

**Latvijas Republikas Kultūras ministrijas  
pasūtītais pētījums**

Pētījuma projekta nosaukums:  
**SABIEDRĪBAS INFORMĒTĪBA KULTŪRAS MANTOJUMA  
SAGLABĀŠANAS UN ATTĪSTĪBAS JOMĀ**

Izpildītājs: BALTIJAS SOCIĀLO ZINĀTŅU INSTITŪTS

Projekta vadītājs: Mag. soc. Evija Kļave, projektu vadītāja

/Evija Kļave/

2002. gads

## Saturs

<b>PĒTĪJUMA APRAKSTS</b> .....	2
<b>GALVENIE SECINĀJUMI</b> .....	5
<b>PĒTĪJUMA REZULTĀTI</b> .....	8
<b>1. KULTŪRAS MANTOJUMS LATVIJĀ: SITUĀCIJAS RAKSTUROJUMS</b> .....	8
<b>2. IZPRATNE PAR KULTŪRAS MANTOJUMA NOZĪMI</b> .....	11
<b>3. INFORMĀCIJAS PAR KULTŪRAS MANTOJUMU PIEEJAMĪBA</b> .....	18
3.1. Uzvedība informācijas ieguves nepieciešamības gadījumā .....	18
3.2. Informācijas kvalitātes vērtējums respondentu skatījumā .....	20
3.3. Informācijas ieguves avoti .....	21
<b>4. IESAISTĪŠANĀS PAKĀPE KULTŪRAS MANTOJUMA SAGLABĀŠANAS JOMĀ</b> .....	23
4.1. Iesaistīšanās kultūras mantojuma saglabāšanā .....	23
4.2. Gatavība iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanā .....	25
4.3. Viedoklis par valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaita dinamiku .....	27
<b>REZULTĀTU TABULAS</b> .....	30
Tabulu saturs .....	30
Paskaidrojumi datu nolasīšanai un rezultātu precizitāte .....	33
Primārās informācijas tabulas .....	35
Izvērstās tabulas - atbilžu sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	43
<b>PIELIKUMS</b>	
Anketa latviešu un krievu valodā	

## **PĒTĪJUMA APRAKSTS**

- ✓ **Pētījuma laiks:** 2002. gada septembris – novembris.
- ✓ **Pētījuma lauka darba laiks:** 2002. gada 2. – 23. oktobris.
- ✓ **Pētījuma mērķis:** Noskaidrot sabiedrības informētību, izpratni un attieksmi pret kultūras mantojumu un tā saglabāšanas nepieciešamību, kā arī noteikt sabiedrības gatavību iesaistīties konkrētu jautājumu risināšanā par kultūras mantojuma saglabāšanu.

- ✓ **Pētījuma uzdevumi:**

- 1) Noskaidrot sabiedrības attieksmi pret kultūras mantojumu un tā saglabāšanas nepieciešamību;
- 2) Noteikt sabiedrības iesaistīšanās pakāpi, kā arī gatavību iesaistīties nozīmīgu kultūras mantojuma jautājumu risināšanas un lēmumu pieņemšanas procesā;
- 3) Izvērtēt informācijas par kultūras mantojumu un tā saglabāšanu pieejamību un kvalitāti, kā arī noskaidrot sabiedrības uzvedību minētās informācijas iegūšanas nepieciešamības gadījumā.

- ✓ **Pētījuma metode:** Datorizētās individuālās intervijas respondentu dzīvesvietās (CAPI).

- ✓ **Pētījuma mērķa grupa:** Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem.

- ✓ **Pētījuma izlases lielums:** 1027 respondenti.

- ✓ **Izlases veidošanas metodoloģija:**

Pētījumā tika izveidota stratificēta vairākposmu izlase, kas ir reprezentatīva Latvijas iedzīvotāju kopumam vecumā no 15 līdz 74 gadiem. Izlases pirmajā posmā ar datora programmas palīdzību, ievērojot nejaušības principu, pēc iedzīvotāju skaita proporcionalitātes tiek atlasīti aptaujas punkti. Aptaujas punktu skaits – 103, no tiem 36 – Rīgā, 36 – citās Latvijas pilsētās, 31 – Latvijas pagastos (proporcioniāli iedzīvotāju skaita sadalījumam visos Latvijas novados).

Izlases otrajā posmā tiek izmantots nejausās izlases paveids – maršruta metode. Maršruta metodes sākuma adreses tiek atlasītas no iedzīvotāju reģistra, pielietojot nejausības principu.

Maršruta metodes ietvaros intervētājs uzsāk savu darbu pēc norādītās adreses virzoties pa vienu norādītās ielas pusi (pāra skaitļa adreses apmeklējot augošā secībā, nepāra – dilstošā), mēģinot veikt interviju katrā piektajā dzīvoklī vai katrā trešajā privātmājā (laukos – katrā viensētā, kas atrodas izlasē norādītajā aptaujas punktā). Adreses, kas iekļuvušas izlasē, bet neviena nav mājās vai respondenti nav gatavi intervijai, intervētājam ir jāapmeklē otrreiz.

Respondents pētījumam tiek izvēlēts, izmantojot “jaunākā vīrieša principu”, saskaņā ar kuru intervētājs kā pirmo aptaujā lūdz piedalīties jaunāko vīrieti ģimenē, ja tāda nav – tad jaunāko sievieti. “Jaunākā vīrieša princips” tiek izmantots galvenokārt divu iemeslu dēļ. Pirmkārt, Latvijas iedzīvotāju vidū vīriešu īpatsvars ir mazāks nekā sieviešu. Otrkārt, vīrieši retāk kā sievietes ir sastopami mājās. Tādējādi rezultātā tiek nodrošināts Latvijas iedzīvotāju kopumam reprezentatīvs vīriešu un sieviešu sadalījums pētījuma izlasē.

Šāda izlases metode un apjoms ir pietiekams, lai, ņemot vērā izlases kļūdu, veiktu reprezentatīvu, detalizētu mērāmo parametru analīzi dažādās sociāli demogrāfiskajās grupās.

Interviju kvalitāte 15% gadījumu tiek kontrolēta ar pasta anketu starpniecību. Pētījums visos posmos tiek veikts atbilstoši ESOMAR starptautiskā tirgus un sociālo pētījumu kodeksa kvalitātes un profesionālās ētikas prasībām.

✓ **Lauka darba veicējs:** Baltijas Datu nama lauka darba veicēja institūcija. Intervijas veica 40 šīs institūcijas intervētāji.

✓ **Kontaktu ar potenciālo respondentu ģimeni analīze:**

Kā redzams 2.tabulā, pētījuma ietvaros intervētāji (intervētāju skaits - 40) apmeklējuši 2394 adreses, no kurām 356 adresēs neviens nav bijis mājās, 365 bijuši neapdzīvoti dzīvokļi.

1673 no 2394 adresēm intervētāji ir uzsākuši kontaktu ar potenciālo respondenta ģimeni. 48 gadījumos intervētājs ir atteicies intervēt potenciālos respondentus, 79 gadījumos potenciālie respondenti nav atbilduši mērķa grupai, 66 gadījumos potenciālā respondenta nav bijis mājās.

162 gadījumā respondenti ir atteikuši sniegt intervijas nevēlēšanās, laika trūkuma, noguruma vai slimības dēļ.

1. Tabula

<b>Kontakti ar potenciālo respondenta ģimeni:</b>	<b>1673</b>
1) intervijas:	<b>1027</b>
2) intervijas nenotiek, jo:	
a) respondenta atteikumi:	<b>162</b>
b) ģimenes atteikumi:	<b>288</b>
c) intervētāja atteikumi:	<b>48</b>
d) neatbilst mērķa grupai:	<b>79</b>
e) nav mājās potenciālā respondenta:	<b>66</b>

2. Tabula

<b>Kopā apmeklēto adrešu skaits:</b>	<b>2394</b>
1) atkārtotie apmeklējumi:	<b>518</b>
- no tiem intervijas:	<b>125</b>
2) izlases objekts neeksistē:	<b>365</b>
3) nav mājās:	<b>356</b>

✓ **Kvalitātes kontrole:** visās pētījuma stadijās tika veikta kvalitātes kontrole. Vidēji 10% interviju tika kontrolētas. Pētījuma kontroles posmi: anketu kontrole, datu kontrole, intervētāju kontrole.

✓ **Darba grupa:** Grupas vadītāja: Dr. soc. Brigita Zepa

Projekta vadītāja: Mag. soc. Evija Kļave

Atskaiti sagatavoja: Mag. soc. Evija Kļave,

Bac. mat. Jolanta Krišāne

## **GALVENIE SECINĀJUMI**

Izvērtējot pētījumā iegūtos rezultātus par kultūras mantojuma atpazīstamību un iedzīvotāju izpratni par kultūras mantojuma un tā saglabāšanas nozīmi, var izvirzīt divus galvenos secinājumus.

Pirmkārt, kultūras mantojuma atpazīstamība Latvijas iedzīvotāju vidū ir augsta, par ko liecina respondentu spēja nosaukt savas dzīves vietas tuvumā esošos kultūras pieminekļus.

Otrkārt, ir vērojamas pozitīvi vērtējamās tendences iedzīvotāju izpratnē par kultūras mantojumu un tā nozīmi valsts ekonomikas un tūrisma attīstībā, Latvijas tēla un demokrātiskas, integrētas sabiedrības veidošanā, kā arī sabiedrības lomu kultūras mantojuma saglabāšanas jomā. Tomēr kopējā iedzīvotāju izpratne par šiem jautājumiem ir nepilnīga. Tāpēc būtu nepieciešams veikt pasākumus, kas veicinātu sabiedrības informētību un līdz ar to izpratni, kas, savukārt, sekmētu kultūras mantojuma saglabāšanas darbu.

Kultūras mantojuma saglabāšanu un sabiedrības iesaistīšanos šajā procesā lielā mērā nosaka arī informētība. Līdz ar to pētījuma ietvaros tika noskaidrota iedzīvotāju intereses par kultūras mantojumu intensitāte, aktivitāte nepieciešamās informācijas iegūšanā un iegūtās informācijas vērtējums. Pētījuma rezultāti norāda uz zemu iedzīvotāju interesi par kultūras mantojumu. Visbiežāk aptaujas dalībniekiem ir bijusi nepieciešamība pēc informācijas par kultūras pieminekļu apmeklēšanas iespējām. Tikai nedaudz vairāk kā vienai desmitajai daļai bijusi interese par kultūras pieminekļu aizsardzību un restaurāciju, kā arī par pēdējiem pētījumiem, kas veikti par dažādiem kultūras pieminekļiem. No tā izriet, ka pirms pievērsties sabiedrības informētības veicināšanai, būtu nepieciešams sekmēt iedzīvotāju interesi par kultūras mantojumu un tā izmantošanas iespējām. Ir nepieciešams izvērst aktīvāku darbu kultūras mantojuma popularizēšanā, iespējams, izmantojot tos pašus paņēmienus, ar kuriem tiek reklamēti dažādi tirgus produkti, radot noteiktu tēlu un pēcāk to popularizējot jau noteiktām mērķa grupām.

Informācija par kultūras pieminekļiem ir jāizvieto, pirmkārt, masu medijos, īpaši televīzijā un presē, jo šos informācijas ieguves avotus to plašās pieejamības dēļ izmanto visas sociāli demogrāfiskās grupas. Turklāt masu medijos būtu izvietojama

vispārīgāka rakstura informācija, kurai būtu jānonāk līdz katram valsts iedzīvotājam. Otrkārt, izsmeļošāku informāciju nepieciešams izvietot arī retāk izmantotos informācijas avotos – internets, specializētie izdevumi un informatīvie bukleti un ceļveži, jo šos avotus izmanto iedzīvotāju grupas, kurām ir lielāka interese un izpratne par kultūras mantojumu un kurām šie avoti ir ikdienā pieejami.

Kultūras mantojuma saglabāšanas garants ir tā izmantošana, kas vienlaikus ir visvienkāršākais veids, kā katrs iedzīvotājs spēj iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanā. Taču pētījuma rezultāti liecina par zemu iedzīvotāju aktivitāti kultūras pieminekļu apmeklēšanā. Sabiedrības aktivitāte ir arī zema, iesaistoties dažādās ar kultūras mantojuma saglabāšanu saistītās akcijās. Salīdzinājumā ar pašreizējo iedzīvotāju aktivitāti kultūras mantojuma saglabāšanā, viņu gatavība nākotnē piedalīties šajā darbā ir daudz lielāka. Apkopojot rezultātus par sabiedrības gatavību iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanā, atklājas, ka labprātāk iedzīvotāji iesaistās vienreizējās akcijās, kurām nav nepieciešami lieli laika resursi, ir redzams reāls tūlītējs rezultāts un nav vajadzīga dziļa izpratne par problēmu.

Pētījuma rezultātu analīze apstiprina informētības un izpratnes nozīmi sabiedrības iesaistīšanas kultūras mantojuma saglabāšanas jomā. Pastāv sakarība starp iedzīvotāju izpratni par kultūras mantojuma nozīmi un iesaistīšanās pakāpi kultūras mantojuma saglabāšanas jomā. Proti, jo lielāka izpratne un informētība, jo augstāka aktivitātes pakāpe.

Savukārt, lai veicinātu sabiedrības informētību un aktivitāti kultūras mantojuma saglabāšanas darbā, informācijas kampaņas ir nepieciešams vērst tieši uz iedzīvotāju motivācijas paaugstināšanu dalībai dažādās akcijās. Ir ļoti svarīgi veidot izpratni, ilustrējot to ar konkrētas pozitīvas pieredzes piemēriem, par sabiedrības kā reāla spēka ietekmi politikas veidošanas un lēmumu pieņemšanas procesā kultūras mantojuma jomā.

Šobrīd Latvijā ir 8428 valsts aizsargājamie kultūras pieminekļi, un divas trešās daļas pētījuma dalībnieku uzskata, ka to skaits būtu jāpalielina. Tikpat liels iedzīvotāju skaits atzīst, ka jāpalielina arī valsts piešķiramo līdzekļu apjoms kultūras pieminekļu saglabāšanai un aizsardzībai.

Pētījumā ietvertu jautājumu sociāli demogrāfiskā datu analīze atklāj divas lielas iedzīvotāju grupas:

a. Grupa, kurai ir raksturīga dziļāka izpratne par kultūras mantojumu un tā nozīmi valsts un sabiedrības dzīvē, ir lielāka interese par kultūras mantojumu, kā arī augstāka aktivitāte informācijas iegūšanas procesā un augstāka iesaistīšanās pakāpe kultūras mantojuma saglabāšanas darbā. Šo grupu raksturo augsts izglītības līmenis, augsti ik mēneša ienākumi, ekonomiskā aktivitāte, vecums 36 līdz 64 gadi.

b. Grupa, kuru raksturo nepilnīga vai ļoti zema izpratne par kultūras mantojumu un tā nozīmi, zema interese par kultūras mantojumu, pasivitāte informācijas iegūšanā un līdzdalībā kultūras mantojuma saglabāšanas jomā. Šīs grupas raksturīgākās pazīmes ir zems izglītības līmenis, zemi ik mēneša ienākumi, turklāt lielāko tiesu tie ir gados veci, ekonomiski neaktīvi cilvēki.

## PĒTĪJUMA REZULTĀTI

### 1. KULTŪRAS MANTOJUMS LATVIJĀ: SITUĀCIJAS RAKSTUROJUMS

Pārskats par pašreizējo situāciju valstī kultūras mantojuma un tā saglabāšanas jomā tiks balstīts uz Nacionālās programmas “Kultūra” apakšprogrammā “Kultūras mantojums”<sup>\*</sup> izklāstīto informāciju un statistiskajiem datiem. Šī pārskata mērķi ir:

- a. sniegt statistisku informāciju par kultūras mantojumu;
- b. sniegt pētījumā izmantotā instrumentārija saturisko pamatojumu.

Nacionālā programma “Kultūra” vēstī, ka kultūras mantojums ir cilvēces garīgās darbības liecība materiālā vai nemateriālā formā, kuras visuztveramākā daļa ir kultūras pieminekļi. Kultūras mantojums sastāv no arhitektūras mantojuma, arheoloģijas mantojuma, monumentālās, sakrālās un lietišķās mākslas mantojuma, industriālā mantojuma un zemūdens mantojuma.

#### Starptautiski aizsargājami kultūras pieminekļi Latvijā

Pasaules kultūras un dabas mantojuma vieta - Rīgas vēsturiskais centrs

#### Valsts aizsargājami kultūras pieminekļi Latvijā

Arheoloģijas pieminekļi	2 495
Arhitektūras pieminekļi	3 364
Mākslas pieminekļi	2 414
Teritoriālie un pilsētībūvniecības pieminekļi	44
Vēstures pieminekļi	111
	8 428
no tiem nekustamie kultūras pieminekļi,	7 057
t.sk.:	
Pilskalni	474
Senkapī	1 233
Viduslaiku pils vietas vai drupas	76
Muižu apbūves	136
Luterāņu baznīcas	134
Katoļu baznīcas	48
Pareizticīgo baznīcas	33
Ievērojamu personu dzīves vietas	29

Dati: VKPAI statistika

<sup>\*</sup> <http://www.mantojums.lv/mantojums/nacprog.htm>

Apsekojot kultūras pieminekļus, konstatēts, ka avārijas stāvoklī atrodas vismaz 520 objektu, bet atsevišķos pilsētībūvniecības pieminekļos - 1/3 no visām ēkām. Pēdējā laikā notikušas kardinālas izmaiņas kultūras pieminekļu īpašumu piederībā. Ja 1990. gadā valsts vai pašvaldību īpašumā atradās 85% no valsts aizsardzībā esošajiem kultūras pieminekļiem, bet privātīpašumā tikai 15%, tad šobrīd vērojama apgriezta proporcija.

Kultūras mantojuma saglabāšanas, aizsardzības un restaurācijas darbiem atvēlētais valsts finansējums sastāda tikai vienu desmito daļu no aprēķinātā nepieciešamā minimuma. Turklāt speciālistu viedokļi dalās jautājumā par to, vai valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaits būtu jāpalielina vai jāsamazina. Tāpēc pētījuma ietvaros tika noskaidrota sabiedrības attieksme šajā jautājumā. Turklāt pētījuma dalībnieki pauda arī savu viedokli par to, vai valsts piešķirto finansiālo līdzekļu apjoms kultūras pieminekļu saglabāšanai būtu jāpalielina, jāatstāj līdzšinējais vai jāsamazina.

Kaut arī pēdējos gados notikušas vairākas izmaiņas kultūras mantojuma jomā – pārmaiņas kultūras pieminekļu īpašuma piederībā, paveikts darbs likumdošanas sakārtošanā, kultūras mantojuma aizsardzības valsts institūcijas radīšanā un nostiprināšanā, radīta kultūras mantojuma saglabāšanas sistēma, uzlabojusies speciālistu apmācība, veicināta kultūras mantojuma popularizācija u.c., tomēr šo un citu veikto pasākumu kopums nenodrošina pilnvērtīgu kultūras mantojuma saglabāšanu nākamajām paaudzēm.

Nozīmīgs apstāklis, kas būtiski ietekmē visu kultūras mantojuma saglabāšanas jomu, ir pāreja no sociālisma sistēmas uz brīvo tirgus ekonomiku, kā rezultātā būtu jāmainās sabiedrības attieksmei pret kultūras mantojumu. Rūpes un atbildība par kultūras pieminekļiem turpmāk būtu jāuzņemas ne tikai valstij un pašvaldībām, bet katram atsevišķajam valsts iedzīvotājam. Lai veicinātu sabiedrības līdzdalību kultūras mantojuma saglabāšanā, ir nepieciešams sekmēt sabiedrības izpratni par kultūras mantojuma nozīmi cilvēka un visas valsts dzīvē, norādot uz kultūras mantojuma ekonomisko vērtību un potenciālu resursu avotu. Ir ļoti svarīgi, lai sabiedrībai veidotos sapratne sekojošos aspektos:

- ✓ kultūras mantojuma saglabāšanas nākamajām paaudzēm nepieciešamība;
- ✓ kultūras mantojuma kā tautsaimnieciska resursa izmantošana ekonomikas attīstībā;

- ✓ valsts tēla veidošana ar kultūras mantojuma palīdzību;
- ✓ kultūras mantojuma izmantošana demokrātiskas, pilsoniskas un izglītotas sabiedrības veidošanas procesā.

Veicinot izpratni par šiem jautājumiem, iespējams motivēt iedzīvotājus aktīvāk iesaistīties kultūras mantojuma izmantošanā, popularizēšanā un līdz ar to arī saglabāšanā. Bez tam minētie aspekti veido kultūras mantojuma programmas galvenos mērķus, un ir nepieciešams noteikt, cik lielā mērā sabiedrība apzinās un izprot šos mērķus. Tāpēc viens no pētījuma galvenajiem uzdevumiem bija noskaidrot pašreizējo sabiedrības izpratni par kultūras mantojuma nozīmi. Apzinoties kultūras mantojuma kā ekonomiskas vērtības nozīmi, iegūtie rezultāti būtu sekojoši – tiktu saglabāts kultūras mantojums, sakopta vide, pieaugtu zemes vērtība, palielinātos nodarbinātība un konkrētā objekta izmantošana, līdz ar to ieguvēji būtu gan valsts kopumā, gan katrs atsevišķais tās iedzīvotājs.

Kā jau augstāk norādīts, sekmīgu kultūras mantojuma saglabāšanas darbu nodrošina gan ekonomiskās iespējas, gan izpratne, kuru, savukārt, lielā mērā nosaka informētības līmenis. Viens no virzieniem augstāk minēto mērķu īstenošanai ir tieši kultūras mantojuma pieejamība un sabiedrības informētība par jaunumiem kultūras mantojuma sabiedriskajā apritē, kā arī par kultūras mantojuma zaudējumiem. Pētījumā tiek noskaidrots, kāda veida informācija iedzīvotājiem ir nepieciešama, kāda ir šīs informācijas pieejamība un kvalitāte, kā arī biežāk izmantotie informācijas par kultūras pieminekļiem ieguves avoti. Tādējādi tiek noteikti mediji, ar kuru palīdzību ir iespējams novadīt nepieciešamo informāciju līdz katram valsts iedzīvotājam, rezultātā sekmējot viņu izpratni un attīstot kopēju sabiedrības viedokli par kultūras mantojumu.

Tā kā kultūras mantojuma viens no saglabāšanas garantiem ir tā izmantošana, tad nepieciešams veicināt sabiedrības aktivitāti kultūras pieminekļu apmeklēšanā un popularizācijā. Ņemot vērā, ka kultūras mantojuma saglabāšanas darbam ir jābūt atklātam, ir jāpanāk sabiedrības līdzdalība nozīmīgu kultūras mantojuma jautājumu risināšanas un lēmumu pieņemšanas procesā. Balstoties uz šiem apsvērumiem par vienu no pētījuma uzdevumiem tika izvirzīts noteikt pašreizējo iedzīvotāju iesaistīšanās pakāpi kultūras mantojuma saglabāšanā, kā arī viņu gatavību nākotnē iesaistīties šajā darbā.

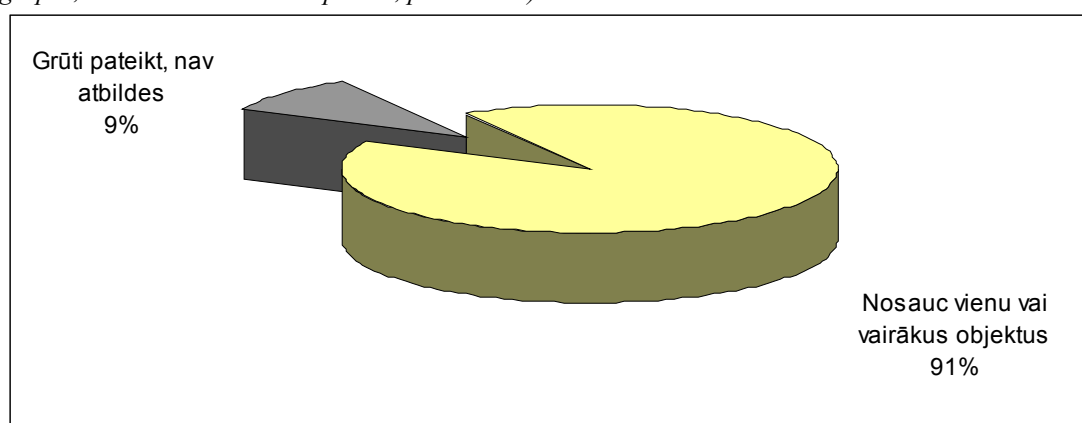
## 2. IZPRATNE PAR KULTŪRAS MANTOJUMA NOZĪMI

Lai novērtētu Latvijas iedzīvotāju izpratni par kultūras mantojumu, vispirmām kārtām bija nepieciešams noteikt, vai un cik lielā mērā respondenti atpazīst, kas ir kultūras mantojums. Tā kā redzamākā kultūras mantojuma daļa ir tieši kultūras pieminekļi, tad aptaujā tika vaicāts par ievērojamākajiem kultūras pieminekļiem respondenta dzīves vietas tuvumā. Proti, rīdziniekiem lūdza nosaukt, viņuprāt, ievērojamāko kultūras pieminekli Rīgas pilsētā, bet pārējiem aptaujas dalībniekiem attiecīgi savā novadā ievērojamāko kultūras pieminekli. Tā kā pētījuma mērķis nav izveidot Latvijas iedzīvotāju izpratnē ievērojamāko kultūras pieminekļu sarakstu, bet gan noteikt kultūras mantojuma atpazīstamības pakāpi, tad svarīgi bija uzzināt, vai cilvēks vispār spēj nosaukt kādu objektu.

Pētījuma rezultāti liecina, ka kultūras mantojuma atpazīstamība Latvijas iedzīvotāju vidū ir augsta, jo 91% rīdzinieku un 83% ārpus valsts galvaspilsētas dzīvojošo respondentu nosauca vienu vai vairākus objektus, kas atbilst kultūras pieminekļu kategorijai. Attiecīgi 9% Rīgā dzīvojošo un 17% citur Latvijā dzīvojošo respondentu bija grūtības atbildēt uz aplūkojamo jautājumu vai arī atbilde vispār netika sniegta (skat. 1. un 2. zīm.).

### 1. zīmējums. Ievērojamākie kultūras pieminekļi Rīgā – nosaukto objektu skaits (%)

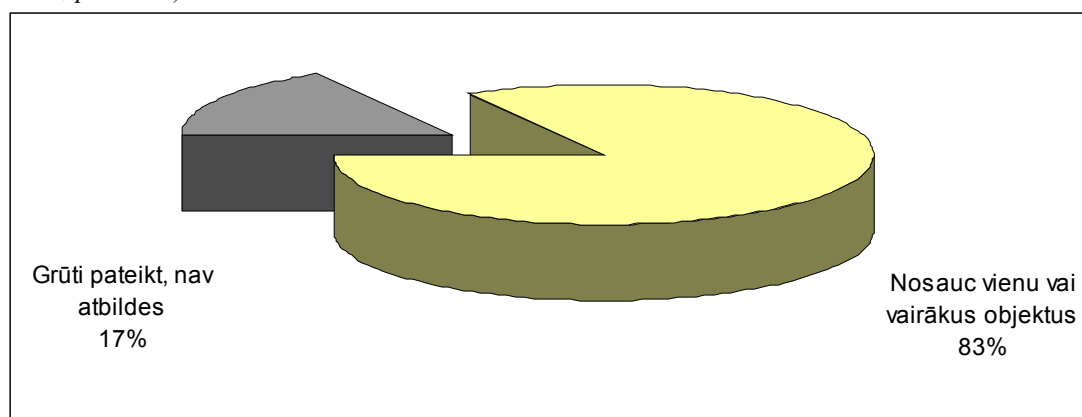
Jautājums: *Kāds, Jūsuprāt, ir ievērojamākais kultūras piemineklis Rīgā (piemēram, ēka vai ēku grupas, kultūrvēsturiska vieta pilsētā, parks utml.)?*



Bāze: visi Rīgā dzīvojošie respondenti, n = 362  
BSZI, 2002

## 2. zīmējums. Ievērojamākie kultūras pieminekļi novados – nosaukto objektu skaits (%)

Jautājums: *Kāds, Jūsuprāt, ir ievērojamākais kultūras piemineklis Jūsu novadā (piemēram, pilsdrupas, muiža, pils utml.)?*



Bāze: visi Rīgā dzīvojošie respondenti,  $n = 665$   
BSZI, 2002

Analizējot pēc sociāli demogrāfiskajiem rādītājiem to Rīgā dzīvojošo grupu, kurai bija grūtības nosaukt vismaz vienu kultūras pieminekli, atklājas, ka tie ir cilvēki ar nepabeigtu pamatizglītību vai pamatizglītību, biežāk krievi un citu tautību pārstāvji, pensionāri un respondenti ar ik mēneša ienākumiem līdz Ls 40. Savukārt, visaugstākā kultūras mantojuma atpazīstamība (spēj nosaukt vairākus kultūras pieminekļus) raksturīga cilvēkiem ar augstāko un vidējo izglītību, iedzīvotājiem vecumā no 45 līdz 54 gadiem, algotiem darbiniekiem, respondentiem ar ik mēneša ienākumiem Ls 81 līdz 100 uz vienu ģimenes locekli.

Arī ārpus Rīgas dzīvojošo respondentu sociāli demogrāfiskais profils augstāk aplūkotajās grupās, kuras raksturo zema vai augsta kultūras mantojuma atpazīstamības pakāpe, būtiski neatšķiras. Atšķirības ir vērojamas attiecībā uz sociālo statusu. Ja rīdzinieku grupā zemāka kultūras mantojuma atpazīstamība vairāk raksturīga pensionāriem, tad ārpus Rīgas dzīvojošo vidū tie biežāk ir respondenti, kas strādā ģimenes uzņēmumā vai zemnieku saimniecībā bez algas.

Latvijas iedzīvotāju izpratne par kultūras mantojumu tika noteikta ar vairāku apgalvojumu palīdzību, par katru no kuriem respondentiem bija jānorāda, cik lielā mērā viņi piekrīt vai nepiekrīt konkrētam apgalvojumam. Aptaujā iekļautie apgalvojumi tika formulēti gan apstiprinājuma, gan nolieguma formā, kas tādējādi ļāva objektīvāk novērtēt aptaujas dalībnieku izpratni par kultūras mantojuma nozīmi. Apgalvojumi tika izstrādāti, balstoties uz Nacionālās programmas “Kultūra” apakšprogrammā “Kultūras mantojums” izvirzītajiem mērķiem nolūkā noteikt, cik

lielā mērā sabiedrība apzinās un izprot šos mērķus. Savu attieksmi respondenti pauda par sekojošiem apgalvojumiem:

1. apgalvojums - Atbildība un rūpes par kultūras mantojumu ir jāuzņemas tikai valstij un pašvaldībām.
2. apgalvojums – Kultūras mantojums un tā izmantošana veicina valsts ekonomisko attīstību.
3. apgalvojums – Kultūras mantojumam ir necīga nozīme Latvijas tēla veidošanā.
4. apgalvojums – Katram iedzīvotājam ir jābūt atbildīgam par kultūras mantojuma saglabāšanu nākamajām paaudzēm.
5. apgalvojums – Kultūras mantojuma saglabāšana neveicina tūrisma attīstību Latvijā.
6. apgalvojums – Kultūras mantojumam ir liela nozīme vienotas sabiedrības veidošanā.

3. zīmējumā ir atspoguļotas respondentu sniegtās atbildes par katru no apgalvojumiem. Rezultātu analīzē tiks summētas atbildes “pilnībā piekrītu”, “drīzāk piekrītu” un atbildes “drīzāk nepiekrītu”, “pilnībā nepiekrītu”. Turklāt iegūtie dati tiks aplūkoti nevis atbilstoši aptaujas anketā ievietoto apgalvojumu secībai, bet gan atbilstoši to saturiskajai atbilstībai.

✓ ***Atbildība un rūpes par kultūras mantojumu ir jāuzņemas tikai valstij un pašvaldībām***

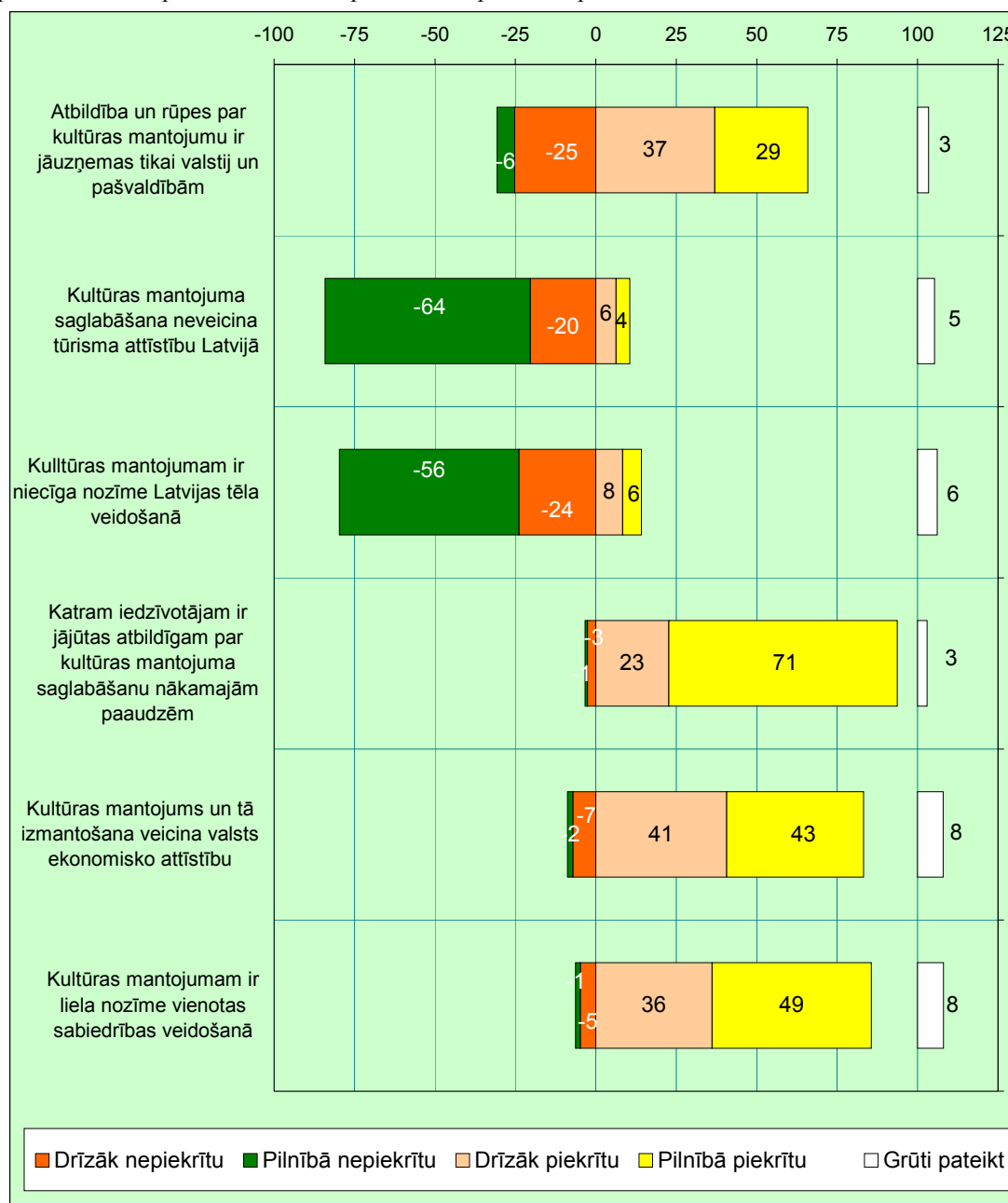
66% aptaujas dalībnieku piekrīt šim apgalvojumam, attiecīgi 31% tam nepiekrīt. Tas liecina, ka apmēram divas trešās daļas respondentu, iespējams, neizprot, ka, pārejot no sociālisma sistēmas uz brīvo ekonomiku, ir jāmainās sabiedrības lomai kultūras mantojuma saglabāšanas jomā – ir nepieciešama sabiedrības līdzdalība, kuras pamatā ir izpratne. Ir jāveicina izpratne par to, kā reāli ikviens sabiedrības loceklis var iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanas darbā, kas nenozīmē tikai finansiālu atbalstu.

Aplūkojot tās grupas, kas nepiekrīt šim apgalvojumam un kurai, iespējams, ir zināma izpratne par sabiedrības līdzdalības nepieciešamību rūpēs par kultūras mantojumu, sociāli demogrāfisko portretu, atklājas sekojošais. Biežāk šim apgalvojumam nav piekritušas sievietes, kā arī respondenti ar vidējo un augstāko izglītību. Vērojama sakarība, ka palielinoties vecumam, samazinās respondentu skaits,

kas nav piekrituši šim apgalvojumam. Tieši gados jauni cilvēki (skolēni, studenti un respondenti vecumā no 15 – 24 gadiem) biežāk atzinuši, ka rūpes par kultūras mantojumu nav jāuzņemas tikai valstij un pašvaldībām, kas vērtējama kā pozitīva tendence sabiedrības līdzdalības veicināšanā nākotnē.

### 3. zīmējums. Attieksme pret kultūras mantojuma nozīmi raksturojošiem apgalvojumiem (%)

Jautājums: Lūdzu, izsakiet savu attieksmi pret sekojošiem apgalvojumiem. Vai Jūs tiem pilnībā piekrītat, drīzāk piekrītat, drīzāk nepiekrītat vai pilnībā nepiekrītat?



Bāze: visi respondenti, n = 1027  
BSZI, 2002

✓ ***Katram iedzīvotājam ir jājūtas atbildīgam par kultūras mantojuma saglabāšanu nākamajām paaudzēm***

Šim apgalvojumam kopumā atbalstu ir izteikuši 94% respondentu, tikai 3% nepiekrīt, ka katram iedzīvotājam ir jājūtas atbildīgam par kultūras mantojuma saglabāšanu nākamajām paaudzēm un 3% bija grūtības formulēt savu attieksmi par šo apgalvojumu. Sociāli demogrāfiskie rādītāji neuzrāda vērā ņemamas atšķirības starp dažādām respondentu grupām.

Šādi rezultāti norāda, ka teorētiski mainās sabiedrības attieksme par savu lomu kultūras mantojuma saglabāšanas jomā. Taču iegūtie dati par attieksmi par 1. apgalvojumu rāda, ka divas trešdaļas Latvijas iedzīvotāju, iespējams, vēl vairāk, ņemot vērā summētās pozitīvās un negatīvās atbildes, reāli neizprot savu lomu kultūras mantojuma saglabāšanas laukā. Tāpēc būtu jāveic pasākumi, kas veicinātu izpratni par to, kā katrs atsevišķais cilvēks var iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanā, piemēram, apmeklējot to.

✓ ***Kultūras mantojums un tā izmantošana veicina valsts ekonomisko attīstību***

Apgalvojumam, ka kultūras mantojums un tā saglabāšana veicina valsts ekonomisko attīstību kopumā piekrīt 83% respondentu, 9% tam nepiekrīt, bet 8% aptaujas dalībnieku bija grūtības paust savu attieksmi par šo apgalvojumu. Līdz ar to var secināt, ka lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju apzinās, ka kultūras mantojums ir reāla ekonomiska vērtība, no kuras ieguvumus var gūt gan valsts kopumā, gan katrs atsevišķais tās pilsonis.

Aplūkojot šīs grupas sociāli demogrāfisko profilu, var secināt, ka biežāk atbalstu šim apgalvojumam ir izteikuši cilvēki ar augstāko izglītību, respondenti vecumā no 45 – 54 gadiem (ir vērojama tendence, ka noraidošu attieksmi biežāk pauduši gados jauni (15 – 24 gadi) un veci cilvēki (65 – 74 gadi)), darba devēji un savos ģimenes uzņēmumos vai zemnieku saimniecībās strādājošie aptaujas dalībnieki, kā arī tie, kuru ik mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli ir Ls 81 – 100. Taču informētība par kultūras mantojumu kā tautsaimniecisku resursu ir jāveicina, ņemot vērā, ka aplūkojamajam apgalvojumam pilnībā piekrīt 43% aptaujāto, bet 41% drīzāk piekrīt nekā nepiekrīt, proti, šīs grupas izpratne par kultūras mantojuma kā valsts ekonomiku veicinošu faktoru nav pilnīga. Bez tam 17% respondentu, summējot negatīvās atbildes, kā arī atbildes “grūti pateikt”, nav izpratnes, vai arī tā ir ļoti zema, par kultūras mantojuma lomu valsts ekonomiskās attīstības veicināšanā. Sociāli

demogrāfiskā šīs grupas analīze parāda, ka šajā grupā lielāko tiesu ir gados veci cilvēki (65 – 74 gadi), respondenti ar zemu izglītības līmeni (nepabeigta pamatizglītība vai pamatizglītība), ekonomiski neaktīvie iedzīvotāji (bezdarbnieki, pensionāri, mājsaimnieces), aptaujātie ar zemākiem ik mēneša ienākumiem (līdz Ls 60), kā arī Zemgalē un Latgalē dzīvojošie respondenti.

✓ ***Kultūras mantojuma saglabāšana neveicina tūrisma attīstību Latvijā***

Šim apgalvojumam nepiekrīt 84% respondentu, no kuriem 64% pilnībā nepiekrīt tam, ka kultūras mantojuma saglabāšana neveicina tūrisma attīstību Latvijā. Savukārt, 11% aptaujas dalībnieku piekrīt šim apgalvojumam. Šie dati apstiprina tendences, kas atklājas, apkopojot rezultātus par 2. apgalvojumu. Proti, kaut arī vairākums Latvijas iedzīvotāju apzinās, ka kultūras mantojumu var izmantot tūrisma un līdz ar to ekonomikas attīstībā, tomēr šī izpratne ir nepilnīga. To apliecina fakts, ka, summējot negatīvās atbildes, atbildes “grūti pateikt, kā arī “drīzāk piekrītu”, atklājas, ka viena trešā daļa nav pilnībā pārliecināti, ka kultūras mantojuma saglabāšana spēlē noteiktu lomu tūrisma attīstības veicināšanā. Arī, aplūkojot šo grupu sociāli demogrāfiskās pazīmes nav vērojamas būtiskas atšķirības salīdzinājumā ar iegūtajiem rezultātiem par 2. apgalvojumu. Vienīgi interesanti, ka latvieši biežāk nekā krievi un citu tautību pārstāvji nav piekrituši tam, ka kultūras mantojums un tā saglabāšana neveicina tūrisma attīstību. Iepriekš aplūkotajos jautājumos nebija vērojamas atšķirības respondentu starpā atkarībā no viņu tautības.

✓ ***Kultūras mantojumam ir niecīga nozīme Latvijas tēla veidošanā***

14% aptaujāto uzskata, ka kultūras mantojumam ir niecīga nozīme Latvijas tēla veidošanā. Taču šai grupai, iespējams, pievienojas arī 6% respondentu, kas nesniedza konkrētu atbildi uz šo jautājumu. Līdz ar to vienai piektajai daļai jeb 20% Latvijas iedzīvotāju ir zems izpratnes līmenis par kultūras mantojuma nozīmi valsts tēla un identitātes veidošanā. Šajā grupā biežāk ietilpst respondenti ar zemu izglītības līmeni (nepabeigta pamatizglītība vai pamatizglītība), krievi, bet jo īpaši citu tautību pārstāvji, nepilsoņi, gados veci cilvēki (65 –74 gadi), bezdarbnieki un pensionāri, latgalieši, kā arī aptaujātie ar ik mēneša ienākumiem uz vienu ģimenes locekli līdz Ls 60. Uzmanību piesaista fakts, ka atšķirībā no iepriekš aplūkotajiem apgalvojumiem parādās atšķirības pilsoņu un nepilsoņu attieksmē.

Apgalvojumam, ka kultūras mantojumam ir niecīga nozīme Latvijas tēla veidošanā nepiekrīt 80% respondentu, kas norāda uz to, ka lielākā daļa tomēr vairāk vai mazāk apzinās, ka ir iespējama Latvijas tēla veidošana ar kultūras mantojuma palīdzību. Šīs grupas sociāli demogrāfiskais raksturojums ir sekojošs – tie ir respondenti ar augstāko izglītību, biežāk latvieši un Latvijas Republikas pilsoņi, atbilstoši sociālajam statusam tie ir darba devēji un skolēni, studenti, respondenti ar augstākiem ik mēneša ienākumiem uz vienu ģimenes locekli (Ls 61 – 80 un Ls 101 un vairāk), citās Latvijas pilsētās (izņemot Rīgu un sešas lielākās Latvijas pilsētas) dzīvojošie, kā arī vidzemnieki un kurzemnieki.

✓ ***Kultūras mantojumam ir liela nozīme vienotas sabiedrības veidošanā***

Nacionālās programmas “Kultūra” apakšprogrammā “Kultūras mantojums” ir norādīts uz kultūras mantojuma nozīmi dažādu sabiedrības sociālo, politisko un nacionālo slāņu integrācijas veicināšanā. Respondentu attieksme pret 6. apgalvojumu atspoguļo viņu izpratni šajā jautājumā. Rezultāti liecina, ka puse Latvijas iedzīvotāju pilnībā piekrīt tam, ka kultūras mantojumam ir liela nozīme vienotas sabiedrības veidošanā, un kopumā šim apgalvojumam piekrīt 86% aptaujas dalībnieku. Savukārt, 6% šim apgalvojumam nepiekrīt, bet 8% nespēja konkrēti formulēt savu attieksmi. Šajās grupās biežāk ietilpst aptaujas dalībnieki ar zemu izglītības līmeni, ienākumiem līdz Ls 60 uz vienu ģimenes locekli mēnesī, cittautieši (izņemot krievus), kā arī Latgalē dzīvojošie. Savukārt, tie respondenti, kas apzinās kultūras mantojuma nozīmi vienotas sabiedrības izveidošanā, biežāk ir cilvēki ar vidējo un augstāko izglītību, ar ik mēneša ienākumiem, kas pārsniedz Ls 61 uz vienu ģimenes locekli, vecumā no 35 līdz 64 gadiem, kā arī darba devēji.

Tādējādi, balstoties uz iegūtajiem rezultātiem par 3. un 6. apgalvojumiem, var izvirzīt pieņēmumu, ka lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju pilnībā vai daļēji izprot kultūras mantojuma kā valstiskās identitātes un piederības veidojošā faktora lomu.

### 3. INFORMĀCIJAS PAR KULTŪRAS MANTOJUMU PIEEJAMĪBA

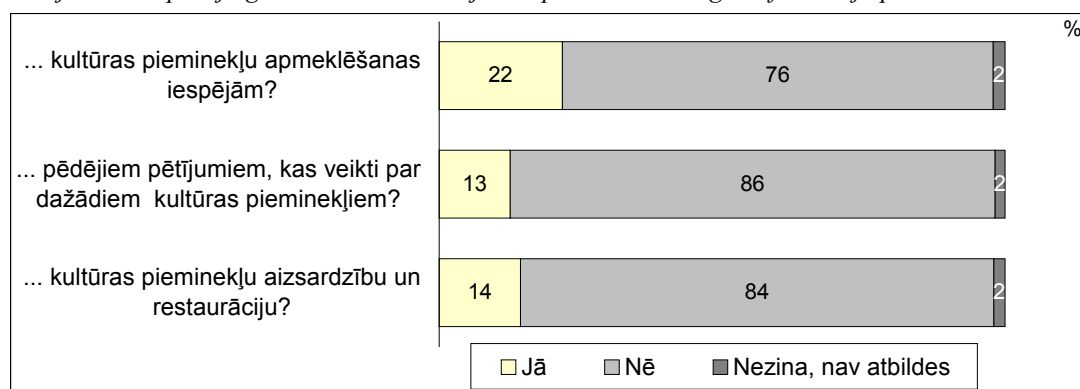
Kultūras mantojuma saglabāšanu un sabiedrības iesaistīšanos šajā procesā lielā mērā nosaka gan izpratne, gan informētība. Lai īstenotu mērķus, kas saistīti ar kultūras mantojuma saglabāšanu un tā izmantošanu gan ekonomiskajā attīstībā, gan valstiskās identitātes un piederības nostiprināšanā un veidošanā, par vienu no prioritārajiem virzieniem Nacionālās programmas “Kultūra” apakšprogrammā “Kultūras mantojums” ir akcentēta kultūras mantojuma pieejamība un sabiedrības informētība. Tāpēc arī viens no pētījuma uzdevumiem bija noskaidrot, vai un cik lielā mērā iedzīvotāji interesējas par kultūras mantojumu, vai viņi izrādi aktivitāti nepieciešamās informācijas iegūšanā un kā viņi vērtē iegūto informāciju. Nolūkā veicināt sabiedrības informētību, tika noskaidroti biežāk izmantotie informācijas avoti, kurus iedzīvotāji izmanto, lai iegūtu dažāda satura ziņas par kultūras mantojumu Latvijā.

#### 3.1. Uzvedība informācijas ieguves nepieciešamības gadījumā

Jautāti, vai pēdējā gada laikā jums ir bijusi nepieciešamība iegūt informāciju par kultūras pieminekļu apmeklēšanas iespējām, pētījumiem, kas veikti par kultūras pieminekļiem, vai par kultūras pieminekļu aizsardzību un restaurāciju, lielākā daļa respondentu sniedza noliedzošu atbildi (4. zīm.).

#### 4. zīmējums. Nepieciešamība iegūt informāciju par kultūras pieminekļiem (%)

Jautājums: Vai pēdējā gada laikā Jums ir bijusi nepieciešamība iegūt informāciju par ...



Bāze: visi respondenti, n = 1027

BSZI, 2002

Visbiežāk aptaujas dalībniekiem ir bijusi nepieciešamība iegūt informāciju par kultūras pieminekļu apmeklēšanas iespējām – šādi atbildējuši ir 22% respondentu. Noliedzošu atbildi uz šo jautājumu ir snieguši 76% aptaujas dalībnieku.

Aplūkojot šos rezultātus atbilstoši sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, ir redzams, ka nepieciešamība pēc informācijas par kultūras pieminekļu apmeklēšanas iespējām biežāk ir bijusi sievietēm, respondentiem ar augstāko izglītību, jaunākajām vecuma grupām (15 – 24 gadi, 25 – 34 gadi, 35 – 44 gadi), aptaujas dalībniekiem ar vidējiem ik mēneša ienākumiem uz vienu ģimenes locekli Ls 81 un vairāk, kā arī Zemgalē dzīvojošajiem. Savukārt, iedzīvotāju grupā, kuriem nav bijusi vajadzība uzzināt, kādas ir iespējas apmeklēt kultūras pieminekļus, vairāk ietilpst vīrieši, respondenti ar zemāku izglītības līmeni (nepabeigta pamatizglītība, pamatizglītība vai vidējā izglītība), iedzīvotāji vecumā no 65 līdz 74 gadiem, aptaujātie ar zemiem ik mēneša ienākumiem (līdz Ls 60 uz vienu ģimenes locekli). Atbilstoši sociālajam statusam tie biežāk ir pensionāri, bezdarbnieki, kā arī savos ģimenes uzņēmumos vai zemnieku saimniecībās strādājošie, proti, cilvēki, kuriem, iespējams, nav līdzekļu un laika kultūras pieminekļu apmeklēšanai.

Retāk respondentiem bijusi nepieciešamība iegūt informāciju par pēdējiem pētījumiem, kas veikti par dažādiem kultūras pieminekļiem. Šādas ziņas bijušas vajadzīgas 13% respondentu, savukārt, 86% iedzīvotāju interese par šo jautājumu nav bijusi.

Tikai nedaudz vairāk kā vienai desmitajai daļai (14%) aptaujāto pēdējā gada laikā bijusi nepieciešamība iegūt informāciju par kultūras pieminekļu aizsardzību un restaurāciju. Noraidoši uz šo jautājumu atbildējuši attiecīgi 84% respondentu. Atlikušie 2% nav snieguši konkrētu atbildi.

Sociāli demogrāfiskais abu grupu – to, kuriem ir bijusi nepieciešamība pēc noteiktas informācijas, un to, kuriem tā nav bijusi - portrets abos šajos jautājumos būtiski neatšķiras no augstāk aplūkotā jautājuma (nepieciešamība iegūt informāciju par kultūras pieminekļu apmeklēšanas iespējām). Taču jāpiebilst, ka informāciju par pēdējiem pētījumiem, kas veikti par dažādiem kultūras pieminekļiem, kā arī par kultūras pieminekļu aizsardzību un restaurāciju biežāk ir vēlējušies iegūt gados jauni cilvēki (15 – 24 gadi), studenti un skolēni.

Respondentu skaits, kuriem ir bijusi nepieciešamība iegūt dažāda satura informāciju par kultūras pieminekļiem, ir neliels – vidēji nedaudz mazāk kā viena piektā daļa aptaujāto. Nepieciešamo informāciju iegūt ir mēģinājušas divas trešās daļas jeb 65% respondentu, bet viena trešā daļa, ko sastāda 34% aptaujāto, no tiem, kuriem bija nepieciešamība pēc jebkādas informācijas par kultūras pieminekļiem, nav centusies noskaidrot sevi interesējošos jautājumus. 1% nav sniedzis konkrētu atbildi.

Sociāli demogrāfiskā šī jautājuma analīze atklāj, ka biežāk mēģinājuši iegūt informāciju ir respondenti ar augstāko izglītību, sievietes, citās Latvijas pilsētās (izņemot Rīgu un sešas lielākās pilsētas), Vidzemē un Kurzemē dzīvojošie, aptaujātie ar ik mēneša ienākumiem uz vienu ģimenes locekli Ls 81 – 100, kā arī citu tautību pārstāvji (izņemot krievus). Pasīvāki savos centienos iegūt interesējošās ziņas ir bijuši vīrieši, respondenti vecumā no 35 – 44 gadiem, bezdarbnieki, rīdzinieki un aptaujātie ar augstiem ik mēneša ienākumiem (Ls 101 un vairāk).

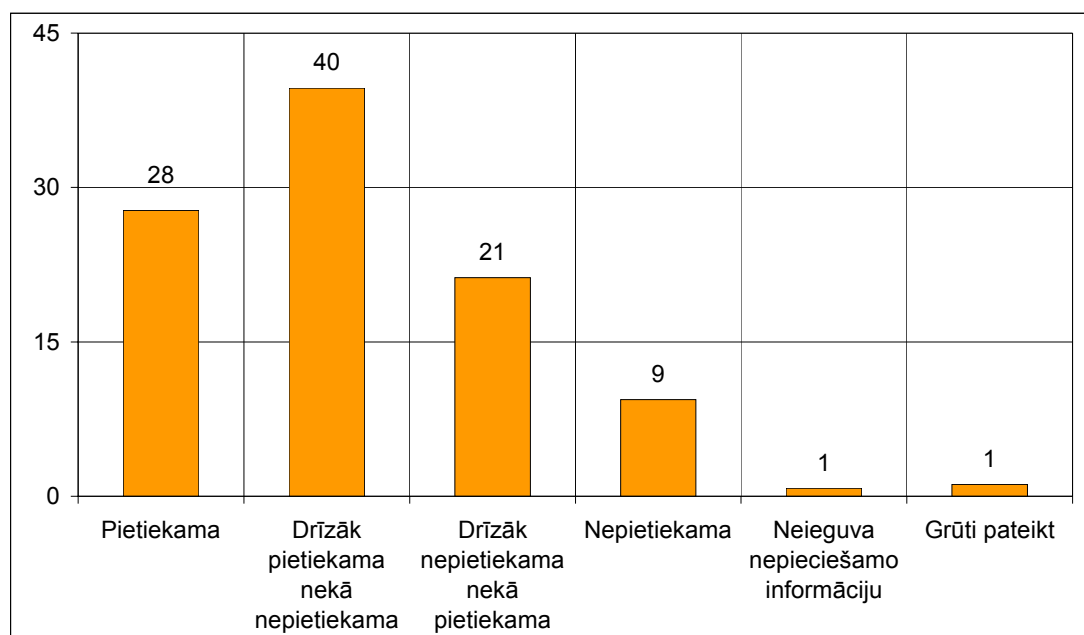
Kopumā var secināt, ka pētījuma rezultāti par šajā sadaļā aplūkoto jautājumiem liecina par zemu iedzīvotāju interesi par kultūras mantojumu. Līdz ar to pirms pievērsties sabiedrības informētības veicināšanai, būtu nepieciešams sekmēt iedzīvotāju interesi par kultūras mantojumu un tā izmantošanas iespējām.

### 3.2. Informācijas kvalitātes vērtējums respondentu skatījumā

Respondentiem, kuriem pēdējā gada laikā ir bijusi nepieciešamība pēc informācijas par kultūras pieminekļiem un kuri ir mēģinājuši to iegūt, aptaujas ietvaros bija jānovērtē iegūtās informācijas kvalitāte.

### 5. zīmējums. Iegūtās informācijas par kultūras pieminekļiem vērtējums (%)

Jautājums: *Kā Jūs vērtējat iegūto informāciju?*



Bāze: *respondenti, kuri ir mēģinājuši iegūt informāciju par kultūras pieminekļiem,*

*n = 183*

*BSZI, 2002*

Kā redzams 5. zīmējumā, 28% respondentu noraidījuši, ka iegūtā informācija ir bijusi pietiekama, 40% atbildējuši, ka tā ir bijusi drīzāk pietiekama nekā nepietiekama. Summējot abas šīs atbilžu grupas, var secināt, ka divas trešās daļas aptaujāto kopumā pozitīvi vērtē iegūtās ziņas. Savukārt, viena trešā daļa jeb 30% respondentu sniedz negatīvu vērtējumu, no tiem 21% aptaujāto atzinuši, ka iegūtā informācija bijusi drīzāk nepietiekama nekā pietiekama, bet 9% interesentu uzskata, ka tā bijusi nepietiekama.

### **3.3. Informācijas ieguves avoti**

Kā redzams 6. zīmējumā, visbiežāk izmantotie informācijas avoti, no kuriem respondenti uzzina par kultūras pieminekļiem un to apmeklēšanas iespējām, ir televīzija (52%) un prese (52%). Nākamais biežāk izmantotais informācijas ieguves avots ir radio (18%), kam seko radi, draugi un paziņas (17%). Informatīvos bukletus izmanto 12% respondentu, bet izdevumi par kultūras pieminekļiem kā informācijas avots kalpo 8% iedzīvotāju. Tādejādi var secināt, ka masu mēdiji ieņem vadošo pozīciju citu informācijas avotu vidū.

Televīziju biežāk kā citas grupas par informācijas avotu izmanto gados veci cilvēki (55 – 64 gadi un 65 – 74 gadi), pensionāri un cilvēki, kas strādā ģimenes uzņēmumā vai zemnieku saimniecībā bez atalgojuma, citās pilsētās un ciematos, ciemos un laukos dzīvojošie. Salīdzinoši retāk informāciju par kultūras pieminekļiem televīzijā ir ieguvuši krievu tautības respondenti.

No laikrakstiem informāciju biežāk uzzina respondenti ar augstāko izglītību, uzņēmēji, vecuma grupas no 35 – 54 gadi, kā arī iedzīvotāji, kuru ik mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli ir Ls 61 – 80, rajonu centros un laukos dzīvojošie aptaujas dalībnieki.

No izdevumiem par kultūras pieminekļiem, no interneta, kā arī no informatīvajiem bukletiem un ceļvežiem biežāk informāciju smeļas respondenti ar augstāko izglītību, latvieši, vecuma grupa no 15 – 24 gadiem, atbilstoši sociālajam statusam tie biežāk ir studenti un skolēni, savukārt, ienākumi uz vienu cilvēku mēnesī šo respondentu ģimenēs ir Ls 101 un vairāk, kā arī rīdzinieki.

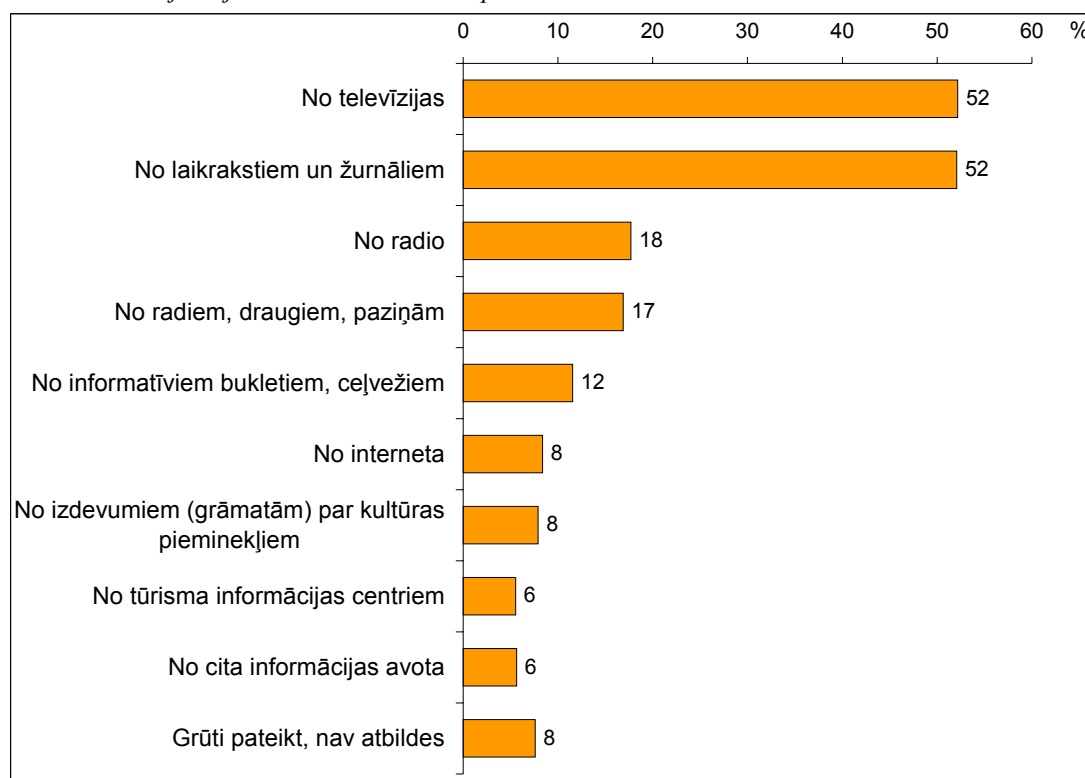
Šādi rezultāti liecina par to, ka iedzīvotāji neatkarīgi no informācijas rakstura un satura to smeļas no tiem avotiem, kas viņiem ir pieejamāki. Tā piemēram, gados veci cilvēki biežāk izmanto televīziju un retos gadījumos tādus informācijas avotus kā

specializētos izdevumus, tūrisma informācijas centrus un neviens no gados vecajiem aptaujas dalībniekiem nav izmantojis internetu. Savukārt, gados jaunu cilvēku izmantoto informācijas avotu klāsts ir ļoti daudzveidīgs. Līdzīgas sakarības ir vērojamas informācijas avotu daudzveidības un izglītības līmeņa starpā. Cilvēkiem ar augstāko izglītību ir raksturīga izmantoto informācijas avotu dažādība.

## 6. zīmējums. Informācijas par kultūras pieminekļiem ieguves avoti (%)

Jautājums: No kurienes Jūs parasti uzzināt par dažādiem kultūras pieminekļiem un to apmeklēšanas iespējām?

Vairāku atbilžu jautājums: % summa lielāka par 100%



Bāze: visi respondenti, n = 1027

BSZI, 2002

Līdz ar to var secināt, ka informācija par kultūras pieminekļiem ir jāizvieto, pirmkārt, masu mēdijās – televīzijā un presē, jo šos informācijas avotus to plašās pieejamības dēļ izmanto visas sociāli demogrāfiskās grupas. Otrkārt, rezultāti liecina, ka informāciju nepieciešams izvietot arī tādos informācijas ieguves avotos kā internets, specializētie izdevumi un informatīvie bukleti un ceļveži, jo šos avotus labprāt izmanto gados jauni cilvēki un respondenti ar augstāku izglītības līmeni, kuriem, iespējams, nepieciešama izsmeļošāka informācija par dažādiem ar kultūras pieminekļiem saistītiem jautājumiem.

#### **4. IESAISTĪŠANĀS PAKĀPE KULTŪRAS MANTOJUMA SAGLABĀŠANAS JOMĀ**

Nacionālās programmas “Kultūra” apakšprogrammā “Kultūras mantojums” norādīts, ka kultūras mantojuma saglabāšanas garants ir tā izmantošana, kas, protams, ir tikai viens no kultūras mantojuma saglabāšanas veidiem. Taču tas ir visvienkāršākais veids, kā ikviens iedzīvotājs spēj iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanā. Tāpēc viens no pētījuma uzdevumiem bija noskaidrot, vai un cik lielā mērā Latvijas iedzīvotāji iesaistās un ir gatavi iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanas darbā, apmeklējot kultūras pieminekļus un piedaloties dažādās ar kultūras mantojuma saglabāšanu saistītās akcijās, kā piemēram, ziedošana, diskusijas un aptaujas, līdzdalība izpētes darbos un talkās nolūkā sakopt noteiktu kultūras pieminekli. Tāpat tika noskaidrota arī iedzīvotāju gatavība turpmāk piedalīties kultūras mantojuma saglabāšanā, jautājot, vai viņi piedalītos dažādās akcijās, ja tiktu apdraudēta kāda kultūras pieminekļa saglabāšana.

##### **4.1. Iesaistīšanās kultūras mantojuma saglabāšanā**

Viena trešā daļa jeb 35% respondentu pēdējā gada laikā ir devušies braucienā vai pārgājienā nolūkā apmeklēt kādu Latvijas kultūras pieminekli, bet divas trešās daļas, kas sastāda 64% aptaujāto, to nav darījuši. Tas liecina par samērā zemu iedzīvotāju aktivitāti kultūras pieminekļu apmeklēšanā un izmantošanā.

Aplūkojot šo jautājumu pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, ir iespējams izdalīt divas iedzīvotāju grupas, no kurām vienā ietilpst aktīvāki kultūras pieminekļu apmeklētāji, bet otrā – pasīvākie iedzīvotāji:

a. Kultūras pieminekļus biežāk ir apmeklējušas sievietes, respondenti ar augstāko izglītību, latvieši, jaunākās vecuma grupas (15 – 24 gadi, 25 – 34 gadi un 35 – 44 gadi), atbilstoši sociālajam statusam tie biežāk ir uzņēmēji un skolēni, studenti, ienākumi uz vienu ģimenes locekli mēnesī šo respondentu ģimenēs sastāda Ls 81 un vairāk.

b. Kultūras pieminekļu neapmeklētāji biežāk ir vīrieši, respondenti ar zemāku izglītības līmeni (nepabeigta pamatizglītība, pamatizglītība un vidējā izglītība), krievi un cittautieši, iedzīvotāji vecumā no 55 – 74 gadiem, ekonomiski

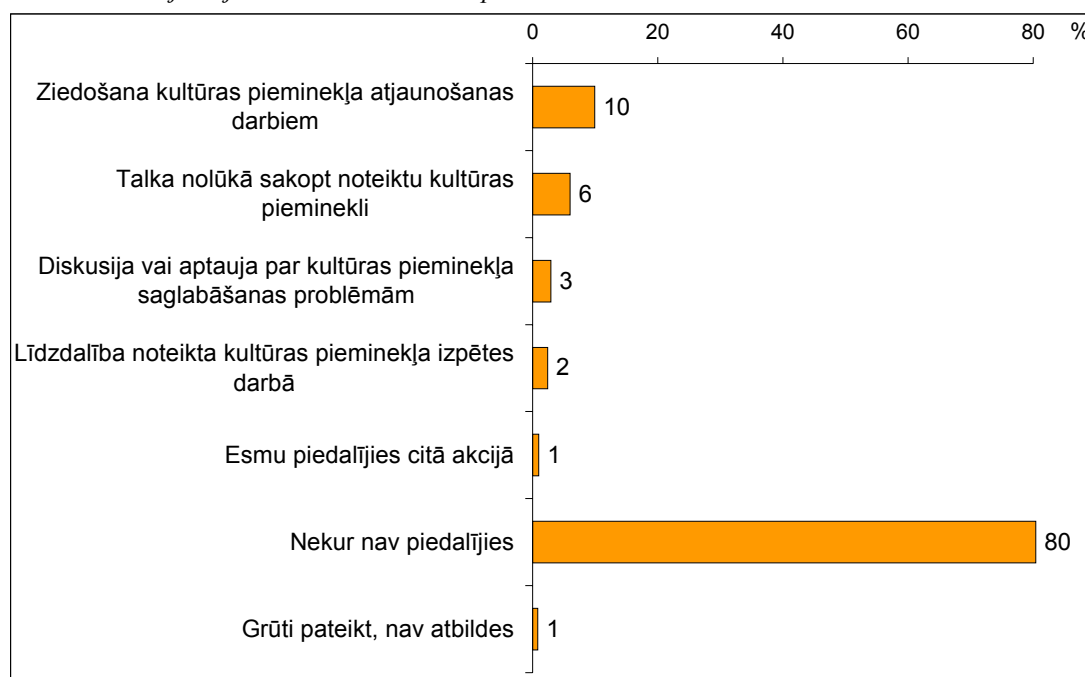
neaktīvie aptaujas dalībnieki, īpaši bezdarbnieki un pensionāri, kā arī cilvēki ar zemiem ik mēneša ienākumiem – līdz Ls 60.

Pavisam nedaudz pētījuma dalībnieku – 4% - ir piedalījušies kādā Eiropas kultūras mantojuma dienu pasākumā šā gada septembra mēnesī. 95% atzīst, ka nav piedalījušies nevienā no minētajiem pasākumiem. Sociāli demogrāfiskā šī jautājuma analīze neatklāj vērā ņemamas atšķirības šo divu grupu starpā. Vienīgi var secināt, ka nedaudz aktīvāki bijuši cilvēki ar augstāko izglītību un rīdzinieki. Iespējams, iedzīvotāji bija slikti informēti par šiem pasākumiem, taču lielā mērā šādi rezultāti liecina arī par to, ka sabiedrībā ir ļoti zema interese par kultūras mantojumu un tā nozīmi cilvēka un valsts dzīvē.

### 7. zīmējums. Piedalīšanās kādā ar kultūras mantojuma saglabāšanu saistītā akcijā (%)

Jautājums: Vai pēdējā gada laikā Jūs esat piedalījies / - usies kādā no sekojošām akcijām?

Vairāku atbilžu jautājums: % summa lielāka par 100%



Bāze: visi respondenti, n = 1027

BSZI, 2002

Kā redzams 7. zīmējumā, iedzīvotāju aktivitāte, iesaistoties dažādās ar kultūras mantojuma saglabāšanu saistītās akcijās, ir zema. 80% respondentu ir norādījuši, ka nav piedalījušies nevienā akcijā pēdējā gada laikā. Visbiežāk respondenti ir piedalījušies ziedošanā kultūras pieminekļa atjaunošanas darbiem. Šādi atbildējuši ir 10% aptaujāto. 6% respondentu ir piedalījušies talkā nolūkā sakopt noteiktu kultūras pieminekli. Tikai 3% iedzīvotāju atzinuši, ka ir iesaistījušies

diskusijā vai aptaujā par kultūras pieminekļa saglabāšanas problēmām, savukārt, izpētes darbā iesaistījušies ir 2% respondentu. Šī jautājuma analīze atbilstoši sociāli demogrāfiskajiem rādītājiem atklāj, ka biežāk dažādās akcijās ir piedalījušies respondenti ar augstāko izglītību, latvieši un ekonomiski aktīvie iedzīvotāji. Savukārt, pasīvāki ir respondenti ar zemāku izglītības līmeni (nepabeigta pamatizglītība, pamatizglītība un vidējā izglītība), krievi un cittautieši, gados veci cilvēki (vecuma grupa no 65 līdz 74 gadiem), nestrādājošie – pensionāri, bezdarbnieki un mājsaimnieces, kā arī aptaujātie ar zemiem ik mēneša ienākumiem uz vienu ģimenes locekli (līdz Ls 60).

Rezultāti norāda uz to, ka iedzīvotāji labprātāk iesaistās akcijās, kas ir vērtējamā kā vienreizējas un neprasa no viņiem pārāk daudz laika, piemēram, ziedošana, kā arī aktivitātēs, kurām ir redzams reāls rezultāts, piemēram, talka. Līdzdalība diskusijās un izpētes darbā prasa no cilvēka, pirmkārt, ieinteresētību un izpratni par noteikto situāciju un kultūras pieminekli, otrkārt, lielākus laika resursus. Sociāli demogrāfiskā analīze tikai apstiprina informētības un izpratnes nozīmi sabiedrības iesaistīšanas kultūras mantojuma saglabāšanas jomā. Turklāt pētījuma rezultāti par iedzīvotāju izpratni par kultūras mantojuma nozīmi (sadaļa 3.2.) ļāva izdalīt tieši tādas pašas sociāli demogrāfiskās grupas kā šajā sadaļā. Tādējādi var secināt, ka pastāv sakarība starp iedzīvotāju izpratni par kultūras mantojuma nozīmi un iesaistīšanās pakāpi kultūras mantojuma saglabāšanas jomā. Proti, jo lielāka izpratne un informētība, jo augstāka aktivitātes pakāpe.

#### **4.2. Gatavība iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanā**

Salīdzinājumā ar pašreizējo iedzīvotāju aktivitāti kultūras mantojuma saglabāšanas jomā, viņu gatavība nākotnē piedalīties šajā darbā ir daudz lielāka. 8. zīmējumā ir atspoguļoti pētījuma rezultāti par respondentu gatavību iesaistīties dažādās akcijās, kas saistītas ar kultūras pieminekļu saglabāšanu.

Nepilna vienā trešā daļa jeb 28% respondentu nepiedalītos nevienā no minētajām akcijām. Sociāli demogrāfiskais šīs grupas portrets neatšķiras no tās grupas sociāli demogrāfiskā raksturojuma, kas pēdējā gada laikā nav piedalījušies nevienā no akcijām, kas saistītas ar kultūras pieminekļu saglabāšanu. Šajā grupā vairāk ietilpst respondenti ar nepabeigtu pamatizglītību un pamatizglītību, krievi un cittautieši,

gados veci cilvēki (65 – 74 gadi), ekonomiski neaktīvie iedzīvotāji un respondenti ar zemiem ienākumiem, kas nepārsniedz Ls 60 uz vienu ģimenes locekli.

Tāpat kā jautājumā par esošo līdzdalību dažādās akcijās, arī jautājumā par gatavību tajās piedalīties visbiežāk atbalstītās akcijas ir ziedošana un talka. 42% respondentu atzinuši, ka viņi būtu gatavi piedalīties talkā nolūkā sakopt kādu kultūras pieminekli, kura saglabāšana ir apdraudēta, savukārt, ziedošanā piedalīties būtu gatavi 32% aptaujas dalībnieku.

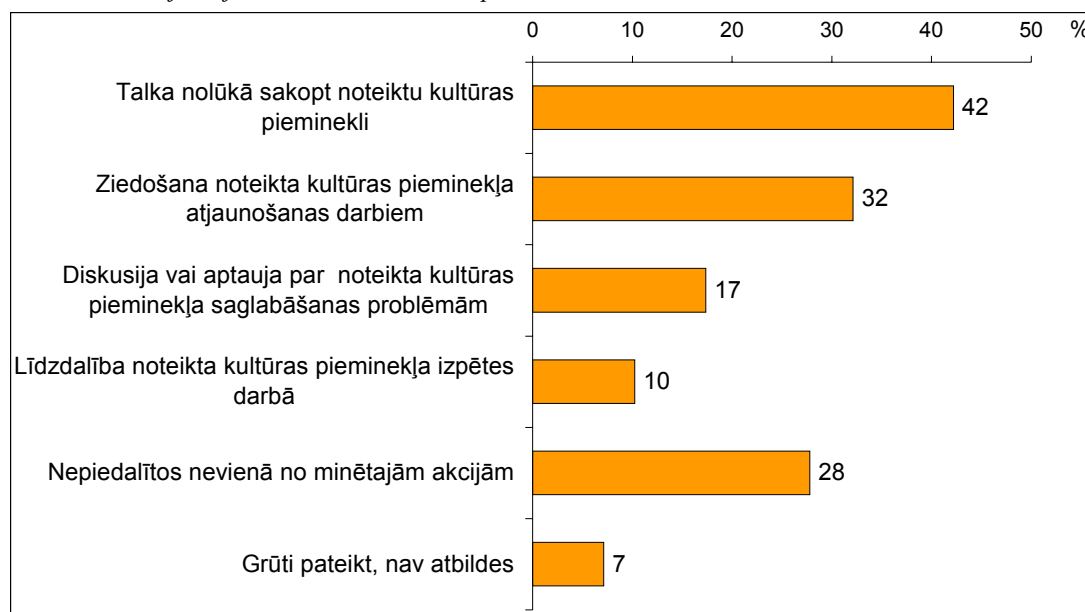
Jau gandrīz uz pusi mazāks skaits iedzīvotāju (17%) ir izteikuši gatavību piedalīties diskusijās vai aptaujās par noteikta kultūras pieminekļa saglabāšanas problēmām. To, iespējams, izskaidro fakts, ka iedzīvotāji neapzinās interešu grupu kā politikas veidotāju un ietekmētāju lomu lēmumu pieņemšanā. Bez tam sabiedrībai ir zema ticība tam, ka viņa spēj ietekmēt procesus, attiecībā uz kuriem galīgos lēmumus pieņem noteiktas valsts vai pašvaldības institūcijas. Visbeidzot sabiedrībai trūkst pozitīvās pieredzes attiecībā uz tās pozitīvo ietekmējošo lomu politikas veidošanas un lēmumu pieņemšanas procesā.

Visretāk – 10% gadījumu – respondenti ir gatavi piedalīties kultūras pieminekļu izpētes darbā.

## 8. zīmējums. Gatavība piedalīties kādā ar kultūras mantojuma saglabāšanu saistītā akcijā (%)

*Jautājums: Vai Jūs piedalītos kādā no sekojošām akcijām, ja tiktu apdraudēta noteikta kultūras pieminekļa saglabāšana?*

*Vairāku atbilžu jautājums: % summa lielāka par 100%*



*Bāze: visi respondenti, n = 1027*

*BSZI, 2002*

Aplūkojamo akciju potenciālo dalībnieku sociāli demogrāfiskās pazīmes ir lielā mērā kopīgas – augsts izglītības līmenis, latvieši, strādājošie, ar ik mēneša ienākumiem Ls 81 – 100 vai Ls 101 un vairāk. Tomēr katras akcijas iespējamo dalībnieku sociāli demogrāfiskās pazīmes nedaudz atšķiras atkarībā no konkrētās akcijas. Tā piemēram, ziedošanā labprātāk piedalītos cilvēki ar lielākiem ienākumiem (virs Ls 101), Rīgā, Vidzemē un Zemgalē dzīvojošie. Savukārt, talkā gatavi piedalīties būtu gan respondenti ar augstāko, gan ar vidējo izglītību, rajonu centros un laukos dzīvojošie, vecumā no 25 – 64 gadiem. Diskusijā vai aptaujā piedalītos gados jauni cilvēki (15 – 34 gadi), ģimenes uzņēmumos vai zemnieku saimniecībās strādājošie, kā arī skolēni un studenti. Visbeidzot izpētes darbā biežāk būtu gatavi iesaistīties strādājošie un skolēni, studenti, kā arī jaunāko vecuma grupu pārstāvji (15 – 24 gadi un 25 – 34 gadi).

Šie rezultāti apstiprina iepriekšējā sadaļā izvirzītos secinājumus par akciju raksturu, kurās iedzīvotāji labprātāk iesaistās un būtu gatavi iesaistīties arī nākotnē. Proti, tās ir vienreizējas akcijas, kurām nav nepieciešami lieli laika resursi, ir redzams reāls rezultāts un nav vajadzīga dziļa izpratne par problēmu. Tāpat apstiprinās sakarība starp izpratni un gatavību iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanas darbā. Grupu, kuras pēdējā gada laikā nav piedalījušās nevienā akcijā, kā arī nākotnē negatavojas šādās akcijās piedalīties un kurām ir zems informētības un izpratnes līmenis par kultūras mantojuma nozīmi cilvēka un valsts dzīvē, sociāli demogrāfiskais portrets neatšķiras.

Salīdzinot Latvijas iedzīvotāju gatavību iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanā un viņu viedokli par to, kam ir jāuzņemas rūpes un atbildība par kultūras mantojumu, var secināt, ka salīdzinoši lielāka daļa sabiedrības uzskata, ka valstij un pašvaldībām ir jā rūpējas par kultūras mantojumu, bet pašu iedzīvotāju gatavība iesaistīties šajā darbā ir krietni vien zemāka. Turklāt tā izsmeļas ar gatavību piedalīties ziedošanā un talkās, kas ir zināmā mērā vērtējamas kā vienkāršas akcijas.

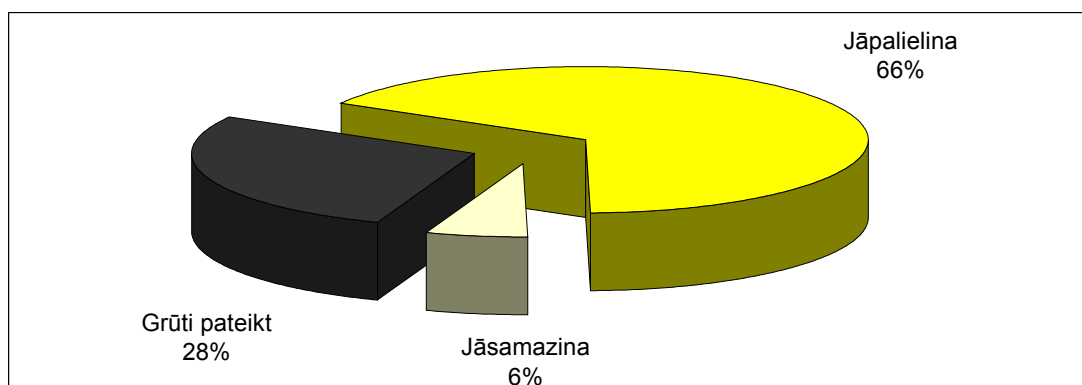
#### **4.3. Viedoklis par valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaita dinamiku**

Šobrīd Latvijā kopumā ir 8428 valsts aizsargājamie kultūras pieminekļi, un, kā atzina VKPAI vadītājs Juris Dambis, speciālistu viedokļi attiecībā uz šo objektu

skaita dinamiku dalās – daļa uzskata, ka valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaits būtu jāsamazina, bet citi domā, ka šis skaits ir palielināms. Līdz ar to pētījuma ietvaros bija būtiski noskaidrot, kāds ir sabiedrības viedoklis šajā jautājumā.

### 9. zīmējums. Valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaita dinamika (%)

Jautājums: Vai, Jūsaprāt, valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaits būtu jāpalielina vai jāsamazina ?



Bāze: visi respondenti, n = 1027  
BSZI, 2002

Apkopojot iegūtos rezultātus atklājas, ka saskaņā ar divu trešo daļu respondentu viedokli valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaits būtu jāpalielina, 6% domā, ka šis skaits būtu jāsamazina, bet 28% aptaujāto nevarēja konkrēti atbildēt uz šo jautājumu (9. zīm.).

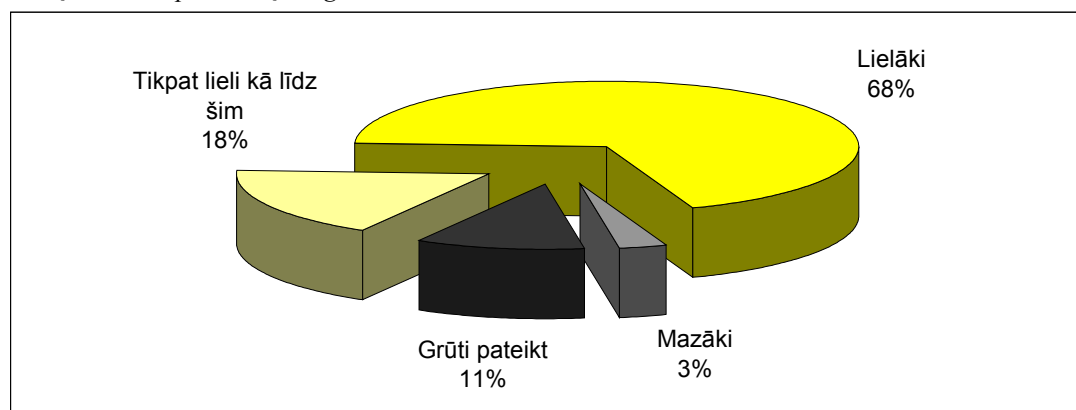
Sociāli demogrāfiskā šī jautājuma analīze būtiskas atšķirības respondentu starpā neuzrāda. Nepastāv nekādas atšķirības atbilstoši tādām pazīmēm kā dzimums, tautība un pilsonība. Tajā pašā laikā ir vērojamas atsevišķas tendences. Pieaugot respondentu vecumam, palielinās to aptaujāto skaits, kuriem ir bijušas grūtības sniegt konkrētu atbildi uz šo jautājumu, savukārt samazinās iedzīvotāju skaits, kas domā, ka valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaits būtu jāpalielina. Tāpat palielinoties izglītības līmenim, pieaug to respondentu skaits, kas uzskata, ka aizsargājamo kultūras pieminekļu skaits būtu jāpalielina, un samazinās to skaits, kuri nesniedza konkrētu atbildi.

Līdzīga aina atklājas, aplūkojot rezultātus jautājumā par valsts finansiālo līdzekļu piešķiršanu kultūras pieminekļu saglabāšanai. 68% iedzīvotāju atzīst, ka, viņuprāt, piešķiramo līdzekļu apjoms būtu jāpalielina, 18% domā, ka šim nolūkam

atvēlēto līdzekļu daudzumam jāpaliek tādām pašām kā līdz šim, tikai 3% uzskata, ka jāpiešķir mazāk naudas, bet 11% bija grūtības atbildēt uz šo jautājumu (10. zīm.).

### 10. zīmējums. Valsts piešķirto finansiālo līdzekļu apjoms kultūras pieminekļu saglabāšanai (%)

Jautājums: Vai, Jūsaprāt, valstij būtu jāpiešķir tikpat lieli kā līdz šim, lielāki vai mazāki finansiālie līdzekļi kultūras pieminekļu saglabāšanai?



Bāze: visi respondenti, n = 1027  
BSZI, 2002

To respondentu vidū, kuri uzskata, ka finansiālie līdzekļi ir jāpalielina, biežāk ir aptaujātie ar augstāko izglītību, latvieši, Latvijas Republikas pilsoņi, kā arī iedzīvotāji ar augstiem ik mēneša ienākumiem (Ls 101 un vairāk). Viedokli, saskaņā ar kuru kultūras pieminekļu saglabāšanai atvēlēto finansiālo līdzekļu apjoms būtu jāsamazina, biežāk pārstāv krievi, cittautieši un nepilsoņi.

Pētījuma rezultāti liecina, ka 78% no tiem respondentiem, kas uzskata, ka ir jāpalielina valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaits, atzīst, ka būtu jāpalielina arī kultūras pieminekļu saglabāšanai piešķirto valsts līdzekļu apjoms. Savukārt, tie aptaujātie, kuri norādījuši, ka aizsargājamo kultūras pieminekļu skaits ir jāsamazina, sadalās sekojoši – 33% uzskata, ka līdzekļu apjoms ir jāsamazina līdzšinējais, 39%, ka jāpalielina, 41%, ka jāsamazina, bet 7% nesniedza konkrētu atbildi.

Kopumā var secināt, ka respondentu viedokļi nav savstarpēji pretrunīgi, proti, 66% uzskata, ka valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaits ir jāpalielina, un 68% atzīst, ka arī valsts finansiālajam atbalstam kultūras pieminekļu saglabāšanas jomā ir jāpalielinās.

## TABULU SATURS

1. tabula.	Ievērojamākie kultūras pieminekļi Rīgā - nosaukto objektu skaits .....	35
2. tabula.	Ievērojamākie kultūras pieminekļi novados - nosaukto objektu skaits .....	35
3. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu: atbildība un rūpes par kultūras mantojumu ir jāuzņemas tikai valstij un pašvaldībām .....	35
4. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu: kultūras mantojums un tā izmantošana veicina valsts ekonomisko attīstību .....	35
5. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu: kultūras mantojumam ir niecīga nozīme Latvijas tēla veidošanā .....	36
6. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu: katram iedzīvotājam ir jājūtas atbildīgam par kultūras mantojuma saglabāšanu nākamajām paaudzēm .....	36
7. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu: kultūras mantojuma saglabāšana neveicina tūrisma attīstību Latvijā .....	36
8. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu: kultūras mantojumam ir liela nozīme vienotas sabiedrības veidošanā .....	37
9. tabula.	Nepieciešamība iegūt informāciju par kultūras pieminekļu apmeklēšanas iespējām .....	37
10. tabula.	Nepieciešamība iegūt informāciju par pēdējiem pētījumiem, kas veikti par dažādiem kultūras pieminekļiem .....	37
11. tabula.	Nepieciešamība iegūt informāciju par kultūras pieminekļu aizsardzību un restaurāciju .....	38
12. tabula.	Centieni iegūt nepieciešamo informāciju par kultūras pieminekļiem .....	38
13. tabula.	Iegūtās informācijas par kultūras pieminekļiem vērtējums .....	38
14. tabula.	Informācijas ieguves avoti .....	39
15. tabula.	Latvijas kultūras pieminekļu apmeklēšana .....	39
16. tabula.	Piedalīšanās Eiropas kultūras mantojuma dienu pasākumos ....	39
17. tabula.	Piedalīšanās kādā ar kultūras mantojuma saglabāšanu saistītā akcijā .....	40
18. tabula.	Gatavība piedalīties kādā ar kultūras mantojuma saglabāšanu saistītā akcijā .....	40
19. tabula.	Valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaita dinamika .....	41
20. tabula.	Valsts piešķirto finansiālo līdzekļu apjoms kultūras pieminekļu saglabāšanai .....	41
21. tabula.	Izlases sociāli demogrāfiskā struktūra .....	42
22. tabula.	Ievērojamākie kultūras pieminekļi Rīgā - nosaukto objektu skaits: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	43
23. tabula.	Ievērojamākie kultūras pieminekļi novados - nosaukto objektu skaits: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	44

24. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu - atbildība un rūpes par kultūras mantojumu ir jāuzņemas tikai valstij un pašvaldībām: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	45
25. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu - kultūras mantojums un tā izmantošana veicina valsts ekonomisko attīstību: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	46
26. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu - kultūras mantojumam ir necīga nozīme Latvijas tēla veidošanā: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	47
27. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu - katram iedzīvotājam ir jājūtas atbildīgam par kultūras mantojuma saglabāšanu nākamajām paaudzēm: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm ..	48
28. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu - kultūras mantojuma saglabāšana neveicina tūrisma attīstību Latvijā: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	49
29. tabula.	Attieksme pret apgalvojumu - kultūras mantojumam ir liela nozīme vienotas sabiedrības veidošanā: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	50
30. tabula.	Nepieciešamība iegūt informāciju par kultūras pieminekļu apmeklēšanas iespējām: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	51
31. tabula.	Nepieciešamība iegūt informāciju par pēdējiem pētījumiem, kas veikti par dažādiem kultūras pieminekļiem: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	52
32. tabula.	Nepieciešamība iegūt informāciju par kultūras pieminekļu aizsardzību un restaurāciju: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	53
33. tabula.	Centieni iegūt nepieciešamo informāciju par kultūras pieminekļiem: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	54
34. tabula.	Iegūtās informācijas par kultūras pieminekļiem vērtējums: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	55
35. tabula.	Informācijas ieguves avoti: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	56
36. tabula.	Latvijas kultūras pieminekļu apmeklēšana: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	57
37. tabula.	Piedalīšanās Eiropas kultūras mantojuma dienu pasākumos: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	58
38. tabula.	Piedalīšanās kādā ar kultūras mantojuma saglabāšanu saistītā akcijā: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	59

39. tabula.	Gatavība piedalīties kādā ar kultūras mantojuma saglabāšanu saistītā akcijā: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	60
40. tabula.	Valsts aizsargājamo kultūras pieminekļu skaita dinamika: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	61
41. tabula.	Valsts piešķirto finansiālo līdzekļu apjoms kultūras pieminekļu saglabāšanai: sadalījums pēc sociāli demogrāfiskajām pazīmēm .....	62

**PASKAIDROJUMI DATU NOLASĪŠANAI UN REZULTĀTU PRECIZITĀTE****✓ Paskaidrojumi datu nolasišanai**

1) Rindu % parāda, kāds ir atbilžu sadalījums uz konkrēto jautājumu - cik % atbild tā un cik % atbild savādāk, piemēram, 22. tabulā (skat. Rezultātu tabulas, Izvērstās tabulas, 22. tabula) Rīgā dzīvojošo vīriešu atbildes uz jautājumu par ievērojamāko kultūras pieminekli Rīgā sadalās sekojoši: 51.1% vīriešu nosauca vienu objektu Rīgā, 41.3% vīriešu nosauca vairākus ievērojamus objektus pilsētā un 9.4% vīriešu ir grūti pateikt vai arī nav snieguši atbildi uz aplūkojamo jautājumu (kopā atbildes veido 100%).

2) Aplūkojot datus tabulās, zem kurām rakstīts "vairāku atbilžu jautājums", jāņem vērā, ka katram respondentam ir bijusi iespēja dot vairākas atbildes uz konkrēto jautājumu, līdz ar to atbildes kopumā neveido 100%, bet vairāk.

3) Analizējot datus, jāņem vērā, ka, ja konkrētais atbildējušo skaits uz kādu jautājumu ir neliels (mazāks par 100), drošus secinājumus izdarīt nevar, jo nejaušā statistiskā kļūda var pārsniegt +/- 10%.

4) Svērti dati – tas nozīmē, ka iegūtie pētījuma rezultāti par respondenta dzimumu, vecumu, tautību, dzīves vietu un reģionu tiek papildus svērti pēc LR Statistikas pārvaldes 2000.gada statistiskajiem datiem. Šī procesa rezultātā iegūtie pētījuma dati tiek samēroti ar Latvijas iedzīvotāju dzimuma, vecuma, tautības, dzīves vietas un reģionālo struktūru.

**✓ Rezultātu precizitāte**

Izmantojot pētījuma rezultātus, nepieciešams ņemt vērā statistisko kļūdu. Par nenozīmīgām atšķirībām tiek uzskatītas tās, kuras iekļaujas statistiskās kļūdas robežās, jeb ir mazākas par to.

Lai noteiktu statistisko mērījuma kļūdu, nepieciešams zināt nesvērtu respondentu skaitu atbilstošajā apakšgrupā (tabulās apzīmēts ar "N") un rezultātu procentos. Izmantojot šos lielumus, tabulas attiecīgajā iedaļā var atrast statistiskās mērījuma kļūdas robežas +/- procentos ar 95% varbūtību.

Piemēram, ja pētījuma rezultātā no visiem aptaujātajiem Latvijas iedzīvotājiem (respondentu skaits N = 1000) tiek iegūta mērķa grupa 4.1%, kas ir piedalījusies Eiropas kultūras mantojumu dienu ietvaros organizētos pasākumos šā gada septembrī (skat. Rezultātu tabulas, Primārās informācijas tabulas, 16. tabula), tad ar 95% varbūtību var teikt, ka statistiskā mērījuma kļūda šeit ir +/- 1.3% robežās. No tā izriet, ka mērķa grupa, kura ir piedalījusies minētajos pasākumos, ir no 5.4% līdz 2.8%.

PĒTĪJUMA REZULTĀTU STATISTISKĀS KĻŪDAS NOTEIKŠANAS TABULA  
(ar 95% varbūtību)

Atbilžu sadalījums %	Respondentu skaits N =												
	50	75	100	150	200	300	400	500	600	800	1000	1200	1500
2 vai 98	4.0	3.2	2.8	2.3	2.0	1.6	1.4	1.3	1.1	1.0	0.9	0.8	0.7
4 vai 96	5.6	4.5	3.9	3.2	2.8	2.3	2.0	1.8	1.6	1.4	1.3	1.1	1.0
6 vai 94	6.8	5.5	4.8	3.9	3.4	2.8	2.4	2.1	2.0	1.7	1.5	1.4	1.2
8 vai 92	7.7	6.2	5.4	4.4	3.8	3.1	2.7	2.4	2.2	1.9	1.7	1.6	1.4
10 vai 90	8.5	6.9	6.0	4.9	4.3	3.5	3.0	2.7	2.5	2.1	1.9	1.7	1.5
12 vai 88	9.2	7.5	6.5	5.3	4.6	3.8	3.3	2.9	2.7	2.3	2.1	1.9	1.7
15 vai 85	10.1	8.2	7.1	5.9	5.1	4.1	3.6	3.2	2.9	2.5	2.3	2.1	1.8
20 vai 80	11.4	9.2	8.0	6.6	5.7	4.6	4.0	3.6	3.3	2.8	2.5	2.3	2.1
25 vai 75	12.3	10.0	8.7	7.1	6.1	5.0	4.3	3.9	3.6	3.0	2.8	2.5	2.2
30 vai 70	13.0	10.5	9.2	7.5	6.5	5.3	4.6	4.1	3.8	3.2	2.9	2.6	2.4
35 vai 65	13.5	11.0	9.5	7.8	6.8	5.5	4.8	4.3	3.9	3.3	3.1	2.8	2.5
40 vai 60	13.9	11.3	9.8	8.0	7.0	5.7	4.9	4.4	4.0	3.4	3.1	2.8	2.5
45 vai 55	14.1	11.4	9.9	8.1	7.0	5.8	5.0	4.5	4.1	3.5	3.2	2.9	2.6
50 vai 50	14.2	11.5	10.0	8.2	7.1	5.8	5.0	4.5	4.1	3.5	3.2	2.9	2.6