijas, gan spēkā esošie normatīvie akti, kas liek dublēt, piemēram, bibliotēku jomā digitalizēto saturu. *"Jo, kā jau es teicu, mēs savus ierakstus izveidojam, sūtām uz Nacionālo bibliotēku, un tieši tāpat dara katra no reģionu bibliotēkām, un veidojas dubultās datubāzes. Viņi strādā vienā sistēmā, mēs strādājam citā sistēmā, un šis darbs tiek dubultā veidots."* (B2B intervija, Kuldīgas novada muzejs)

Resursu koncentrācija un vienotas digitālās platformas izveide kultūras mantojumam šķiet loģisks solis, taču tam ir arī pretargumenti un iepriekšējā pieredze, kurā vērts ieklausīties.

KM Radošo industriju nodaļas pieredze saistās ar platformu *Fold.lv*, kas radās kā atbilde uz nozares (arhitektūra un dizains) prasību pēc vienotas piekļuves iespējām informācijai. Taču arī šobrīd, kad platforma ir izveidota, ir viedokļu dažādība, kā tai vajadzētu darboties, un ne visi ir neapmierināti.

Runājot par integrāciju vai decentralizāciju, ir "dabisks" sadarbības līmenis, un mēģināt mākslīgi apvienot, veidojot platformas, nav iespējams. Piemēram, kultūras un radošo industriju segmenta organizācijas ir relatīvi pastāvīgas un "maz sarunājas" savā starpā, un viena kopīga digitāla radošo industriju platforma diez vai veicinātu lielāku dialogu.

Otrs piemērs pret centralizāciju un plānošanu no augšas ir "muzeju kopkatalogs": *"vajag ļoti uzmanīgi izvērtēt ne ļoti veiksmīgo kopkataloga projektu. Man liekas, ka šobrīd ir ļoti labi piemēri, kur smelties labas idejas, piemēram, Rijksmuseum. Tas nevarētu būt vienkārši pašmērķis – salikt visu kopā un padarīt par vēl vienu.. [kopkatalogu] (...) ne visai labi lietojamu. Es domāju, ka to lieto paši muzeji. . Tiem, kas ir mēģinājuši, ir vairāk iebildumu nekā uzslavas, ka tas ir labi izdevies."* (B2B intervija)

Atbildot uz jautājumu par vienotas platformas izveidi digitalizētajam kultūras mantojumam, kāds informants apraksta potenciālā lietotāja vēlmes šādi: *"Vai tu vari parakstīties uz jaunumiem, ja tu esi mazliet mērķtiecīgāks. Tad tu zini, ka tevi interesē viss, kas ir saistīts ar džezas mūziku visos Latvijas reģionos, vienalga, kur, Latvijas vai pasaules. Lai viss, kas ir saistīts ar, nezinu, ar akvareļu mākslu jebkur valstī, ja kaut kas jauns atkal notiek. Mantojums, es ceru, ir jau vakardiena, es nezinu, es ceru, teiksim tā. – Tāda ļoti mobila lapa. Kas ir tie riski, kas, šādu lapu veidojot, ir jāņem vērā, jūsuprāt? Pie kā mēs varētu iekrist? Ka neviens to nelietotu vienkārši. ... es nezinu, vai tas ir mega portāls, vispār es nezinu, kas tas ir. Drīzāk [tam jābūt] kaut kam dzīvīgākam, kā uz ielas."* (B2B intervija, LSM)

### **Infrastruktūras vajadzības un lietošanas pieredze**

No B2B segmenta puses izskan konkrētas vajadzības par tehnisko nodrošinājumu, tai skaitā datoraparātūras un datortehnikas nepieciešamību kultūras mantojuma kontekstā.

Komersantu segments norāda, ka filmu nozarē ļoti svarīga ir reģionu kultūras namu aprīkošana ar kvalitatīviem projektoriem, lai fiziski būtu iespējams demonstrēt filmas, ņemot vērā, ka visi izrādīšanas formāti ir nomainījušies uz digitāliem.

IT nozarē uzņēmums "Tilde" norāda uz nepietiekamo skaņu (audio) failu pieejamību. Veidojot runas atpazīšanas programmas, nozīmīgs resurss ir ne tikai mūsdienu valoda, bet valoda kā kultūras mantojums, ko pētīt var iegūt informāciju par izrunu, kas tālāk kalpo precīzākas runas programmas veidošanai. Un līdzīgi kā norāda bibliotēkas, arī IT segments uzsver anotāciju trūkumu darbam. Runas programmas veidošanā anotācijas kalpo, lai izveidotu paraugus, ko tālāk, piemēram, bibliotēkas var izmantot anotāciju veidošanai no jauna digitalizējamiem darbiem, kas aizstātu ar roku rakstīto tekstu.

Izglītības segmentā tehniskā nodrošinājuma un programmatūras (ne)pieejamība skolās netiek uzskatīta par ļoti lielu problēmu. Kā tehniskā nodrošinājuma reālāko risinājumu redz nevis modeli "bring your own device" jeb katra skolēna pašnodrošināšanos ar ierīcēm, bet datoru vai planšetdatoru krātuvi skolā, kurus izsniedz uz konkrētiem priekšmetiem, projektiem, aktivitātēm. Vairākās skolās jau darbojas šāda sistēma.

Izglītības segmentā ir pieprasījums pēc "sapakota produkta", ko skolotāji var izmantot uzreiz vai veicot nelielas izmaiņas un pielāgojot savu mācību stundu saturam. Būtiska ir pieeja jau atlasītam vai/un pa tēmām sakārtotam saturam, kas pieejams, lai veidotu mācību stundu. Labs piemērs šādam produktam ir sadarbība ar filmas.lv, kur skolotājiem un bibliotekāriem ir piekļuve filmas.lv materiāliem, kas izraisīja lielu atsaucību un interesi. Šāds piedāvājums tika izveidots reizē ar NKC vadītājas Ditas Rietumas iniciatīvu iekļaut kino izglītības programmās. VISC nevar radīt jaunu mācību priekšmetu, bet daudzās skolās tiek izmantota NKC izveidota mācību grāmata un PDF formāta materiāli, kas ir pieejami skolotājiem kopā ar piekļuvi materiāliem, kas atrodas filmas.lv datu bāzē.

### **Prioritāri digitalizējamais saturs**

Pieņemot, ka pārredzamā laika posmā nav iespējams digitalizēt visu, nozares organizācijas norāda, ka prioritāri jādigitalizē to, kas var izzust: *"Mēs gribētu, lai tas LNB projekts iet uz to, digitalizēt to, kas var izzust laika gaitā. Vai digitālais izzudīs, to jau mēs arī neviens nezina. It kā jau ne, bet nekad nesaki nekad."* (B2B intervija)

Vienlaikus tiek pausts viedoklis, ka ir jāizšķiras par digitalizējamām jomām/ lietām, jo visu nemaz nav nepieciešams digitalizēt, tāpēc ka digitalizācija pati par sevi nebūs risinājums kultūras pieejamībai un atvērtībai: *"Digitalizācija ir risinājums kaut kam konkrētam. Konkrēts ir, protams, ērtums, ātrums. Ja es nevaru aizbraukt uz Romu un izpētīt tur esošā muzejā kaut kādu darbu, tad es gribu atrast to darbu*

*digitālajā vidē, ja es veicu pētījumu, bet es negribu, lai mans bērns nekad mūžā to darbu neredz dzīvajā un tikai skatās ekrānā.” (B2B intervija)*

Sabiedrība no B2B segmenta “pieprasa” digitālu vizuālo materiālu: fotogrāfijas, video materiālu, audio ierakstus, piemēram, runas. *“Pēc mūsu novērojumiem cilvēkiem ļoti interesē vecas fotogrāfijas. Vecas fotogrāfijas, kā ir mainījušās vietas. Un tas ir gandrīz droši, ja mēs publicējam kādu vecu fotogrāfiju, tad interese, protams, ir daudz lielāka, nekā publicējot kādu garu tekstu vai mūsu šodienas ziņas (..), un tieši vecas fotogrāfijas viņus interesē ļoti.” (B2B intervija, Kuldīgas novada muzejs)*

Visu segmentu informanti norādīja, lai arī notiek aktīva kultūras mantojuma digitalizācija, viņuprāt, netiek nodrošināta pietiekama mūsdienu vēstures apkopošana un sistematizēšana. Tieši tas, ka mūsdienās (2000. gadi un vēlāk) liela daļa satura tiek radīta digitāli, šķiet, uztraucoši, jo nav izpratnes un zināšanu, kur un kā tas tiek uzkrāts. *“Jā, es piekřītu, ka mums nav mūsdienu saturs. Mēs ļoti daudz zinām, kas ir noticis, bet es gribētu zināt, kas notika ar mums pēdējos piecdesmit gados. Tā nav, un to nevar tā smuki parādīt.” (FGD)*

### **Digitālās prasmes**

Uz jautājumu par lietotāju digitālajām prasmēm un to saikni ar iespējām izmantot digitālo kultūras mantojumu, *Europeana* pārstāvis atbild, ka šī lieta ir atrisinājusies, un nevaram vairs runāt par “digital age divide”, pat piecdesmitgadīgi cilvēki, vismaz Eiropā, aktīvi lieto internetu, digitālās tehnoloģijas. Uz precizējošu jautājumu par lietotāju virspusējām/ dziļām digitālām prasmēm un spēju orientēties un meklēt informāciju institūciju digitālās datubāzēs atbilde ir divējāda: (1) tiek sekots rūpīgi Users Experience Design – lietotāju pieredzēm; (2) tiek domāts par cilvēku ar īpašām vajadzībām iesaisti digitālā satura patērēšanā, un digitālā satura jomā ir lieliskas iespējas pārvarēt šīs grupas izslēgšanu.

Faktu, ka digitālais aizvien vairāk kļūst par pašsaprotamu lietu, apliecina arī vairāku informantu atbildes, ka ar digitalizāciju viņiem neesot nekāda sakara un pieredzes, taču padziļināta iztaujāšana atklāj, ka ir gan saskare, gan prasmes un rīcības šai jomā, tikai tas netiek apzināts šādā griezumā. Daļēji tas ir tāpēc, ka interneta lietošana tiek uzskatīta par pašsaprotamu; daļēji tāpēc, ka digitālie risinājumi ir saplūduši kopā ar analogo kultūras saturu, pakalpojumiem.

Būtiskāka problēma par digitālajām prasmēm vispār ir prasme kvalitatīvi strādāt digitālā vidē un ar digitāliem materiāliem. Īpaši tas tiek uzsvērts attiecībā uz skolotājiem, kuru vājās prasmes strādāt ar digitāliem materiāliem var skolēnu prasmju un zināšanu līmeni pat pazemināt: “Būtiskākas ir skolotāju prasmes iesaistīt skolēnus jēgpilnās aktivitātēs. Citādi ir kā PISA [Economiskās sadarbības un attīstības organizācijas (OECD) Starptautiskā skolēnu novērtēšanas programma (Programme for

International Student Assessment)] pētījumā, kas rāda, ka digitālo līdzekļu pieaugums mazina skolēnu izpratnes līmeni par tēmu, ja nav prasmju lietot." (B2B intervija).

## **B2B**

Zinātnes un pētniecības segmentā izteiktāka ir nepieciešamība pēc datu bāzu lietošanas iespējām, ko neierobežo fiziskā atrašanās krātuves/ informācijas uzturētāja telpās tā darba laikā. Nodrošinot piekļuvi digitalizētam saturam ārpus fiziskām telpām, ir iespējams stimulēt pētniecību ārpus akadēmiskās vides, nodrošinot lielākas iespējas iesaistīties arī nevalstiskajam sektoram un interesentiem.

Atzīstot autortiesību svarīgumu, vairums informantu tomēr norāda, ka digitālā satura izmantošanā pašsaprotama šķiet iespēja "pieslēgties no kurienes grib, ar jebkuru ierīci un lietot, cik ilgi grib". Šādā aspektā bibliotēkā uz vietas lietojamās datu bāzes un resursi vienkāršam lietotājam izsauc nevis apbrīnu un bijību, bet aizkaitinājumu un izvairīšanos no tiem, bet profesionālam pētniekam arī lielu laika patēriņu informācijas atrašanai. Tā kādam informantam pirmā un pēdējā pieredze ar vietni *filmas.lv* bija, kad no ārzemēm mēģināja tam piekļūt, bet reģionālo ierobežojumu dēļ *filmas.lv* daļa satura pieejama tikai no Latvijas IP adresēm – saturs nebija pieejams.

Nevar rēķināties, ka, izņemot pētniekus, kam tas ir darbs, citas mērķauditorijas būs gatavas lietot digitālos resursus tikai klātienē bibliotēkā vai citā atbilstīgajā kultūras mantojuma institūcijā. Risinājums, ko daļa informantu intuitīvi piedāvā, ir attālināta satura pieejamība uz noteiktu, ierobežotu laiku, ierobežojot lejupielādes iespējas (ja nepieciešams) un uzskaitot lietošanas laiku: *"..lai var pieslēgties tiešsaistē. Tu attaisi savu televizoru, tu pieslēdzies internetam, tu pieslēdzies tiem avotiem. Mums jau nevajag tūkstoti. Pietiek jau ar vienu tai brīdi. Tu uz laiku paņem to digitālo iespēju. Tu atver un rādi bērniem, vai tas ir vienā vai piecos redzams." (FGD). "Jā, jo tas, man liekas, ir tas svarīgākais aspekts, lai jebkur uz ielas viss ir pieejams, nevis sēžot tur kaut kādā noteiktā vidē. ... Tas mūsu darbības princips ir – mums jāiet pie cilvēkiem. Cilvēki vairs pie mums nenāk." (B2B intervija, LSM)*

Izglītības segmentā skolotāji ir VISC galvenā auditorija, ar ko komunicēt. Viena no formām – priekšmetu skolotāju metodiskās apvienības. Tur ir iespēja pastāstīt par aktualitātēm, svarīgo, jauno, un VISC to izmanto. Kultūras saturam VISC kā galvenos uzsver tieši vizuālās mākslas un mūzikas priekšmetu skolotājus – pēc jautāšanas nākamās nosauc sociālās zinības, kulturoloģija, latviešu valoda. "Valsts, protams, var atbalstīt ar dažādām fondu programmām, bet vairāk šim klikšķim ir jābūt katrā skolā, katras skolas vadībā." (B2B intervija, Lielvārds)



## Rekomendācijas darbam ar segmentu

Esošā digitalizētā kultūras mantojuma lietojamība tiek uzskatīta par lielāku prioritāti nekā jauna digitālā satura vai jaunas platformas veidošana. Visos segmentos izpaužas nepieciešamība, lai digitālais saturs būtu saprotams vienkāršam lietotājam. Tas iezīmē trīs atslēgpunktus:

- 1) digitālajam kultūras mantojumam jābūt atrodamam ar parasto Google tipa meklētāju,
- 2) informēšanā par saturu un komunikācijā aktīvi un gudri jāizmanto sociālie tīkli,
- 3) Vikipēdijas formāts ir pateicīgs veids, lai institūcijas vēstītu par sevi un uzrunātu plašu mērķauditoriju.

Izglītības sektorā būtiska nepieciešamība ir satura pakošana un pielāgošana izglītotāju vajadzībām. Kultūras, kā arī zinātnes un pētniecības sektorā būtiska ir digitālā satura pieejamība ārpus institūciju sienām bez darba laiku ierobežojumiem. Noslēgumā pievienotas rekomendācijas padziļinātai katra sektora vajadzību izpētei turpmākajā pētījuma gaitā.

## Informācijas meklētāji (search engines, Google)

Nodrošinot iespēju vietnē izveidot savu profilu informācijas meklēšanai un apstrādei varētu atvieglot informācijas meklēšanas procesu kopumā.

Vienota parauga anotāciju rakstīšana – šobrīd pastāv problēma ar "pareizu" anotāciju rakstīšanu un ar atslēgas vārdu radišanu. Vēsturiski veidojies, ka katrā laika posmā anotācijas un atslēgas vārdi ir veidoti pēc citāda principa, un šobrīd, atlasot un meklējot informāciju, var būt gadījumi, ka informācija netiek sameklēta tieši šī iemesla dēļ. Tāpat dažkārt nav iespējams atrast informāciju un grūti digitalizēt, ja nav zināms, kādi bija informācijas pierakstīšanas veidi agrākos laikos. Būtu nepieciešami vienoti standarti.

Runājot par informācijas meklēšanas paradumiem, vairums informantu nosauc Google meklētāju – kā "vienkāršā" lietotāja pirmo izvēli, ar ko kultūras mantojuma institūcijas nevar nerēķināties.

Digitālā satura veidotāju un uzturētāju atbildība ir indeksēt savus datus gudri, tā, lai tie būtu atrodami vienkāršam lietotājam, tajā skaitā, lai tie būtu atrodami arī ar Google meklētāju: *"Ļoti daudzi muzeja darbinieki kopkatalogu nezina vienkārši. Tur ir tik daudz materiālu, ko smelties. Tie ir jāievada, lai tie tur būtu. Savā laikā, sākumā tas Google bija. Iegūglēja kaut ko, tas izmeta ārā. Tagad tas tā vairs nav."* (FGD)

Katalogi, publikācijas, attēli un metadati mūsdienās jau ir standarts, un pētniekiem un ekspertiem ir salīdzinoši viegli orientēties jau esošajā sistēmā. Izaicinājums ir padarīt lietošanu saprotamu un

vienkāršu arī plašākai publikai, nodrošinot, ka lietotājam tiek atlasīti ne tikai tie rezultāti, kurus viņš jautā, bet arī tie rezultāti, kas varētu viņu interesēt, tikai viņš to vēl nezina – “gudri” analizējot lietotāja pieprasījumus.

### ***Sociālo tīklu izmantošana komunikācijā***

Auditorijas piesaistē un komunikācijā ar lietotājiem vairāki informanti norāda uz šādu darbību secību: sociālie tīkli → institūcijas mājaslapa → atraktīva instrukcija → iedziļināšanās datu bāzē.

Kvalitatīva mājaslapa vēl arvien ir obligāta prasība, taču tas vairs nav pietiekami, lai uzrunātu, ieinteresētu un piesaistītu auditoriju. Šo funkciju mūsdienās pilda sociālie tīkli, pirmkārt, Facebook un Twitter. Facebook pamatā tiek lietots kopienas veidošanai un uzturēšanai. Twitter – savu ziņu mērķtiecīgai publicēšanai. Efektīvāks komunikācijas modelis ir arī dalīšanās (*share*) ar citu lietotāju tematiski iederīgiem materiāliem, tas rada iespaidu par institūcijas dzīvīgumu un iesaisti dialogā un piesaista auditorijas uzmanību.

Jaunā paradigma paredz, ka ikkatrā institūcijā ir profesionāls cilvēks (vairāki), kura darba galvenais pienākums ir sociālajos tīklos komunicēt par organizācijā notiekošo un aktuālo: *“Nīderlandē, Lielbritānijā ir jauns amats – digitālo stratēģiju speciālists. Tā gan ir stratēģiskās vadības apziņa. Tas ir līdzvērtīgs. Tas nebūt nav tikai par to katalogu. Tas ir par visu. Cilvēks, kas apsaimnieko sociālos medijus. Vai mēs tur vienkārši kaut ko iemetam, vai mums ir stratēģija, ko mēs ar to darām.”* (B2B intervija)

Visām kultūras institūcijām prasmīgi un regulāri būtu jālieto sociālie mediji. Šī ir prasme, no kuras atkarīga institūcijas atpazīstamība, novērtējums un auditorija.

Runājot par institūcijas ilgtspēju un kvalitatīvu saturu, informanti uzsvēra valsts institūciju priekšrocību, kālab kultūras mantojuma saturu vajag atstāt valsts pārraudzībā. Sociālo mediju un digitālās pieejamības jomā šīs pašas valsts institūciju raksturīgās īpašības izpaužas kā inerces un dažkārt tehnoloģiska atpalcība no laika. Liela problēma digitāliem risinājumiem ir valsts iestāžu gausais iepirkuma process, līdz ar to parasti gan valsts iestāžu mājaslapas, gan datubāzes nav perfektā līmenī lietotāja pieejamības un uztveramības aspektā. Papildu aspekts ir arī piemērotu darbinieku trūkums un iestāžu izpratne/ neizpratne, par sociālo mediju primāro lomu komunikācijā. *“Laba mājaslapa ir obligāta, taču ar to nepietiek”*, ja nav aktivitātes sociālajos tīklos, kas informē un ieinteresē lietotājus. (B2B intervija, KM)

Kā pozitīvie piemēri, kā kultūras mantojumu spēj digitāli pasniegt aizraujošā formā, tika minēts Rīgas 2014 Kultūras galvaspilsētas gada projekts, kurā, piemēram, Facebook regulāri parādījās mēmes par

Raini un Aspaziju: *"Pieejamība, saprotamība un reklamēšana. Vēl kāds piemērs, pirms laika bija populāri tie mēmi/ mēmes, kas izmanto vēsturiskas fotogrāfijas, piemēram, ar Krišjāni Baronu, Blaumani, un raksta kaut kādus smieklīgus jokus par Raini un Aspaziju, kā viņi gājuši uz ballīti un ko viņi nākamajā rītā runājuši. Tas radīja interesi, īpaši jauniešos (B2B intervija, KM)*

### **Vikipēdijas formāts auditorijas uzrunāšanā**

Kā efektīvu rīku informēšanai daudzi informanti min Vikipēdiju. Vikipēdijas galvenais pluss, līdzīgi kā Googlei, ir tas, ka "visi to lieto". Minuss – ka informācija ne vienmēr ir pareiza un precīza. Taču informanti atzīst, ja ir vēlme piekļūt plašai publikai, informēt par sevi, tad tas efektīvāk izdarāms vietnēs, ko šī mērķgrupa lieto.

Dānijas nacionālā galerija min savu projektu *"Wiki labs"* kā vienu no būtiskiem instrumentiem, kā informēt par sevi. Projekta *"Wiki labs"* ietvaros reizi mēnesī muzeja pārstāvji tiek ar cilvēkiem, kas raksta tekstus Vikipēdijai par DNG. Lietotāju iesaiste Vikipēdijas tekstu radīšanā par DNG ir būtisks elements gan informācijas izplatīšanā, gan kopienas veidošanā.

Vikipēdija tiek uzsvērtā gan kā demokrātisks piemērs informācijas atrašanai, gan kā informācijas nodošanas prototips, gan kā tieši tā vieta, kur vajadzētu popularizēt Latvijas kultūras mantojumu digitāli: *"Piemēram, Vikipēdija. To latviešu Vikipēdijas daļu uzlabojot, ir skaidrs, ka tur tie visi Search Engine strādā, ka tur ir lielāka iespēja, ka informācija tur atradīsies. Iedomāties, ka mēs varam uztaisīt Vikipēdijai konkurējošu portālu, bet lokālu, tas nozīmē, ka lokāls viņš arī paliks. Aizies ļoti daudz laika un resursu ar viņa iepazīstināšanu."* (B2B intervija, Lielvārds)

*"Veidojot savu enciklopēdiju, visdrīzāk, mēs iztērēsim daudz naudas programmēšanai, kuru varētu izmantot resursu attīstībai vai autortiesību jautājumiem. Katrs no šiem ir būtiskāks nekā jauna platforma."* (B2B intervija, Lielvārds)

### **Lietojamība**

Līdzās sociālajiem medijiem kā mārketinga rīkam lietojamība ir otrs biežāk minētais aspekts par līdz šim nepiepildītām lietotāju vajadzībām digitālā kultūras mantojuma jomā.

*Filmas.lv* uzskata, ka viņu komunikācija ar auditoriju izvērtusies veiksmīga tieši tāpēc, ka pamatā ir skaidra vīzija, vienkārši pieejams saturs, lietotājs var pats izvēlēties, ko grib un vai grib lietot.

Ja pirmā digitalizācijas fāze (kopš deviņdesmitajiem gadiem) bija elektronisku katalogu veidošana un satura digitalizācija pašu institūciju speciālistiem, kā arī ārējiem ekspertiem un pētniekiem, tad šobrīd galvenais akcents ir orientēts uz plašākas un mazāk informētas publikas iesaistīšanu digitālā kultūras

mantojuma iepazīšanā . Tas ietver pieejamības, lietojamības uzlabošanu un domāšanu par lietotāju scenārijiem – ko tieši katra mērķgrupa grib un kā pielāgot saturu un meklēšanas iespējas, lai katrs varētu atrast to, ko grib, un arī to, ko nezina, ka grib. Ir jādomā par lietotāju rīkiem, lai katra mērķgrupa, nokļuvusi pie satura, redzētu iespējas, ko ar to var darīt. Ir pāreja no lietotājiem un ražotājiem uz *pro-sumers*, kad lietotājs ir aktīvs satura radīšanā.

## Rekomendācijas turpmākajai izpētei

Turpmākajā pētījuma izstrādē, veicot kvantitatīvo analīzi, padziļināti izvērsāmās tēmas:

### Izglītības segments

Nozīmīgi noskaidrot, kuri ir tie mācību priekšmeti un mācību jomas, kurās prioritāri varētu tikt izmantots digitalizētais saturs. B2B segmenta izteiktie pieņēmumi un līdzšinējā pieredze parāda, ka par iespējamiem tika nosaukti šādi mācību priekšmeti: kultūras mācība un vēsture, īpaši Latvijas vēsture, latviešu valoda un literatūra.

Tāpat būtiski noskaidrot, kādu saturu skolotāji izmanto šobrīd un kā meklē un atrod mācību saturam nepieciešamo tie skolotāji, kuri neizmanto nevienu no piedāvātajām skolotāju platformām vai skolu abonētajiem resursiem (piemēram, Letonika, uzdevumi.lv, Izglītības uzņēmuma "Lielvārds" piedāvātais mācību saturs).

Būtiski noskaidrot to mācībspēku viedokli, kuri izmanto abonētos resursus un skolotājiem paredzētās programmas, kā arī to, kā šajās programmās pietrūkst gan no satura, gan funkcionalitātes viedokļa.

Informācijas pārbaudītības apstākļos būtiski ir tieši informācijas atlasēšanas prasmes – vai skolām/skolotājiem ir pietiekamas iespējas nodrošināt šādu prasmju apguvi un kādi ir šķēršļi. Tai skaitā, ja atrastais informācijas avots ir apskatāms tikai klātienē, piemēram, bibliotēkā, vai skolēni apmeklē bibliotēku vai arī šāds resurss paliks neizmantots?

Lai arī B2B segmentā tika minēts, ka šobrīd tehniskais nodrošinājums skolās ir labs, tomēr, veicot tālāku pētījumu, iesakāms papildus izpētīt izglītības segmenta vajadzības tehniskajā un programnodrošinājumā, lai būtu iespējams nodrošināt kvalitatīvu digitālā satura piedāvājumu.

Iespējams, izglītības segments, piemēram, vecāko klašu skolēni, ir viens no resursiem, kas varētu iesaistīties kultūras mantojuma digitalizācijā. Būtiski noskaidrot, vai skolas saredz šādu iespēju un kādā jomā/veidā.

### Kultūras segments

Lai veidotu pieejamu un labi novērtētu saturu, uzsākot tālāko pētījumu, vēlams noskaidrot, kurus nesenā pagātnē (piemēram, pēdējos 5 gados) kultūras segmentā realizētos projektus lietotāji ir pamanījuši un kurus lieto ikdienā, aptaujājot ietverot gan digitāli pieejamo saturu, gan apmeklējamus objektus.

Muzeju nozarē būtiski ir noskaidrot, ko lietotājs redz kā trūkumu esošajā piedāvājumā un ko gribētu redzēt nākotnē, norādot, kurš saturs šobrīd ir visnepieejamākais vai kurš piedāvājums ir visneizmantotākais. Ja iespējams, to vietā sniedzot citu valstu piemērus (Rijksmuseum).

Noskaidrot, kādus produktus vai produktu tipus kultūras segmentā strādājošie gribētu radīt nākotnē un kādi ir šķēršļi, lai to realizētu šobrīd.

Kultūras segmentā strādājošie norāda, ka liela problēma ir mūsdienu digitalizētā satura uzglabāšana un nodrošināšana interesentiem (autortiesību radītie šķēršļi). Būtu nozīmīgi noskaidrot, pēc kāda mūsdienu satura ir pieprasījums, bet informācija nav pieejama vai nav "sakārtota"; kāds pagātnes laika posms lietotājus interesē, bet ir šķēršļi tā iegūšanai. Šajā aspektā būtiski noskaidrot arī izglītības segmentā strādājošo interesi par mūsdienu kultūras produktiem un zināšanas par to, kā un kur tie ir pieejami digitāli (piemēram, kim? digitalizē izstādes un labprāt dalītos ar mācību iestādēm, bet šāda sadarbība vēl nav uzsākta. ).

### **Zinātnes un pētniecības segments**

Zinātnes segmentā turpmākā pētījuma gaitā noskaidrojamiem jautājumiem saistīti ar šajā laukā strādājošo vajadzību izpēti par satura lietošanas vietu un laiku. Kamēr akadēmiski strādājošie pētnieki ir vairāk gatavi pielāgoties satura piedāvātāju (bibliotēkas, muzeju krātuves u.c.) darba laikam un lietošanas ierobežojumiem, tikmēr "brīvā laika pētniekiem" būtiska ir iespēja lietot digitālo saturu sev izdevīgā darba laikā, arī ārpus 9:00-18:00 un ārpus institūcijām.

Padarot saturu pieejamu ārpus iestādēm, tas būtu pieejamāks cilvēkiem ar īpašām vajadzībām. Plānojot tālākos soļus pētījuma veikšanā, izvērtēt iespējas uzrunāt šo potenciālo lietotāju daļu, novērtējot viņu iespējas un nepieciešamības.

Līdzīgi kā izglītības segmenta lietotājiem, arī zinātnes un pētniecības jomā papildus jāizzina, kura digitālā satura uzkrājošo (piedāvājošo) mājaslapu un datu bāzu funkcionalitāte tiek šobrīd lietota un kādi ir trūkumi. Svarīgi arī noskaidrot, vai un kas šajā nozarē strādājošiem ir nepieciešams, lai ērtāk veiktu pētniecību, tai skaitā, kāda nepieciešamība ir sasaistīt Latvijas resursus ar ārzemju lapām.

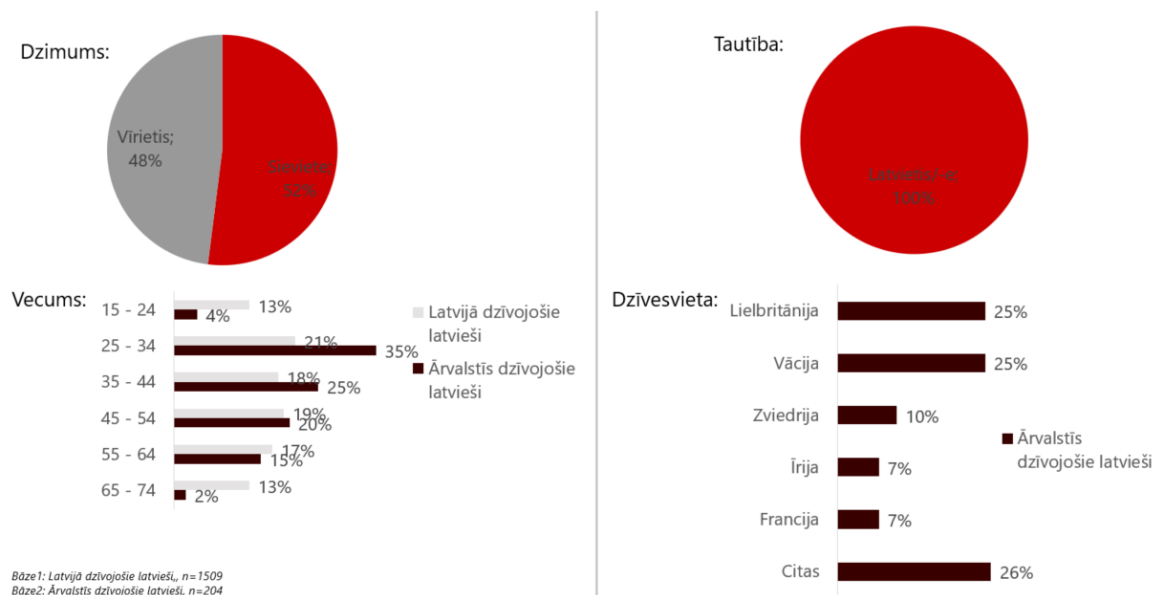
### 3.3.7. Segmenta "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši" apraksts

#### "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums

SEGMENTU "ĀRVALSTĪS DZĪVOJOŠIE LATVIEŠI" RAKSTURO AUGSTS IZGLĪTĪBAS LĪMENIS, KĀ ARĪ LIELĀKS SKAITS STRĀDNIEKU (FIZISKO DARBU VEICĒJU), SALĪDZINOT AR LATVIJĀ DZĪVOJOŠAJIEM REGULĀRAJIEM INTERNETA LIETOTĀJIEM. ŠĪS GRUPAS RESPONDENTI IR GADOS JAUNI CILVĒKI (VECUMĀ LĪDZ 44 GADIEM), LIELĀKĀ DAĻA NO TIEM DZĪVO LIELBRITĀNIJĀ, VĀCIJĀ VAI ZVIEDRIJĀ.

Segmentā "Ārvalstīs dzīvojošos latvieši" aptaujāti respondenti, kuru tautība ir latvietis, no tādām valstīm kā Lielbritānija (25%), Vācija (25%) un Zviedrija (10%). Šajā segmentā "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši", salīdzinot ar Latvijā dzīvojošajiem regulārajiem interneta lietotājiem, vairāk ir jauni cilvēki (vecumā no 25 līdz 44 gadiem) (skat. 73. attēlu).

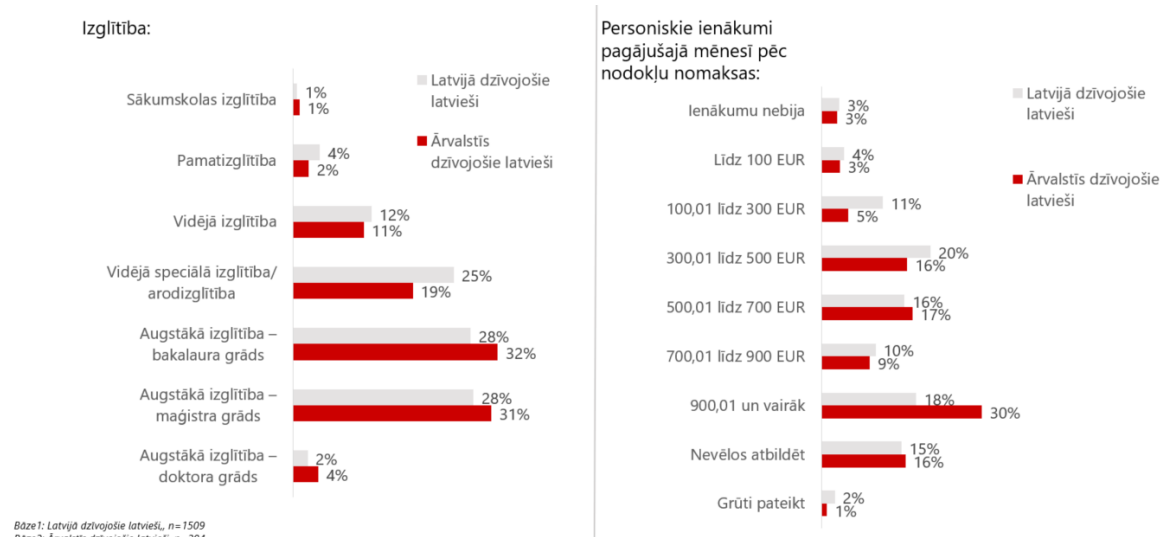
#### 73. attēls. "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" segmenta sociāldemogrāfiskais raksturojums.



"Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" segmentā vairāk ir respondenti ar augstāko izglītību (bakalaura un maģistra grādu), kā arī šī segmenta respondentu personīgie ikmēneša ienākumi ir augstāki, salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā (skat. 74. attēls). No otras puses šajā segmentā vairāk

nekā Latvijā dzīvojošo regulāro interneta lietotāju ir strādnieku (fiziska darba veicēju) (18%) un mazāk pensionāru (7%).

#### 74. attēls. "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" segmenta izglītība un ienākumi.



"Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" un regulārā interneta lietotāju Latvijā grupu dalījums pēc nodarbošanās jomas ir līdzīgs, abās grupās ir 27% kultūras un zinātnes nozarē strādājošie respondenti. No citām ar kultūru un izglītību nesaistītajās jomās strādājošajiem šajā segmentā vairāk ir vairumtirdzniecības, mazumtirdzniecības un izmitināšanas, ēdināšanas pakalpojumiem saistītajās nozarēs strādājošie.

Nākamajā nodaļā vairāk par "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" segmenta saturu un funkcionālajām vajadzībām salīdzinājuma ar regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā.



## “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmenta funkcionālās vajadzības un satura prioritātes

SEGMENTA “ĀRVALSTĪS DZĪVOJOŠIE LATVIEŠI” INTERESES INTERNETĀ VAIRUMĀ GADĪJUMU SASKAN AR LATVIJĀ DZĪVOJOŠO REGULĀRO INTERNETA LIETOTĀJU INTERESĒM. ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTI DIGITALIZĒTĀ KULTŪRAS MANTOJUMA MATERIĀLOS VAIRĀK IR SKATĪJUŠIES TELEVĪZIJAS RAIDĪJUMU IERAKSTUS UN KLAUSĪJUŠIES RADIO. IZTEIKTI LIELA INTERESE IR PAR FILMAS.LV.

“Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmenta intereses interneta vidē visbiežāk saistītas ar praktisku informāciju par laika prognozi (šī bija meklētākā informācija arī regulāro interneta lietotāju grupā Latvijā). Šī segmenta respondenti izteikti vairāk nekā regulārie interneta lietotāji Latvijā interesējas par tādām tēmām kā izklaide un atpūta, tūrisms un ceļošana, receptes un pavārmāksla (skat. 75. attēlu,) kā arī izglītība (35%), mode/ skaistumkopšana (33%) un ģimene/ bērnu aprūpe (28%).

### 75. attēls. “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmenta satura prioritātes kopumā un digitalizēto materiālu vidū.

Q21. Par kādām tēmām Jūs visbiežāk meklējat/ lasāt informāciju internetā?



Bāze 1: Latvijā dzīvojošie latvieši, n=1509  
Bāze 2: Ārvalstīs dzīvojošie latvieši, n=204

Q3.1. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jūs esat izmantojis/-usi jebkad?



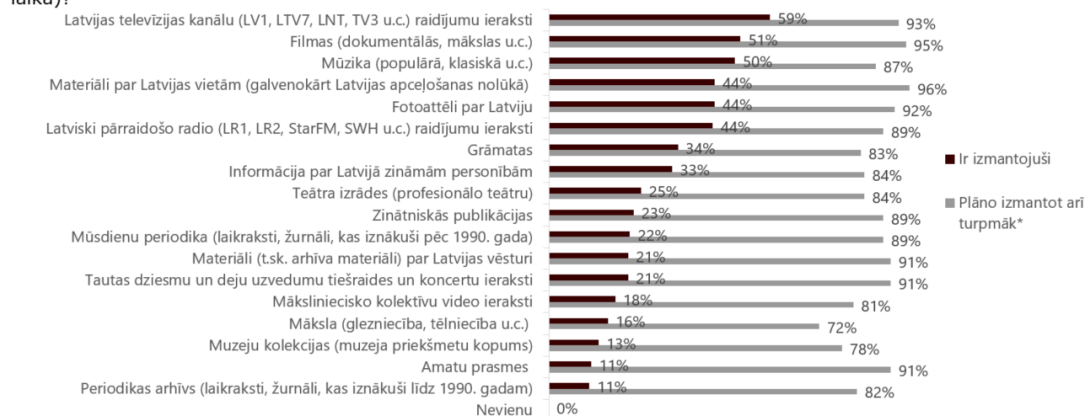
No digitalizētā kultūras mantojuma materiālu klāsta “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmenta pārstāvji vairāk nekā regulārie Latvijas interneta lietotāji ir skatījušies Latvijas televīzijas kanālu (LV1, LTV7, LNT, TV3 u.c.) raidījumu ierakstus (59%) un latviski pārraidošo radio (LR1, LR2, Star FM, SWH u.c.) raidījumu ierakstus (44%); biežāk kā Latvijā dzīvojošie regulārie interneta lietotāji skatījušies kultūrizglītojošos

raidījumus un bērnu raidījumus, bet mazāk digitalizētā formā lietojuši mūsdienu periodiku, proti, laikrakstus, žurnālus, kas iznākuši pēc 1990. gada, (22%) un informāciju par amatu prasmēm, piem., biškopību, keramiku (11%). Nākotnē no digitāli pieejamajiem materiāliem “Ārvalstīs dzīvojošiem latviešiem” vislielākā interese būtu izmantot materiālus par Latvijas vietām (92%), skatīties filmas (92%) un skatīties Latvijas televīzijas kanālu raidījumu ierakstus (91%).

Arī nākotnē “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmenta pārstāvji vairumā gadījumu plāno izmantot jau iepriekš izmantotos digitalizētos kultūras materiālus (skat. 76. attēls).

### 76. attēls. “Piesardzīgo vērotāju” segmentā izmantotie digitalizētā kultūras mantojuma materiāli un plāni tos izmantot nākotnē.

Q5. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jums būtu interese izmantot nākotnē (tuvākā gada laikā)?

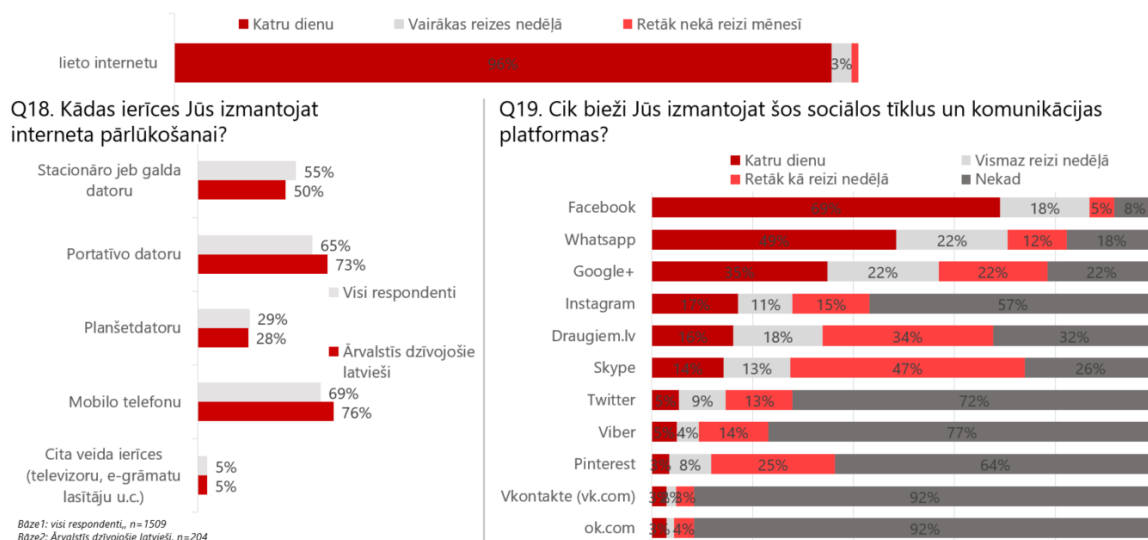


\* % no tiem, kas jau iepriekš ir izmantojuši šos materiālus  
 Bāze1: respondenti ārvalstīs dzīvojošie latvieši, n=204  
 Bāze2: respondenti ārvalstīs dzīvojošie latvieši, kas Q3.1. ir atzīmējuši, ka ir izmantojuši materiālus jebkad. Katrā kategorijā ir atšķirīgs skaits. n < 204

Specifisko interneta vietņu, kas satur informāciju par digitalizēto Latvijas kultūras mantojumu, izmantojums segmenta “Ārvalstīs dzīvojošie latvieši” vidū ir līdzīgs kā Latvijā dzīvojošo regulāro interneta lietotāju grupā. 66% no šī segmenta ir lietojuši kaut vienu no šīm specializētajām vietnēm. 45% ir lietojuši [filmas.lv](http://filmas.lv). Salīdzinot ar Latvijā dzīvojošajiem regulārajiem interneta lietotājiem, segmenta “Ārvalstīs dzīvojošie latvieši” mazāk ir skatījušies tādas lapas kā [biblioteka.lv](http://biblioteka.lv) (21%) un [kartes.lnb.lv](http://kartes.lnb.lv) (13%). Visbiežāk lietoto specializēto vietņu saraksts pēc to lietošanas biežuma ir līdzīgs: visbiežāk lietotā vietne ir [filmas.lv](http://filmas.lv), kam seko [biblioteka.lv](http://biblioteka.lv).

Segmenta “Ārvalstīs dzīvojošie latvieši” pārstāvji izmanto vairāku tipu digitalizētos materiālus un saskata šo materiālu pielietojumu savā ikdienā. Vairāk nekā Latvijā dzīvojošie regulārie interneta lietotāji šī segmenta respondenti redz iespēju digitalizēto kultūras mantojumu izmantot atpūšoties un izklaidēties (skat. 77. attēls). Pārējie iemesli izmantot digitalizēto Latvijas kultūras mantojumu abām grupām - gan “Ārvalstīs dzīvojošajiem latviešiem”, gan Latvijā dzīvojošajiem regulārajiem interneta lietotājiem ir minēti līdzīgā apjomā.

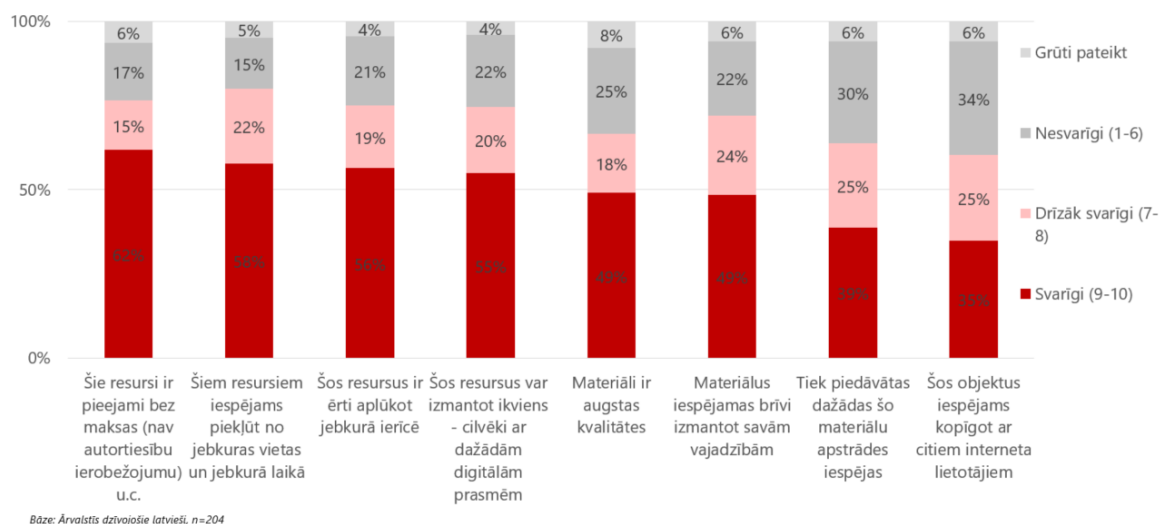
**77. attēls. Digitalizēto materiālu pielietojums “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmenta respondentu vidū.**



Attieksme pret Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. darbu digitalizēšanu “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmenta pārstāvjiem ir pozitīva – 61% to vērtē kā pozitīvu, bet 30% kā- drīzāk pozitīvu. Šis vērtējums ir pietuvināts Latvijā dzīvojošo regulāro interneta lietotāju “Ziņkārīgo atbalstītāju” segmenta vērtējumam. Pozitīvais projekta novērtējums sasauca ar augsto funkcionālo vajadzību nozīmību “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmenta pārstāvju vidū. Ļoti svarīgi šī segmenta respondentiem ir iespēja digitalizētos resursus lietot bez maksas, tāpat 58% ir ļoti svarīgi resursiem piekļūt no jebkuras vietas jebkurā laikā. Segmenta “Ārvalstīs dzīvojošie latvieši” vidū ir 45% tādu respondentu, kuri būtu gatavi izmantot digitalizēto Latvijas kultūras mantojumu dažādās vietās/ iestādēs uz vietas. Šis rādītājs kopumā ir līdzīgs kā Latvijas regulārajiem interneta lietotājiem.

Iespēja ērti aplūkot materiālus jebkurā ierīcē ir ļoti nozīmīga vairāk kā pusei (56%) “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu segmenta” pārstāvjiem. Salīdzinot ar regulārajiem interneta lietotājiem Latvijā, “Ārvalstīs dzīvojošie latvieši” interneta pārlūkošanai biežāk izmanto portatīvos datorus (73%) un mobilos telefonus (76%), bet retāk internetu pārlūko stacionārajos datoros (50%). (skat. 78. attēlu)

## 78. attēls. Funkcionālo vajadzību vērtējums "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" segmentā.



Nākamajā nodaļā vairāk par segmenta "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši" sociālajām vajadzībām digitalizēto materiālu izmantošanai.

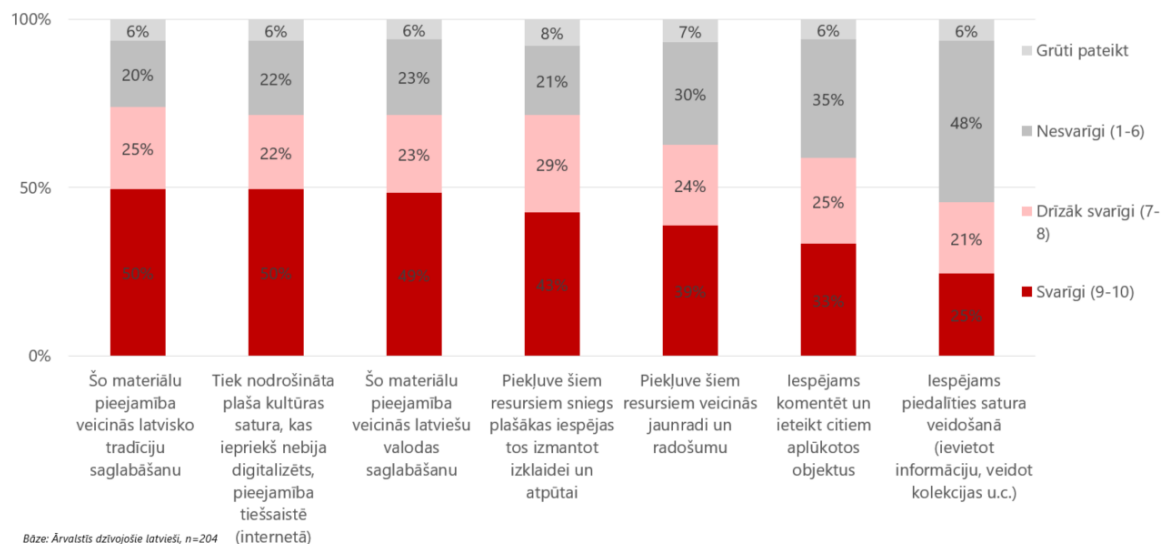
### "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" segmenta sociālās vajadzības

*PUSE NO "ĀRVALSTĪS DZĪVOJOŠAJIEM LATVIEŠIEM" UZSKATA, KA IR ĻOTI SVARĪGI SAGLABĀT LATVIEŠU VALODU UN TRADĪCIJAS, DIGITALIZĒJOT LATVIJAS KULTŪRAS MANTOJUMU. TĪKPAT LIELAI ŠĪ SEGMENTA DAĻAI IR INTERESE IZMANTOT PLAŠĀKU DIGITALIZĒTO MATERIĀLU LOKU, KĀ TAS IR IESPĒJAMS ŠOBRĪD.*

Pusei no segmenta "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši" pārstāvjiem ļoti svarīgas ir tādas materiālu digitalizācijas projekta sociālie aspekti kā latvisko tradīciju un valodas saglabāšana, kā arī plaša iepriekš digitāli nepieejama satura pieejamība. Kopumā materiālu digitalizācijas sociālo aspektu vērtējuma nozīmīgums segmenta "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši" vidū ir līdzīgs kā Latvijā dzīvojošo regulāro interneta lietotāju segmenta "Zīnkārīgie atbalstītāji" vērtējums.

Līdzīgi kā Latvijā dzīvojošajiem regulārajiem interneta lietotājiem, arī “Ārvalstīs dzīvojošajiem latviešiem” mazāka nozīmība no sociālajām vajadzībām ir iespējai piedalīties satura veidošanā un iespēja komentēt un ieteikt saturu citiem (skat. 79. attēlu).

**79. attēls. Sociālo vajadzību vērtējums “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmentā.**



Turpmākajā nodaļā vairāk aplūkosim segmenta “Ārvalstīs dzīvojošie latvieši” pārstāvju emocionālo vajadzību nozīmību.

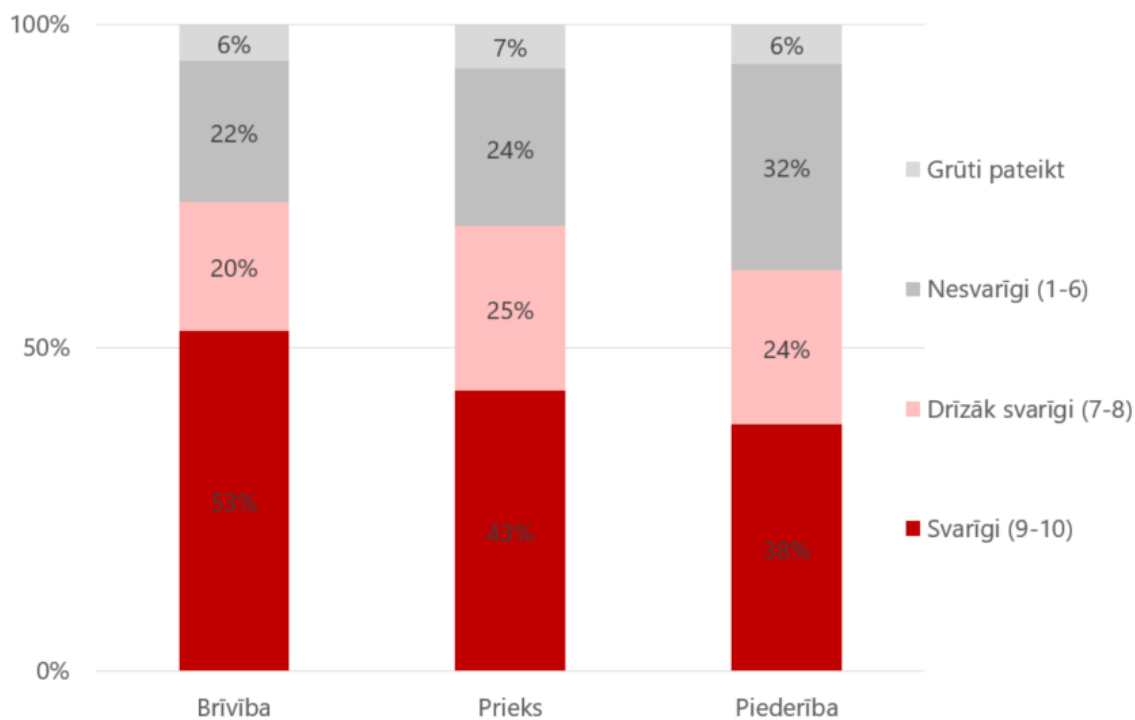
### “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” emocionālās vajadzības

*BRĪVĪBA IR VISNOZĪMĪGĀKĀ EMOCIONĀLĀ VAJADZĪBA, KO NO DIGITALIZĒTO LATVIJAS KULTŪRAS MANTOJUMA MATERIĀLU IZMANTOŠANAS SAGAIDA “ĀRVALSTĪS DZĪVOJOŠIE LATVIEŠI”.*

Emocionālo vajadzību grupā, tāpat kā Latvijā dzīvojošajiem regulārajiem interneta lietotājiem, arī “Ārvalstīs dzīvojošajiem latviešiem” primāri nozīmīga ir brīvības izjūta, ko sniedz digitalizēto materiālu neierobežota lietošana. Kā otra nozīmīgākā emocionālās vajadzība “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” grupā tiek minēts prieks, ko sniedz šo materiālu izmantošana. Iepriekšējās nodaļās tika norādīts, ka segmenta “Ārvalstīs dzīvojošie latvieši” pārstāvji ievērojami vairāk internetu kopumā un tajā pieejamos digitalizētos materiālus izmanto izklaidei un atpūtai, tādēļ emocionālā vajadzība prieks šim segmentam ir ļoti nozīmīga.

Emocionālā vajadzība piederībā arī “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmentā ir salīdzinoši mazāk nozīmīga, taču tās nozīmības vērtējums nav zemāks kā Latvijā dzīvojošajiem regulārajiem interneta lietotājiem (skat. 80. attēlu).

80. attēls. Emocionālo vajadzību vērtējums “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmentā.



Bāze: Ārvalstīs dzīvojošie latvieši, n=204

Nākamajā nodaļā vairāk par “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” segmenta dzīvesstilu.

## “Ārvalstīs dzīvojošo latviešu” dzīvesstila raksturojums

“ĀRVALSTĪS DZĪVOJOŠIE LATVIEŠI” IR SPORTISKI, TAČU CITA VEIDA AKTIVITĀTES, TOSTARP KULTŪRAS PASĀKUMUS ĀRPUS MĀJAS, ŠĪ SEGMENTA PĀRSTĀVJI APMEKLĒ RETĀK. GANDRĪZ VISI ŠĪ SEGMENTA RESPONDENTI LIETO INTERNETU KATRU DIENU, ĪPAŠI BIEŽI IZMANTOJOT SOCIĀLOS TĪKLUS UN KOMUNIKĀCIJAS PLATFORMAS (FACEBOOK, WHATSAPP, SKYPE UN INSTAGRAM). INFORMĀCIJU PAR LATVIJAS KULTŪRAS NOTIKUMIEM SEGMENTA PĀRSTĀVJI BIEŽĀK MEKLĒ INTERNETA ZIŅU VIETNĒS UN ORGANIZĒTĀJIESTĀŽU MĀJASLAPĀS.

“Ārvalstīs dzīvojošie latvieši” regulāri apmeklē sporta nodarbības, taču visas pārējās darbības, kas saistītas ar laika pavadīšanu ārpus mājas, viņi veic retāk, salīdzinot ar Latvijā dzīvojošajiem regulārajiem interneta lietotājiem. Ievērojami retāk šī segmenta pārstāvji apmeklē pasākumus bērniem un ģimenēm, lai gan mājāsaimniecību skaits, kurās ir bērni, segmenta “Ārvalstīs dzīvojošie latvieši” un Latvijā dzīvojošajiem regulārajiem interneta lietotājiem ir līdzīgs (skat. 81. attēlu).

### 81. attēls. “Ārvalstīs dzīvojošie latvieši” segmenta brīvā laika pavadīšanas ieradumi ārpus mājas.

Q16. Kā Jūs pavadāt savu brīvo laiku? (ārpus mājas)

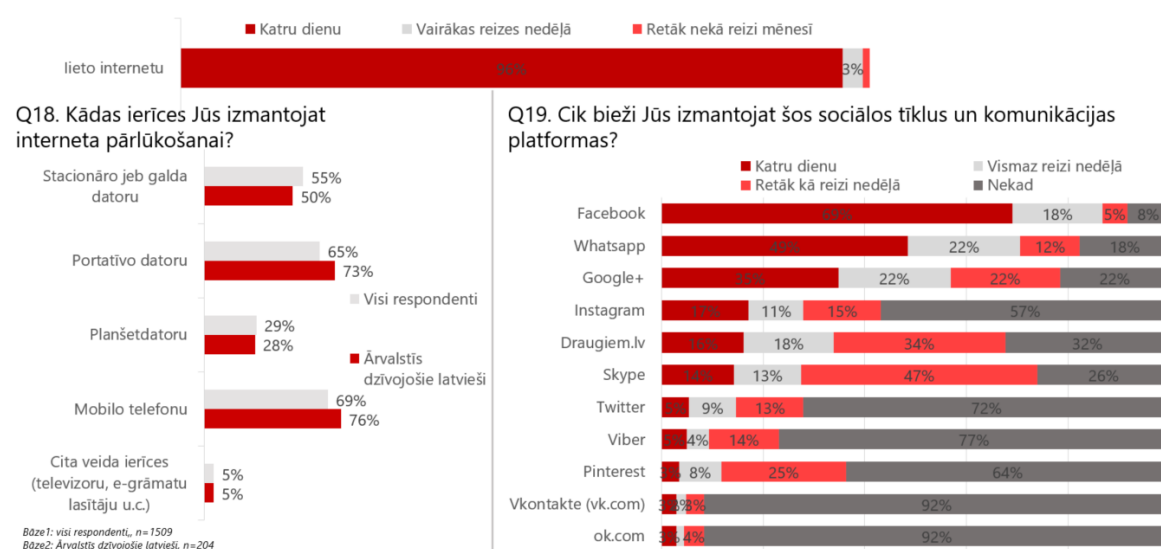


Mājas vidē 91% no “Ārvalstīs dzīvojošiem latviešiem” izmanto internetu izklaidei un atpūtai vismaz reizi nedēļā, otra biežākā nodarbošanās mājās ir mūzikas klausīšanās (80%). Šī segmenta respondenti

televīziju skatās un radio klausās tikpat daudz, taču vidēji retāk nekā Latvijā dzīvojošie regulārie interneta lietotāji.

Interneta izmantošanas intensitāte "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" vidū ir tikpat augsta kā Latvijā dzīvojošajiem regulārajiem interneta lietotājiem (96% to lieto katru dienu). Visbiežāk lietotais sociālais tīkls, kuru izmanto "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši", ir Facebook, kuru šī segmenta pārstāvji izmanto ievērojami biežāk nekā Latvijā dzīvojošie regulārie interneta lietotāji. Biežāk nekā regulārie interneta lietotāji Latvijā "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši" izmanto arī tādas komunikācijas platformas kā Skype, Whatsapp, Instagram un Pinterest (skat. 82. attēlu).

## 82. attēls. "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" segmenta interneta lietošanas ieradumi.



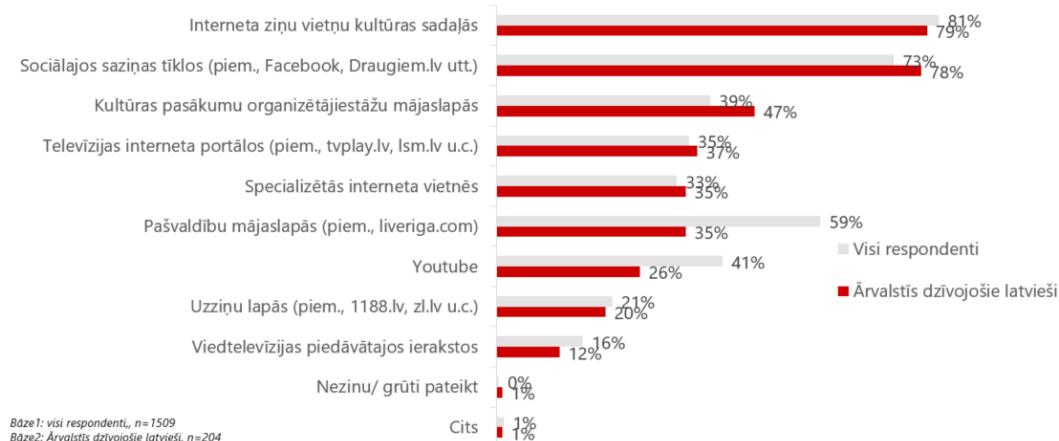
Interese par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem ir gandrīz pusei (7%) "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu", kas ir līdzīgs rādītājs kā Latvijā dzīvojošajiem regulārajiem interneta lietotājiem. Informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši" visbiežāk meklē interneta ziņu vietņu kultūras sadaļās, sociālajos saziņas tīklos un kultūras pasākumu organizētājiestāžu mājaslapās (pēdējos divus informācijas avotus šī segmenta respondenti izmanto ievērojami biežāk nekā Latvijā dzīvojošie regulārie interneta lietotāji). Izteikti retāk nekā Latvijā dzīvojošie regulārie interneta lietotāji "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši" informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklē pašvaldību mājaslapās un Youtube (skat. 83. attēlu).



**83. attēls. Interneta vietnes, kurās informāciju par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem meklē "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" segmenta pārstāvji.**

47% Interneta interesējās par Latvijas kultūra/ kultūras notikumiem:

Q22. Kur internetā Jūs mēdzat lasīt/ skatīties informāciju par Latvijas kultūras notikumiem?



Nākamajā nodaļā rekomendācijas turpmākajai sadarbībai ar segmentu "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši".

**Rekomendācijas darbam ar "Ārvalstīs dzīvojošo latviešu" segmentu**

"Ārvalstīs dzīvojošie latvieši" pētījumā ir jauni cilvēki ar augstāko izglītību, kas ir strādnieki (fiziskā darba veicēji). Ir ļoti pozitīva attieksme pret materiālu digitalizācijas projektu kopumā. Šobrīd svarīgi no digitalizēto materiālu piedāvājuma ir Latvijas televīzijas kanāli un radio, kā arī ir daudz latviešu filmu skatītāju. Šie būtu tie materiālu veidi, kurus vairums turpinātu skatīties arī nākotnē. Salīdzinot ar Latvijā dzīvošajiem regulārajiem interneta lietotājiem, "Ārvalstīs dzīvojošie latvieši" daudz izmanto sociālos tīklus un komunikācijas platformas (Facebook, Whatsapp, Skype un Instagram), kas būtu labs informācijas nodošanas veids šī segmenta respondentiem. Salīdzinoši retāk šī segmenta respondenti dodas izklaidēties un baudīt kultūru ārpus mājas, tādēļ svarīgi būtu piedāvāt kvalitatīvu izklaides saturu digitalizētā formātā.

**3.3.7.1. Pētījuma "Latvijas emigrantu kopienas: nacionālā identitāte, transnacionālās attiecības un diasporas politika" datu analīze**

**Mērķa grupa: ārvalstīs dzīvojošie Latvijas valstspiederīgie**

Pētījuma datu analīze ļauj identificēt vairākas mērķgrupas vajadzības, kuras risināt palīdzētu satura digitalizācija:

- Latviešu valodas saglabāšana;
- Informācijas pieejamība par aktualitātēm Latvijā, tai skaitā kultūras dzīvē;
- Latvijā radītās kultūras un izklaides produktu pieejamība;
- Savas dzimtas vēstures pētīšana;
- Latvisko tradīciju saglabāšana, kopšana.

### **Latviešu valodas saglabāšana**

Šīs vajadzības aktualitāte nav vienlīdz augsta visā Latvijas emigrantu kopienā. Latviešiem ievērojami svarīgāk nekā no Latvijas aizbraukušajiem cittautiešiem ir tas, lai viņu bērni brīvi pārvaldītu latviešu valodu (68% pret 9%). Kopumā vairāk nekā ceturtdaļa (27%) aizbraukušo cittautiešu vēlas, lai viņu bērni zinātu latviešu valodu (vismaz sarunvalodas līmenī). Latviešu vidū valodas saglabāšanā ieinteresēti ir 89% aizbraukušo.

Latviešu valodas saglabāšana, dzīvojot ārvalstīs, var būt apgrūtināta. Daļa aizbraukušo savās mājās/ģimenē pamatā lieto citu valodu, latviešu skoliņas apmeklē tikai 9% emigrantu ģimeņu bērni (starp latviešiem 13%, cittautiešiem – 4%), jo ne visur šādas skoliņas ir pieejamas vai arī tās atrodas pārāk tālu. Mājmācības ceļā latviešu valodu apgūst 40% ģimeņu (starp latviešiem 57%, cittautiešiem – 11%).

Salīdzinoši liels īpatsvars latviešu emigrantu bērnu skatās latviešu filmas, multiplikācijas filmas, spēlē datorspēles latviešu valodā (64%) un lasa grāmatas latviešu valodā (49%). Cittautiešu ģimenēs šāda veida latviešu valodas lietojums ir ievērojami mazāks (8%).

Plašs dažādu filmu, multiplikācijas filmu, datorspēļu un grāmatu piedāvājums latviešu valodā un brīva to pieejamība digitālā formā sekmētu latviešu valodas apgūšanu un saglabāšanu emigrantu un viņu bērnu vidū. Vērtīga būtu arī īpašu mācību materiālu izstrāde valodas apguvei. Bilingvāli mācību materiāli varētu atvieglot latviešu valodas apguvi cittautiešu ģimenēs.

### **Informācijas pieejamība par aktualitātēm Latvijā, tai skaitā kultūras dzīvē**

Aktualitātēm Latvijā seko līdzīgi gan emigrējušie latvieši, gan cittautieši. Kopumā 96% ārvalstīs dzīvojošie Latvijas valstspiederīgie seko līdzīgi notiekošajam Latvijā, no kuriem 66% to dara regulāri.

Interese par norisēm Latvijas kultūras dzīvē ir salīdzinoši mazāka, un izteiktāk iezīmējas atšķirības starp latviešiem un cittautiešiem. Kopumā 77% aizbraucēju seko līdzīgi kultūras aktualitātēm Latvijā (starp latviešiem 84%, cittautiešiem – 65%).

Neskaitot personiskos kontaktus, interneta ziņu portāli ir galvenais informācijas avots par notikumiem Latvijā. Vismaz reizi nedēļā tos lasa 75% aizbraucēju (gan latvieši, gan cittautieši). Latvijas televīzija un Latvijas radio tiek patērēti retāk (vismaz reizi nedēļā attiecīgi 21% un 16%), turklāt pamata auditorija abiem šiem medijiem ir latvieši.

Pētījuma dati liecina, ka pastāv korelācija starp ciešāku piederības izjūtu, emocionālo piesaisti Latvijai un kontaktu intensitāti ar Latvijas informācijas un kultūras telpu. 45% no tiem, kuri regulāri seko līdzīgai kultūras dzīvei Latvijā, jūtas ļoti cieši saistīti ar Latviju, turpretim emigranti, kuri Latvijas kultūras aktualitātēm seko līdzīgai mazāk (šādā gadījumā), ievērojami retāk minējuši, ka jūtas ļoti cieši saistīti ar Latviju (26%). Saskarsmes punktu (*touchpoints*) vairošana un to kvalitātes paaugstināšana palīdzētu uzturēt šo emocionālo saikni un, iespējams, veicinātu remigrāciju.

### **Latvijā radītās kultūras un izklaides produktu pieejamība**

Emigrantu vēlme savā mītnes zemē redzēt kādu Latvijā radītu kultūras/ izklaides produktu ir diezgan augsta. Nedaudz vairāk nekā puse (52%-56%) izteica vēlmi redzēt gan Latvijas popmūzikas grupu koncertus, latviešu filmas, latviešu teātra uzvedumus, gan arī latviešu mākslinieku izstādes. Latviešu emigranti būtu vairāk ieinteresēti Latvijas kultūras baudīšanā, tomēr arī no Latvijas izbraukušie cittautieši pauda salīdzinoši augstu interesi (piemēram, 45% cittautiešu vēlētos redzēt kādu latviešu teātra izrādi).

Salīdzinoši augstā emigrantu interese par Latvijas kultūru liek domāt, ka arī pieprasījums pēc kultūras un izklaides produktiem digitālā formā emigrantu vidū varētu būt diezgan augsts. Cittautiešu un daudznacionālu ģimeņu atbalstīšanai vēlams piedāvāt saturu arī krievu un angļu valodās.

### **Savas dzimtas vēstures pētīšana**

Iespējams, tieši dzīvošana ārzemēs veicina interesi par savas ģimenes/ dzimtas vēstures pētīšanu, lai nepazaudētu saikni ar dzimteni, labāk izprastu savu izcelsmi un nodotu to tālāk bērniem (D.Plikša 2013)<sup>14</sup>.

Aizbraucēju aptauja parāda, ka daudzās emigrantu ģimenēs bērni interesējas par savas ģimenes vēsturi, un tas ir aktuāli gan latviešu, gan cittautiešu ģimenēs. Protams, šī interese var aprobežoties ar tuvāko radnieku iztaujāšanu, bet var kļūt arī dziļāka, un tad dažādi plaši pieejami digitalizēto arhīvu materiāli būtu būtisks informācijas avots.

---

<sup>14</sup> Vilcāne, V. (14.12.2013.). *Dzimtas koks – savu sakņu atrašana*. Pieejams: <http://m.lvportals.lv/visi/likumi-prakse/259871-dzimtas-koks-savu-saknu-atrasana/>

## Latvisko tradīciju saglabāšana, kopšana

Kvalitatīvais pētījums par Latvijas emigrantiem liecina, ka, nereti tikai ilglaicīgi dzīvojot ārzemēs, rodas dziļāka interese par Latvijas kultūru, folkloru un tradīcijām. (Kaprans, 2015)<sup>15</sup>. Digitālā satura pieejamība būtu liels atbalsts.

### 3.4. Rekomendācijas satura lietošanas veicināšanai

4. tabula. Galveno rekomendāciju apkopojums digitālā kultūras satura lietošanas veicināšanai.

Lietotāju segments	Galvenās rekomendācijas
"Dedzīgie vēstneši"	Šī segmenta pārstāvji regulāri lieto digitalizēto kultūras saturu savā ikdienā un izprot tā pielietošanas iespējas, tāpēc šis segments ir iesaistāms pasākumos, kuru ietvaros tiek izplatīta informācija par satura pielietošanas iespējām, tiek veicināta satura atkalizmantošana, piedāvājot vēstnieku lomu.
"Ziņkārīgie atbalstītāji"	Pastāv potenciālas iespējas paplašināt šo segmentu, piedāvājot plašāku pārklājumu un iespējas vienkāršai un ērtai digitalizētā satura izmantošanai aizraujošai izklaidei un atpūtai.
"Atturīgie praktiķi"	Piedāvājot praktiski noderīgu saturu – saistībā ar dārzu, mājokļa labiekārtošanu, amatu prasmēm, u.tml. jomām un izklāstot digitālā satura lietderību ikdienas dzīvē vienkāršā valodā, uzsverot funkcionālās ērtības un bezmaksas piekļuvi materiāliem, iespējams audzēt šī segmenta ieinteresētību izmantot plašāku klāstu ar digitālā satura materiāliem.
"Piesardzīgie vērotāji"	Segmentā vairāk pārstāvēti cittautieši, arī personas ar negatīvu pieredzi digitālā satura lietošanā, kā arī cilvēki, kas reti apmeklē kultūras pasākumus un ar samērā nelielu interesi par Latvijas kultūru un kultūras notikumiem. Šī segmenta iesaistei ir svarīgi veidot vienkāršu piedāvājumu ar iespējām ērti un bez piepūles pielietot digitālo saturu.
Speciālisti	Saistībā ar digitālā satura lietošanu segmenta respondentiem ir ļoti svarīga emocionālā vajadzība pēc materiālu izmantošanas brīvības, kā arī plašs materiālu klāsts un regulāra informācija par jaunu materiālu pieejamību. Speciālisti notiekošo digitalizācijas procesu vērtē viduvēji, biežāk saskārušies ar tā trūkumiem saistībā ar tehniku, zināšanām, cilvēkresursiem, tādēļ ir svarīgi novērst praktiskos trūkumus un sniegt nepieciešamo kompetenču atbalstu speciālistiem.
B2B	Esošā digitalizētā kultūras mantojuma lietojamība tiek uzskatīta par lielāku prioritāti nekā jauna digitālā satura vai jaunas platformas veidošana. Izvērtējuma vajadzība pēc satura pakāšanas un pielāgošanas konkrētu organizāciju vajadzībām. Svarīga ir digitalizētā satura pieejamība ārpus institūcijām un bez laika

<sup>15</sup> Kaprans, M. (2015). *Latviešu emigranti Lielbritānijā: transnacionālā identitāte un attālinātā nacionālisma kontekstā*. Publicēts LATVIJAS EMIGRANTU KOPIENAS: Cerību diaspora. Zin.red. Inta Mieriņa, Rīga: LU Filozofijas un Socioloģijas institūts

Lietotāju segments	Galvenās rekomendācijas
	ierobežojumiem, kā arī viena un tā paša satura pieejamība vairākos mašīnlasāmos formātos. Nepieciešama informēšana par digitalizācijas procesa norisi.
Ārvalstīs dzīvojošie latvieši	Svarīgi būtu veidot izklaidējošu Latvijas satura piedāvājumu (kas ietver filmas, TV un radio ierakstus) lietošanai mājās. Aspekti, kas svarīgi pirms 2000. gada emigrējušajiem - latviešu valodas saglabāšana ģimenē, latvisko tradīciju saglabāšana un kopšana, savas dzimtas vēstures pētišana, Latvijā radītu kultūras un izklaides produktu pieejamība. Svarīgs piedāvājums, kas ļauj piepildīt augstākminētās vajadzības.

### 3.5. Rekomendācijas turpmākajam monitoringam (KPI)

Lai noteiktu satura lietošanas veicināšanas pasākumu rezultātus, ieteicams reizi divos gados veikt padziļinātu izpēti un īstenot kvantitatīvu iedzīvotāju aptauju, iekļaujot vismaz šādus rādītājus:

- Digitalizētā kultūras satura izmantošana interneta lietotāju mērķa grupā (piemēram, rādītājs iedzīvotāju (interneta lietotāju) īpatsvars, kas jebkad izmanto muzeju kolekcijas materiālus elektroniskā formātā (bāze 2017. gadā ir 13%). Konkrētu satura veidu monitorēšana tiek izvēlēta atbilstoši stratēģiskajām prioritātēm, kuru ietvaros tiek īstenoti satura lietošanas veicināšanas pasākumi,
- Digitalizētā kultūras satura izmantošanas biežums (piemēram, rādītājs – iedzīvotāju (interneta lietotāju) īpatsvars, kas izmanto konkrētu digitalizēto kultūras satura veidu vismaz reizi mēnesī (bāze 2017. gadā ir 30,5% jeb iedzīvotāju (interneta lietotāju) īpatsvars, kas izmanto šo digitalizēto kultūras saturu vismaz reizi nedēļā (bāze 2017.gadā ir 3,5%),
- Attieksme pret kultūras mantojuma digitalizāciju (piemēram, rādītājs – iedzīvotāju (interneta lietotāju) īpatsvars, kas pauž pozitīvu attieksmi pret kultūras mantojuma digitalizāciju (bāze 2017. gadā 53%),
- Ar digitalizēto kultūras mantojumu saistīto vietņu apmeklētība. Iedzīvotāju (interneta lietotāju) skaits vai īpatsvars, kas apmeklē attiecīgās vietnes (piemēram, bāze 2017. gadā: 21% no interneta lietotājiem ir apmeklējis vietni periodika.lv).

***Digitalizētā kultūras satura izmantošana interneta lietotāju mērķa grupā (piemēram, rādītājs iedzīvotāju (interneta lietotāju) īpatsvars, kas jebkad izmanto muzeju kolekcijas materiālus elektroniskā formātā (bāze 2017. gadā ir 13%). Konkrētu satura veidu monitorēšana tiek izvēlēta atbilstoši stratēģiskajām prioritātēm, kuru ietvaros tiek īstenoti satura lietošanas veicināšanas pasākumi.***

Q3.1. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jūs esat izmantojis/-usi jebkad? Ar izmantošanu mēs domājam šo darbu aplūkošanu, pētīšanu, lasīšanu, klausīšanos, skatīšanos, lejupielādēšanu utt.

**5. tabula. Digitalizētā kultūras satura izmantošana.**

<b>Digitalizētā kultūras satura veidi</b>	<b>2017</b>	<b>2019</b>	<b>2021</b>
Respondentu bāze (internet lietotāji)	1509		
Filmas (dokumentālās, mākslas u.c.)	51%		
Muzeju kolekcijas (muzeja priekšmetu kopums)	13%		
Grāmatas	32%		
Materiāli (t.sk. arhīva materiāli) par Latvijas vēsturi	25%		
Latvijas televīzijas kanālu raidījumu ieraksti	54%		
Mūzika (populārā, klasiskā u.c.)	54%		
Profesionālo teātru izrādes	22%		
Informācija par Latvijā zināmām personībām	35%		
Radio raidījumu ieraksti	37%		
Zinātniskās publikācijas	22%		
Periodikas arhīvs (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši līdz 1990. gadam)	13%		
Mūsdienu periodika (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši pēc 1990. gada)	28%		
Materiāli par Latvijas vietām	48%		
Māksliniecisko kolektīvu video ieraksti	20%		
Tautas dziesmu un deju uzvedumu, t.sk. Dziesmu un deju svētku, tiešraides un koncertu ieraksti	23%		
Amatu prasmes	17%		
Māksla (glezniecība, tēlniecība u.c.)	15%		
Fotoattēli par Latviju	47%		

***Digitalizētā kultūras satura izmantošanas biežums (piemēram, rādītājs – iedzīvotāju (interneta lietotāju) īpatsvars, kas izmanto konkrētu digitalizēto kultūras satura veidu vismaz reizi mēnesī (bāze 2017. gadā ir 30,5% jeb iedzīvotāju (interneta lietotāju) īpatsvars, kas izmanto šo digitalizēto kultūras saturu vismaz reizi nedēļā (bāze 2017.gadā ir 3,5%).***

Q3.2. Cik bieži Jūs izmantojat (t.i., aplūkojat, pētāt, lasāt utt.) Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā?

**6. tabula. Digitalizētā kultūras satura izmantošanas biežums muzeju kolekcijām.**

Izmantošanas biežums	2017	2019	2021
Reizi nedēļā vai biežāk	3.5%		
Vairākas reizes mēnesī	11.5%		
Reizi mēnesī	15.5%		
Reizi 2-3 mēnešos	19.0%		
Reizi pusgadā	25.0%		
Reizi gadā	10.5%		
Retāk kā reizi gadā	11.0%		
Grūti pateikt	4.0%		

**Attieksme pret kultūras mantojuma digitalizāciju** (piemēram, rādītājs – iedzīvotāju (interneta lietotāju) īpatsvars, kas pauž pozitīvu attieksmi pret kultūras mantojuma digitalizāciju (bāze 2017. gadā 53%).

Q7. Kā Jūs kopumā vērtējat Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. darbu digitalizēšanu – pārvēršanu digitālā jeb elektroniskā formātā?

**7. tabula. Iedzīvotāju (interneta lietotāju) attieksme pret kultūras mantojuma digitalizāciju.**

Attieksmes vērtējums	2017	2019	2021
Pozitīvi	53%		
Drīzāk pozitīvi	35%		
Drīzāk negatīvi	2%		
Negatīvi	1%		
Grūti pateikt	9%		

**Ar digitalizēto kultūras mantojumu saistīto vietņu apmeklētība.** Iedzīvotāju (interneta lietotāju) skaits vai īpatsvars, kas apmeklē attiecīgās vietnes (piemēram, bāze 2017. gadā: 21% no interneta lietotājiem ir apmeklējis vietni [periodika.lv](http://periodika.lv)).

#### **1. alternatīva (veikt mērījumu reizi divos gados kvantitatīvā pētījuma ietvaros)**

Q9. Kuras no šīm interneta vietnēm, kuras satur informāciju par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., Jūs esat apmeklējis/-usi / skatījis/-usies iepriekš?

Q10. Kuru vienu no šīm interneta vietnēm Jūs apmeklējat visbiežāk?

8. tabula. Ar digitalizēto kultūras mantojumu saistīto vietņu apmeklētība.

Vietnes	2017	2019	2021
monta.lv	1%		
biblioteka.lv	26%		
kulturaskarte.lv	14%		
filmas.lv	43%		
lndb.lv	5%		
gramatas.lndb.lv	10%		
kartes.lndb.lv	20%		
periodika.lv	21%		
audio.lndb.lv	3%		
webarhivs.lndb.lv	3%		
dziesmusvetki.lndb.lv	15%		
lasamkoks.lv	7%		
zudusilatvija.lv	23%		
academia.lndb.lv	4%		
diva.lv	4%		
lvva-raduraksti.lv	10%		
nmkk.lv	3%		
redzidzirdilatviju.lv	7%		
arhivi.gov.lv	17%		
Nevienu no šīm	31%		

## 2. alternatīva (veikt mērījumus katru mēnesi izmantojot Gemius Audience<sup>16</sup> pētījumu)

Atbilstoši dokumentā "Latvijas Nacionālās bibliotēkas Eiropas reģionālās attīstības fonda projekta "Kultūras mantojuma satura digitalizācija (1. kārtā)" IKT lietojumu izpētes nodevums" analizētajai Gemius Audience statistikai, ir iespējams padziļināti monitorēt šādas vietnes - arhivi.gov.lv, films.lv, kulturaskarte.lv, periodika.lv un zudusilatvija.lv, nosakot reālo interneta lietotāju skaitu, kuri apmeklēja konkrēto vietni konkrētā laika posmā.

<sup>16</sup> GemiusAudience pētījums tiek veikts 30 valstīs Eiropā, Tuvajos Austrumos un Ziemeļāfrikā. Pētījuma mērķis ir noteikt interneta lietotāju skaitu, sociāli demogrāfisko profilu un veidu, kādā tie izmanto internetu: interneta lapas, audio un video materiālus, aplikācijas. Pētījums tiek veikts, saskaņā ar starptautisko tirgus un sociālo pētījumu kodeksu ICC/ESOMAR. <http://www.gemius.lv>



9. tabula. Reālo interneta lietotāju skaits, kas apmeklējuši vietni konkrētajā laika periodā.

Vietne	2017.gada aprīlis	2017.gada septembris
arhivi.gov.lv	4653	-
filmas.lv	14101	14087
kulturaskarte.lv	7911	7877
periodika.lv	3781	3569
zudusilatvija.lv	12144	12085
lasamkoks.lv	-	3438
Vietņu <sup>17</sup> kopa		28693

### 3.6. Citu ES valstu izpēte ilgtermiņa digitalizācijas programmu jomā

Šī darba uzdevuma rezultātā tika izpētīta divu ES valstu – Somijas un Vācijas, pieredze digitalizācijas projektu īstenošanā, aprakstīti labās prakses piemēri digitalizācijas projekta izstrādes un ieviešanas procesā, digitalizācijas mārketinga stratēģijas izstrādē un tirgus segmentācijas izstrādes pamatprincipi.

Projekta ietvaros nolemts pētīt Somijas pieredzi, jo:

- Somijas Digitālās bibliotēkas portāls (meklētājs) Finna ([www.finna.fi](http://www.finna.fi)) nodrošina tiešu piekļuvi Somijas muzeju, arhīvu un bibliotēku digitalizētajam saturam;
- Digitālā bibliotēka Finna ir izveidota pēc vienas pieturas principa;
- Finna nodrošina ne tikai iespēju *online* veidā apskatīties digitalizētos materiālus, bet arī iegādāties attēlus, pasūtīt un rezervēt dokumentus;
- Finna portāla meklētājs apvieno visu atmiņas institūciju meklētājus vienuviet.

Kā alternatīva Somijas pieredzei pētīta Vācijas pieredze, ņemot vērā Vācijas digitālās bibliotēkas (no vācu valodas: *Deutsche Digital Bibliothek* (DDB)) decentralizēto pieeju un lielo sadarbības partneru

<sup>17</sup> academia.lndb.lv, arhivi.gov.lv, dziesmusvetki.lndb.lv, filmas.lv, gramatas.lndb.lv, kartes.lnb.lv, kulturaskarte.lv, lasamkoks.lv, lndb.lv, lnmk.lv, periodika.lv, redzidzirdilatviju.lv, zudusilatvija.lv.

skaitu, "no lejas uz augšu" organizēto digitalizācijas metodi un tās ciešo saisti ar Europeana projektu.

Abu valstu projektu informācija tika iegūta no publiski pieejamajiem avotiem, t.sk. gan no abu digitālo bibliotēku mājaslapām, gan to izstrādes procesā izveidotajām prezentācijām. Vācijas DDB pieredzes izpētē papildus tika ņemts vērā DDB 2020. gada attīstības stratēģijas dokuments.

### 3.6.1. Somija – Nacionālā digitālā bibliotēka

Nacionālā digitālā bibliotēka (īsāk: NDL, angļu val.: *The National Digital Library*, somu val.: *Kansallisen digitaalisen kirjaston*) ir viens no svarīgākajiem elektroniskās izpētes un kultūras infrastruktūras projektiem, kurš pašlaik tiek izstrādāts Somijā. NDL ir Somijas Izglītības un Kultūras ministrijas izstrādāts projekts, kura mērķis ir nodrošināt, lai Somijas kultūras un zinātnes elektroniskie materiāli tiek:

- uzturēti pēc augstiem kvalitātes standartiem;
- droši uzglabāti ilgtermiņā;
- ērti piegādāti ieinteresētajām pusēm.

NDL ir daudzas saites ar citiem projektiem un organizācijām, kuras uzglabā, administrē, piegādā un saglabā izpētes datu kopas, un tā ļauj bibliotēku, arhīvu un muzeju sektora darbiniekiem un ieinteresētajām pusēm efektīvi un uzticami izstrādāt, izplatīt, izmantot un saglabāt kultūras mantojuma saturu digitālā formātā.

NDL izstrādātās prasības nosaka NDL pakalpojumu ieviešanu, papildu pakalpojumu dizainu un savstarpējo sadarbību.

#### ***Projekta konteksts***

NDL projekts ir sastāvdaļa no kopējā Somijas nacionālā elektronisko pakalpojumu un infrastruktūras attīstības procesa, kuras politikas mērķi ir iezīmēti vairākos Somijas Republikas plānošanas dokumentos, nosakot piekļuves uzlabošanu mākslai, kultūrai un publisko pakalpojumu digitalizēšanai, detalizēts dokumentos:

- Nacionālā informācijas sabiedrības stratēģija 2007 – 2015 un Valdības regulējums par to;
- Valdības atskaite Parlamentam "Produktīva un inovatīva Somija – digitālā darba kārtība 2011 - 2020";
- Valdības regulējums par uzlabotu piekļuvi un palielinātu atkalizmantošanu publiskā sektora digitālajiem materiāliem;

- Somijas atvērto datu programma 2013 – 2015.

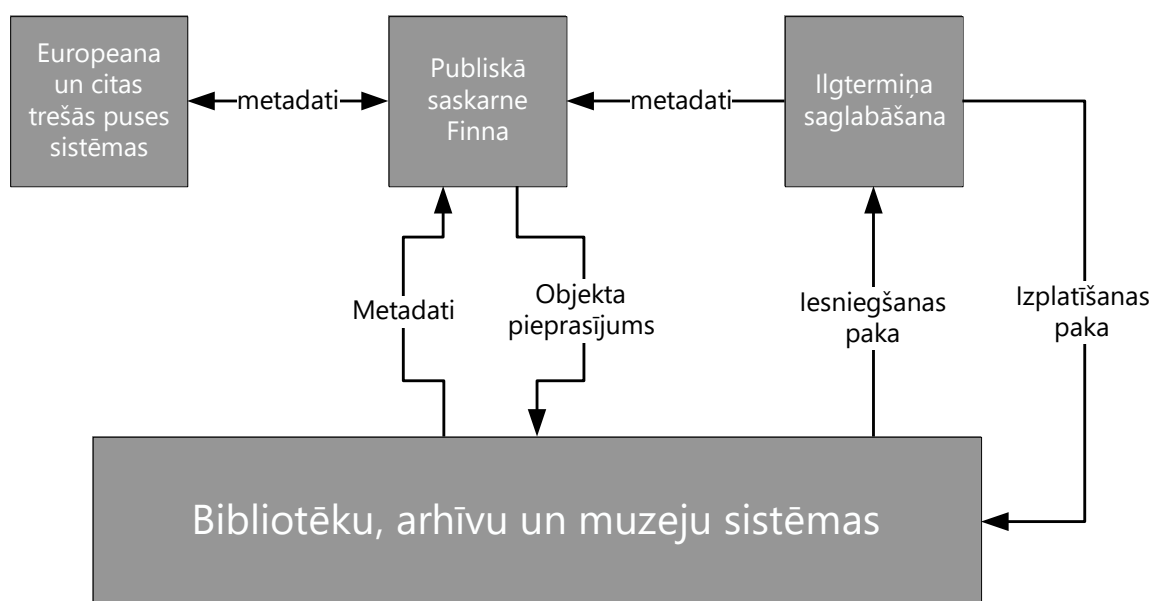
Projekts izstrādāts, lai sniegtu sabiedrībai:

- ērtāku pieejamību elektroniskajiem informācijas materiāliem un pakalpojumiem;
- stiprāku starpnozaru un starporganizāciju sadarbību;
- samazinātas izmaksas digitalizācijai un pārvaldībai, izplatīšanai un elektronisko materiālu saglabāšanai, sniedzot kopīgu risinājumu;
- uzlabotu procesu pārvaldību un efektivitāti;
- saglabātu kultūras mantojuma potenciālu nākotnei.

### 3.6.1.1. Nacionālās digitālās bibliotēkas arhitektūra

Digitālās bibliotēkas centrālais posms ir publiskā saskarne Finna, kas nodrošina komunikāciju starp lietotājiem un bibliotēku, arhīvu un muzeju sistēmām, kā arī Europeana, citām trešo pušu sistēmām un ilgtermiņa saglabāšanas sistēmām.

84. attēls. Nacionālās digitālās bibliotēkas sistēmu arhitektūra.



### 3.6.1.2. Projekta izstrāde

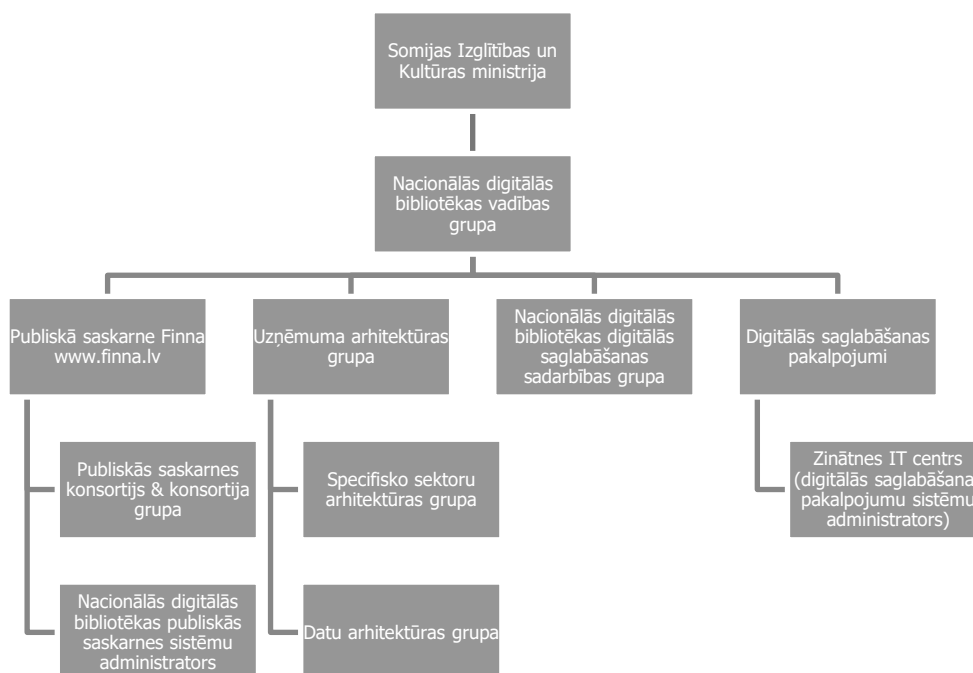
#### *Nacionālās digitālās bibliotēkās projekta izstrādes grupa*

Projektu pārvalda Izglītības un Kultūras ministrijas izvirzīta NDL vadības grupa (sk. 85. attēlu).

NDL vadības grupa ir galvenais administratīvais loceklis ar šādiem uzdevumiem:

- izstrādāt politiku NDL digitālās saglabāšanās pakalpojuma izstrādei, novērtēt un identificēt izstrādes prasības Finna publiskajai saskarnei un citiem nozīmīgiem digitālajiem pakalpojumiem bibliotēku, arhīvu un muzeju sektoros;
- nodrošināt sadarbību starp IT sistēmām un informāciju arhitektūru bibliotēku, arhīvu un muzeju sektoros;
- izstrādāt darbības modeļus un rīkus, lai uzlabotu digitālā kultūras mantojuma izveidi, administrāciju, izmantošanu un saglabāšanu, kā arī stiprināt šīs nozares ekspertīzi;
- noteikt svarīgākās attīstības tendences un virzienus digitālās informācijas un pakalpojumu nozarē un izmantot to bibliotēku un kultūras mantojuma sektoros.

#### 85. attēls. NDL izstrādes organizatoriskā struktūra.



#### *Sistēmas un sistēmu izstrādes standarti*

Lai nodrošinātu lielā skaita dažādo sistēmu, kuras sniedz metadatus un cita veida datus NDL, spēju sadarboties efektīvā veidā, NDL ir definējusi standartu sarakstu, kas sadarbības partneriem, kā arī visu projekta ietvaros iesaistīto sistēmu izstrādātājiem ir obligāti jālieto vai arī ir ieteicams lietot. Standarti ir noteikti metadatiem, to aprakstīšanai, saskarnēm, autorizācijai, autentifikācijai u.c. funkcionalitātēm. Pilns standartu uzskaitījums atrodams NDL standartu portfolio dokumentā<sup>18</sup>, un obligātie standarti norādīti 10. tabulā.

<sup>18</sup> Standartu portfolio pieejams Nacionālās digitālās bibliotēkas mājaslapā: <http://www.kdk.fi/en/enterprise-architecture>

## 10. tabula "NDL obligāto standartu pārskats"

### Standarts

Jāatbalsta UNICODE standarta versija 7.X vai jaunāka.

Publiskās saskarnes lietotāja saskarnēm un digitālajam saglabāšanas pakalpojumam jāatbilst *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)* rekomendāciju 2. versijas A līmenim.

Publisko iestāžu arhīvu saturam jāatbilst Somijas nacionālā arhīvu servisa izdotajām SÄHKE prasībām<sup>19</sup>.

Visu objektu metadatiem, kuri atrodas digitālajā saglabāšanas pakalpojumā, jābūt izstrādātiem atbilstoši NDL prasībām.

Tehniskajiem metadatiem jābūt šādos formātos:

MIX (*NISO metadati attēliem XML shēmā*),

ADDML (*Archival Data Description Markup Language*),

AudioMD (*Technical metadata for Audio*),

VideoMD (*Technical metadata for Video*).

Digitālās saglabāšanas metadatiem jābūt *PREMIS datu vārdnīca saglabāšanas metadatiem, 2.2. versija*, formātā.

Digitālās saglabāšanas piekļuves tiesības ir iekļauti PREMIS metadatu formātā.

Satura struktūra jāapraksta, izmantojot METS StructMap standartu.

Metadatu ievākšanai jāizmanto OAI-PMH (*the Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting, version 2.0*) protokols.

Publiskajai saskarnei jābūt SRU serverim, kurš atbalsta SRU standarta versiju 1.2.

Publiskajai saskarnei jābūt SRU serverim, kurš atbalsta SRU servisu "Search/Retrieve Operation".

\*\*\*Publiskajai saskarnei jābūt portāla funkcionalitāte, ļaujot Z39.50 un SRU klientus.

Integrētai bibliotēku sistēmai jānodrošina pāradresēšanas un servisu saskarnes uz lietotāja saskarnes aplikāciju un citām NDL svarīgajām sistēmām, atbilstoši ILS-DI standartam.

Atrises pakalpojumam jāsniedz pāradresācijas saites uz saistītiem un piemērojamiem informāciju resursiem atbilstoši identifikatoriem un citiem metadatiem. Atrises pakalpojumam jālieto OpenURL protokola versija 0.1 vai versija 1.0.

Publicētajam saturam jālieto standarta identifikatori, piemēram, ISBN (*International Standard Book Number*) vai ISAN (*International Standard Audiovisual Number*).

NDL vārdu datu servisam, kā arī nozarēm specifiskām sistēmām ir jāatbalsta ORCID un ISNI.

Lietotāju tiešsaistes autentificēšanai datu sūtīšana jāšifrē, izmantojot *Secure Sockets Layer (SSL) v.3.0* vai *Transport Layer Security (TLS)* protokolu.

Savstarpējas autentificēšanās gadījumā starp sistēmām serveriem jāizmanto sertifikāti, kas atbilst X.509 standartam.

<sup>19</sup> SÄHKE prasības definē to, kādas funkcionalitātes un metadati nepieciešami *ERM (uzņēmumu resursu vadības)* sistēmām, un kāda ir XML-shēma datu eksportam no šīm sistēmām

## Standarts

Elektroniski parakstot saturu, jāizmanto X.509 standarta personīgie sertifikāti.

Stipriem autentifikācijas servisiem jāizmanto autentifikācijas servisi publiskajam sektoram, piemēram, Haka (Shibboleth/SAML), VIRTU (SAML 2.0) vai VETUMA (SAML 2.0),

Lietotāju autentifikācijai jābūt iespējām izmantot LDAP protokolu.

Datņu integritātes nodrošināšanai nepieciešams sagatavot kontrolsummu pēc iespējas ātrāk, vēlākais tad, kad datnes tiek nogādātas digitālās saglabāšanas risinājumā. Kontrolsummas aprēķinā jāizmanto MD5, SHA-1, SHA-224, SHA-256, SHA-384 vai SHA-512 algoritmi.

### 3.6.1.3. Datu repozitorijs – Melinda

Melinda, būvēta uz kataloga Linda bāzes, kura izveide jau uzsākta 20. Gadsimta 70. gados, ir bibliotēku digitalizēto materiālu metadatu datubāze, kura satur atsauces uz grāmatām, žurnāliem, pētījumiem, disertācijām un citiem bibliotēkās pieejamiem materiāliem.

### 3.6.1.4. Publiskā saskarne – Finna

Digitālās bibliotēkas publiskā saskarne Finna nodrošina piekļuvi to Somijas muzeju, arhīvu un bibliotēku digitalizētajam saturam, kuras pievienojošās projektam kā sadarbības partneri. Šīs iestādes ir atbildīgas par informācijas atjaunošanu un pārvaldi objektiem, kuras ievietojušas digitālajā bibliotēkā. Finna iedalīts dažādu iestāžu saskarnēs, kas ļauj materiālus meklēt iestāžu vai nozares materiālu kopā. 2016. gada decembrī lielākais apmeklētāju skaits bija universitāšu bibliotēku (71%) un publisko bibliotēku saskarnēs (17%).

#### *Finna arhitektūra*

Publiskās saskarnes arhitektūra pamatā ir ideja, ka lietotāju saskarne ir maksimāli jāatdala no *back-end* sistēmām. Portālam Finna ir nodrošināta publiskā saskarne un ilgtermiņa saglabāšanas sistēma, ir izveidots kopīgs metadatu repozitorijs un ontoloģiju (kontrolēto vārdu) serviss, kā arī ir pieejams kopīgs standartu portfelis. Publiskās saskarnes lietojumarhitektūra detalizē Finna izstrādes modulāro aspektu, kurš balstās primāri uz *open source* risinājumiem.

Finna arhitektūra ir iedalīta *front-end* lietotāju apkalpē un *back-end* pārvaldības sistēmās. Publiskā saskarne sniedz *front-end* pakalpojumus, bet *back-end* sastāv no bibliotēku sistēmām, digitālajiem arhīviem, muzeju kolekciju pārvaldes sistēmām, metameklētāju sistēmām un ilgtermiņa digitālās saglabāšanas sistēmām.

## Finna lietojamības izstrāde

Finna izstrādes gaitā tika ņemtas vērā sabiedrības tendences – lietotāju saskarne tika piemērota plašai lietotāju datorprasmju līmeņu variācijai – nodrošinot, ka Finna spētu intuitīvi izmantot gan jaunākās paaudzes, kuras ir izaugušas, izmantojot interneta resursus, gan arī vecākās paaudzes, kurām ir ierobežota pieredze interneta bāzēto pakalpojumu izmantošanā.

Sākotnēji Finna izstrādi vadīja viens no lielākajiem bibliotēku nozares sistēmu ražotājiem, taču pēc pilottestēšanas rezultātiem iepirkums tika atcelts, un 2012. gadā Finna izstrāde tika pārņemta Nacionālās bibliotēkas kompetencē, izmantojot atvērtā koda programmatūru<sup>20</sup>. Finna lietojamības darba grupa tika organizēta no dažādiem Finna iesaistīto pušu pārstāvjiem ar mērķi Finna izstrādē ievērot lietotājiem draudzīgus principus, ņemot vērā, ka lietotāju pieredze jāizstrādā dažāda raksturojuma mērķauditorijām, un izstrādātais pakalpojums iekļauj dažādu informāciju struktūras un materiālu izmantošanas principus no bibliotēkām, arhīviem un muzejiem.

Lai noteiktu sistēmas lietojamības prasības, tika izvirzīti trīs centrālie jautājumi:

- kā lietotāji uztver Finna kā pakalpojumu;
- vai lietotāji atrod atbildes uz viņu vajadzībām un savām interesēm;
- kā pakalpojums būtu jāattīsta ilgtermiņā.

Šo jautājumu atbilžu meklēšanai 2013. gadā tika veikti četri pētījumi. Finna lietojamības analīzi veica gan komersants (SIA "Adage"), gan universitātes, kas tika veikts gan finansiālo līdzekļu taupīšanai, gan iesaistīto pušu sadarbības tīkla veidošanai. Pētījumu galvenie secinājumi un metodoloģija ir pieejami 11. tabulā.

**11. tabula. Finna lietojamības testēšanas metodoloģijas un secinājumu kopsavilkums.**

Testētais vienums	Metodoloģija	Secinājumi
Finna galvenā saskarne	Mērķis – novērtēt Finna galvenās saskarnes lietojamību. Metodes: intervijas, lietotāju testi. Testēšanas vadītājs, vieta: SIA "Adage", SIA "Adage" kompānijas telpās.	Izteiktas problēmas ar terminoloģiju – abreviācijās, atslēgvārdos, metadatos, nosaukumos. Īpaša uzmanība tika pievērsta metadatiem, kuru kvalitāte tika novērtēta kā svarīga saskarnes lietošanas ērtuma

<sup>20</sup> Avots:

<https://books.google.lv/books?id=QihYBAAAQBAJ&pg=PA119&lpg=PA119&dq=finnish+finna+development+conclusions&source=bl&ots=s9lmXC8l0-&sig=qUN0H4-XEvSTPG0JvpzawmMVyz0&hl=lv&sa=X&ved=0ahUKEwj9PitsY3TAhXBKiwKHfCIAJcQ6AEIGDAA#v=onepage&q=finnish%20finna%20development%20conclusions&f=false>

Testētais viens	Metodoloģija	Secinājumi
	Dalībnieki: 6 seniori, kuri pārstāvēja neprofesionālus, hobija līmeņa, vēstures pētniekus, bez pieredzes ar Finna.	sastāvdaļa. Lietotāji bija neapmierināti ar to, ka ne visi materiāli bija apskatāmi tiešsaistē.
lestādes saskarne	Mērķis – novērtēt pirmo funkcionālo Finna iestādes saskarni. Metodes: intervijas, lietotāju testi, kuri ietvaros lietotāji veica savus skolas/darba pienākumus, izmantojot Finna saskarni. Testēšanas vadītājs, vieta: Tampere Universitātes absolvents Jiveskiles Universitātes bibliotēkā, Dalībnieki: 7 dalībnieki no trīs universitātes nozarēm, visi pieredzējuši tiešsaistes bibliotēkas pakalpojumu izmantotāji, bez Finna pieredzes;	Daži lietotāji norādīja, ka Finna vizuālais dizains radīja drošību, uzticamību, bet dažiem bija pretējs viedoklis. Lietotāji bija neapmierināti, ka tiešsaistē bija pieejami tikai viņu bibliotēkas materiāli, bet bija apmierināti par atsaucēm, kur bibliotēkā iespējams atrast tiešsaistē attēlotos materiālus.
lestādes saskarne	Mērķis – noteikt lietojamības problēmas lietotāju saskarnē. Metodes: eksperta novērtējums pēc četriem heuristikas kopumu principiem – trīs vispārējiem tiešsaistes pakalpojumiem un vienu tiešsaistes publisko bibliotēku. Testētājs: Tampere Universitātes absolvents ar pieredzi informātikā, tiešsaistes servisu izstrādē un bibliotēku informācijas sistēmās.	Lietotāji, kuri jau iepriekš bija izmantojuši tiešsaistes bibliotēku sistēmas, spēja viegli saprast un novērtēt Finna galvenās funkcionalitātes. Saskaņoties ar <i>back-end</i> sistēmām, integrētajiem pakalpojumiem un ierobežotas piekļuves materiāliem, tika iespaidots kopējais lietotāju viedoklis par Finna.
Finna galvenās saskarnes piekļūstamības pārbaude	Mērķis – novērtēt Finna galvenās saskarnes piekļūstamību lietotājiem ar redzes traucējumiem. Metodes: lietotāju testi, heuristisks novērtējums, intervijas, aptaujas. Testēšanas vadītājs, vieta: Aalto Universitātes absolventi, dalībnieku izvēlētās vidēs. Dalībnieki: 7 lietotāji ar redzes traucējumiem, kuri tika piesaistīti sadarbībā ar Somijas Bibliotēku cilvēkiem ar redzes traucējumiem, kuri izmantoja ekrāna lasīšanas tehnoloģiju.	Novērtējuma rezultātā tika secināts, ka saskarnes kods, kurš bija veidots, lai būtu pieejamāks lietotājiem ar ekrāna lasītāju tehnoloģijām, bija lietojamāks arī parastajiem lietotājiem. Papildus tika secināts, ka sistēmas piekļūstamību tieši iespaidoja lietotāju spēja izmantot ekrāna lasītāju tehnoloģijas.

Viens no svarīgākajiem lietojamības testu secinājumiem ir tāds, ka sistēmas lietojamību un kvalitāti tieši iespaido lietotāju viedoklis par sistēmā atrodamu datu, materiālu un informācijas kvalitāti. Lietotāji neredz un nezina, kas ir veidotās saskarnes sastāvdaļa un kuri ir dati ielasīti no citām *back-*



end sistēmām. Tas nozīmē, ka ir svarīgi nodrošināt ne vien ērti lietojamu sistēmu, bet arī to, lai šajā sistēmā būtu pieejami lietotājiem vēlamie materiāli saprotamā veidā.

### ***Finna izstrādes pieredze***

Finna tika izstrādāta, izmantojot atvērta koda programmatūru un Agile projektu vadības metodiku, inkrementāli izstrādājot sistēmu projekta gaitā atbilstoši lietotāju un partneru vēlmēm un prasībām.

Finna izstrādes procesā tās veidotāji noteica šādus faktorus kā pozitīvos izstrādes aspektus<sup>21</sup>:

- centralizēts finansējums infrastruktūras pakalpojumiem;
- sadarbības tradīcijas bibliotēku nozarē;
- centralizēto pakalpojumu sistemātiska izstrāde;
- centralizēto pakalpojumu izstrādē piedalījās klientu organizācijas;
- elastīgs, uz lietotāju balstīts, *agile* izstrādes process;
- augsta izstrādātāju ekspertīze;
- lietojumarhitektūra balstīta uz modulāru dizainu ar labiem API;
- starptautiskā sadarbība paātrina izstrādes procesu.

#### **3.6.1.5. Sadarbības partneri**

NDL projekta mērķis ir izveidot pieejas punktu, kurā bibliotēkas, muzeji un arhīvi varētu sniegt gala lietotājiem – plašākai sabiedrībai, pētniekiem un izglītības jomas pārstāvjiem - publisku pieeju to resursiem. Sadarbības partneri arī pēc NDL ieviešanas paliks atbildīgi par savu digitālu resursu ražošanu, kārtošanu un pārvaldību.

Pašlaik no sadarbības partneriem Finna materiālus sniedz 8 arhīvi, 54 bibliotēkas un 48 muzeji.

### ***Bibliotēkas***

Somijas bibliotēku tīkls sastāv no augstākās izglītības bibliotēkām, publiskajām (pašvaldības) bibliotēkām, speciālajām bibliotēkām un nacionālā repozitorija bibliotēka. Sīkaks iedalījums

---

<sup>21</sup> Avots pieejams:

[https://books.google.lv/books?id=OihYBAAAQBAJ&pg=PA119&lpg=PA119&dq=finnish+finna+development+conclusions&source=bl&ots=s9ImXC8I0-&sig=qUN0H4-XEvSTPG0JvpzawmMVyz0&hl=lv&sa=X&ved=0ahUKEwj9\\_PitsY3TAhXBKiwKHfCIAJcQ6AEIGDAA#v=onepage&q=finnish%20finna%20development%20conclusions&f=false](https://books.google.lv/books?id=OihYBAAAQBAJ&pg=PA119&lpg=PA119&dq=finnish+finna+development+conclusions&source=bl&ots=s9ImXC8I0-&sig=qUN0H4-XEvSTPG0JvpzawmMVyz0&hl=lv&sa=X&ved=0ahUKEwj9_PitsY3TAhXBKiwKHfCIAJcQ6AEIGDAA#v=onepage&q=finnish%20finna%20development%20conclusions&f=false)

apskatāms 12. tabulā. Šīm bibliotēkām bibliotēku tīkla pakalpojumus sniedz Somijas Nacionālā bibliotēka, neatkarīga institūcija pakārtota Helsinku Universitātei.

**12. tabula. Somijas Nacionālās digitālās bibliotēkas sadarbības partneri, bibliotēkas.**

Bibliotēkas veids	Skaitis
Augstākās izglītības iestāžu bibliotēkas	20 universitāšu bibliotēkas 26 politehnisko universitāšu bibliotēkas Nacionālās aizsardzības universitātes bibliotēka
Pašvaldību bibliotēkas	20 reģionālās bibliotēkas (viena katrā reģionā) 348 pašvaldību bibliotēkas
Speciālās bibliotēkas	50 speciālas bibliotēkas dažādās sfērās, t.sk. Parlamenta bibliotēka, izpētes institūtu bibliotēkas un privāto kompāniju bibliotēkas
Nacionālā repozitorija bibliotēka	-

Publiskajās bibliotēkās tiek izmantotas šādas *back-end* sistēmas:

- Zviedriski runājošajā piekrastes zonā – Abilita,
- Axiell (sistēmas – Libra, Origo un PallasPro),
- Ālandu salās – Book-it,
- Plašākajā Helsinku reģionā – Millenium/HelMet.

**Arhīvi**

Izglītības un Kultūras ministrijas pakļautībā tiek organizēts Nacionālais arhīvu serviss, kurš ir atbildīgs par kultūras mantojuma ierakstu saglabāšanu un pieejamību, un tas sastāv no Nacionālā arhīva un septiņiem reģionālajiem arhīviem. Vērā ņemams arhīvs ir Nacionālais audiovizuālais arhīvs, kurš ir atbildīgs par filmu, televīzijas un radio kultūras saglabāšanu.

Papildus nacionālajiem arhīviem eksistē arī liels skaits administratīvo, speciālo un privāto arhīvu, kuri uzglabā administratīvo darbību dokumentus valstiskā un lokālā mērogā, bet ir arī universitāšu, muzeju un dažādu zinātņu nozaru arhīvi, kā arī privātie un biznesiem piederošie arhīvi.

**Muzeji**

Somijā ir 165 profesionālie muzeji, kuri ir atbildīgi par 326 muzeju lokāciju administrēšanu ar mērķi saglabāt Somijas kultūras un nacionālo mantojumu. Šiem muzejiem ir apmēram četrdesmit dažādas kolekciju pārvaldības *back-end* sistēmas, no kurām izplatītākās ir Musketti, Muusa, Memoron, VM-Data un Antikvaria, kurus katru izmanto vismaz 10 muzeji.

### 3.6.1.6. Digitalizācija

Viens no NDL projekta mērķiem bija mudināt bibliotēkas, arhīvus un muzejus digitalizēt savus materiālus, tādējādi uzlabojot piekļuvi tiem, ievērojot ilgtermiņa saglabāšanas principus izmantotajām tehnoloģijām un to metadatiem, lai novērstu nepieciešamību atkārtoti digitalizēt materiālus un lai digitalizācijas process ņemtu vērā gan kolekciju, gan gala lietotāju prasības. Digitalizācijas procesi tika attīstīti Izglītības un Kultūras ministrijas veiktajos digitalizācijas projektos līdz 2011. gada beigām. Šo objektu formāti un vispārējas digitalizācijas vadlinijas ir definētas dokumentos, kurus Izpildītājs ieguva intervijas laikā ar Somijas Kultūras atmiņu institūcijas pārstāvi Minnu Karvonenu.

Digitālais arhīvs ir Nacionālā arhīva uzglabāšanas un prezentācijas sistēma digitalizētiem dokumentiem. Periodā no 2009. līdz 2010. gadam no Nacionālā arhīva tika digitalizēti vairāk nekā 9 milj. dokumentu, lielākoties no baznīcām.

### 3.6.1.7. Mārketingis

NDL savu tirgus segmentāciju izstrādājis, ievērojot tā klientu, partneru un ieinteresēto pušu vēlamās pakalpojumus. Ieinteresētās puses iespējams iedalīt 5 grupās – lietošana, administrēšana, veidošana, ārējie atbalsta pakalpojumi un saglabāšana. Detalizētāk pakalpojumu grupas raksturotas 13. tabulā.

13. tabula. Somijas nacionālās digitālās bibliotēkas mērķauditorijas pēc pakalpojumu grupām.

Pakalpojumu grupa	Nodrošinātāji (administratori un satura veidotāji)	Izmantotāji
Lietošana	Izglītības un Kultūras ministrija Nacionālā bibliotēka partnerorganizācijas	Iedzīvotāji Pētnieki Atvērto datu lietotāji Pakalpojumu izstrādātāji Trešās puses, kuru pakalpojumi izmanto saturu.
Administrēšana	Izglītības un Kultūras ministrija Zinātnes IT centrs NDL partneri biznesa arhitektūrā Nacionālā bibliotēka Finna	Organizācijas, kuras ir izrādījušas interesi kļūt par NDL partneri (bibliotēkas, arhīvi un muzeji). NDL partnerorganizācijas
Veidošana	Bibliotēkas Arhīvi	Saglabāšanas pakalpojumu lietotāji

<b>Pakalpojumu grupa</b>	<b>Nodrošinātāji (administratori un satura veidotāji)</b>	<b>Izmantotāji</b>
	Muzeji	Lietošanas pakalpojumu lietotāji
Ārējie atbalsta pakalpojumi	Iedzīvotāju reģistrācijas centrs	Arhīvi
	Nacionālais zemes dienests	Muzeji
	Valdības IT centrs	Bibliotēkas
	Nacionālā bibliotēka	Zinātnes IT centrs Nacionālā bibliotēka
Saglabāšana	Izglītības un Kultūras ministrija	Bibliotēkas
	Zinātnes IT centrs	Arhīvi
		Muzeji

Lai novērtētu lietotāju apmierinātību ar Finna, tās pieejamajiem pakalpojumiem un, lai noteiktu lietotāju paradumus digitālo objektu lietošanā, intervijas laikā ar Somijas Kultūras atmiņu institūcijas pārstāvi Minnu Karvonenu tika noskaidrots, ka tiek veiktas regulāras lietotāju apmierinātības aptaujas, kuru ietvaros tiek noskaidrots lietotāju viedoklis par materiālu pieejamību un to saprotamību, kā arī tiek ievākti dati par to, kuru saskarnes vidi lietotājs ir izmantojis, un par to, no kurienes lietotāji ir ieguvuši zināšanas par Finna, kā arī iegūta cita informācija<sup>22</sup>. Augstākas lietotāju atsaučības veicināšanai tika organizēta *Samsung* planšetes izloze, kā rezultātā 2017. gada aptaujas respondentu skaits sasniedza 14 000 Finna lietotāju.

Lai sasniegtu plašāku auditoriju, katru gadu Somijas nacionālā bibliotēka organizē Finna digitālās bibliotēkas svinības, Finna digitālās bibliotēkas dienu. Nacionālā bibliotēka plāno īstenot katru gadu arvien vairāk mārketinga pasākumu, lai padarītu Finna digitālo bibliotēku zināmu pēc iespējas plašākai publikai.

### 3.6.2. Vācija – Vācijas digitālā bibliotēka

Vācijas digitālā bibliotēka (*isāk: DDB, vācu val.: Deutsche Digitale Bibliothek*) ir Vācijas centrālā tiešsaistes vietne kultūrai un zinātnei, kura ir pilnībā publiskā sektora organizēta un finansēta ar mērķi savienot Vācijas kultūras un zinātnes digitalizētās krātuves, sniedzot tās plašākai publikai. DDB ļauj veidot sadarbības tīklu starp Vācijas kultūras un zinātnes iestādēm, mudinot sadarbību, kopēju

<sup>22</sup> Lietotāji apmierināti ar Finna meklēšanas iespējām, pieejams: <https://www.kansalliskirjasto.fi/en/news/users-satisfied-with-finna-search-services>

pakalpojumu un inovatīvu rīku lietošanu, kas rada iespēju atklāt jaunus, efektīvākus veidus, kā sniegt, pārvaldīt un apstrādāt digitalizētu saturu.

### **Projekta konteksts**

DDB izveide tika pieņemta 2009. gada oktobrī Vācijas ministru prezidentu konferencē. Izveides pamatā bija kopīgas intereses federālajai valdībai, vietējām pašvaldībām, kā arī administrēšanas un finansēšanas vienošanās starp federālo valdību un štatiem. DDB izveidošana saskanēja ar Eiropas Komisijas lūgumu dalībvalstīm digitalizēt un sniegt piekļuvi kultūras un zinātnes informācijai Eiropas digitālās bibliotēkas (*Europeana*) projekta ietvaros, un DDB tika pozicionēts kā centrālais nacionālais *Europeana* partneris. Līdz 2011. gada beigām federālā valdība jau bija sniegusi 8.5 milj. eiro finansiālo atbalstu infrastruktūras izveidei.

#### **3.6.2.1. Projekta izstrāde**

##### **Izstrādes plāns**

2013. gadā DDB organizēja iesaistīto pušu sanāksmi no visiem kultūras sektoriem un federālajiem štatiem, kurā tika lemts par digitalizācijas projekta izstrādes vadlīnijām. Dalībnieki iebilda pret hierarhisku nacionāla līmeņa digitalizācijas stratēģijas plānu, un, kaut arī koordinācija un komunikācijas izstrāde tika noteikta kā prioritāte, digitalizāciju Vācijā tika nolemts veikt decentralizēti, ar kultūras nozaru un iestāžu lielu rīcībspēju veikt lēmumus saistībā ar, piemēram, digitalizējamo objektu izvēli. Tas nozīmē, ka, atšķirībā no, piemēram, Latvijas, nepastāv kopēji kvantitatīvi vai kvalitatīvi mērķi digitalizēto objektu skaita ziņā.

Esošais DDB stratēģijas plāns 2015.–2020. gadam norāda uz desmit stratēģijas virzieniem<sup>23</sup>:

- Saprotams, pievilcīgs portāls.
- Atvērta platforma.
- Brīva pieeja.
- Atvērta zināšanu krātuve.
- Sadarbības tīkli.
- Nacionālais Europeana apkopotājs.
- Uzlabots satvars.

---

<sup>23</sup> Avots: [https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/static/files/asset/document/ddb\\_strategy2020\\_download.pdf](https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/static/files/asset/document/ddb_strategy2020_download.pdf)

- Sociālais diskurss.
- Inovatīvas tehnoloģijas.
- Digitalizācijas atbalsts.

### ***Sistēmas un sistēmu izstrādes standarti***

Lai nodrošinātu to, ka decentralizētā struktūra neapdraudētu sistēmu savstarpējo sadarbību un digitalizēto materiālu pieejamību, ir noteikti standarti, vadlīnijas un palīgmateriāli, kurus iestādes var ievērot, veicot digitalizēšanu:

- Vācijas pētījumu sabiedrības publicētās "Praktiskās digitalizācijas vadlīnijas" (*no angļu val.: Practical Guidelines on Digitisation*)<sup>24</sup>.
- DigiS vadlīnijas digitalizācijas pakalpojumu piegādātāju izvēlei<sup>25</sup>.
- Vācijas tīklu informācijas iniciatīvas sadarbībā ar DDB, izstrādātais digitalizācijas kolekciju kvalitātes kritēriju katalogs (publicēts 2016. gadā).

#### **3.6.2.2. Publiskā saskarne**

DDB portāla pieejamību ir pārbaudījusi Vācijas centrālā bibliotēka cilvēkiem ar redzes traucējumiem, izmantojot BITV 2.0. vadlīnijas<sup>26</sup>. Izvērtējuma mērķis bija pārbaudīt, vai publiskā vietne nodrošina adekvātu piekļuvi lietotājiem ar redzes traucējumiem. DDB portāls saņēmis vidēji vairāk kā 90 punktus katrā BITV izvērtējuma kategorijā.

#### **3.6.2.3. Mārketingis**

Lai definētu tirgus segmentāciju, DDB noteica četras galvenās mērķa grupas, kuras identificētas kā tās, kuras iegūs lielāko pievienoto vērtību no DDB lietošanas:

- **Plašāku sabiedrību** – ļaujot tiem piekļūt kultūrai un zināšanām, sniedzot iespēju tieši izmantot kultūras un intelektuālo mantojumu. Lietošanas scenāriji iekļauj konkrētas informācijas meklēšanu, padziļinātu notikumu vai gadskārtu izpēti, kultūras notikumu un braucienu plānošanu un vietējās vēstures izpēti.
- **Kultūras un zināšanu iestādes** – sniedzot tām digitālās kolekcijas un digitalizācijas aktivitātes. Partneri sniedz iespēju virtuāli pārvaldīt digitālās ekspozīcijas un iegūst no DDB

<sup>24</sup> Avots: [http://www.dfg.de/formulare/12\\_151/](http://www.dfg.de/formulare/12_151/)

<sup>25</sup> Avots: <https://www.servicestelle-digitalisierung.de/wissenswertes/checkliste/>

<sup>26</sup> Avots: [https://www.gesetze-im-internet.de/bitv\\_2\\_0/BJNR184300011.html](https://www.gesetze-im-internet.de/bitv_2_0/BJNR184300011.html)

sadarbības partneru tīkla, piemēram, ļaujot viegli apmainīties ar labāko praksi, tehnoloģijām un pakalpojumiem.

- **Skolu pasniedzēji, visu vecumu apmācāmie** – skolotāji un skolēni, kuri izmantos DDB kā avotu materiāliem un informācijai. Speciāli pakalpojumi sniegs bērniem un pusaudžiem iespējas apgūt medijpratību un informācijas iegūšanas pratību.
- **Pētnieki un studenti** – sniedzot DDB kā informācijas avotu meklēšanas rīku studijām un pētnieciskam darbam.

DDB savas mārketinga stratēģijas atbalstam un struktūras noteikšanai ir definējusi trīs galvenos ziņojumus, kuri ir inovatīvi, atbilst publiski apmaksāta projekta prasībām, atbilst sabiedrības prasībām un ļauj veidot komunikāciju ar iesaistītajām pusēm:

- DDB veiksmē ir balstīta uz sadarbības partneru spēju saprast projekta kopējo vīziju, kas rada nepieciešamību attīstīt komunikācijas un marketinga aktivitātes visā projekta gaitā;
- DDB ir vairāk nekā tas, ko redz klients, jo liela daļa projekta investīcijas ir sniegtas, piemēram, starpdomēnu tehniskajā standartizācijā un likumiskās bāzes sakārtošanai, kas rada nepieciešamību nodrošināt publikas informētību tieši par šīm DDB komponentēm, norādot to pievienoto vērtību kultūras un izglītības iestādēm;
- DDB ir nākotnes investīcija, un marketinga aktivitātēm ir jāizmanto ilgtspējīga stratēģija, kura sākumā pievēršas unikālajām sistēmas raksturiezīmēm un informētības palielināšanai.

Aktivitātes, kuras paredzētas DDB atpazīstamības palielināšanai ir dažādas – gan no plašākas sabiedrības, gan no specifisko nozaru rakursa, t.sk. konferenču organizēšana, iesaistīšanās darba tirgus konferencēs un kongresos, reklamējot DDB sociālo mediju kanālos, publikācijās, izmantojot dažādas tematiskās reklāmas kampaņas.

#### 3.6.2.4. Sadarbības partneri

Lai nodrošinātu veiksmīgu sadarbību ar vairāk nekā 4345 iesaistītajām partneriestādēm, DDB pamatā ir izveidots plašs kompetenču tīkls gan kultūras un zinātnes iestādes, kuras piedalās DDB, gan federālās, štatu un vietējās autoritātes, kuras atbalsta DDB un iestādes, apmainās ar informāciju un sniedz to apvienoto pieredzi ar mērķi paplašināt DDB. Kompetenču tīkla sastāvs:

- Kopsapulces, kuras organizē kompetenču tīkla dibinātājiestādes, bet var tikt papildināta ar jebkuru iestādi, kura atbilst kritērijiem;
- Padomes, kopsapulces ievēlēts DDB reprezentatīvs loceklis;
- Pilnvaroto padomes.

2015. gada jūlijā DDB uzsāka sadarbības partneru atbalsta pakalpojumu – DDBpro, kurā iekļauta visa svarīgākā informācija saistībā ar reģistrāciju, datu nodošanu, juridiskais ietvars un atbildīgajām iestādēm konkrētajās nozarēs.

Ir paredzēts, ka DDB līdz 2020. gadam pārstrukturēs projektu:

- Projekts tiks pārveidots no projekta statusa, saņemot ilgtermiņa publisko finansējumu un nodrošinot ilgtspējīgas nodarbinātības pozīcijas.
- Finansējums tiks pārskatīts, iekļaujot atbalstošo iestāžu personāla, infrastruktūras u.c. izmaksu segšanu.
- DDB organizācijas struktūra tiks konsolidēta.
- DDB turpinās pastāvēt kā bezmaksas, bezreklāmas pakalpojums, kas nozīmē, ka DDB partneriestādēm būs pašiem jāveic marketinga aktivitātes.
- DDB nodrošinās, ka kultūras digitalizācijas un piekļuves nodrošinātība netiks atstāta brīvā tirgus varā, papildus sniedzot datus un lietojumprogrammatūru brīvā un atvērtā veidā.

#### **3.6.2.5. Atvērtie, saistītie dati**

Kopš 2013. gada novembra DDB piedāvā atvērtu API, kurš ļauj lietotājiem atkārtoti izmantot metadatus. No 2015. gada janvāra līdz augustam šiem metadatiem bija 50 000 pieprasījumi dienā. No 2015. gada 1. jūlija DDB publicē kataloga metadatus ar CCO licenci. Atvērtie metadati tiek piegādāti arī izglītības nozarei, piemēram, WebWeaver School - mākoņglabāšanas programmatūras piegādātājs - sniedz lietotājiem saturu, kurš piegādāts ar DDB API.



## 4. PIELIKUMI

14. tabula. IDI ekspertu saraksts.

Nr.p.k.	Darbības sfēra	Komersants vai iestāde
1.	Digitālās humanitārās zinātnes, komercija	Tilde
2.	Eiropas Savienības kultūras mantojuma digitālā platforma	EUROPEANA
3.	Kino ražošana, izplatīšana	Nacionālais Kino centrs
4.	Ārvalstu institūcijas, muzejs	Dānijas Nacionālā galerija
5.	Digitālā izglītības satura veidošana	Lielvārds
6.	Pašvaldības un to iestādes	Kuldīgas Galvenā bibliotēka
7.	NVO, latviskās identitātes uzturētāji un veidotāji Latvijā	Rīgas latviešu biedrība
8.	Zinātniskās organizācijas	LU LFMI
9.	Valsts izglītības satura centrs (VISC)	Neformālās izglītības departaments Vispārējās izglītības satura nodrošinājuma nodaļa
10.	Portāli	LSM Interneta platforma
11.	NVO, darbojas muzeju jomā	Creative museum
12.	Valsts institūcija, kultūras nozare	Atbildīgā Kultūras ministrijas nodaļa
13.	Multimediju risinājumi	H2E

15. tabula. FGD ekspertu saraksts.

<b>Nr.p.k.</b>	<b>Darbības sfēra</b>	<b>Komersants vai iestāde</b>
1.	Pašvaldības un to iestādes	Kuldīgas novada muzejs
2.	Mākslas un kultūras izglītība	Latvijas Kultūras akadēmija
3.	Vispārējās izglītības iestādes un profesionālās izglītības iestādes	Rīgas Mākslas un mediju tehnikums
4.	Izglītības saturs	Izglītības departaments
5.	Radošās industrijas	Radošās aģentūras KIM
6.	Portāli	LSM Interneta platforma

16. tabula. Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņa analizē izmantotie pētījumi.

Nr.p.k.	Pētījuma nosaukums	Pētījuma veicējs	Pētījuma gads
1.	KULTŪRAS AUDITORIJA LATVIJĀ: SITUĀCIJA, PROCESI, TENDENCES	Culture Lab	2017
2.	Pārskats par kultūras politiku un kultūras jomas attīstības tendencēm Latvijā. (Compendium of Cultural Policies & Trends in Europe)	The European institute for Comparative Cultural Research (ERICarts)	2016
3.	DNB Nord Latvijas barometrs Nr.81: Kultūra un izklaide. 2015.,	DnB Nord Latvijas barometrs Nr.81	2015
4.	Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņš un līdzdalība kultūras aktivitātēs 2007.-2014.	Culture Lab	2014
5.	Cultural Access and Participation: Latvia 2013	European Commission, Eurobarometer	2013
6.	DNB Nord Latvijas barometrs: Kultūra 2012	DnB Nord Latvijas barometrs nr.52	2012
7.	DNB Nord Latvijas barometrs: Kultūra un izklaide 2010	DnB Nord Latvijas barometrs nr.27	2010

17. tabula. Sociālo/ funkcionālo vajadzību dimensija un emocionālās vajadzības.

Nr.	Aspekti, kas saistīti ar Latvijā radītā satura lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā	Sociālo/ funkcionālo vajadzību dimensija	Emocionālās vajadzības
1	Šiem resursiem iespējams piekļūt no jebkuras vietas un jebkurā laikā	Funkcionālā vajadzība	Brīvība
2	Šie resursi ir pieejami bez maksas (nav autortiesību ierobežojumu)	Funkcionālā vajadzība	Brīvība
3	Šos resursus ir ērti aplūkot jebkurā ierīcē (datorā, planšetdatorā, telefonā u.c.)	Funkcionālā vajadzība	Brīvība
4	Šos resursus var izmantot ikviens - cilvēki ar dažādām digitālām prasmēm	Funkcionālā vajadzība	Brīvība
5	Tiek piedāvātas dažādas šo materiālu apstrādes iespējas, piemēram, izdrukāt, rediģēt u.c.	Funkcionālā vajadzība	Brīvība
6	Šos objektus iespējams kopīgot ar citiem interneta lietotājiem dažādās interneta platformās, piemēram, Google, Facebook	Funkcionālā vajadzība	Piederība
7	Iespējams komentēt un ieteikt citiem aplūkotos objektus	Sociālā vajadzība	Piederība
8	Iespējams piedalīties satura veidošanā (ievietot informāciju, veidot kolekcijas u.c.)	Sociālā vajadzība	Piederība
9	Šo materiālu pieejamība veicinās latvisko tradīciju saglabāšanu	Sociālā vajadzība	Piederība
10	Šo materiālu pieejamība veicinās latviešu valodas saglabāšanu	Sociālā vajadzība	Piederība

Nr.	Aspekti, kas saistīti ar Latvijā radītā satura lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā	Sociālo/ funkcionālo vajadzību dimensija	Emocionālās vajadzības
11	Tiek nodrošināta plaša kultūras satura, kas iepriekš nebija digitalizēts, pieejamība tiešsaistē (internetā)	Sociālā vajadzība	Brīvība
12	Piekļuve šiem resursiem sniegs plašākas iespējas tos izmantot izklaidei un atpūtai	Sociālā vajadzība	Prieks
13	Piekļuve šiem resursiem veicinās jaunradi un radošumu	Sociālā vajadzība	Prieks
14	Materiāli ir augstas kvalitātes (piem., bez ūdenszīmēm, augstas izšķirtspējas u.tml.)	Funkcionālā vajadzība	Brīvība
15	Materiālus iespējamas brīvi izmantot savām vajadzībām (piem., lejupielādēt datorā, ievietot interneta vietnēs, izmantot kreklu, krūzīšu u.c. apdrukai u.tml.)	Funkcionālā vajadzība	Brīvība

## 1. pielikums. Pētījuma speciālistu anketa.

**Labdien!**

*PROGR: IEVADS NOZARES PĀRSTĀVJIEM:*

**Latvijas Nacionālās bibliotēkas Eiropas Reģionālās attīstības fonda (ERAF) projekta „Kultūras mantojuma satura digitalizācija” ietvaros tiek veikta dažādu nozaru speciālistu aptauja par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami arī digitālā jeb elektroniskā formātā. Lūgsim Jūs atbildēt uz jautājumiem par digitālā kultūras satura patēriņu personīgajām un profesionālajām vajadzībām, kā arī par mediju patēriņu un brīvā laika pavadīšanas veidiem.**

**Aicinām Jūs piedalīties aptaujā un izteikt savu viedokli. Aptaujas aizpildīšana aizņems aptuveni 30 minūtes.**

**Jūsu anonimitāte tiek garantēta, dati tiks analizēti tikai apkopotā veidā.**

### **D1. Atzīmējiet savu dzimumu:**

*PROGR: VIENA ATBILDE*

1. Vīrietis
2. Sieviete

### **D2. Lūdzu, ierakstiet, cik Jums ir pilni gadi.**

*PROGR: SKAITLIS, MIN=0, MAX=100. PĀRTRAUKT INTERVIJU, JA < 15 UN > 74*

*PROGR: SPECIĀLISTU ANKETAI VECUMS 18+*

### **D3. Kāda ir Jūsu tautība?**

*PROGR: VIENA ATBILDE*

1. Latvietis/-e
2. Krievs/-iete
3. Cita tautība (lūdzu, ierakstiet \_\_\_\_\_)

### **D4. Jūsu dzīvesvieta:**

*PROGR: VIENA ATBILDE.*

1. Rīga
2. Daugavpils
3. Rēzekne
4. Ventspils
5. Liepāja
6. Jelgava
7. Jūrmala
8. Jēkabpils
9. Valmiera
10. Cita pilsēta vai mazpilsēta
11. Lauki
12. Ārpus Latvijas (lūdzu, precizējiet, kurā valstī\_\_\_\_\_)

*PROGR: ŠOS RESPONDENTUS NESKAITĀM KVOTĀS.*

**D4a. Kurā novadā Jūs dzīvojat?**

*PROGR: JAUTĀT, JA D4=10-11. RĀDĪT PILNO SARAKSTU.*

**D5. Reģions**

*PROGR: NEJAUTĀT, BET AUTOMĀTISKI IEKODĒT NO D4 UN D4a*

1. Rīgā
2. Pierīgā
3. Vidzemē
4. Kurzemē
5. Zemgalē
6. Latgalē

**D6. Kāda ir Jūsu nodarbošanās? Jūs esat...**

*PROGR: VIENA ATBILDE*

1. Pašnodarbinātais, uzņēmējs, zemnieks
2. Vadītājs (strādā algotu darbu, ir vismaz viens padotais)
3. Speciālists (strādā algotu, garīgu darbu, nav neviena padotā)
4. Strādnieks (strādā algotu, fizisku darbu)
5. Skolēns, students
6. Pensionārs vai saņem invaliditātes pensiju
7. Mājsaimniece/-ks vai atrodas bērna kopšanas atvaļinājumā
8. Pašreiz bez darba
9. Cits (lūdzu, ierakstiet \_\_\_\_\_)

**D7. Lūdzu, norādiet jomu, kurā strādājat?**

*Iespējama viena atbilde*

*PROGR: JAUTĀT, JA D6= 1,2,3,4,9. VIENA ATBILDE. JA ATZĪMĒTAS ATBILDES 1,2,3,4,5,6, JAUTĀT ARĪ B DAĻAS JAUTĀJUMUS. JA ATZĪMĒTAS CITAS 7-23, TAD JAUTĀT TIKAI A DAĻAS JAUTĀJUMUS UN D DEMOGRĀFIJU 2.*

1. Kultūra/ radošās nozares
2. Izklaide/ atpūta
3. Izglītība
4. Zinātne
5. Muzeji/ arhīvi
6. Bibliotēkas
7. Žurnālistika/ masu mediji

8. Cita joma *PROGR: UZ D7a*
9. Grūti pateikt *PROGR: UZ D7a*

**D7a. Lūdzu, precizējiet, kurā jomā strādājat.**

*ļespējama viena atbilde*

*PROGR: JAUTĀT, JA D7=8 VAI 9. VIENA ATBILDE. JA ATZĪMĒTAS ATBILDES 13, 17 vai 18, JAUTĀT ARĪ B DAĻAS JAUTĀJUMUS. JA ATZĪMĒTAS CITAS, TAD JAUTĀT TIKAI A DAĻAS JAUTĀJUMUS UN D DEMOGRĀFIJU 2.*

1. Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība
2. leguves rūpniecība
3. Apstrādes rūpniecība
4. Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana
5. Ūdens apgāde, notekūdeņu, atkritumu apsaimniekošana un sanācija
6. Būvniecība
7. Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība
8. Transports un uzglabāšana
9. Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi
10. Informācijas un komunikācijas pakalpojumi
11. Finanšu un apdrošināšana
12. Operācijas ar nekustamo īpašumu
13. Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi
14. Administratīvo un apkalpojošo dienestu darbība
15. Valsts pārvalde un aizsardzība
16. Veselība un sociālā aprūpe
17. Izglītība
18. Māksla, izklaide un atpūta
19. Cita
20. Grūti pateikt

**B NOZARES SPECIĀLISTU APTAUJA**

*PROGR: JA D7=1,2,3,4,5,6 VAI D7a=13, 17 vai 18, JAUTĀT B DAĻU. JA D7=7-23, TAD PĀRIET UZ D8. PROGR: RĀDĪT IEVADTEKSTU ATSEVIŠKĀ EKSTRĀNĀ*

**Tagad aicinām Jūs atbildēt uz jautājumiem par Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā izmantošanu Jūsu darba/ profesionālajām vajadzībām.**

***Ar izmantošanu mēs domājam šo darbu aplūkošanu, pētīšanu, lasīšanu, klausīšanos, skatīšanos, lejupielādēšanu utt.***

**B1. Vai Jūs pats/-i šobrīd izmantojat jebkādus Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā darba/ profesionālajām vajadzībām?**

1. Jā
2. Nē - *uz jautājumu B3*
3. Grūti pateikt - *uz jautājumu B3*

**B2. Cik bieži Jūs izmantojat Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā darba/ profesionālajām vajadzībām?**

*PROGR: JAUTĀT TIKAI TIEM, KAM B1=1*

1. Katru dienu
2. Vairākas reizes nedēļā
3. Reizi nedēļā
4. Vairākas reizes mēnesī
5. Reizi mēnesī
6. Reizi 2-3 mēnešos
7. Reizi 4-5 mēnešos
8. Reizi pusgadā un retāk
9. Grūti pateikt

**B2\_1. Kurus no šiem Latvijā radītiem mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā materiāliem Jums ir/būtu nepieciešamība lejupielādēt darba/ profesionālajām vajadzībām?**

*ļespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT VISIEM. IESPĒJAMAS VAIRĀKAS ATBILDES.*

1. Dokumentus (tekstuāla informācija)
2. Attēlus (fotogrāfijas, atklātnes u.c.)
3. Video failus
4. Audio failus
5. Cita veida materiālus (lūdzu, ierakstiet, kādus\_\_\_\_\_)
6. Nevienu no šiem (*PROGR: IZSLĒDZOŠA ATBILDE*)

**B3. Lūdzu, novērtējiet šos funkcionālos aspektus, kas saistīti ar informācijas par Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā meklēšanu un lietošanu darba/ profesionālajām vajadzībām! Vērtējumam, lūdzu, izmantojiet 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē, ka nemaz nepiekrītat, bet 10 – piekrītat pilnībā.**

*PROGR: JAUTĀT VISIEM. MATRICA. ROTĒT RINDAS. VIENA ATBILDE KATRĀ RINDIŅĀ.*

		Skala no 1 (nepiekrītu nemaz līdz 10 (Piekrītu pilnībā))	Grūti pateikt
1	Šāda veida informācijai ir jābūt atrodamai ar Google tipa meklētāju		
2	Informācijai ir jābūt atrodamai vienotā interneta vietnē, neatkarīgi no tā, vai tā nepieciešama darba/ profesionālajām vai privātajām vajadzībām		
3	Tiem lietotājiem, kas šāda veida informāciju meklē un izmanto profesionālām vajadzībām, ir jābūt pieejamai specializētai (profesionāļu) vietnei		

4	Informācijas lietošanu šobrīd apgrūtina nepieciešamība ar konkrētu saturu strādāt tikai bibliotēkās, arhīvā vai satura glabātāja telpās		
5	Man būtu svarīga iespēja uzzināt, ka manā nozarē ir parādījusies jauna digitalizēta informācija		
6	Nepieciešams uzlabot informācijas meklēšanas iespējas esošajās interneta vietnēs		
7	Meklējot informāciju darba/ profesionālajām vajadzībām, es jūtu nepieciešamību pēc daudzvalodu digitalizētā satura		
8	Manā darba vietā ir pieejams labs tehniskais nodrošinājums darbam ar digitalizēto saturu		

**B4. Tagad mēs lūgsim Jūs novērtēt aspektus un situācijas, kas saistītas ar Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā lietošanu darba/ profesionālajām vajadzībām!**

**Vērtējumam, lūdzu, izmantojiet 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē, ka nemaz nepiekrītat, bet 10 – piekrītat pilnībā.**

*PROGR: JAUTĀT VISIEM. MATRICA. ROTĒT RINDAS. VIENA ATBILDE KATRĀ RINDIŅĀ.*

		Skala no 1 (nepiekrītu nemaz līdz 10 (Piekrītu pilnībā))	Grūti pateikt
1	Man ir skaidri šo resursu izmantošanas noteikumi (autortiesības)		
2	Mūsu jomā nepieciešami resursi, kuros analogos materiālus papildina informācija digitālā formātā		
3	Manas prasmes ir pietiekamas kvalitatīvam darbam ar digitāliem materiāliem		



4	Šobrīd ir nepieciešams vienots risinājums, lai lietotāji varētu atrast informāciju dažādo institūciju datu bāzes		
5	Manām darba/ profesionālajām vajadzībām ir pieejams pietiekami plašs informācijas klāsts digitālā formātā		
6	Digitālā formātā pieejamā informācija ir kvalitatīva		
7	Digitālā formātā pieejamā informācija ir uzticama un to droši var izmantot manām darba/ profesionālajām vajadzībām		
8	Viena un tā pati informācija digitālā formātā ir pieejama vairākās datu bāzēs/ interneta vietnēs		
9	Man darba/ profesionālajām vajadzībām ir ērti lietot jau izveidotas tematiskās kolekcijas		

**B5. Kā Jūs kopumā vērtējat Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. digitalizācijas procesu?**

*Ar digitalizācijas procesu ir jāsaprot gan kultūras institūciju krājumu digitalizāciju – fizisku materiālu pārvēršanu digitālā jeb elektroniskā formātā, gan digitālā formātā radītā kultūras mantojuma apkopošanu un aktuālo kultūras nozares norišu fiksēšanu digitālā formā nākotnes paudzēm, nodrošinot kultūras satura plašu pieejamību tiešsaistē, tai skaitā Eiropas digitālajā bibliotēkā "Europeana", un Latvijas reģionu kultūras centros.*

Vērtējumam, lūdzu, izmantojiet 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē "neapmierinoši", bet 10 – "izcili".

<b>1 -Neapmierinoši</b>	Skala no 1 līdz 10	<b>10 - Izcili</b>	Grūti pateikt/ nevaru novērtēt
-------------------------	--------------------	------------------------	--------------------------------------

**B6. Vai Jūs pats/-i personīgi vai iestāde/ uzņēmums, kurā Jūs strādājat, šobrīd ir iesaistīts ar Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu,**

filmu u.c. digitalizācijas procesu (digitalizē materiālus, iesaistās, veido publiski pieejamas informācijas kolekcijas u.tml.)?

1. Jā
2. Nē - [uz jautājumu B9](#)
3. Nezinu/ grūti pateikt - [uz jautājumu B9](#)

**B7. Kā Jūs vērtējat Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. digitalizācijas procesu iestādē/ uzņēmumā, kurā Jūs strādājat? Vērtējumam, lūdzu, izmantojiet 10 punktu skalu, kur 1 nozīmē "neapmierinoši", bet 10 – "izcili".**

*PROGR: JAUTĀT TIKAI TIEM, KAM B6=1*

<b>1 -Neapmierinoši</b>	Skala no 1 līdz 10	<b>10 - Izcili</b>	Grūti pateikt/ nevaru novērtēt
-------------------------	--------------------	------------------------	--------------------------------------

**B8. Ar kādām grūtībām Jums/ Jūsu darba vietas iestādei/uzņēmumam ir nācies saskarties Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. digitalizācijas procesā? Lūdzu, īsumā aprakstiet tās!**

*PROGR: PROGR: JAUTĀT TIKAI TIEM, KAM B7=1-5. ATVĒRTS JAUTĀJUMS*

**B9. Kas Jūs varētu pamudināt izmantot Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā Jūsu darba/ profesionālajām vajadzībām?**

*ļespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT TIKAI TIEM, KAM B1=2-3 (tiem, kas šobrīd neizmanto digitālo saturu). ROTĒT ATBILDES 1-7. IESPĒJAMAS VAIRĀKAS ATBILDES*

1. Plašāks informācijas klāsts
2. Pieejamāka informācija
3. Kvalitatīvāka informācija
4. Vienkāršāk atrodamā informācija
5. Vienkāršāk lietojama/ apstrādājama informācija
6. Nepieciešamība kāda īpaša darba uzdevuma veikšanai
7. Cita atbilde (lūdzu, ierakstiet\_\_\_\_\_)
8. Nekas (*PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE*)
9. Grūti pateikt (*PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE*)

**B10. Vai Jums ir kādi ieteikumi saistībā ar Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. izmantošanu digitālā formā Jūsu darba/ profesionālajām vajadzībām? Lūdzu, ierakstiet tos!**

*PROGR: ATVĒRTS JAUTĀJUMS*

**B11. Lūdzu, norādiet, kurā iestādē/ organizācijā strādāt.**

*PROGR: ATVĒRTS JAUTĀJUMS*

**S1. Tagad lūdzam Jūs atbildēt uz jautājumiem par digitālā kultūras satura patēriņu PERSONĪGAJĀM vajadzībām, kā arī par mediju patēriņu un brīvā laika pavadīšanas veidiem. Šīs daļas aizpildīšana prasīs 15-20 minūtes.**

1. Turpināt aptauju *PROGR: Turpināt ar Q3.1.*
2. Beigt aptauju *PROGR: Beigt aptauju.*

**A DAĻA – LATVIJAS IEDZĪVOTĀJU – INTERNETA LIETOTĀJU – APTAUJA**

**1. Daļa – Digitālā satura lietošana šobrīd un interese to izmantot nākotnē**

**Q3.1. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jūs esat izmantojis/-usi jebkad?**

***Ar izmantošanu mēs domājam šo darbu aplūkošanu, pētīšanu, lasīšanu, klausīšanos, skatīšanos, lejupielādēšanu utt.***

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀ VISIEM. ROTĒT VISUS, IZŅEMOT 99. ATBILDES Nr. 11 UN 12 ROTĒT VIENMĒR KOPĀ ŠĀDĀ SECĪBĀ KĀ SARAKSTĀ*

1	Filmas (dokumentālās, mākslas u.c.)
2	Muzeju kolekcijas (muzeja priekšmetu kopums)
3	Grāmatas
4	Materiāli (t.sk. arhīva materiāli) par Latvijas vēsturi
5	Latvijas televīzijas kanālu (LV1, LTV7, LNT, TV3 u.c.) raidījumu ieraksti
6	Mūzika (populārā, klasiskā u.c.)
7	Teātra izrādes (profesionālo teātru)
8	Informācija par Latvijā zināmām personībām
9	Latviski pārraidošo radio (LR1, LR2, StarFM, SWH u.c.) raidījumu ieraksti
10	Zinātniskās publikācijas
11	Periodikas arhīvs (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši līdz 1990. gadam)
12	Mūsdienu periodika (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši pēc 1990. gada)
13	Materiāli par Latvijas vietām (galvenokārt Latvijas apceļošanas nolūkā)
14	Māksliniecisko kolektīvu (vokālo ansambļu, deju kolektīvu, radošo kolektīvu u.c.) video ieraksti
15	Tautas dziesmu un deju uzvedumu, t.sk. Dziesmu un deju svētku, tiešraides un koncertu ieraksti
16	Amatu prasmes (informācija par amatiem, to prasmēm, piem., biškopību, keramiku)

17	Māksla (glezniecība, tēlniecība u.c.)
18	Fotoattēli par Latviju
99	Nevienu

**Q3.2. Cik bieži Jūs izmantojat (t.i. aplūkojat, pētāt, lasāt utt.) Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā*

*PROGR: JAUTĀT TIKAI, JA VISMĀZ VIENA ATBILDE Q3.1=1-16. RĀDĪT TIKAI TĀS ATBILDES, KAS ATZĪMĒTAS Q3.1. ROTĒT TĀDĀ PAŠĀ SECĪBĀ KĀ Q3.1.*

		Reizi nedēļā vai biežāk	Vairākas reizes mēnesī	Reizi mēnesī	Reizi 2-3 mēnešos	Reizi pusgadā	Reizi gadā	Retāk kā reizi gadā	Grūti pateikt
1	Filmas (dokumentālās, mākslas u.c.)	1	2	3	4	5	6	7	8
2	Muzeju kolekcijas	1	2	3	4	5	6	7	8
3	Grāmatas	1	2	3	4	5	6	7	8
4	Materiāli (t.sk. arhīva materiāli) par Latvijas vēsturi	1	2	3	4	5	6	7	8
5	Latvijas televīzijas kanālu (LV1, LTV7, LNT, TV3 u.c.) raidījumu ieraksti	1	2	3	4	5	6	7	8
6	Mūzika (populārā, klasiskā u.c.)	1	2	3	4	5	6	7	8

7	Teātra izrādes (profesionālo teātru)	1	2	3	4	5	6	7	8
8	Informācija par Latvijā zināmām personībām	1	2	3	4	5	6	7	8
9	Latviski pārraidošo radio (LR1, LR2, StarFM, SWH u.c.) raidījumu ieraksti	1	2	3	4	5	6	7	8
10	Zinātniskās publikācijas	1	2	3	4	5	6	7	8
11	Periodikas arhīvs (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši līdz 1990. gadam)	1	2	3	4	5	6	7	8
12	Mūsdienu periodika (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši pēc 1990. gada)	1	2	3	4	5	6	7	8
13	Materiāli par Latvijas vietām (galvenokārt Latvijas apceļošanas nolūkā)	1	2	3	4	5	6	7	8
14	Māksliniecisko kolektīvu	1	2	3	4	5	6	7	8

	(vokālo ansambļu, deju kolektīvu u.c.) video ieraksti								
15	Tautas dziesmu un deju uzvedumu, t.sk. Dziesmusvētku, tiešraides un koncertu ieraksti	1	2	3	4	5	6	7	8
16	Amatu prasmes (informācija par amatiem, to prasmēm, piem., biškopību, keramiku)	1	2	3	4	5	6	7	8
17	Māksla (glezniecība, tēlniecība u.c.)	1	2	3	4	5	6	7	8
18	Fotoattēli par Latviju	1	2	3	4	5	6	7	8

**Q4\_1. Kāda veida Latvijas filmas, kas pieejamas digitālā jeb elektroniskā formātā internetā, Jūs esat skatījies/-usies pēdējā gada laikā?**

*ļespējamas vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.2=1 ATZĪMĒTAS ATBILDES 1-6. ROTĒT 1-4. VAIRĀKAS ATBILDES*

1	Spēlfilmās
2	Dokumentālās filmās
3	Animācijas filmās
4	Kino hronikas (dokumentālu materiālu kopums (presē, radio, televīzijā) par aktuāliem notikumiem)
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Grūti pateikt ( <i>PROGR: IZSLĒDZOŠA ATBILDE</i> )

**Q4\_4. Kāda veida materiālus par Latvijas vēsturi, kas ir pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā internetā, Jūs esat izmantojis/-usi pēdējo 3 gadu laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.1=4. ROTĒT 1-10. VAIRĀKAS ATBILDES*

1	Raduraksti – dokumentārā informācija par iedzīvotājiem no dažādiem vēsturiskajiem reģistriem
2	Vēsturiskie tautas skaitīšanas dokumenti
3	Informācija par arhitektūras un mākslas pieminekļiem
4	Vēsturiskās kartes
5	Informācija par pilsētu un apdzīvoto vietu vēsturi
6	Informācija par sabiedrisko ēku vēsturi (piem., pašvaldības ēkas, skolas)
7	Informācija par saimniecisko būvju vēsturi (piem., fabrikas, dzirnavas)
8	Informācija par infrastruktūras objektu vēsturi (piem., pasts, veikali)
9	Informācija par Latvijas iedzīvotāju mājvietu, lauksaimniecības celtnu vēsturi
10	Informācija par dabas objektu vēsturi (ainavas, upju senlejas, klintis)
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Grūti pateikt ( <i>PRORG: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q4\_5. Kāda veida Latvijā veidotu TV raidījumu ierakstus, kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā internetā, Jūs esat skatījis/-usies pēdējā gada laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.2=5 ATZĪMĒTAS ATBILDES 1-6. ROTĒT 1-7. VAIRĀKAS ATBILDES*

1	Mūzikas raidījumi
2	Kultūrizglītojošie raidījumi
3	Sabiedriski politiskie raidījumi
4	Pasākumu ieraksti
5	Informatīvi dokumentālās programmas
6	Sports
7	Bērnu raidījumi
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Grūti pateikt ( <i>PRORG: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q4\_6. Kāda veida Latvijā radītas mūzikas ierakstus, kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā internetā (t.sk. aplikācijās/ lietotnēs), Jūs esat klausījis/-usies pēdējā gada laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.2=6 ATZĪMĒTAS ATBILDES 1-6. ROTĒT 1-5. VAIRĀKAS ATBILDES*

1	Klasiskā mūzika
2	Šlāgermūzika
3	Tradicionālā, folkloras, tautas mūzika
4	Popmūzika
5	Rokmūzika
95	Cita (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Grūti pateikt ( <i>PRORG: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q4\_7. Kāda veida Latvijas teātra izrāžu ierakstus un/ vai tiešraides, kas pieejamas digitālā jeb elektroniskā formātā internetā, Jūs esat skatījis/-usies pēdējā gada laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.2=7 ATZĪMĒTAS ATBILDES 1-6. ROTĒT 1-4. VAIRĀKAS ATBILDES*

1	Dramatiskais teātris
2	Izrādes bērniem
3	Leļļu teātris
4	Opera un balets
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Grūti pateikt ( <i>PRORG: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q5. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kuus no šiem Jums būtu interese izmantot nākotnē (tuvākā gada laikā)?**

*Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindīnā*

*PROGR: VIENA ATBILDE KATRĀ RINDĀ. RĀDĪT TIKAI TOS, KAS ATZĪMĒTI Q3.1, TĀDĀ PAŠĀ SECĪBĀ. ROTĒT RINDAS (ATBILDES Nr. 11 UN 12 ROTĒT VIENMĒR KOPĀ ŠĀDĀ SECĪBĀ KĀ SARAKSTĀ)*

		1 – neinteresētu	2 – drīzāk neinteresētu	3 – drīzāk interesētu	4 – interesētu	Grūti pateikt
1	Filmas (dokumentālās, mākslas u.c.)					
2	Muzeju kolekcijas (muzeja priekšmetu kopums)					
3	Grāmatas					



4	Materiāli (t.sk. arhīva materiāli) par Latvijas vēsturi					
5	Latvijas televīzijas kanālu (LV1, LTV7, LNT, TV3 u.c.) raidījumu ieraksti					
6	Mūzika (populārā, klasiskā u.c.)					
7	Teātra izrādes (profesionālo teātru)					
8	Informācija par Latvijā zināmām personībām					
9	Latviski pārraidīto radio (LR1, LR2, StarFM, SWH u.c.) raidījumu ieraksti					
10	Zinātniskās publikācijas					
11	Periodikas arhīvs (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši līdz 1990. gadam)					
12	Mūsdienu periodika (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši pēc 1990. gada)					
13	Materiāli par Latvijas vietām (galvenokārt Latvijas apceļošanas nolūkā)					
14	Māksliniecisko kolektīvu (vokālo					

	ansambļu, deju kolektīvu, radošo kolektīvu u.c.) video ieraksti					
15	Tautas dziesmu un deju uzvedumu, t.sk. Dziesmu un deju svētku, tiešraides un koncertu ieraksti					
16	Amatu prasmes (informācija par amatiem, to prasmēm, piem., biškopību, keramiku)					
17	Māksla (glezniecība, tēlniecība u.c.)					
18	Fotoattēli par Latviju					

**Q6. Kāpēc Jūs neizmantojat Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.1 =99. VAIRĀKAS ATBILDES.*

1. Nav intereses
2. Nav tādas nepieciešamības
3. Tas ir sarežģīti
4. Nav informācijas, kur šādu saturu meklēt
5. Cits iemesls (lūdzu, ierakstiet \_\_\_\_\_)
6. Grūti pateikt (*PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE*)

**Q7. Kā Jūs kopumā vērtējat Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. darbu digitalizēšanu – pārvēršanu digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*PROGR: VISIEM. VIENA ATBILDE.*

1. Pozitīvi *PROGR: uz Q9*
2. Drīzāk pozitīvi *PROGR: uz Q9*
3. Drīzāk negatīvi
4. Negatīvi
5. Grūti pateikt *PROGR: uz Q9*

**Q8. Kāpēc Jūs vērtējat negatīvi/ drīzāk negatīvi Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. darbu digitalizēšanu – pārvēršanu digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*Lūdzu, sniedziet pēc iespējas detalizētāku atbildi*

*PROGR: ATVĒRTS JAUTĀJUMS. JAUTĀT, JA Q7=3 VAI 4*

**Q9. Kuras no šīm interneta vietnēm, kuras satur informāciju par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., Jūs esat apmeklējis/-usi / skatījis/-usies iepriekš?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: VAIRĀKAS ATBILDES. JAUTĀT, JA Q3.1 = 1-16 (VISMAZ VIENA ATBILDE). ROTĒT ATBILDES, IZŅEMOT 99*

1	monta.lv
2	biblioteka.lv
3	kulturaskarte.lv
4	filmas.lv
5	Indb.lv
6	gramatas.Indb.lv
7	kartes.Inb.lv
8	periodika.lv
9	audio.Indb.lv
10	webarhivs.Indb.lv
11	dziesmusvetki.Indb.lv
12	lasamkoks.lv
13	zudusilatvija.lv
14	academia.Indb.lv
15	diva.lv
16	lvva-raduraksti.lv
17	nmkk.lv
18	redzidzirdilatviju.lv
19	arhivi.gov.lv
99	Nevienu no šīm ( <i>PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q10. Kuru vienu no šīm interneta vietnēm Jūs apmeklējat visbiežāk?**

*PROGR: VIENAS ATBILDES JAUTĀJUMS – ATTĒLOJAM TIKAI TĀS VIETNES, KAS ATZĪMĒTAS Q9 (+ ROTĒJAM TĀDĀ PAŠĀ SECĪBĀ KĀ Q9). JAUTĀT, JA Q9 ATZĪMĒTAS VISMAZ DIVAS ATBILDES.*

1	monta.lv
---	----------

2	biblioteka.lv
3	kulturaskarte.lv
4	filmas.lv
5	Indb.lv
6	gramatas.Indb.lv
7	kartes.Inb.lv
8	periodika.lv
9	audio.Indb.lv
10	webarhivs.Indb.lv
11	dziesmusvetki.Indb.lv
12	lasamkoks.lv
13	zudusilatvija.lv
14	academia.Indb.lv
15	diva.lv
16	lvva-raduraksti.lv
17	nmkk.lv
18	redzidzirdilatviju.lv
19	arhivi.gov.lv
99	Nezinu/ grūti pateikt

**Q11. Vai Jūs apmeklētu konkrētas vietas klātienē, piemēram, bibliotēkas, skolas, arhīvus u.c., lai nepieciešamības gadījumā izmantotu tikai tur pieejamos Latvijā radītos darbus digitālā jeb elektroniskā formātā?**

1. Jā
2. Drīzāk, jā
3. Drīzāk, nē *PROGR: uz Q13*
4. Nē *PROGR: uz Q13*
9. Grūti pateikt

**Q12. Kuras no šīm vietām Jūs esat apmeklējis/-usi / apmeklētu klātienē, lai meklētu informāciju un aplūkotu Latvijā radītos mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā*

*PROGR: VIENA ATBILDE KATRĀ RINDIŅĀ. ROTĒT RINDAS 1-19*

	<i>PROGR: ROTĒT RINDAS</i>	<b>Esmu apmeklējis/-usi un</b>	<b>Esmu apmeklējis/-</b>	<b>Nekad neesmu apmeklējis/-</b>	<b>Nekad neesmu apmeklējis/-</b>	<b>Grūti pateikt</b>
--	----------------------------	--------------------------------	--------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------

		<b>apmeklēšu arī turpmāk</b>	<b>usi, bet vairs neapmeklēšu</b>	<b>usi, bet varētu apmeklēt nākotnē</b>	<b>usi un neplānoju apmeklēt arī turpmāk</b>	
1	Latvijas Nacionālā bibliotēka					
2	Publiskās bibliotēkas					
3	Izglītības iestāžu bibliotēkas					
4	Latvijas Valsts kinofotofonodokumentu arhīvs					
5	Latvijas Valsts vēstures arhīvs					
6	Personāla dokumentu valsts arhīvs					
7	Latvijas Valsts arhīvs					
8	Latvijas Nacionālais arhīvs					
9	Reģionālie arhīvi					
10	Kineteātri					
11	Kultūras centri/ kultūras nami					
13	Tautas nami					
14	Mākslas muzeji					
15	Vēstures un arheoloģijas muzeji					
16	Dabas vēstures un dabas zinātņu muzeji					
17	Zinātnes un tehnoloģiju muzeji					
18	Etnogrāfijas un antropoloģijas muzeji					

19	Specializētie muzeji (personībām veltītie memoriāli un piemiņas muzeji)					
----	---	--	--	--	--	--

## 2. Daļa – Vajadzības

**Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10, kur 1 nozīmē – tas nemaz nav svarīgi, bet 10 – tas ir ļoti svarīgi.**

	<i>PROGR: MATRICA. VIENA ATBILDE KATRĀ RINDĀ. ROTĒT VISUS IZTEIKUMUS.</i>	Skala no 1 līdz 10	Grūti pateikt
1	Šiem resursiem iespējams piekļūt no jebkuras vietas un jebkurā laikā		
2	Šie resursi ir pieejami bez maksas (nav autortiesību ierobežojumu)		
3	Šos resursus ir ērti aplūkot jebkurā ierīcē (datorā, planšetdatorā, telefonā u.c.)		
4	Šos resursus var izmantot ikviens - cilvēki ar dažādām digitālām prasmēm		
5	Tiek piedāvātas dažādas šo materiālu apstrādes iespējas, piemēram, izdrukāt, rediģēt u.c.		
6	Šos objektus iespējams kopīgot ar citiem interneta lietotājiem dažādās interneta platformās, piemēram, Google, Facebook		
7	Iespējams komentēt un ieteikt citiem aplūkotos objektus		
8	Iespējams piedalīties satura veidošanā (ievietot informāciju, veidot kolekcijas u.c.)		

9	Šo materiālu pieejamība veicinās latvisko tradīciju saglabāšanu		
10	Šo materiālu pieejamība veicinās latviešu valodas saglabāšanu		
11	Tiek nodrošināta plaša kultūras satura, kas iepriekš nebija digitalizēts, pieejamība tiešsaistē (internetā)		
12	Pieklūve šiem resursiem sniegs plašākas iespējas tos izmantot izklaidei un atpūtai		
13	Pieklūve šiem resursiem veicinās jaunradi un radošumu		
14	Materiāli ir augstas kvalitātes (piem., bez ūdenszīmēm, augstas izšķirtspējas u.tml.)		
15	Materiālus iespējamas brīvi izmantot savām vajadzībām (piem., lejupielādēt datorā, ievietot interneta vietnēs, izmantot kreklu, krūzīšu u.c. apdrukai u.tml.)		

**Q14. Kādās situācijās Jums personīgi noderētu iespēja lietot Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. saturu digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: VAIRĀKAS ATBILDES IESPĒJAMAS. ROTĒT VISUS, IZŅEMOT 9 UN 10*

1. Veicot darba pienākumus
2. Pētot savas dzimtas vēsturi
3. Pētot savas dzīvesvietas/ novada vēsturi
4. Rakstot darbus izglītības vajadzībām
5. Atpūšoties un izklaidējoties (piemēram, noskatoties kādu filmu vai TV raidījuma ierakstu)
6. Iepazīstinot bērnus/ mazbērnus ar Latvijas vēsturi un kultūru
7. Meklējot informāciju savam hobijam/ vaļaspriekam
8. Plānojot maršrutu brīvdienu izbraucieniem pa Latviju
9. Citās situācijās (lūdzu, ierakstiet, kādās \_\_\_\_\_)
10. Grūti pateikt (*PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE*)

### 3. Daļa – Kultūras centri

**Q14\_1. Kuru no šiem kultūras centriem Jūs esat apmeklējis/-usi pēdējā gada laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

**Q14\_2. Un kurus apmeklēsiet tuvākajā nākotnē (tuvākā gada laikā)?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

**PROGR: RĀDĪT KATRU JAUTĀJUMU SAVĀ EKRĀNĀ. VAIRĀKAS ATBILDES, IZŅEMOT 98 UN 99.**

		<b>Q14_1. Ir apmeklējis/-usi</b>	<b>Q14_2. Apmeklēs tuvākajā gada laikā</b>
1	Aizkraukles kultūras nams		
2	Alūksnes kultūras centrs		
3	Balvu kultūras un atpūtas centrs		
4	Bauskas kultūras centrs		
5	Cēsu kultūras centrs		
6	Daugavpils kultūras centrs		
7	Dobeles pilsētas kultūras nams		
8	Gulbenes kultūras centrs		
9	Jelgavas pilsētas pašvaldības iestāde "Kultūra"		
10	Jēkabpils tautas nams		
11	Jūrmalas kultūras centrs		
12	Krāslavas kultūras nams		
13	Kuldīgas kultūras centrs		
14	Liepājas tautas mākslas un kultūras centrs		
15	Limbažu kultūras nams		
16	Līvānu novada kultūras centrs		
17	Ludzas tautas nams		
18	Madonas pilsētas kultūras nams		
19	Ogres novada kultūras centrs		
20	Preiļu novada kultūras centrs		
21	Rēzeknes pilsētas kultūras nams		
22	Saldus tūrisma informācijas, kultūras un sporta centrs		
23	Siguldas novada kultūras centrs		



24	Smiltenes pilsētas kultūras centrs		
25	Talsu tautas nams		
26	Tukuma pilsētas kultūras nams		
27	Valkas pilsētas kultūras nams		
28	Valmieras kultūras centrs		
29	Ventspils pilsētas domes kultūras centrs		
30	Rīgas kultūras centru/-us (piem., Ilģuciems, Ziemeļblāzma u.c.)		
95	Citu (lūdzu, ierakstiet, kuru_____)		
98	Nezinu/ grūti pateikt (PROGR: IZSLĒDZOŠA ATBILDE)		
99	Nevienu no šīm (PROGR: IZSLĒDZOŠA ATBILDE)	Uz Q16	Uz Q16

**Q15. Kāda veida Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā formātā Jūs vēlētos skatīties šajos kultūras centros?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

PROGR: JAUTĀT, JA Q14.2=1-95 (VISMAZ 1 ATBILDE). VAIRĀKAS ATBILDES IESPĒJAMAS

1. Spēlfilmas
2. Dokumentālās filmas
3. Filmas un animācijas filmas bērniem
4. Teātra izrāžu ierakstus
5. Teātra tiešraides
6. Operas un baleta ierakstus
7. Operas un baleta tiešraides
8. Valsts svētku pasākumu tiešraides
9. Kolekcijas no Latvijas kinohronikām
10. Arhīva video materiālus par dzimto novadu un novadniekiem
11. Komandu sporta spēles
12. Populāro mūziķu koncertu tiešraides un ierakstus
13. Klasiskās mūzikas koncertu tiešraides un ierakstus
14. Dziesmusvētku tiešraides un koncertu ierakstus
15. Cita veida Latvijā radītu saturu (lūdzu, ierakstiet, kādu\_\_\_\_\_)
16. Grūti pateikt (PROGR: IZSLĒDZOŠA ATBILDE)

4. Daļa – Interneta lietošana un dzīvesstils

**Q16. Kā Jūs pavadāt savu brīvo laiku?**

*Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi par katru aktivitāti.*

PROGR: MATRICA, VIENA ATBILDE KATRĀ RINDIŅĀ. ROTĒT AKTIVITĀŠU VEIDUS

	Katru dienu	Vairākas reizes nedēļā	Reizi nedēļā	Vairākas reizes mēnesī	Reizi mēnesī	Retāk nekā reizi mēnesī	Nekad	Grūti pateikt
Pavadu laiku kopā ar draugiem/ paziņām	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pavadu laiku kopā ar ģimeni, bērniem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nodarbojos ar rokdarbiem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nodarbojos ar mājas labiekārtošanu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nodarbojos ar dārzkopību	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aizraujos ar kulinārijas mākslu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apmeklēju teātri, koncertus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apmeklēju muzejus, izstādes, mākslas galerijas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nodarbojos ar sportu/ fitnesu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skatos televīziju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klausos radio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klausos mūziku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pavadu laiku kopā ar mājdzīvniekiem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ceļoju pa Latviju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ceļoju uz ārzemēm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lietoju internetu izklaidei/atpūtai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apmeklēju sporta pasākumus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apmeklēju kino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apmeklēju pasākumus bērniem/ģimenēm ar bērniem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lasu grāmatas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lasu laikrakstus, žurnālus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cits (lūdzu, ierakstiet_____)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q17. Cik bieži Jūs izmantojat internetu?**

*PROGR: VIENA ATBILDE*

1. Katru dienu
2. Vairākas reizes nedēļā
3. Reizi nedēļā
4. Vairākas reizes mēnesī
5. Reizi mēnesī
6. Retāk nekā reizi mēnesī

**Q18. Kādas ierīces Jūs izmantojat interneta pārlūkošanai?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: VAIRĀKAS ATBILDES IESPĒJAMAS*

1. Stacionāro jeb galda datoru
2. Portatīvo datoru
3. Planšetdatoru

4. Mobilo telefonu
5. Cita veida ierices (televizoru, e-grāmatu lasītāju u.c.)

**Q19. Cik bieži Jūs izmantojat šos sociālos tīklus un komunikācijas platformas?**

Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā.

*PROGR: JAUTĀT VISIEM. MATRICA. VIENA ATBILDE KATRĀ RINDIŅĀ. ROTĒT RINDAS.*

		Katru dienu	Vairākas reizes nedēļā	Reizi nedēļā	Vairākas reizes mēnesī	Reizi mēnesī	Retāk nekā reizi mēnesī	Nekad
1	Draugiem.lv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Vkontakte (vk.com)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Одноклассники (ok.com)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Skype	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Viber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Google+	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q20. Cik bieži Jūs apmeklējat šīs interneta vietnes, lietotnes (aplikācijas)?**

Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā.

*PROGR: JAUTĀT VISIEM. MATRICA. ROTĒT RINDAS*

		Katru dienu	Vairākas reizes nedēļā	Reizi nedēļā	Vairākas reizes mēnesī	Reizi mēnesī	Retāk nekā reizi mēnesī	Nekad
1	360 panorama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Academia.edu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Deezer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Flickr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Letonika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Megogo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7	Netflix	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Picasa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Prezi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Researchgate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	Science Journal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	Scribd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	Shazam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14	Slideshare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15	Soundcloud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16	Spotify	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17	Vimeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18	Wikia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19	Wikipedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20	YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q21. Par kādām tēmām Jūs visbiežāk meklējat/ lasāt informāciju internetā?**

*Iespējamās vairākas atbildes.*

*PROGR: VAIRĀKATBILŽU JAUTĀJUMS. ROTĒT VISUS, IZŅEMOT 95 UN 99. ATBILDES 9 un 10, kā arī 11 UN 12 ROTĒT VIENMĒR KOPĀ ŠĀDĀ SECĪBĀ*

1	Auto
2	Darba sludinājumi
3	Elektronika
4	Finanses
5	Fitness/ sports
6	Ģimene/ bērnu aprūpe
7	Izglītība
8	Izklaide/ atpūtas iespējas
9	Latvijas kultūra/ kultūras notikumi
10	Pasaules kultūras/ kultūras notikumi
11	Latvijas vēsture
12	Pasaules vēsture
13	Laika prognoze
14	Mājokļa labiekārtošana/ remontdarbi
15	Medicīna
16	Mode/ skaistumkopšana
17	Nekustamais īpašums
19	Programmatūra, IT
20	Receptes/pavārmāksla
21	Sociālie tīkli
22	Tūrisms/ ceļošana
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)

99	Nav atbildes ( <i>PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )
----	---

**Q22. Kur internetā Jūs mēdzat lasīt/ skatīties informāciju par Latvijas kultūras notikumiem?**  
Iespējamās vairākas atbildes.

*PROGR: JAUTĀT, JA Q21=9. VAIRĀKATBILŽU JAUTĀJUMS.*

1	Sociālajos saziņas tīklos (piem., Facebook, Draugiem.lv utt.)
2	Youtube
3	Interneta ziņu vietņu kultūras sadaļās (piem., lsm.lv/kultura, delfi.kultura.lv, tvnet/izklaide.lv u.c.)
4	Specializētās interneta vietnēs (piem., kulturaskarte.lv, biblioteka.lv, muzeji.lv, satori.lv, pilsēta24.lv u.c.)
5	Kultūras pasākumu organizētājiestāžu mājaslapās (piem., ln.lv, opera.lv, lnmm.lv u.c.)
6	Pašvaldību mājaslapās (piem., liveriga.com)
7	Uzziņu lapās (piem., 1188.lv, zl.lv u.c.)
8	Televīzijas interneta portālos (piem., tvplay.lv, lsm.lv u.c.)
9	Viedtelevīzijas piedāvātajos ierakstos (piem., Lattelecom Shortcut, LMT Straume u.c.)
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Nezinu/ grūti pateikt ( <i>PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

## D DEMOGRĀFIJA 2

**Noslēgumā vēl daži jautājumi personīgi par Jums un Jūsu mājsaimniecību.**

**D8. Kāda ir Jūsu augstākā iegūtā izglītība?**

1. Sākumskolas izglītība
2. Pamatizglītība
3. Vidējā izglītība
4. Vidējā speciālā izglītība/ arodizglītība
5. Augstākā izglītība – bakalaura grāds
6. Augstākā izglītība – maģistra grāds
7. Augstākā izglītība – doktora grāds
8. Cita (lūdzu, precizējiet \_\_\_\_\_)

**D9. Cik cilvēku dzīvo Jūsu mājsaimniecībā, ieskaitot Jūs?**

1. Viens (tikai Jūs pats/-i) *PROGR: TURPINĀT AR D11*
2. Divi
3. Trīs
4. Četri
5. Pieci un vairāk

**D10. Cik no tiem ir bērni vecumā līdz 18 gadiem (ieskaitot)?**

*PROGR: JAUTĀT, JA D9=2-5*

1. Neviens
2. Viens
3. Divi
4. Trīs
5. Četri un vairāk

**D11. Kādi bija Jūsu personiskie ienākumi pagājušajā mēnesī pēc nodokļu nomaksas (ieskaitot stipendijas, pensijas, pabalstus utt.)?**

1. Ienākumu nebija
2. Līdz 100 EUR
3. 100,01 līdz 200 EUR
4. 200,01 līdz 300 EUR
5. 300,01 līdz 400 EUR
6. 400,01 līdz 500 EUR
7. 500,01 līdz 600 EUR
8. 600,01 līdz 700 EUR
9. 700,01 līdz 800 EUR
10. 800,01 līdz 900 EUR
11. 900,01 līdz 1000 EUR
12. 1000,01 līdz 1200 EUR
13. 1200,01 un vairāk
14. Nevēlos atbildēt
15. Grūti pateikt

*PROGR: JAUTĀT, ja D9=2-5 (D12 nejauc, ja D9=1); RĀDĪT ATBILDES, KAS = < PAR D11 NORĀDĪTO JA D11=14 VAI 15, TAD D12 RĀDĪT PILNU SARAKSTU*

**D12. Kādi bija kopējie Jūsu mājsaimniecības ienākumi pagājušajā mēnesī pēc nodokļu nomaksas (ieskaitot stipendijas, pensijas, pabalstus utt.)?**

1. Ienākumu nebija
2. Līdz 100 EUR
3. 100,01 līdz 200 EUR
4. 200,01 līdz 300 EUR
5. 300,01 līdz 400 EUR
6. 400,01 līdz 500 EUR
7. 500,01 līdz 600 EUR
8. 600,01 līdz 700 EUR
9. 700,01 līdz 800 EUR
10. 800,01 līdz 900 EUR
11. 900,01 līdz 1000 EUR
12. 1000,01 līdz 1200 EUR
13. 1200,01 līdz 1400 EUR
14. 1400,01 līdz 1600 EUR
15. 1600,01 līdz 1800 EUR
16. 1800,01 līdz 2000 EUR
17. 2000,01 EUR un vairāk
18. Nevēlos atbildēt
19. Grūti pateikt

**Liels paldies par atsaucību!**

**2. pielikums. Pētījuma Latvijas iedzīvotāju, regulāro interneta lietotāju, un ārvalstīs dzīvojošo latviešu anketa.**

**Labdien!**

*PROGR: IEVADS IEDZĪVOTĀJIEM:*

Latvijas Nacionālās bibliotēkas Eiropas Reģionālās attīstības fonda (ERAF) projekta „Kultūras mantojuma saturs digitalizācija” ietvaros tiek veikta Latvijas iedzīvotāju – interneta lietotāju – aptauja par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami arī digitālā jeb elektroniskā formātā. Tāpat lūgšim Jūs atbildēt arī uz jautājumiem par mediju patēriņu un brīvā laika pavadīšanas veidiem.

Aicinām Jūs piedalīties aptaujā un izteikt savu viedokli. Aptaujas aizpildīšana aizņems aptuveni 20 minūtes.

Jūsu anonimitāte tiek garantēta, dati tiks analizēti tikai apkopotā veidā.

*PROGR: KVOTAS IEDZĪVOTĀJIEM*

DEMOGRĀFIJA			
		Siev.	Vīr.
Vecums	15-24		
	25-34		
	35-44		
	45-54		
	55-64		
	65-74		
Tautība	Latvietis/-e		
	Cita tautība		
Dzīvesvietas tips	Rīga		
	Lielās pilsētas (Daugavpils, Jēkabpils, Jelgava, Jūrmala, Liepāja, Rēzekne, Valmiera, Ventspils)		
	Cita pilsēta vai mazpilsēta		
	Lauki		
Reģions	Rīga		
	Pierīga		
	Vidzeme		
	Kurzeme		
	Zemgale		
	Latgale		

**D1. Atzīmējiet savu dzimumu:**

*PROGR: VIENA ATBILDE*

3. Virietis



4. Sieviete

**D2. Lūdzu, ierakstiet, cik Jums ir pilni gadi.**

*PROGR: SKAITLIS, MIN=0, MAX=100. PĀRTRAUKT INTERVIJU, JA < 15 UN >74*

*PROGR: SPECIĀLISTU ANKETAI VECUMS 18+*

---

**D3. Kāda ir Jūsu tautība?**

*PROGR: VIENA ATBILDE*

4. Latvietis/-e
5. Krievs/-iete
6. Cita tautība (lūdzu, ierakstiet \_\_\_\_\_)

**D4. Jūsu dzīvesvieta:**

*PROGR: VIENA ATBILDE.*

13. Rīga
14. Daugavpils
15. Rēzekne
16. Ventspils
17. Liepāja
18. Jelgava
19. Jūrmala
20. Jēkabpils
21. Valmiera
22. Cita pilsēta vai mazpilsēta
23. Lauki
24. Ārpus Latvijas (lūdzu, precizējiet, kurā valstī\_\_\_\_) *PROGR: ŠOS RESPONDENTUS NESKAITAM KVOTĀS.*

**D4a. Kurā novadā Jūs dzīvojat?**

*PROGR: JAUTĀT, JA D4=10-11. RĀDĪT PILNO SARAKSTU.*

**D5. Reģions**

*PROGR: NEJAUTĀT, BET AUTOMĀTISKI IEKODĒT NO D4 UN D4a*

7. Rīgā
8. Pierīgā
9. Vidzemē
10. Kurzemē
11. Zemgalē
12. Latgalē

**D6. Kāda ir Jūsu nodarbošanās? Jūs esat...**

*PROGR: VIENA ATBILDE*

10. Pašnodarbinātais, uzņēmējs, zemnieks
11. Vadītājs (strādā algotu darbu, ir vismaz viens padotais)
12. Speciālists (strādā algotu, garīgu darbu, nav neviena padotā)
13. Strādnieks (strādā algotu, fizisku darbu)
14. Skolēns, students
15. Pensionārs vai saņem invaliditātes pensiju
16. Mājsaimniece/-ks vai atrodas bērna kopšanas atvaļinājumā
17. Pašreiz bez darba

18. Cits (lūdzu, ierakstiet \_\_\_\_\_)

**D7. Lūdzu, norādiet jomu, kurā strādājat?**

*Iespējama viena atbilde*

*PROGR: JAUTĀT, JA D6= 1,2,3,4,9. VIENA ATBILDE.*

10. Kultūra/ radošās nozares
11. Izklaide/ atpūta
12. Izglītība
13. Zinātne
14. Muzeji/ arhīvi
15. Bibliotēkas
16. Žurnālistika/ masu mediji
17. Cita joma *PROGR: UZ D7a*
18. Grūti pateikt *PROGR: UZ D7a*

**D7a. Lūdzu, precizējiet, kurā jomā strādājat.**

*Iespējama viena atbilde*

*PROGR: JAUTĀT, JA D7=8 VAI 9. VIENA ATBILDE.*

21. Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība
22. Ieguves rūpniecība
23. Apstrādes rūpniecība
24. Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana
25. Ūdens apgāde, notekūdeņu, atkritumu apsaimniekošana un sanācija
26. Būvniecība
27. Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība
28. Transports un uzglabāšana
29. Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi
30. Informācijas un komunikācijas pakalpojumi
31. Finanšes un apdrošināšana
32. Operācijas ar nekustamo īpašumu
33. Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi
34. Administratīvo un apkalpojošo dienestu darbība
35. Valsts pārvalde un aizsardzība
36. Veselība un sociālā aprūpe
37. Izglītība
38. Māksla, izklaide un atpūta
39. Cita
40. Grūti pateikt

**A DAĻA – LATVIJAS IEDZĪVOTĀJU – INTERNETA LIETOTĀJU – APTAUJA**

**1. Daļa – Digitālā satura lietošana šobrīd un interese to izmantot nākotnē**

**Q3.1. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kurus no šiem Jūs esat izmantojis/-usi jebkad?**

***Ar izmantošanu mēs domājam šo darbu aplūkošanu, pētīšanu, lasīšanu, klausīšanos, skatīšanos, lejupielādēšanu utt.***

*Iespējamās vairākas atbildes*

PROGR: JAUTĀ VISIEM. ROTĒT VISUS, IZŅEMOT 99. ATBILDES Nr. 11 UN 12 ROTĒT VIENMĒR KOPĀ ŠĀDĀ SECĪBĀ KĀ SARAKSTĀ

1	Filmas (dokumentālās, mākslas u.c.)
2	Muzeju kolekcijas (muzeja priekšmetu kopums)
3	Grāmatas
4	Materiāli (t.sk. arhīva materiāli) par Latvijas vēsturi
5	Latvijas televīzijas kanālu (LV1, LTV7, LNT, TV3 u.c.) raidījumu ieraksti
6	Mūzika (populārā, klasiskā u.c.)
7	Teātra izrādes (profesionālo teātru)
8	Informācija par Latvijā zināmām personībām
9	Latviski pārraidošo radio (LR1, LR2, StarFM, SWH u.c.) raidījumu ieraksti
10	Zinātniskās publikācijas
11	Periodikas arhīvs (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši līdz 1990. gadam)
12	Mūsdienu periodika (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši pēc 1990. gada)
13	Materiāli par Latvijas vietām (galvenokārt Latvijas apceļošanas nolūkā)
14	Māksliniecisko kolektīvu (vokālo ansambļu, deju kolektīvu, radošo kolektīvu u.c.) video ieraksti
15	Tautas dziesmu un deju uzvedumu, t.sk. Dziesmu un deju svētku, tiešraides un koncertu ieraksti
16	Amatu prasmes (informācija par amatiem, to prasmēm, piem., biškopību, keramiku)
17	Māksla (glezniecība, tēlniecība u.c.)
18	Fotoattēli par Latviju
99	Nevienu

**Q3.2. Cik bieži Jūs izmantojat (t.i. aplūkojat, pētāt, lasāt utt.) Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā?**

Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā

PROGR: JAUTĀT TIKAI, JA VISMAZ VIENA ATBILDE Q3.1=1-16. RĀDĪT TIKAI TĀS ATBILDES, KAS ATZĪMĒTAS Q3.1. ROTĒT TĀDĀ PAŠĀ SECĪBĀ KĀ Q3.1.

		Reizi nedēļā vai biežāk	Vairākas reizes mēnesī	Reizi mēnesī	Reizi 2-3 mēnešos	Reizi pusgadā	Reizi gadā	Retāk kā reizi gadā	Grūti pateikt
--	--	-------------------------	------------------------	--------------	-------------------	---------------	------------	---------------------	---------------

1	Filmas (dokumentālās, mākslas u.c.)	1	2	3	4	5	6	7	8
2	Muzeju kolekcijas	1	2	3	4	5	6	7	8
3	Grāmatas	1	2	3	4	5	6	7	8
4	Materiāli (t.sk. arhīva materiāli) par Latvijas vēsturi	1	2	3	4	5	6	7	8
5	Latvijas televīzijas kanālu (LV1, LTV7, LNT, TV3 u.c.) raidījumu ieraksti	1	2	3	4	5	6	7	8
6	Mūzika (populārā, klasiskā u.c.)	1	2	3	4	5	6	7	8
7	Teātra izrādes (profesionālo teātru)	1	2	3	4	5	6	7	8
8	Informācija par Latvijā zināmām personībām	1	2	3	4	5	6	7	8
9	Latviski pārraidošo radio (LR1, LR2, StarFM, SWH u.c.) raidījumu ieraksti	1	2	3	4	5	6	7	8
10	Zinātniskās publikācijas	1	2	3	4	5	6	7	8

11	Periodikas arhīvs (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši līdz 1990. gadam)	1	2	3	4	5	6	7	8
12	Mūsdienu periodika (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši pēc 1990. gada)	1	2	3	4	5	6	7	8
13	Materiāli par Latvijas vietām (galvenokārt Latvijas apceļošanas nolūkā)	1	2	3	4	5	6	7	8
14	Māksliniecisko kolektīvu (vokālo ansambļu, deju kolektīvu u.c.) video ieraksti	1	2	3	4	5	6	7	8
15	Tautas dziesmu un deju uzvedumu, t.sk. Dziesmusvētku, tiešraides un koncertu ieraksti	1	2	3	4	5	6	7	8
16	Amatu prasmes (informācija par amatiem, to prasmēm, piem.,	1	2	3	4	5	6	7	8

	biškopību, keramiku)								
17	Māksla (glezniecība, tēlniecība u.c.)	1	2	3	4	5	6	7	8
18	Fotoattēli par Latviju	1	2	3	4	5	6	7	8

**Q4\_1. Kāda veida Latvijas filmas, kas pieejamas digitālā jeb elektroniskā formātā internetā, Jūs esat skatījis/-usies pēdējā gada laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.2=1 ATZĪMĒTAS ATBILDES 1-6. ROTĒT 1-4. VAIRĀKAS ATBILDES*

1	Spēlfilmās
2	Dokumentālās filmās
3	Animācijas filmās
4	Kino hronikas (dokumentālu materiālu kopums (presē, radio, televīzijā) par aktuāliem notikumiem)
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Grūti pateikt ( <i>PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q4\_4. Kāda veida materiālus par Latvijas vēsturi, kas ir pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā internetā, Jūs esat izmantojis/-usi pēdējo 3 gadu laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.1=4. ROTĒT 1-10. VAIRĀKAS ATBILDES*

1	Raduraksti – dokumentārā informācija par iedzīvotājiem no dažādiem vēsturiskajiem reģistriem
2	Vēsturiskie tautas skaitīšanas dokumenti
3	Informācija par arhitektūras un mākslas pieminekļiem
4	Vēsturiskās kartes
5	Informācija par pilsētu un apdzīvoto vietu vēsturi
6	Informācija par sabiedrisko ēku vēsturi (piem., pašvaldības ēkas, skolas)
7	Informācija par saimniecisko būvju vēsturi (piem., fabrikas, dzirnavas)
8	Informācija par infrastruktūras objektu vēsturi (piem., pasts, veikali)
9	Informācija par Latvijas iedzīvotāju mājvietu, lauksaimniecības celtnu vēsturi
10	Informācija par dabas objektu vēsturi (ainavas, upju senlejas, klintis)

95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Grūti pateikt ( <i>PRORG: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q4\_5. Kāda veida Latvijā veidotu TV raidījumu ierakstus, kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā internetā, Jūs esat skatījis/-usies pēdējā gada laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.2=5 ATZĪMĒTAS ATBILDES 1-6. ROTĒT 1-7. VAIRĀKAS ATBILDES*

1	Mūzikas raidījumi
2	Kultūrizglītojošie raidījumi
3	Sabiedriski politiskie raidījumi
4	Pasākumu ieraksti
5	Informatīvi dokumentālās programmas
6	Sports
7	Bērnu raidījumi
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Grūti pateikt ( <i>PRORG: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q4\_6. Kāda veida Latvijā radītas mūzikas ierakstus, kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā internetā (t.sk. aplikācijās/ lietotnēs), Jūs esat klausījis/-usies pēdējā gada laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.2=6 ATZĪMĒTAS ATBILDES 1-6. ROTĒT 1-5. VAIRĀKAS ATBILDES*

1	Klasiskā mūzika
2	Šlāgermūzika
3	Tradicionālā, folkloras, tautas mūzika
4	Popmūzika
5	Rokmūzika
95	Cita (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Grūti pateikt ( <i>PRORG: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q4\_7. Kāda veida Latvijas teātra izrāžu ierakstus un/ vai tiešraides, kas pieejamas digitālā jeb elektroniskā formātā internetā, Jūs esat skatījis/-usies pēdējā gada laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.2=7 ATZĪMĒTAS ATBILDES 1-6. ROTĒT 1-4. VAIRĀKAS ATBILDES*

1	Dramatiskais teātris
2	Izrādes bērniem
3	Leļļu teātris

4	Opera un balets
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Grūti pateikt ( <i>PRORG: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q5. Domājot par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., kas pieejami digitālā jeb elektroniskā formātā, kuus no šiem Jums būtu interese izmantot nākotnē (tuvākā gada laikā)?**

Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā

*PROGR: VIENA ATBILDE KATRĀ RINDĀ. RĀDĪT TIKAI TOS, KAS ATZĪMĒTI Q3.1, TĀDĀ PAŠĀ SECĪBĀ. ROTĒT RINDAS (ATBILDES Nr. 11 UN 12 ROTĒT VIENMĒR KOPĀ ŠĀDĀ SECĪBĀ KĀ SARAĶSTĀ)*

		1 – neinteresētu	2 – drīzāk neinteresētu	3 – drīzāk interesētu	4 – interesētu	Grūti pateikt
1	Filmas (dokumentālās, mākslas u.c.)					
2	Muzeju kolekcijas (muzeja priekšmetu kopums)					
3	Grāmatas					
4	Materiāli (t.sk. arhīva materiāli) par Latvijas vēsturi					
5	Latvijas televīzijas kanālu (LV1, LTV7, LNT, TV3 u.c.) raidījumu ieraksti					
6	Mūzika (populārā, klasiskā u.c.)					
7	Teātra izrādes (profesionālo teātru)					
8	Informācija par Latvijā zināmām personībām					
9	Latviski pārraidīto radio (LR1, LR2,					



	StarFM, SWH u.c.) raidījumu ieraksti					
10	Zinātniskās publikācijas					
11	Periodikas arhīvs (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši līdz 1990. gadam)					
12	Mūsdienu periodika (laikraksti, žurnāli, kas iznākuši pēc 1990. gada)					
13	Materiāli par Latvijas vietām (galvenokārt Latvijas apceļošanas nolūkā)					
14	Māksliniecisko kolektīvu (vokālo ansambļu, deju kolektīvu, radošo kolektīvu u.c.) video ieraksti					
15	Tautas dziesmu un deju uzvedumu, t.sk. Dziesmu un deju svētku, tiešraides un koncertu ieraksti					
16	Amatu prasmes (informācija par amatiem, to prasmēm, piem., biškopību, keramiku)					

17	Māksla (glezniecība, tēlniecība u.c.)					
18	Fotoattēli par Latviju					

**Q6. Kāpēc Jūs neizmantojat Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q3.1 =99. VAIRĀKAS ATBILDES.*

7. Nav intereses
8. Nav tādas nepieciešamības
9. Tas ir sarežģīti
10. Nav informācijas, kur šādu saturu meklēt
11. Cits iemesls (lūdzu, ierakstiet \_\_\_\_\_)
12. Grūti pateikt (*PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE*)

**Q7. Kā Jūs kopumā vērtējat Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. darbu digitalizēšanu – pārvēršanu digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*PROGR: VISIEM. VIENA ATBILDE.*

6. Pozitīvi *PROGR: uz Q9*
7. Drīzāk pozitīvi *PROGR: uz Q9*
8. Drīzāk negatīvi
9. Negatīvi
10. Grūti pateikt *PROGR: uz Q9*

**Q8. Kāpēc Jūs vērtējat negatīvi/ drīzāk negatīvi Latvijā radītu mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. darbu digitalizēšanu – pārvēršanu digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*Lūdzu, sniedziet pēc iespējas detalizētāku atbildi*

*PROGR: ATVĒRTS JAUTĀJUMS. JAUTĀT, JA Q7=3 VAI 4*

**Q9. Kuras no šīm interneta vietnēm, kuras satur informāciju par Latvijā radītiem mākslas darbiem, grāmatām un laikrakstiem, mūzikas skaņdarbiem, muzeju krājumiem, filmām u.c., Jūs esat apmeklējis/-usi / skatījis/-usies iepriekš?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: VAIRĀKAS ATBILDES. JAUTĀT, JA Q3.1 = 1-16 (VISMAZ VIENA ATBILDE). ROTĒT ATBILDES, IZŅEMOT 99*

1	monta.lv
2	biblioteka.lv
3	kulturaskarte.lv
4	filmas.lv
5	Indb.lv
6	gramatas.Indb.lv

7	kartes.lnb.lv
8	periodika.lv
9	audio.lndb.lv
10	webarhivs.lndb.lv
11	dziesmusvetki.lndb.lv
12	lasamkoks.lv
13	zudusilatvija.lv
14	academia.lndb.lv
15	diva.lv
16	lvva-raduraksti.lv
17	nmkk.lv
18	redzidzirdilatviju.lv
19	arhivi.gov.lv
99	Nevienu no šīm ( <i>PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q10. Kuru vienu no šīm interneta vietnēm Jūs apmeklējat visbiežāk?**

*PROGR: VIENAS ATBILDES JAUTĀJUMS – ATTĒLOJAM TIKAI TĀS VIETNES, KAS ATZĪMĒTAS Q9 (+ ROTĒJAM TĀDĀ PAŠĀ SECĪBĀ KĀ Q9). JAUTĀT, JA Q9 ATZĪMĒTAS VISMĀZ DIVAS ATBILDES.*

1	monta.lv
2	biblioteka.lv
3	kulturaskarte.lv
4	filmas.lv
5	lndb.lv
6	gramatas.lndb.lv
7	kartes.lnb.lv
8	periodika.lv
9	audio.lndb.lv
10	webarhivs.lndb.lv
11	dziesmusvetki.lndb.lv
12	lasamkoks.lv
13	zudusilatvija.lv
14	academia.lndb.lv
15	diva.lv

16	lvva-raduraksti.lv
17	nmkk.lv
18	redzidzirdilatviju.lv
19	arhivi.gov.lv
99	Nezinu/ grūti pateikt

**Q11. Vai Jūs apmeklētu konkrētas vietas klātienē, piemēram, bibliotēkas, skolas, arhīvus u.c., lai nepieciešamības gadījumā izmantotu tikai tur pieejamos Latvijā radītos darbus digitālā jeb elektroniskā formātā?**

1. Jā
2. Drīzāk jā
3. Drīzāk nē *PROGR: uz Q13*
4. Nē *PROGR: uz Q13*
9. Grūti pateikt

**Q12. Kuras no šīm vietām Jūs esat apmeklējis/-usi / apmeklētu klātienē, lai meklētu informāciju un aplūkotu Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā*

*PROGR: VIENA ATBILDE KATRĀ RINDIŅĀ. ROTĒT RINDAS 1-19*

	<i>PROGR: ROTĒT RINDAS</i>	<b>Esmu apmeklējis/-usi un apmeklēšu arī turpmāk</b>	<b>Esmu apmeklējis/-usi, bet vairs neapmeklēšu</b>	<b>Nekad neesmu apmeklējis/-usi, bet varētu apmeklēt nākotnē</b>	<b>Nekad neesmu apmeklējis/-usi un neplānoju apmeklēt arī turpmāk</b>	<b>Grūti pateikt</b>
1	Latvijas Nacionālā bibliotēka					
2	Publiskās bibliotēkas					
3	Izglītības iestāžu bibliotēkas					
4	Latvijas Valsts kinofotofonodokumentu arhīvs					
5	Latvijas Valsts vēstures arhīvs					

6	Personāla dokumentu valsts arhīvs					
7	Latvijas Valsts arhīvs					
8	Latvijas Nacionālais arhīvs					
9	Reģionālie arhīvi					
10	Kinoteātri					
11	Kultūras centri/ kultūras nami					
13	Tautas nami					
14	Mākslas muzeji					
15	Vēstures un arheoloģijas muzeji					
16	Dabas vēstures un dabas zinātņu muzeji					
17	Zinātnes un tehnoloģiju muzeji					
18	Etnogrāfijas un antropoloģijas muzeji					
19	Specializētie muzeji (personībām veltītie memoriāli un piemiņas muzeji)					

## 2. Daļa – Vajadzības

**Q13. Lūdzu, novērtējiet, cik nozīmīgi Jums ir šie aspekti, kas ir saistīti ar Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c., lietošanu digitālā jeb elektroniskā formātā, skalā no 1 līdz 10, kur 1 nozīmē – tas nemaz nav svarīgi, bet 10 – tas ir ļoti svarīgi.**

	<i>PROGR: MATRICA. VIENA ATBILDE KATRĀ RINDĀ. ROTĒT VISUS IZTEIKUMUS.</i>	Skala no 1 līdz 10	Grūti pateikt
1	Šiem resursiem iespējams piekļūt no jebkuras vietas un jebkurā laikā		

2	Šie resursi ir pieejami bez maksas (nav autortiesību ierobežojumu)		
3	Šos resursus ir ērti aplūkot jebkurā ierīcē (datorā, planšetdatorā, telefonā u.c.)		
4	Šos resursus var izmantot ikviens - cilvēki ar dažādām digitālām prasmēm		
5	Tiek piedāvātas dažādas šo materiālu apstrādes iespējas, piemēram, izdrukāt, rediģēt u.c.		
6	Šos objektus iespējams kopīgot ar citiem interneta lietotājiem dažādās interneta platformās, piemēram, Google, Facebook		
7	Iespējams komentēt un ieteikt citiem aplūkotos objektus		
8	Iespējams piedalīties satura veidošanā (ievietot informāciju, veidot kolekcijas u.c.)		
9	Šo materiālu pieejamība veicinās latvisko tradīciju saglabāšanu		
10	Šo materiālu pieejamība veicinās latviešu valodas saglabāšanu		
11	Tiek nodrošināta plaša kultūras satura, kas iepriekš nebija digitalizēts, pieejamība tiešsaistē (internetā)		
12	Piekļuve šiem resursiem sniegs plašākas iespējas tos izmantot izklaidei un atpūtai		
13	Piekļuve šiem resursiem veicinās jaunradi un radošumu		

14	Materiāli ir augstas kvalitātes (piem., bez ūdenszīmēm, augstas izšķirtspējas u.tml.)		
15	Materiālus iespējamas brīvi izmantot savām vajadzībām (piem., lejupielādēt datorā, ievietot interneta vietnēs, izmantot kreklu, krūzīšu u.c. apdrukai u.tml.)		

**Q14. Kādās situācijās Jums personīgi noderētu iespēja lietot Latvijā radīto mākslas darbu, grāmatu un laikrakstu, mūzikas skaņdarbu, muzeju krājumu, filmu u.c. saturu digitālā jeb elektroniskā formātā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: VAIRĀKAS ATBILDES IESPĒJAMAS. ROTĒT VISUS, IZŅEMOT 9 UN 10*

11. Veicot darba pienākumus
12. Pētot savas dzimtas vēsturi
13. Pētot savas dzīvesvietas/ novada vēsturi
14. Rakstot darbus izglītības vajadzībām
15. Atpūšoties un izklaidējoties (piemēram, noskatoties kādu filmu vai TV raidījuma ierakstu)
16. Iepazīstinot bērnus/ mazbērnus ar Latvijas vēsturi un kultūru
17. Meklējot informāciju savam hobijsam/ vaļaspriekam
18. Plānojot maršrutu brīvdienā izbraucieniem pa Latviju
19. Citās situācijās (lūdzu, ierakstiet, kādās\_\_\_\_\_)
20. Grūti pateikt (*PRORG: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE*)

### 3. Daļa – Kultūras centri

**Q14\_1. Kurus no šiem kultūras centriem Jūs esat apmeklējis/-usi pēdējā gada laikā?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

**Q14\_2. Un kurus apmeklēsiet tuvākajā nākotnē (tuvākā gada laikā)?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: RĀDĪT KATRU JAUTĀJUMU SAVĀ EKRĀNĀ. VAIRĀKAS ATBILDES, IZŅEMOT 98 UN 99.*

		Q14_1. Ir apmeklējis/-usi	Q14_2. Apmeklēs tuvākajā gada laikā
1	Aizkraukles kultūras nams		
2	Alūksnes kultūras centrs		
3	Balvu kultūras un atpūtas centrs		
4	Bauskas kultūras centrs		

5	Cēsu kultūras centrs		
6	Daugavpils kultūras centrs		
7	Dobeles pilsētas kultūras nams		
8	Gulbenes kultūras centrs		
9	Jelgavas pilsētas pašvaldības iestāde "Kultūra"		
10	Jēkabpils tautas nams		
11	Jūrmalas kultūras centrs		
12	Krāslavas kultūras nams		
13	Kuldīgas kultūras centrs		
14	Liepājas tautas mākslas un kultūras centrs		
15	Limbažu kultūras nams		
16	Līvānu novada kultūras centrs		
17	Ludzas tautas nams		
18	Madonas pilsētas kultūras nams		
19	Ogres novada kultūras centrs		
20	Preiļu novada kultūras centrs		
21	Rēzeknes pilsētas kultūras nams		
22	Saldus tūrisma informācijas, kultūras un sporta centrs		
23	Siguldas novada kultūras centrs		
24	Smiltenes pilsētas kultūras centrs		
25	Talsu tautas nams		
26	Tukuma pilsētas kultūras nams		
27	Valkas pilsētas kultūras nams		
28	Valmieras kultūras centrs		
29	Ventspils pilsētas domes kultūras centrs		
30	Rīgas kultūras centru/-us (piem., Ilģuciems, Ziemeļblāzma u.c.)		
95	Citu (lūdzu, ierakstiet, kuru ____)		
98	Nezinu/ grūti pateikt (PROGR: IZSLĒDZOŠA ATBILDE)		
99	Nevienu no šīm (PROGR: IZSLĒDZOŠA ATBILDE)	Uz Q16	Uz Q16



**Q15. Kāda veida Latvijā radītus mākslas darbus, grāmatas un laikrakstus, mūzikas skaņdarbus, muzeju krājumus, filmas u.c. digitālā formātā Jūs vēlētos skatīties šajos kultūras centros?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q14.2=1-95 (VISMAZ 1 ATBILDE). VAIRĀKAS ATBILDES IESPĒJAMAS*

17. Spēlfilmas
18. Dokumentālās filmas
19. Filmas un animācijas filmas bērniem
20. Teātra izrāžu ierakstus
21. Teātra tiešraides
22. Operas un baleta ierakstus
23. Operas un baleta tiešraides
24. Valsts svētku pasākumu tiešraides
25. Kolekcijas no Latvijas kinohronikām
26. Arhīva video materiālus par dzimto novadu un novadniekiem
27. Komandu sporta spēles
28. Populāro mūziķu koncertu tiešraides un ierakstus
29. Klasiskās mūzikas koncertu tiešraides un ierakstus
30. Dziesmusvētku tiešraides un koncertu ierakstus
31. Cita veida Latvijā radītu saturu (lūdzu, ierakstiet, kādu\_\_\_\_\_)
32. Grūti pateikt (*PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE*)

**4. Daļa – Interneta lietošana un dzīvesstils**

**Q16. Kā Jūs pavadāt savu brīvo laiku?**

*Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi par katru aktivitāti.*

*PROGR: MATRICA, VIENA ATBILDE KATRĀ RINDIŅĀ. ROTĒT AKTIVITĀŠU VEIDUS*

	Katru dienu	Vairākas reizes nedēļā	Reizi nedēļā	Vairākas reizes mēnesī	Reizi mēnesī	Retāk nekā reizi mēnesī	Nekad	Grūti pateikt
Pavadu laiku kopā ar draugiem/paziņām	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pavadu laiku kopā ar ģimeni, bērniem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nodarbojos ar rokdarbiem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nodarbojos ar mājas labiekārtošanu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nodarbojos ar dārzkopību	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aizraujos ar kulinārijas mākslu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apmeklēju teātri, koncertus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apmeklēju muzejus, izstādes, mākslas galerijas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nodarbojos ar sportu/ fitnesu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skatos televīziju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klausos radio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klausos mūziku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pavadu laiku kopā ar mājdzīvniekiem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ceļoju pa Latviju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ceļoju uz ārzemēm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lietoju internetu izklaidei/ atpūtai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apmeklēju sporta pasākumus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apmeklēju kino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Apmeklēju pasākumus bērniem/ģimenēm ar bērniem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lasu grāmatas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lasu laikrakstus, žurnālus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cits (lūdzu, ierakstiet_____)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q17. Cik bieži Jūs izmantojat internetu?**

*PROGR: VIENA ATBILDE*

7. Katru dienu
8. Vairākas reizes nedēļā
9. Reizi nedēļā
10. Vairākas reizes mēnesī
11. Reizi mēnesī
12. Retāk nekā reizi mēnesī

**Q18. Kādas ierīces Jūs izmantojat interneta pārlūkošanai?**

*Iespējamās vairākas atbildes*

*PROGR: VAIRĀKAS ATBILDES IESPĒJAMAS*

6. Stacionāro jeb galda datoru
7. Portatīvo datoru
8. Planšetdatoru
9. Mobilo telefonu
10. Cita veida ierīces (televizoru, e-grāmatu lasītāju u.c.)

**Q19. Cik bieži Jūs izmantojat šos sociālos tīklus un komunikācijas platformas?**

*Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā.*

*PROGR: JAUTĀT VISIEM. MATRICA. VIENA ATBILDE KATRĀ RINDIŅĀ. ROTĒT RINDAS.*

		Katru dienu	Vairākas reizes nedēļā	Reizi nedēļā	Vairākas reizes mēnesī	Reizi mēnesī	Retāk nekā reizi mēnesī	Nekad
1	Draugiem.lv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Vkontakte (vk.com)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4	Одноклассники (ok.com)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Skype	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Viber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Google+	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q20. Cik bieži Jūs apmeklējat šīs interneta vietnes, lietotnes (aplūkācijas)?**

Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindīņā.

*PROGR: JAUTĀT VISIEM. MATRICA. ROTĒT RINDAS*

		Katru dienu	Vairākas reizes nedēļā	Reizi nedēļā	Vairākas reizes mēnesī	Reizi mēnesī	Retāk nekā reizi mēnesī	Nekad
1	360 panorama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Academia.edu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Deezer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Flickr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Letonika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Megogo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Netflix	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Picasa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Prezi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Researchgate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	Science Journal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	Scribd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	Shazam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14	Slideshare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15	Soundcloud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16	Spotify	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17	Vimeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18	Wikia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19	Wikipedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20	YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q21. Par kādām tēmām Jūs visbiežāk meklējat/ lasāt informāciju internetā?**

*Iespējamās vairākas atbildes.*

*PROGR: VAIRĀKATBILŽU JAUTĀJUMS. ROTĒT VISUS, IZŅEMOT 95 UN 99. ATBILDES 9 un 10, kā arī 11 UN 12 ROTĒT VIENMĒR KOPĀ ŠĀDĀ SECĪBĀ*

1	Auto
2	Darba sludinājumi
3	Elektronika
4	Finanses
5	Fitness/ sports
6	Ģimene/ bērnu aprūpe
7	Izglītība
8	Izklaide/ atpūtas iespējas
9	Latvijas kultūra/ kultūras notikumi
10	Pasaules kultūras/ kultūras notikumi
11	Latvijas vēsture
12	Pasaules vēsture
13	Laika prognoze
14	Mājokļa labiekārtošana/ remontdarbi
15	Medicīna
16	Mode/ skaistumkopšana
17	Nekustamais īpašums
19	Programmatūra, IT
20	Receptes/pavārmāksla
21	Sociālie tīkli
22	Tūrisms/ ceļošana
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)
99	Nav atbildes ( <i>PROGR: IZSLĒDZOŠĀ ATBILDE</i> )

**Q22. Kur internetā Jūs mēdzat lasīt/ skatīties informāciju par Latvijas kultūras notikumiem?**

*Iespējamās vairākas atbildes.*

*PROGR: JAUTĀT, JA Q21=9. VAIRĀKATBILŽU JAUTĀJUMS.*

1	Sociālajos saziņas tīklos (piem., Facebook, Draugiem.lv utt.)
2	Youtube
3	Interneta ziņu vietņu kultūras sadaļās (piem., lsm.lv/kultura, delfi.kultura.lv, tvnet/izklaide.lv u.c.)
4	Specializētās interneta vietnēs (piem., kulturaskarte.lv, biblioteka.lv, muzeji.lv, satori.lv, pilsēta24.lv u.c.)
5	Kultūras pasākumu organizētājiestāžu mājaslapās (piem., ln.lv, opera.lv, lnmm.lv u.c.)
6	Pašvaldību mājaslapās (piem., liveriga.com)
7	Uzziņu lapās (piem., 1188.lv, zl.lv u.c.)
8	Televīzijas interneta portālos (piem., tvplay.lv, lsm.lv u.c.)
9	Viedtelevīzijas piedāvātajos ierakstos (piem., Lattelecom Shortcut, LMT Straume u.c.)
95	Cits (lūdzu, ierakstiet _____)

**D DEMOGRĀFIJA 2**

**Noslēgumā vēl daži jautājumi personīgi par Jums un Jūsu mājsaimniecību.**

**D8. Kāda ir Jūsu augstākā iegūtā izglītība?**

9. Sākumskolas izglītība
10. Pamatizglītība
11. Vidējā izglītība
12. Vidējā speciālā izglītība/ arodizglītība
13. Augstākā izglītība – bakalaura grāds
14. Augstākā izglītība – maģistra grāds
15. Augstākā izglītība – doktora grāds
16. Cita (lūdzu, precizējiet\_\_\_\_\_)

**D9. Cik cilvēku dzīvo Jūsu mājsaimniecībā, ieskaitot Jūs?**

6. Viens (tikai Jūs pats/-i) *PROGR: TURPINĀT AR D11*
7. Divi
8. Trīs
9. Četri
10. Pieci un vairāk

**D10. Cik no tiem ir bērni vecumā līdz 18 gadiem (ieskaitot)?**

*PROGR: JAUTĀT, JA D9=2-5*

1. Neviens
2. Viens
3. Divi
4. Trīs
5. Četri un vairāk

**D11. Kādi bija Jūsu personiskie ienākumi pagājušajā mēnesī pēc nodokļu nomaksas (ieskaitot stipendijas, pensijas, pabalstus utt.)?**

16. Ienākumu nebija
17. Līdz 100 EUR
18. 100,01 līdz 200 EUR
19. 200,01 līdz 300 EUR
20. 300,01 līdz 400 EUR
21. 400,01 līdz 500 EUR
22. 500,01 līdz 600 EUR
23. 600,01 līdz 700 EUR
24. 700,01 līdz 800 EUR
25. 800,01 līdz 900 EUR
26. 900,01 līdz 1000 EUR
27. 1000,01 līdz 1200 EUR
28. 1200,01 un vairāk
29. Nevēlos atbildēt
30. Grūti pateikt

PROGR: D12 JAUTĀT, JA D9=2-5. D12 NEJAUTĀ, JA D9=1; RĀDĪT ATBILDES, KAS = < PAR D11 NORĀDĪTO

JA D11=14 VAI 15, TAD D12 RĀDĪT PILNU SARAKSTU

**D12. Kādi bija kopējie Jūsu mājsaimniecības ienākumi pagājušajā mēnesī pēc nodokļu nomaksas (ieskaitot stipendijas, pensijas, pabalstus utt.)?**

1. Ienākumu nebija
2. Līdz 100 EUR
3. 100,01 līdz 200 EUR
4. 200,01 līdz 300 EUR
5. 300,01 līdz 400 EUR
6. 400,01 līdz 500 EUR
7. 500,01 līdz 600 EUR
8. 600,01 līdz 700 EUR
9. 700,01 līdz 800 EUR
10. 800,01 līdz 900 EUR
11. 900,01 līdz 1000 EUR
12. 1000,01 līdz 1200 EUR
13. 1200,01 līdz 1400 EUR
14. 1400,01 līdz 1600 EUR
15. 1600,01 līdz 1800 EUR
16. 1800,01 līdz 2000 EUR
17. 2000,01 EUR un vairāk
18. Nevēlos atbildēt
19. Grūti pateikt

**Liels paldies par atsaucību!**

**3. pielikums. Pētījuma "Latvijas emigrantu kopienas: nacionālā identitāte, transnacionālās attiecības un diasporas politika" jautājumi (bez demogrāfijas)**

**H1. Mēs katrs varam sevi raksturot pēc dažādām pazīmēm – pēc piederības dažādām sociālām grupām vai vietai. Lūdzu, raksturojiet, cik lielā mērā Jūs jūtaties piederīgs/-a ...**

*Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindīņā*

		Ļoti piederīgs/-a	Zināmā mērā piederīgs/-a	Ne piederīgs/-a, ne nepiederīgs/-a	Samērā piederīgs/-a	Pilnībā piederīgs/-a
1	Savai ģimenei, dzimtai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Saviem draugiem, draugu lokam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Reliģiskajai konfesijai, draudzei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4	Latvijas iedzīvotājiem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Savas tautības cilvēkiem (latviešiem, krieviem, poļiem u.c.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Citiem cilvēkiem no Latvijas ārzemēs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Tuvākās apkaimes (ciema, pilsētas, kvartāla u.tml.) iedzīvotājiem [mītnes zemē]	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	[mītnes zemes] iedzīvotājiem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Eiropas iedzīvotājiem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Visas pasaules iedzīvotājiem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## H2. Cik cieši jūtaties saistīts/-a\* ar ...

Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindīņā

		Ļoti cieši	Cieši	Ne pārāk	Nemaz	Grūti pateikt
1	vietu, kur pavadījāt bērnību	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Vietu (pilsētu, ciemu, pagastu), kur dzīvojāt Latvijā pirms izceļošanas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Latviju kopumā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	vietu (pilsētu, ciemu), kur dzīvojat šobrīd [mītnes zemē]	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	valsti, kur dzīvojat šobrīd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Eiropu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\* Ar "Cieši saistīts" mēs domājam to, ka Jūs esat "emocionāli piesaistīts" vai "identificējaties" ar konkrēto vietu.

Ja ir bērni- → K1-K6.R2

### K1. Vai Jūsu bērns/-i apmeklē latviešu skoliņu, kurā notiek nodarbības latviešu valodā?

1. Jā, apmeklē



2. Kādreiz apmeklēja, bet vairs nē
3. Nē, neapmeklē

### K2. Kādēļ ne?

Lūdzu, atzīmējiet visus atbilstošos iemeslus.

1. Nezinu nevienu šādu skoliņu
2. Pārāk tālu, nevaram izbraukāt
3. Neapmierina piedāvājums
4. Nav intereses
5. Bērns ir pārāk jauns
6. Cits iemesls

### K3. Vai Jūsu bērns/-i ...

Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā.

		Jā	Nē	Neattiecas, bērns pārāk jauns
1	piedalās kādā latviešu interešu grupā (deju kolektīvā, korī, teātra grupā utt.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	lasa grāmatas latviešu valodā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	skatās latviešu filmas, multfilmas, spēlē datorspēles latviešu valodā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	interesējas par ģimenes vēsturi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	mācās latviešu valodu māj mācības ceļā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	interesējas par notiekošo Latvijā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### K6. R2 Vai Jums ir svarīgi, lai Jūsu bērns/-i zinātu latviešu valodu?

1. Jā, gribu, lai bērns/-i brīvi pārvalda latviešu valodu
2. Gribu, lai bērns/-i spētu saprast un sarunvalodas līmenī sazināties latviski
3. Nē, man tas nav svarīgi

### L3. Vai Jūs esat biedrs/ dalībnieks kādā no šīm organizācijām vai apvienībām? (Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā)

1	Ārzemēs dzīvojošo latviešu (diasporas) organizācija (lūdzu, ierakstiet_____)
2	Ārzemēs dzīvojošo latviešu mākslinieciskās pašdarbības grupa (piemēram, latviešu koris vai deju kopa)
3	Neformāla interešu grupa, kur pulcējas Latvijas izcelsmes cilvēki (grāmatu klubs, adīšanas pulciņš, sporta komanda u.tml.)
4	Kāda cita, ar Latviju nesaistīta interešu vai mākslinieciskās pašdarbības grupa
5	Reliģiska vai baznīcas organizācijas, draudze
6	Arodbiedrība
7	Nevalstiskā organizācija (sociālās palīdzības organizācija, dzīvnieku un vides aizsardzības u.c.)
8	Kāda cita organizācija
9	Neesmu biedrs nevienā grupā vai organizācijā

**N1. R2 Cik bieži Jūs izmantojat tālāk minētos sociālās tīklošanas un komunikācijas kanālus?***(Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindīnā)*

		Regulāri	Reti	Nekad
1	draugiem.lv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	facebook.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Vkontakte (vk.com)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	latvieši.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Twitter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Skype	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	latvija.lv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**N2. R2 Vai Jūs piedalāties/ esat biedrs kādā Latvijas emigrantu un diasporas vēstkopā/ blogā/ domubiedru grupā (piem., Latvieši Londonā draugiem.lv, Latvieši Īrijā – Ireland draugiem.lv u.c.)?**

1. Jā
2. Nē

**N3. R2 Cik bieži, dzīvojot ārpus Latvijas, Jūs...: (Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindīnā)**

		Katru vai gandrīz katru dienu	Vismaz vienu reizi nedēļā	Vienu līdz trīs reizes mēnesī	Retāk	Nekad
1	Lasīt Latvijas ziņu portālus (Delfi, TvNet u.c.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Lasāt ārzemēs dzīvojošo latviešu ziņu portālus (latvianonline.com, baltic-ireland.ie u.c.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Skatāties Latvijas Televīzijas pārraides	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Klausāties Latvijas radio pārraides	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**N4. R2 Kādā valodā vai valodās Jūs parasti lasāt avīzes, žurnālus, Interneta avotus, vai klausāties radio un TV?**

1. Latviešu
2. Krievu
3. Angļu
4. Citā valodā (lūdzu, ierakstiet) \_\_\_\_\_

*PIEZĪME PROGRAMMĒTĀJAM: ASV neparādās tiem, kas dzīvo ASV, un Krievija – tiem, kas dzīvo Krievijā.*

**N5. Kādā mērā Jūs sekojat līdzi notiekošajam... (Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindīnā)**

*PIEZĪME PROGRAMMĒTĀJAM: ASV neparādās tiem, kas dzīvo ASV, un Krievija – tiem, kas dzīvo Krievijā.*

		Regulāri	Šad tad	Nesekoju
1	Latvijā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	[mītnes zemē]	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Eiropā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Krievijā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	ASV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Citā valstī vai reģionā (lūdzu, ierakstiet) _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**N6. R2 Kādā mērā sekojat līdzī norisēm kultūras dzīvē (mūzika, literatūra, kino, u.c.)... (Lūdzu, atzīmējiet vienu atbildi katrā rindiņā)**

*PIEZĪME PROGRAMMĒTĀJAM: ASV neparādās tiem, kas dzīvo ASV, un Krievija – tiem, kas dzīvo Krievijā.*

		Regulāri	Šad tad	Nesekoju
1	Latvijā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	[mītnes zemē]	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Eiropā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Krievijā	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	ASV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Citā valstī vai reģionā (lūdzu, ierakstiet) _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**N7.R2 Vai Jūs vēlētos [mītnes zemē] ..**

		Jā	Nē	Grūti pateikt
1	redzēt kādu latviešu teātra uzvedumu?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	redzēt kinoteātrī kādu latviešu filmu?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	noklausīties kāda Latvijas zinātnieka vai literāta lekciju vai referātu?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	apmeklēt tikšanos ar Latvijas politiķiem (valsts vai pašvaldību?)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	apmeklēt Latvijas popmūzikas grupu koncertu?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	apmeklēt latviešu mākslinieku izstādes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**N8.R2 Kāda stila mūziku jūs vislabprātāk klausāties ikdienā? (Atzīmējiet ne vairāk par trim!)**

1	Alternatīvā mūzika
2	Deju, klubu mūzika, tehno
3	Džeza, blūza
4	Hārdroks/ heavy metal/ "smagais metāls"
5	Hip hop, repmūzika
6	Kantrimūzikā
7	Klasiskā mūzika
8	R & B, soulmūzika
9	Šlāgermūzika
10	Tautas mūzika, folk vai tradīciju, ieražu mūzika

11	Pops
12	Roks
13	Cita (ierakstiet, lūdzu)_____
98	Grūti pateikt

**N9.R2 Cik bieži Jūs klausāties latviešu mūziku?**

1. Regulāri
2. Šad, tad pēc noskaņojuma
3. Tikai atsevišķos gadījumos (svētkos, koncertos)
4. Nekad