

**Anotācija pētījumam**

„Latvijas muzeju nozīme dažādām sabiedrības mērķgrupām: muzeju un sabiedrības mijiedarbība”

(pētījuma nosaukums)

<p><b>Pētījuma mērķis, uzdevumi un galvenie rezultāti latviešu valodā</b></p> <p>Pētījuma mērķis bija apzināt un detalizēti analizēt akreditēto muzeju (valsts, pašvaldību, autonomo, privāto) līdzšinējo praksi sabiedrības dažādu mērķgrupu piesaistīšanā un līdzdalībā, vērtējot muzeju auditorijas izmaiņas pēdējo 10 (desmit) gadu laika periodā, definējot būtiskākos izaicinājumus muzeju auditorijas attīstībā vidējā un ilgtermiņā, kā arī izstrādāt rekomendācijas (metodiku) muzeju darba kvalitātes un muzeju nozares ilgtermiņa sabiedriskās ietekmes analīzei. Papildus būtiska kontekstuāla tēma izpētei bija muzeju lomas sabiedrībā (sociālās, ekonomiskās, u.c.).</p>	<p><b>Pētījuma mērķis, uzdevumi un galvenie rezultāti angļu valodā</b></p> <p>The research objective was to find out and to analyse what social roles museums play in society, how accredited museums (state, municipal, autonomous, private) address and work with various target audiences, how museum audiences have changed over the past 10 years, and then use this analysis to illuminate main mid- and long-term challenges and to suggest a framework for how social impact of museums might be monitored and measured.</p>
<p><b>Galvenās pētījumā aplūkotās tēmas</b></p> <p>Pētījuma būtiskākās tēmas bija: muzeju apmeklētāju un neapmeklētāju mērķgrupas jeb segmenti (sociāli-demogrāfiski, pēc brīvā laika aktivitātēm, pēc attieksmes pret kultūru un konkrēti muzejiem, u.c.); barjeras un pamudinājumi muzeju apmeklējumiem; muzeju funkcijas un lomas (pašu muzeju un auditorijas skatījumā); muzeju vieta kopējā kultūras patēriņā un iedzīvotāju brīvā laika pavadīšanas veidu kontekstā; muzeju prakse auditorijas piesaistē (komunikācija, mārketingi); muzeju attīstības perspektīvas auditorijas paplašināšanā un sociālās, sabiedriskās lomas stiprināšanā; muzeju darba un pakalpojumu kvalitātes vērtēšanas kritēriji un sabiedriskās ietekmes vērtēšanas metodikas iespējas.</p>	<p>Key topics addressed by the project was: museum visitors and non-visitors, target groups and segments (socio-demographic characteristics, leisure patterns, attitudes to culture and museums, i.e.); motivations and obstacles of museum attendance; the role of museums amidst other culture consumption activities; museum practices for reaching specific audiences (communication and marketing strategies); opportunities for wider audience outreach and strengthening of social impact of museums; measurement of quality of museum performance and of social impact.</p>
<p><b>Pētījuma pasūtītājs</b></p>	<p>Latvijas Republikas Kultūras ministrija (iepirkuma identifikācijas Nr. KM/2018/1)</p>
<p><b>Pētījuma īstenotājs</b></p>	<p>Latvijas Kultūras akadēmija</p>
<p><b>Pētījuma īstenošanas gads</b></p>	<p>2018.</p>
<p><b>Pētījuma finansēšanas summa un finansēšanas avots</b></p>	<p>14970,42 <i>euro</i>, neieskaitot pievienotās vērtības nodoli. Finansētājs: Latvijas Republikas Kultūras ministrija.</p>
<p><b>Pētījuma klasifikācija*</b></p>	<p>Padziļinātas ekspertīzes pētījums. Sabiedriskās domas pētījums.</p>
<p><b>Politikas joma, nozare**</b></p>	<p>7.2.1. Arhīvu, arhitektūras, tautas mākslas, teātra, mūzikas, muzeju, bibliotēka, vizuālās mākslas, grāmatniecības, literatūras un kinematogrāfijas attīstība</p>
<p><b>Pētījuma ģeogrāfiskais aptvērums</b></p>	<p>Visa Latvija</p>

(visa Latvija vai noteikts reģions/novads)		
<b>Pētījuma mērķa grupa/-as</b>  (piemēram, Latvijas iedzīvotāji darbspējas vecumā)		Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem; muzeju apmeklētāji un neapmeklētāji; akreditēto muzeju vadības pārstāvji; muzeju nozares pārstāvji un eksperti.
<b>Pētījumā izmantotās metodes pēc informācijas ieguves veida:</b>		
	a) tiesību aktu vai politikas plānošanas dokumentu analīze	Nē
	b) statistikas datu analīze	Jā
	c) esošo pētījumu datu sekundārā analīze	Jā
	d) padziļināto/ekspertu interviju veikšana un analīze	Jā
	e) fokusa grupu diskusiju veikšana un analīze	Jā
	f) gadījumu izpēte	Jā
	g) kvantitatīvās aptaujas veikšana un datu analīze	Jā
	h) citas metodes (norādīt, kādas)	Nē
<b>Kvantitatīvās pētījuma metodes</b> (ja attiecināms):		
	1. Aptaujas izlases metode	Latvijas iedzīvotāju aptauja: tiešās intervijas respondentu dzīvesvietās. Muzeju apmeklētāju aptauja: tiešās intervijas pēc muzeja apmeklējuma ( <i>exit poll</i> ). Muzeju vadības aptauja: elektroniska pašizpildes anketa.
	2. Aptaujāto/anketēto respondentu/vienību skaits	Latvijas iedzīvotāju aptauja: 1 040 respondenti. Muzeju apmeklētāju aptauja: 529 respondenti. Muzeju vadības aptauja: 116 respondenti.
<b>Kvalitatīvās pētījuma metodes</b> (ja attiecināms):		
	1. Padziļināto/ekspertu interviju skaits (ja attiecināms)	13
	2. Fokusa grupu diskusiju skaits (ja attiecināms)	6
<b>Izmantotās analīzes grupas (griezumi)</b>		Nav attiecināms.
<b>Pētījuma pasūtītāja kontaktinformācija</b>		Daina Ratniece, Kultūras ministrijas Kultūrpolitikas departamenta Arhīvu, bibliotēka un muzeju nodaļas vecākā referente; <a href="mailto:daina.ratniece@km.gov.lv">daina.ratniece@km.gov.lv</a> , tālr. 67330304.
<b>Pētījuma autori*** (autortiesību subjekti)</b>		Anda Laķe, Baiba Tjarve, Gints Klāsons, Maija Spuriņa