

# **STUDĒJOŠO ZINĀTNISKI PĒTNIECISKO RAKSTU KRĀJUMS**

**Sējums 6**

**Kultūras vadība 1**

**Rīga 2025**



## **Studējošo zinātniski pētniecisko rakstu krājums, 2025(6)**

ISSN 2500-976; e-ISSN 2500-977X

Studējošo zinātniski pētniecisko rakstu krājumā ir iekļauti Ekonomikas un kultūras augstskolas (EKA) un Alberta koledžas (AK) studējošo un absolventu valsts pārbaudījuma darbu fragmenti, kā arī EKA, AK un citu augstskolu studējošo zinātniskie raksti, kas tika iesniegti uz **Studentu starptautisko zinātniski praktisko konferenci „Studējošo pētnieciskā darbība: teorija un prakse’2025” (INVENTIO)**.

Sējumā ir iekļauti raksti, kuros ir atspoguļoti Ekonomikas un kultūras augstskolu bakalaura programmas „Kultūras vadība“ latviešu plūsmas studējošo veikto pētījumu rezultāti.

### **Rakstu krājuma galvenā redaktore:**

Jeļena Titko / Ekonomikas un kultūras augstskola

### **Rakstu krājuma tehniskā redaktore:**

Jevgenija Dehtjare / Ekonomikas un kultūras augstskola

© Ekonomikas un kultūras augstskola, 2025

© Alberta koledža, 2025

### **Izdevējs:**

Ekonomikas un kultūras augstskola

Pērnavas 62, Rīga, LV1009, Latvija



## Saturs

Mira-Afina Gorškova. "DROŠU BAIĻU EFEKTS" TRUE CRIME SATURA IETEKME UZ JAUNIEŠU EMOCIONĀLO STĀVOKLI.....	4
Egita Adomoviča. STRESA LĪMENIS UN IZGEGŠANAS RISKI DOBELES PILSĒTAS KULTŪRAS NAMĀ ..	10
Anete Berģe. VILTUS ZIŅAS UN INFORMĀCIJPRATĪBA JAUNIEŠU VIDŪ .....	19
Liene Barkova. BĒRNI AR UZMANĪBAS DEFICĪTA UN HIPARAKTIVITĀTES SINDROMU MŪZIKAS SKOLĀ .....	29
Dārta Dace Segliņa. ASTROLOĢIJA UN NUMEROLOĢIJA KĀ PAŠIZZIŅAS INSTRUMENTI: Z UN Y PAAUDŽU SALĪDZINĀJUMS LATVIJĀ.....	36
Megija Komarņicka. GRAFITI – MĀKSLA VAI VANDĀLISMS, JAUNIEŠU PERSPEKTĪVA .....	48
Jana Jasmīne Biržmane. KONSERVĒŠANAS UN IEVĀRĪJUMU VĀRĪŠANAS NOZĪME UN UZTVERE JAUNO SIEVIEŠU (18-25 GADU) VIDŪ.....	57
Sindija Varakāja. LATVIJAS IEDZĪVOTĀJUS MOTIVĒJOŠIE FAKTORI KULTŪRAS PASĀKUMU APMEKLĒJUMAM KLĀTIENĒ .....	65
Evelīna Abramova. NIKOTĪNA UN TABAKAS SATUROŠU PRODUKTU LIETOŠANAS TENDENCES JAUNIEŠU VIDŪ .....	73
Krišjānis Petraitis. VIZUĀLĀ TĒLA IETEIKME UZ MŪZIKAS UZTVERI SOCIĀLO TĪKLU PLATFORMĀS JAUNIEŠU VIDŪ .....	82
Anna Buža. LATVIJAS JAUNIEŠU ATTIEKSME PRET MIGRĀCIJAS IESPĒJĀM .....	87
Līga Lūse. JAUNIEŠU DALĪBA POLITISKAJĀS PARTIJĀS LATVIJĀ .....	95
Žanete Leila Smilga. SOCIĀLO MEDIJU IETEKME UZ JAUNIEŠU MUZIKĀLO GAUMI LATVIJĀ 2025.GADĀ .....	100



## Mira-Afina Gorškova. “DROŠU BAIĻU EFEKTS” TRUE CRIME SATURA IETEKME UZ JAUNIEŠU EMOCIONĀLO STĀVOKLI

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma “Kultūras vadība”  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### Anotācija

**Pētījuma aktualitāte:** Mūsdienās digitālajā vidē pieaug sabiedrības interese par true crime žanra saturu. Jaunieši ir viena no lielākajām auditorijām true crime žanra patēriņā. Tomēr, šī žanra saturs var ietvert smagu, brutālu un detalizētu informāciju par dažādiem noziegumiem, piemēram, slepkavību, uzmākšanās u.c., kas var būtiski ietekmēt cilvēku emocionālo stāvokli. Tomēr, neskatoties uz šo satura žanra popularitāti ir mazs pētījumu, kuros ir aplūkota potenciāla ietekme uz jauniešu labsajūtu. Saistība ar minēto, ir svarīgi izpētīt kā true crime satura patēriņš ietekmē jauniešu emocionālo stāvokli.

**Pētījuma mērķis:** Izpētīt true crime satura patēriņa ietekmi uz jauniešu emocionālo stāvokli.

**Pētījuma metodes:** Pētījuma ietvaros tiek veikts literatūras apskats, ka arī ir izvēlēta anketēšanas metode. Iekļauti jautājumi ar paplašinātu atbilžu izklāstu. Anketēšana tiek izplatīta sociālos tīklos, lai iegūt atbildes no mērķauditorijas, kas ir jaunieši, vecumā grupā no 16 līdz 25 gadiem. Tiek veikta atbilžu apkopošana un to analizēšana.

**Sasniegtie rezultāti:** Pētījumā atklājās, ka true crime ietekme uz jauniešu emocionālo stāvokli nav viennozīmīga. True crime satura ietekmei piemīt, gan pozitīvs, gan negatīvs raksturojums. Vairākiem respondentiem ir novērojama palielināta trauksme pēc šī satura ilgstošas skatīšanās. Tāpat, jaunieši jūtas informētāki par reālo pasauli un izrāda lielāku interesi pēc psiholoģijas un krimināltiesību jautājumiem.

*Atslēgas vārdi: jaunieši; true crime; emocijas; ietekme.*

### Ievads

True crime satura žanrs ir kļuvis par vienu no populārākiem satura žanriem pasaulē mūsdienās, interneta lietotājiem arvien vairāk parādās interese par šo neviennozīmīgu žanru. Neskatoties uz to, kā šis žanrs var ietvert detalizētu informāciju par dažāda smaguma pakāpes noziegumiem, sākot ar vajāšanu un līdz masveida slepkavībām, tas neattur cilvēkus no skatīšanās, īpaši jauniešus, kuru emocionālais stāvoklis var būt nestabilāks un vieglāk ietekmējams. Saskaņā ar to, kā true crime saturs potenciāli var ietekmēt jauniešus, ir nepieciešams izpētīt jauniešu skatīšanas paradumus attiecībā uz true crime saturu, analizēt skatīšanas iemeslus un izvērtēt šī satura ietekmi uz jauniešu emocionālu stāvokli. Pētījuma mērķis ir, pirmkārt, noskaidrot true crime satura patēriņa ietekmi uz jauniešiem, otrkārt, atbildēt uz pētniecisko jautājumu: Kā mainās jauniešu emocionālais stāvoklis pēc true crime satura skatīšanas? Lai iegūt datus par jauniešu true crime satura patēriņu tiek veikta aptauja, kas tiek izplatīta sociālos tīklos, lai sasniegtu mērķauditoriju, kas ir jaunieši vecumā grupā no 16 līdz 25 gadiem.

Pētījuma uzdevumi ir sekojoši:

1. Veikt literatūras apskatu par true crime satura ietekmi uz cilvēku emocionālu labsajūtu.
2. Izstrādāt un realizēt aptauju mērķauditorijai.

3. Apkopot un analizēt iegūtos datus.
4. Noskaidrot true crime satura žanra ietekmi uz jauniešu emocionālo stāvokli.

### Analītiskais apskats

Mūsdienās strauji pieaug interese par true crime satura žanru, it īpaši šīs intereses pieaugums ir novērojams jauniešu vidē. True crime - žanrs literatūrā, filmās, raidījumos u. c., kas ataino un pēta reālus noziegumu gadījumus (True crime, 2025). True crime žanra patērētāji sagaida, ka tiks norādīti iesaistīto cilvēku īstie vārdi, precīzs laiks un vieta, informācija par to, ko viņi darīja, un tik daudz detaļu par noziegumu un tā izmeklēšanu, cik vien autors var uzzināt. Tāpēc true crime saturs var saturēt sensitīvu, precīzu un brutālu informāciju, kas var izraisīt diskomfortu un stingru emocionālu reakciju nepieredzējušiem vai jūtīgiem patērētājiem. Šī žanra popularitāte galvenokārt izpaužas dažādos mediju formātos, piemēram, dokumentālās filmas/seriālos, YouTube video, podkāsti, Tik-Tokā izplatīti video. Jaunākie podkāstu klausītāji biežāk nekā vecākie ziņo, ka klausās true crime raidījumus. No ASV podkāstu klausītājiem vecumā no 18 līdz 29 gadiem 41 % regulāri klausās true crime raidījumus, salīdzinājumā ar 15 % klausītāju vecumā no 65 gadiem, kas norada uz vairāku interesi par true crime žanru starp jaunākiem interneta lietotājiem (Beshay, 2025).

No psiholoģiskā viedokļa, lielākoties nav zināms, kāpēc smadzenes pozitīvi reaģē uz true crime žanru. Kopumā tas liek cilvēkiem justies apdraudētiem un nobijušiem, vienlaikus arī eksotiskiem un mežonīgiem, jo noziegums nenotiek ar viņiem (Kaplan & Lachance, 2022). Ka arī, true crime var izraisīt drošas bailes efektu. Drošu bailu efekts – ir psiholoģisks fenomens, kurā indivīds piedzīvo bailes drošā, kontrolētā vidē. Šis fenomens tiek izmantots ekspozīcijās terapijā, kur psihologi rada drošu vidi, kurā “pakļaut” cilvēkus bailēm un izvairīšanās situācijām. Bailīgo priekšmetu, darbību vai situāciju eksponēšana drošā vidē palīdz mazināt bailes (American Psychological Association, 2017). Šis fenomens ir viens no faktoriem, kāpēc cilvēkiem ir interese patērēt true crime saturu. Daži atzīst, kā apziņa par noziegumiem un noziedznieku tehnikām, metodēm un motīviem rada drošības sajūtu, mazina bailes no noziedzības, dod iespēju izjust adrenalīnu nezaudējot kontroli par situāciju un apgūst veidus, kā izvairīties no tā, kā kļūst par noziedznieka upuriem. (Vicary & Fraley, 2010)

True crime žanra ietekme uz cilvēku emocionālu labsajūtu var būt pretrunīga. Lai gan true crime žanrs bieži tiek uzskatīts par izglītojošu, dažos gadījumos pat par izklaidējošu ir noteikti pētījumi un raksti, kas aplūko tas negatīvas sekas uz cilvēku emocionālo stāvokli. True crime negatīva ietekme var būt sekojoša: palielināta trauksme, grūtības aizmigt, bailes no noziedzības, iesaiste paš aizsardzības pasākumos. (Custers u.c., 2017).

Latvijā šī tēma nav plaši pētīta. Konkrēti pētījumi par true crime patēriņu jauniešu vidē Latvijā nav plaši pieejami, tostarp, ir zināms, ka jaunieši arvien vairāk patērē saturu angļu valodā, potenciāli arī true crime saturu (Bondare & Kļava, 2024). Latvijā emocionālās veselības jautājumi kļūst arvien aktuālāki un ir pieejami pētījumi par jauniešu emocionālu veselību. Saskaņā ar 2022./2023. mācību gada pētījumu, kas īsteno Slimību profilakses un kontroles centrs (SPKC) ievērojami pasliktinājusies jauniešu fiziska un mentālā veselība. Piemēram, 2022. gadā apmierinātības ar dzīvi vidējais rādītājs meitenēm ir zemāks pēdējo 20 gadu laikā (Pudule u.c., 2024).

Nemot vērā iepriekšminēto, ir svarīgi izvērtēt vai un kā true crime saturs ietekme jauniešu emocionālo stāvokli, un vai šī ietekme ir viennozīmīgi negatīva vai tai var piemīt pozitīvs raksturojums.

### Pētījuma metodoloģija

Pētījums tiek veidots, izmantojot literatūras apkopojumu metodi, kā primāra metode tika izvēlēta kvantitatīva pieeja, kuras ietvaros tika veikta aptauja, lai iegūtu datus par jauniešu true crime satura

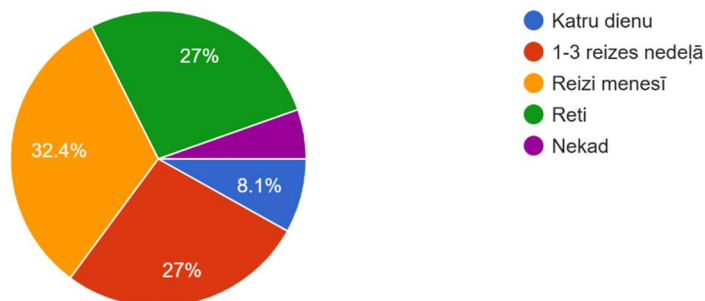
patēriņa paradumiem un to ietekmi uz emocionālo stāvokli. Aptauja balstīta uz anketu ar slēgtiem un daļēji atvērtiem jautājumiem, kas nodrošina iespēju statistiski analizēt iegūtos datus. Anketa ietvēra jautājumus par true crime saturs patēriņa biežumu un formātiem, emocionālajām reakcijām uz šo saturu un iespējamām pārmaiņām uzvedībā un pašsajūtā. Aptauja tika veikta anonīmi, pirms dalības respondenti tika informēti par datu izmantošanu pētījuma nolūkiem. Pētījumam tika izvēlēta respondentu grupa no 16 līdz 25 gadiem, kura atbilst pētījuma mērķa grupai – jaunieši. Aptaujā piedalījās 37 respondenti, no kuriem 73% bija sievietes, 21.6% vīrieši un 5.4% identificējās citādi vai nevēlējās norādīt dzimumu. Lielākā daļa respondentu (51.4%) bija vecumā no 19 līdz 22 gadiem. Anketa tika izplatīta sociālajos tīklos. Iegūtie dati tika analizēti izmantojot Google Forms pieejamos grafikus, diagrammas un statistiskas datus, lai noteiktu dominējošās tendences jauniešu true crime saturā patēriņā.

### Pētījuma rezultāti

Aptaujas iegūtie dati liecina, ka lielākā daļa aptaujāto jauniešu - 32.4%, patērē true crime žanra saturu reizi mēnesī. Aptuveni ceturtdaļa – 27%, to patērē biežāk – vienu līdz trīs reizes nedēļā. Tikpat daudz respondentu – 27%, atzīmēja, ka true crime saturu patērē reti. Šie dati liecina, ka interese par šo saturs žanru pastāv, taču jaunieši to patērē salīdzinoši mēreni, nevis ikdienā. Tikai 8.1% respondentu atzīmēja, ka skatās true crime saturu katru dienu, kā arī 5.4% šī žanra saturu nepatērē vispār.

Cik bieži Jūs patērējat true crime saturu (podkāsti, video, dokumentālās filmas u.c.)?

37 responses



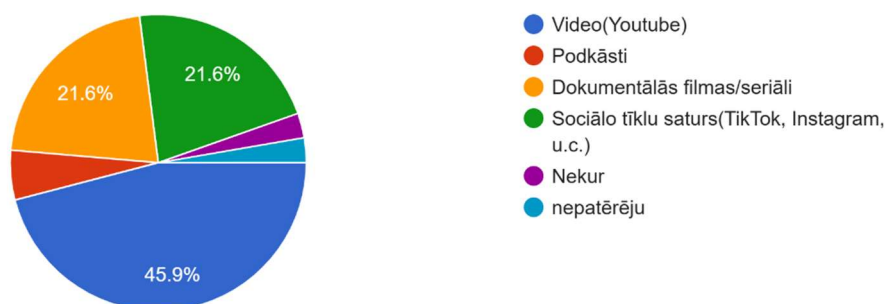
#### 1.att. True crime saturs patēriņa biežums (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Respondenti tika aicināti norādīt, kādos formātos viņi visbiežāk patērē true crime saturu. Kā populārāks saturs formāts tika norādīts YouTube video, to izvēlas 45.9% aptaujāto jauniešu. YouTube platformā ir pieejami gan garāki dokumentāli sižeti, gan īsāka formāta video, kas bieži apvieno informāciju ar vizuāli uzrunājošu saturu. Sociālo tīklu saturu, piemēram, TikTok un Instagram platformās, kur īsie true crime saturs sižeti tiek pasniegti vairāk kā izklaidējoši, nekā šokējoši, kā iecīnītāko formātu izvēlējās 21.6% respondentu. Vienlīdz populārs ir dokumentālās filmās/seriālas formāts. Tikai 5.4% respondentu, kā visbiežāk izvēlēto formātu atzīmēja podkāstus. Pārējie respondenti atzīmēja, ka true crime saturu nepatērē, saistība ar šo nepatērē true crime saturs nevienā

no piedāvātam platformām.

### Kādu true crime saturu formātu Jūs visbiežāk pātēre?

37 responses

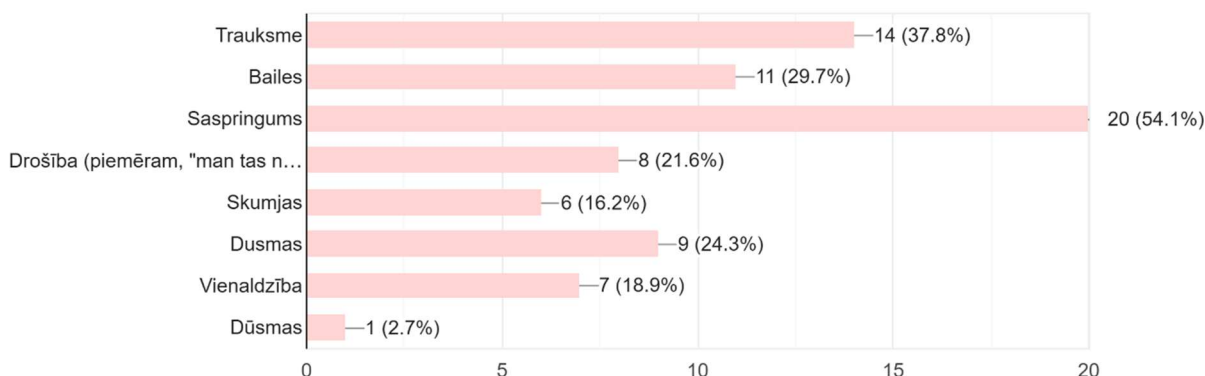


### 2.att. True crime satura patēriņa formāti (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Analizējot emocionālās reakcijas, kas izraisa true crime saturs, visbiežāk tika minēti saspringums, trauksme un bailes. Saspringums ir vienā no biežāk minētajām emocijām, ko izjūt jaunieši, skatoties true crime saturu uz to norādīja 54.1% respondentu. Trauksmi izjūt 37.8% respondenti, kā arī 29.7% izjūt bailes. Ir svarīgi atzīmēt, ka 21.6% respondentu jūtas droši, jo domā, ka viņiem līdzīgi gadījumi, kas ir aplūkoti true crime saturā nevarētu notikt.

### Kādas emocijas Jūs parasti izjūtat, skatoties vai klausoties true crime saturu?

37 responses



### 3.att. True crime satura skatīšanas izraisītas emocijas (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Lai noteiktu kā true crime saturs ieteke jauniešu emocionālo stāvokli, bija svarīgi izpētīt emocionālās reakcijas pēc šī satura skatīšanas. Aptaujas rezultāti norāda, kā jauniešiem ir paaugstināta interese par psiholoģiju un krimināltiesībām (54.1%), ka arī jaunieši jūtas informētāki par reālo pasauli (51.4%). Tomēr 43.2% respondentiem ir novērots uztraukums par personīgo drošību, un 27% biežākās pārdomas par noziegumiem ikdienā. Tas norāda uz to, ka true crime saturs neviennozīmīgi ietekme jauniešu emocionālo stāvokli. No vienas puses, vairāk nekā puse respondentu norāda uz paaugstinātu interesi par psiholoģiju un izjūt sevi kā informētākus par reālo pasauli. Tas liecina, ka true crime var

veicināt kritisko domāšanu un izglītot jauniešus par sabiedrību. No otras puses, ievērojama daļa respondentu atzīst, ka uztraucas par personīgu drošību un biežāk rodas pārdomas par noziegumiem, kas liecina par emocionālu spriedzi un iespējamo ietekmi uz realitātes uztveri un uzvedību, kas var būt saistīta ar pastiprinātu piesardzību un nemieru. Aptaujas rezultāti norāda uz to, kā true crime saturs ir cieši saistīts ar drošu baiļu efektu, jo patērētāji izjūt trauksmi un bailes kontrolētā, drošā vidē, kas vienlaikus var stimulēt interesi un izraisīt psiholoģisku diskomfortu. Vairākums respondentu (59.5%) uzskata, ka true crime satura skatīšanas ilgtermiņā var ietekmēt emocionālu veselību, kā arī vairākums respondentu, atbildot uz atvērto jautājumu par true crime ietekmi uz viņas emocionālu stāvokli, ir norādījuši, ka šāda veida saturs viņos izraisa paaugstinātu trauksmes līmeni.

Kopumā, aptaujas rezultāti parāda, ka true crime satura ietekme uz jauniešu emocionālo stāvokli ir daudzveidīga, var izraisīt trauksmi un bailes, kā arī drošības sajūtu. Iegūtie dati apstiprina, ka true crime satura patēriņš ir plaši izplatīts un to pavada dažādas emocionālās reakcijas, kas ir atkarīgas gan no individuālajām īpašībām, gan no patēriņa biežuma. Neskatoties uz to, ka true crime satura ietekme var būt pozitīva, veicināt kritisko domāšanu, izpratni par sabiedrību un psiholoģisku interesi, ir svarīgi pievērst uzmanību arī negatīvām sekām, kas ilgtermiņā ietekme emocionālo labsajūtu un ikdienas dzīves kvalitāti. Tādēļ svarīgi veicināt medijpratību un emocionālās veselības izglītību, lai jaunieši varētu apzināti izvērtēt patērēto saturu un atpazīt to potenciālu ietekmi uz savu emocionālu veselību.

### Secinājumi

Pamatojoties uz iegūtajiem pētījuma rezultātiem, ir parādījās iespēja atbildēt uz pētniecisko jautājumu. Pētnieciskais jautājums bija: Kā mainās jauniešu emocionālais stāvoklis pēc true crime satura skatīšanas? Veiktā pētījuma rezultāti liecina, ka jaunieši jūtas trauksmīgi, biežāk domā par noziegumiem un noziedzības aspektiem, uztraucas par personīgo drošību, vienlaikus jūtas informētāki par reālo pasauli un novēro paaugstinātu interesi par psiholoģijas un krimināltiesību jautājumiem. Rezultāti sniedz praktiskas iespējas izmantot pētījuma atziņas mediju pratības veicināšanā un izglītošanā, kas var palīdzēt uzlabot jauniešu attieksmi pret patērēto saturu un nodrošināt apzinātu patērēšanu. Mediju pratības veicināšana ne tikai palīdz mazināt trauksmi, bet arī stiprina jauniešu spēju apzināties un kontrolēt savu satura patēriņu. Ir būtiski atzīmēt, kā šis pētījums piedāvā datus par jauniešu emocionālu stāvokli un faktoriem, kas to ietekmē. Tas ir noderīgi, lai veiktu attiecīgus pasākumus jauniešu emocionālā stāvokļa uzlabošanai un trauksmes mazināšanai. Turpmākā pētījuma veikšana un datu vākšana būtu noderīga, lai dziļāk izpētītu emocionālo un uzvedības ietekmi, kā arī lai paplašinātu pētījuma praktisko pielietojumu mediju izglītības un psiholoģiskās atbalsta jomās. Pētījumu ir iespēja pilnveidot, paplašinot dalībnieku loku, iekļaujot dažādus sociālo grupas jauniešu, lai iegūtu plašāku un reprezentatīvāku datu kopu. Paplašinot pētījumu dalībnieku loku, varēs iegūt detalizētāku priekšstatu par to, kā dažādi sociālie faktori ietekmē jauniešu emocionālo reakciju uz true crime saturu.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

American Psychological Association. (2017). *Exposure therapy*. In *PTSD guideline: Patients and families*. <https://www.apa.org/ptsd-guideline/patients-and-families/exposure-therapy>

Beshay. (2025). True crime podcasts are popular in the U.S., particularly among women and those with less formal education. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/06/20/true-crime-podcasts-are-popular-in-the-us-particularly-among-women-and-those-with-less-formal-education/>



Bondare, J., & Kļava, G. (2024). *Jauniešu valoda Latvijā: latviešu un angļu valodas prestižs, prasme un lietojums. Sociolingvistisks pētījums (2022–2024)*. G. Kļava & I. Vītola (Red.). Rīga: Latviešu valodas aģentūra.

Custers, K., Dorrance Hall, E., Smith, S., & McNallie, J. (2017). The indirect association between television exposure and self-protective behavior as a result of worry about crime: The moderating role of gender. *Mass Communication and Society*, 20(3), 393–416  
<https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1317353>

Kaplan, P., & LaChance, D. (2022). *Crimesploitation: Crime, punishment, and pleasure on reality television*. Stanford University Press.

Pudule, I., Velika, B., Grīnberga, D., Gobiņa, I., Villeruša, A., Kļaviņa-Makrecka, S., Ozoliņa, K., & Bezborodovs, N. (2024). *Latvijas skolēnu veselības paradumu pētījums 2022./2023. mācību gada aptaujas rezultāti un tendences*. Slimību profilakses un kontroles centrs.

True crime. (2025). In *Merriam-Webster Dictionary*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/true%20crime>

Vicary, A. M., & Fraley, R. C. (2010). Captured by true crime: Why are women drawn to tales of rape, murder, and serial killers? *Social Psychological and Personality Science*, 1(1), 81–86.  
<https://doi.org/10.1177/1948550609355486>



## Egita Adomoviča. STRESA LĪMENIS UN IZGEGŠANAS RISKI DOBELES PILSĒTAS KULTŪRAS NAMĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma "Kultūras vadība"  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### Anotācija

**Pētījuma aktualitāte:** Darbiniekiem kultūras nozarēs ikdienu ir emocionāli un arī fiziski smaga, kas ātri var novest pie augsta stresa līmeņa un arī "izdeģšanas". Pētījums ir aktuāls, jo ar tā palīdzību varēs izpētīt kultūras darbinieku stresa līmeni un kā stresa līmenis ietekmē darbinieku pašsajūtu, kā arī veselību. Autore veiks aptauju savā darba vietā – Dobeles pilsētas kultūras namā, lai izpētītu vienas kultūras organizācijas darbinieku stresa līmeni un izdeģšanas riskus. Pateicoties pētījumam izprast un noteikt problēmas un meklēt risinājumus, lai novērstu stresu kultūras darba vidē.

**Pētījuma mērķis:** Šī pētījuma mērķis ir analizēt kultūras nozares darbinieku stresa līmeni un izdeģšanas riskus.

**Pētījuma metodes:** Datu iegūšanai tika izmantota darbinieku anketēšana un intervija ar Dobeles pilsētas kultūras nama kultūras darbu menedžeri. Lai veiksmīgi apstrādātu un izanalizētu iegūtos datus, tika izmantota grafiskā metode, aprakstošā statistika un transkripcija.

**Sasniegtie rezultāti:** Apkopojot pētījumā iegūtos rezultātus var izanalizēt galvenos stresa cēloņus kultūras nozarē strādājošajiem (piemēram, komunikācijas problēmas, darba slodze), kā arī to, kā šie faktori ietekmē darbinieku veselību un darba kvalitāti. Pēc pētījumā iegūtajiem rezultātiem var sniegt priekšlikumus par uzdevumiem, kurus veikt, lai novērstu izdeģšanu un augsto stresa līmeni kultūras nozarē strādājošajiem.

*Atslēgas vārdi: stresa līmenis; stress; izdeģšana.*

### Ievads

Kultūras vides nodrošināšana ir smags darbs un pūliņi, dažreiz cilvēki neizprot, cik svarīgs ir katrs sīkums, lai sasniegtu labu rezultātu, veidojot jebkāda žanra pasākumu. Dobeles pilsētas kultūras nama mērķis ir nodrošināt kvalitatīvu kultūrvidi Dobeles novada un pilsētas iedzīvotājiem. Lai kultūras nams spētu izveidot atbilstošus pasākumus, darbiniekiem ir jābūt kā komandai un jāspēj profesionāli sadarboties, kā arī neļaut sev izdegt. Saspringtā darba vidē darba devējam ir svarīgi rūpēties par darbiniekiem un neļaut darbiniekiem piedzīvot augstu stresa līmeni. Darbs ar pasākumiem nav viegls ir jāizanalizē katra minūte pasākumā un jāspēj veiksmīgi sadarboties ar visiem saviem kolēģiem. Pacietība un darba izplānošana ir svarīga sastāvdaļa kultūras nozarē, taču nevar aizmirst to, ka komandas izveide kultūras nozarē arī ir svarīga, lai nesaskartos ar riska cēloņiem.

Par darbu komandā tiek uzskatīts darba process, kurā ciešā sadarbībā tiek koordinēti vismaz divi un vairāk darbinieki, lai sasniegtu vienotu darba uzdevuma mērķi. Darbs komandā ir īpaši nepieciešams jaunu ideju ģenerēšanā, jo dažādā citu darba kolēģu izglītības, dzīves un darba pieredze var piedāvāt jaunus skatījumus un netradicionālus risinājumus problēmām, kas kavē noteiktu uzņēmuma mērķu sasniegšanu (Staburags.lv, 2023).

Pētījuma mērķis ir izprast vienas kultūras nozares organizācijas darbinieku stresa līmeni un darba kvalitāti. Aptauja anonīma, lai katrs darbinieks var izpaust to kā jūtās savā darba vietā. Lai sasniegtu pētījuma mērķi tika izstrādāti uzdevumi:

1. Izanalizēt stresa faktorus darba vidē.
2. Raksturot Dobeles pilsētas kultūras namu.
3. Veikt interviju ar Dobeles pilsētas kultūras nama kultūras darbu menedžeri.
4. Veikt darbinieku anketēšanu.
5. Apkopot aptaujas rezultātus.
6. Apkopot secinājumus.

Stresu darba vietā pārsvarā izraisa neskaidri darba uzdevumi, mērķi, attiecības ar vadību un kolēģiem, to var stimulēt arī nepabeigti darbi un nogurums. Liela daļa darba devēju labi zina par stresa slikto ietekmi, taču līdz galam neapzinās un maz dara, lai darbiniekiem mērķtiecīgi palīdzētu cīnīties ar stresu. Pārslodzes apstākļos tiek iztērēti visi organisma resursi, tādēļ cilvēks jūt spēka un enerģijas izsīkumu un attiecīgi reaģē (Burmistrova, 2018).

Darba uzdevumu izpildīšanai tika izmantotas datu ieguves metodes kā anketēšana un intervija. Datu apstrādāšanai tika izmantota grafiskā metode, aprakstošā statistika un transkripcija.

Darbs sastāv no divām daļām. Pirmajā daļā tika veikta teorijas izpēte par stresa klātesamību organizācijās un to ietekmi uz darbiniekiem. Izpētot stresa un izdegšanas principus, darba otrajā daļā tika veikts pētījums par stresa līmeni Dobeles pilsētas kultūras namā. Šajā daļā darba autore ieguva datus ar anketas un intervijas palīdzību. Anketēšanā piedalījās visi Dobeles pilsētas kultūras nama darbinieki un tika veikta intervija ar kultūras nama kultūras darbu menedžeri. Darba nobeigumā tika apkopoti secinājumi.

Darba autore vēlē minēt, ka Dobeles pilsētas kultūras namā kopā ir 17 darbinieki, tostarp arī autore, kas liecina uz to, ka aptaujā piedalījās salīdzinoši mazs respondentu skaits.

### **Analītiskais apskats**

Kā stress ietekmē darbinieku stāvokli kultūras nozarē. Stress kultūras nozarē var būt īpaši izteikts, jo darbinieki bieži saskarās ar izaicinājumiem un dažādiem darba uzdevumiem, kā arī bieži ir jāpieņem svarīgi un ātri lēmumi. Šādi izaicinājumi var ietekmēt gan fizisko stāvokli darbiniekiem, gan emocionālo. Stresa augstā līmeņa dēļ, cilvēks var izdegt savā darba vietā.

Lai labāk izprastu stresa līmeņus darba vidē un izdegšanas simptomus, darba autore izskatīja dažādus informācijas avotus un definīcijas.

Stress ir neatņemama mūsu dzīves sastāvdaļa, adekvātās devās tas ir nepieciešams mūsu centrālās nervu sistēmas stimulēšanai, tas veicina serotonīna izdalīšanos. Cilvēkam nesaskaroties ar adekvātiem stresoriem, procesi psihē un ķermenī ar laiku zaudē spēju pielāgoties apstākļu maiņai un adekvāti izturēt gan pēkšņas pozitīvas, gan negatīvas pārmaiņas (medicine.lv, 2020).

Stresu nav iespējams pilnībā ignorēt, vai nepiedzīvot to. Ilgstošs stress cilvēkam var radīt veselības problēmas un emocionāli likt "izdegt", gan privātajā dzīvē, gan profesionālajā. Cilvēkam zūd prieks un mērķtiecība un pat labajā saskata ļaunumu un bezcerību.

Izdegšanai raksturīgas trīs dimensijas:

1. Izsīkums (nogurums, zems enerģijas līmenis);

2. Depersonalizācija (cinisms, negatīvas emocijas, norobežošanās);
3. Samazināta efektivitāte (efektivitātes kritums, sajūta, ka lietas neveicas) (Silinieks, 2024).

Bieži vien izdegšanu darbinieks neizjūt, taču krasi krīt produktivitātes līmenis un darāmais darbs kļūst arvien grūtāks, kaut gan nav mainījies formāts. Darba autore savā iepriekšējā darbā piedzīvoja izdegšanu, tas izpaudās kā nekontrolējams nogurums, biežas galvas sāpes un stress par katru mazāko uzdevumu vai notikumu. Diemžēl, darbinieki savu izdegšanu nevar noteikt uzreiz, tas bieži vien notiek tikai tad, kad darbinieks ir jau izdedzis un nav ne laimes sajūtas par padarīto, ne turpmākie mērķi vai kaut mazākais dzīvesprieks.

Meklējot informāciju plašākos kanālos, ne tikai latviešu valodā, darba autore iepazīnās ar blogu angļu valodā "Stress darba vietā", kurā tiek minēti galvenie iemesli darbinieku stresa līmeņa paaugstinājumam. Lai gan stresu darbavietā var veicināt dažādi faktori, daži no biežāk sastopamajiem ar darbu saistītā stresa iemesliem ir šādi:

1. Ir jāveic pienākumi, kas pārsniedz darba pienākumus
2. Darba lomā ir pārāk daudz pienākumu;
3. Pieaug parastā darba slodze;
4. Bieži piedzīvo situācijas, kuras nevar kontrolēt;
5. Piedzīvo diskrimināciju vai bulingu darbā (Wilson, 2023).

Kultūras nama darbiniekiem bieži ir jāstrādā ar publiku un katru pasākumu jānodrošina augstākajā kvalitātē, kas ātri var novest darbiniekus pie augsta stresa līmeņa. Nevar nepieļaut to, ka nepietiekami resursi un nepietiekama vadības sapratne kultūras nozarē ietekmē darbinieku attieksmi pret darāmajiem darbiem, jo rodas sajūta, ka padarītais darbs netiek pietiekami novērtēts. Zemais atalgojums bieži ir lielākais faktors kāpēc darbinieki aiziet no kultūras nozares, piemēram, kultūras nama, jo visu laiku tiek pieprasīts liels darba apjoms īsos termiņos, par ko darbinieks bieži vien saņem nepiemērotu darba samaksu.

**Dobeles pilsētas kultūras nama stresa līmeņa mazināšanas pasākumi.** Darba autore strādā Dobeles pilsētas kultūras namā kā pasākumu producente, tāpēc aprakstīs šīs organizācijas metodes, kuras izmanto, lai mazinātu darbinieku vidū stresa situācijas. Ar pētījuma palīdzību noskaidros vai darbinieki bieži saskarās ar stresu darbā un ar kādām metodēm samazināt iespējamo izdegšanu darbiniekiem. Svarīgākais kultūras nozarē ir darbinieku savstarpējā komunikācija, izpratne par darba mērķi un - vēlme sadarboties. Komunikācija organizācijā notiek gan klātienē – sapulcēs un pasākumu gatavošanās pārrunās, gan interneta vidē, izmantojot atbilstošākās aplikācijas. Komunikācijas uzlabošanai, Covid-19 pandēmijas laikā darbinieki meklēja piemērotākās aplikācijas, lai sazinātos attālināti, kas ir svarīgs rādītājs, ja viss tiek pielāgots darbinieku ērtībām.

Nemot vērā, to, ka pasākumi norises dienas katru nedēļu ir citādākas, tad Dobeles pilsētas kultūras nama darbiniekiem ir diezgan elastīgs darba grafiks ar summēto darba laika uzskaites plānu. Darba laiks tiek saplānots katram darbiniekam individuāli. Apkopējas savu darbu dara darba dienu rītos un pielāgojas pasākumiem. Producentei un menedžerei nepieciešamības gadījumā ir iespēja savus darba pienākumus veikt attālināti. Katrs darbinieks individuāli izstrādā savas mēneša noteiktās stundas un dara savus pienākumus atbildīgi.

Lai darbinieki spētu atpūsties kultūras namā tika izveidota maza virtuve jeb atpūtas zona, kur darbinieki var sanākt un iedzert tasi kafijas. Šī telpa vienmēr ir izdekorēta atbilstoši svētkiem, lai vide būtu mājīgāka.

Pētījuma datu iegūšanai tika izmantota kvantitatīvā tiešsaistes anketa Google veidlapas formā. Mūsdienās ar tiešsaistē izveidotu aptauju ir daudz vieglāk darboties un saņemt respondentu atbildes ātrāk kā ar papīra drukātu aptauju, kā arī vieglāk apkopot saņemtos rezultātus un nodrošināt pilnīgu anonimitāti. Respondenti tika informēti, ka darba autore izveidos aptauju pētījuma ietvaros un visi 17 kultūras nama darbinieki piekrita piedalīties aptaujā. Tiešsaistē veidotās aptaujas ir ērtas, jo respondenti to var izpildīt sev ērtā laikā un atbilžu rezultātus ir viegli pārskatīt.

Anketa tika ievietota Dobeles pilsētas kultūras nama darbinieku sarakstē "whatsapp" lietotnē, kurā pievienoti visi kultūras nama darbinieki. Anketa tika izsūtīta 2024. gada 18. decembrī un respondenti iesniegt savas atbildes varēja līdz 2024. gada 19. decembrī. Intervijas atbildes tika saņemtas 2024. gada 18. decembrī.

Anketas sākumā tika norādīta informācija par anketas veidotāju, tika minēts vārds, uzvārds, augstskolas un kursa nosaukums, kā arī minēts, ka darba autore ir respondentu kolēģe. Anketas sākumā tika norādīts anketas izveidošanas iemesls, kā arī tas, ka anketa ir anonīma. Anketā iekļauti 12 jautājumi un tā ir anonīma, aizpildīšanas laiks aptuveni 2 minūtēs.

### **Pētījuma rezultāti**

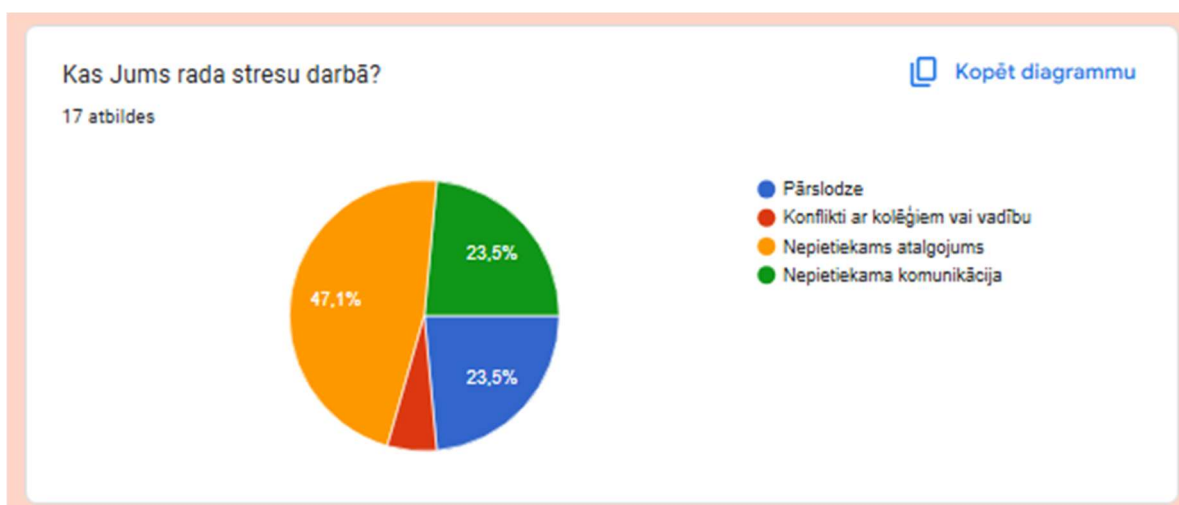
Anketas rezultātu analīze. Anketu izpildīja visi 17 Dobeles pilsētas kultūras nama darbinieki. Ar anketas palīdzību tika noskaidrots darbinieku stresa līmenis un tā ietekmējošie faktori, kā arī iespējamie uzlabojumi, lai novērstu stresa klātbūtni darba vietā. Aptaujā tika iekļauti 12 jautājumi, 11 no tiem bija ar jau piedāvātiem atbilžu variantiem, 1 jautājumā iespējams atzīmēt vairākus atbilžu variantus un pēdējais jautājums bija "atvērtā" veida, kur respondents varēja ierakstīt savu atbildi vai precīzāk izteikt savas domas.

Pirmajā jautājumā respondentiem bija jāatzīmē savs pašreizējais stresa līmenis darbā. 8 (47.1%) norāda, ka viņu stresa līmenis ir ļoti zems, 6 (35.3%) respondenti atzīmēja, ka viņu stresa līmenis ir zems un 3 (17.6%) atzīst, ka viņu stresa līmenis darbā ir vidējs. Nevienam no respondentiem darbā neizjūt augstu vai ļoti augstu stresa līmeni.

Otrais jautājums sniedza godīgu atbildi no darbiniekiem par to, vai viņiem ir spiediens sasniegt noteiktus darbus īsos termiņos. 5 (29.4%) respondenti nekad nav izjutuši spiedienu darba izpildē, 5 (29.4%) izjūt spiedienu reizi nedēļā un 7 (41.2%) respondenti Dobeles pilsētas kultūras namā izjūt spiedienu reizi mēnesī. Nevienam nesaskarās ar spiedienu katru dienu. Darba autore uzskata, ka, ņemot vērā pasākumu grafiku, katru mēnesi ir kāds lielāks pasākums, tāpēc liela daļa darbinieku izjūt spiedienu aptuveni reizi mēnesī.

Trešais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu vai darbinieki vēlētos lielāku brīvību pieņemt lēmumus savā amatā. 4 (23.5%) nevēlās lielāku brīvību, 6 (35.3%) uztver šo neitrāli un 7 (41.2%) respondenti no 17 vēlās lielāku brīvību lēmuma pieņemšanā, kas skar savu amatu.

Ceturtajā jautājumā tika noskaidrots, kas darbiniekiem rada stresu darbā. Zemāk (skat. 1. att.) var aplūkot piedāvātos atbilžu variantus un pārsvaru. 1 (5.9%) respondentam stresu rada konflikti ar kolēģiem vai vadību, 4 (23.5%) uzskata, ka ir par maz komunikācijas un tikpat respondenti 4 (23.5%) atzīmēja, ka stress rodas nepietiekamās komunikācijas dēļ. Vislielākais pārsvars jeb 8 (47.1%) respondentiem stresu rada nepietiekamais atalgojums. Darba autore domā, ka šis stresa pamats nav tikai Dobeles pilsētas kultūras nama darbiniekiem, bet arī citām kultūras iestādēm.



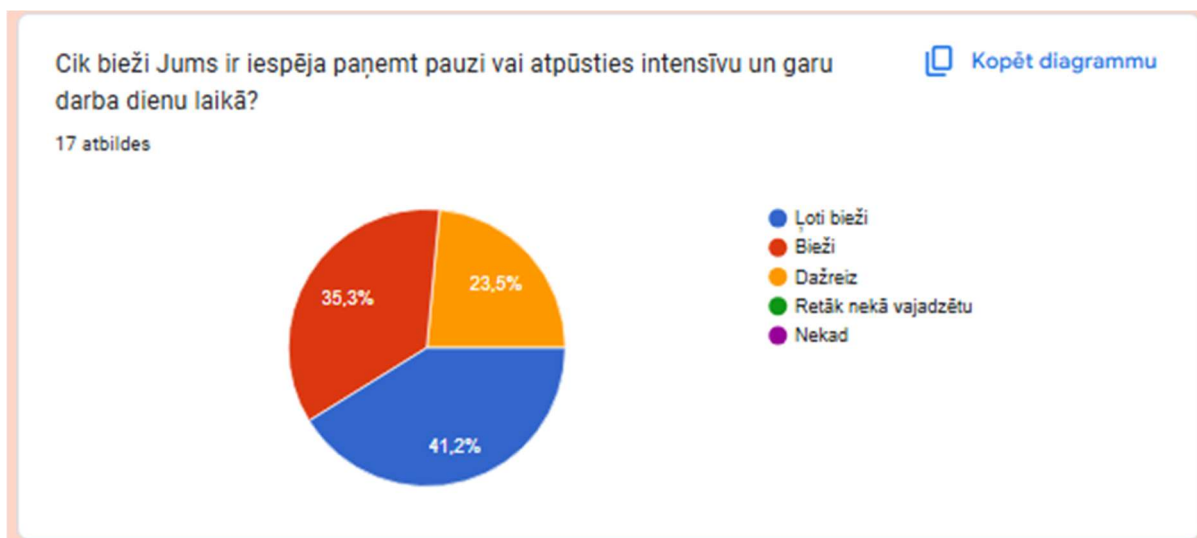
**1. att.** Respondentu atbildes par stresa faktoriem (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Piektajā jautājumā tika noskaidrots kā darbinieki jūtās strādājot intensīvākas darba sezonās (piemēram, pirms lieliem pasākumiem). 4 (23.5%) respondenti jūtās noguruši, taču var paciest slodzi, 6 (35.3%) atzīmēja, ka jūtās vidēji, saskarās ar stresu, bet tiek galā ar saviem darba pienākumiem un lielākā daļa jeb 7 (41.2%) respondenti jūtās labi, jo patīk darba intensitāte. Darba autore uzskata, ka četri darbinieki, kuri jūtās noguruši, bet pacieš slodzi ilgtermiņā var saskarties ar izdegšanu, it īpaši, ja nogurums novērojams ne tikai pirms lieliem pasākumiem.

Nākamais jautājums aptaujā bija par to kā stress darbā ietekmē respondentu dzīves ārpus darba laika jeb privātajā dzīvē. Lielākā daļa jeb 11 (64.7%) atzīmēja, ka stress darbā veic nelielu ietekmi uz savu privāto dzīvi, 5 (29.4%) norādīja, ka tam ir vidēja ietekme un 1 (5.9%) respondents jūt lielu ietekmi uz savu dzīvi ārpus darba. Netika saņemta neviena atbilde ar “neietekmē”, “liela ietekme” un “ļoti liela ietekme”. Vairāk kā puse Dobeles pilsētas kultūras nama darbinieku uzskata, ka stress, ko piedzīvo darba vietā tikai nedaudz ietekmē viņu privāto dzīvi.

Septītais jautājums tika uzdots par to, vai respondenti jūt atbalstu no tuvākajiem cilvēkiem darbā jeb kolēģiem. Šis jautājums tika uzdots, lai izprastu, vai respondenti jūtas labi savā kolektīvā un vai var uzticēties kolēģiem, ja ir nepieciešams atbalsts. Lielākā daļa jeb 16 (94.1%) atzīmēja, ka jūt atbalstu no saviem kolēģiem, taču 1 (5.9%) respondents aptaujā norādīja uz to, ka nejūt atbalstu no saviem kolēģiem.

Nākamais jeb astotais jautājums atspoguļoja to, vai darbiniekiem ir iespēja paņemt pauzi vai atpūsties intensīvu un garu darba dienu laikā. Respondenti uz šo jautājumu atbildēja pozitīvi. 7 (41.2%) respondentu atzīmēja, ka garās darba dienās ļoti bieži var paņemt pauzi vai atpūsties uz mirkli, ja tas nepieciešams, 6 (35.3%) bieži var atvilkt elpu garākās darba dienās un 4 (23.5%) respondenti saka, ka dažreiz var uz mirkli atpūsties. Neviens respondents neizvēlējās atbildes – “retāk nekā vajadzētu” vai “nekad” (skat. 2. att.). Darba autore uzskata, ka kultūras namā strādā dažādu amatu cilvēki, tāpēc ir saprotams tas, ka tehniskajiem darbiniekiem (gaismas operatoram, skaņas operatoram un galvenajam saimniecības pārzinim) pasākumu dienas ir ļoti intensīvas un darāmā darba ir daudz, tāpēc ir grūtāk atrast mirkli, kad atpūsties. Jāņem vērā tas, ka pasākuma dienās ir jābūvē skatuves, jānodrošina tehniskās vajadzības un laiks ir ierobežots, tāpēc šīs dienas pienākumi tehniskajiem darbiniekiem ir grūtāki nekā parastās darba dienas.



**2. att.** Respondentu atbildes par iespēju atpūsties intensīvās darba dienās (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Devītais jautājums tika uzdots pēc analītiskā apskata iegūtās informācijas, ir svarīgi noskaidrot, vai darbinieks jūtās pienācīgi novērtēts un viņa padarītais darbs tiek ievērots. Lielākā daļa respondentu jeb 11 (64.7%) jūtās darbā pienācīgi novērtēti un 6 (35.3%) uzskata, ka tiek novērtēti daļēji atbilstoši. Nevienam no respondentiem neizvēlējās atbildi “nē, nekad”.

Desmitais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu, vai respondenti piedalītos pasākumos, kas palīdzētu pārvaldīt stresu ar kuru saskarās darba vietā. 14 (82.4%) labprāt apmeklētu šāda veida pasākumus, bet 3 (17.6%) nevēlās piedalīties pasākumos, kas saistīti ar stresa pārvaldību (piemēram, semināri, lekcijas u.c.).

Nākamajā jautājumā katrs respondents varēja izvēlēties vairākas atbildes. Jautājums par to, kādas izmaiņas darba vidē visvairāk palīdzētu mazināt stresu darba vidē. 9 atbildes tika iegūtas par to, ka nepieciešama labāka komunikācija kolēģu un vadības starpā, 8 uzskata, ka ir nepieciešams labāks atbalsts no kolēģiem un vadības, taču 5 respondenti vēlētos pārdomātāku darbu plānošanu, lai mazinātu iespējamo stresu (skat. 3. att.). Nevienam respondentam nevēlās mazāk birokrātijas darbus (darbs ar “papīriem”).



**3. att.** Respondentu atbildes par iespējamajām izmaiņām darba vidē (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēdējais aptaujas jautājums – kādi risinājumi Jums šķiet piemēroti stresa mazināšanai darba vietā? Šim jautājumam netika doti atbilžu varianti, bet gan iespēja respondentiem ierakstīt savu atbildi. No 17 respondentiem 4 sniedza savu iespējamo risinājumu. Respondenti uzskata, ka pasēdēšana neformālā gaisotnē, regulāras atpūtas pauzes, pienākumu stingrāks sadalījums un sarunas ar kolēģiem jeb komunikācija ir piemēroti risinājumi, lai Dobeles pilsētas kultūras namā mazinātu stresa līmeni.

Kādi risinājumi Jums šķiet piemēroti stresa mazināšanai darba vietā?

4 atbildes

- pasēdēšanas neformālā gaisotnē
- regulāras atpūtas pauzes
- Pienākumu stingrāks sadalījums
- sarunas ar kolēģiem

**4. att.** Respondentu risinājumi stresa mazināšanai darba vietā (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Intervijas rezultātu analīze. Pētījumā tika veikta arī intervija ar Dobeles pilsētas kultūras nama kultūras darbu menedžeri Anci Kalniņu. Intervija tika veikta elektroniski, nosūtot jautājumus un saņemot atbildes. Tika uzdoti 9 jautājumi, lai noskaidrotu kāda ir menedžeres ikdiena, vai darba vidē saskarās ar stresu un vai ir kādi ieteikumi, lai izvairītos no stresa vai izdegšanas darba vietā.

Pirmajā jautājumā darba autore vēlējās noskaidrot, kāda ir organizācijas menedžeres darba ikdiena un vai bieži ir saskarsme ar ātru lēmumu pieņemšanu. Menedžere raksturoja savu darba ikdienu kā dinamisku un ikdienā ir ātri jāpieņem lēmumi, taču uzskata, ka tas palīdz plānot gan savu laiku, gan kolēģu laiku efektīvāk. Viņas ikdiena ir interesanta ar dažādiem darba pienākumiem.

Otrais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu vai menedžere saskarās ar mirkļiem, kad stresa līmenis darbiniekiem ir jūtami augstāks nekā parasti. Ance norādīja, ka stresa līmenis Dobeles pilsētas kultūras namā ir augstāks pirms lielākiem pasākumiem vai pirms pasākumu intensīvas sezonas. Ance izjūt sevi lielāku stresu, kad tuvojas kāds pirmizrādes pasākums, jo ir jānodrošina perfekts rezultāts uz katru pasākumu.

Trešajā jautājumā darba autore vēlējās noskaidrot, kuri darba uzdevumi menedžerei rada vislielāko stresu. Menedžere neslēpj to, ka viņai izaicinājums ir nodrošināt, lai tehniskie un mākslinieciskie uzdevumi sakristu un izpildītos noteiktos termiņos, taču viņa uzsver to, ka šāda veida uzdevumi noteikti rada gandarījumu par padarīto un lielu stresu nav izjutusi.

Ceturtais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu vai, viņasprāt, darba slodze starp darbiniekiem ir sadalīta vienlīdzīgi. Ance neslēpj to, ka tiek ievērota godīga pienākumu dalīšana. Pirms katra tehniskā darba plāna tiek kārtīgi izskatīts, lai katram darbiniekam pirms pasākuma un tā laikā ir vienlīdzīgi darba uzdevumi. Viņa piebilst, ka kultūrā visi darbi nevar notikt pēc plāna, bieži vien uzrodas darbi, kurus nevar ieplānot laicīgi, tāpēc kolektīvā viens otram izpalīdz, ja tas nepieciešams.

Piektajā jautājumā darba autore vēlējas noskaidrot, vai, Dobeles pilsētas kultūras nama darbiniekiem tiek piedāvāti risinājumi stresa mazināšanai (piemēram, apmācības). Ance norāda, ka darbiniekiem tiek piedāvāti saliedēšanās pasākumi, kā arī elastīgais darba grafiks ir labs iemesls darbiniekiem, kas palīdz ikdienā mazināt stresu un uzturēt pozitīvu atmosfēru.

Sestais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu kā kultūras darbu menedžere vērtē darba vides komunikāciju Dobeles pilsētas kultūras namā. Menedžere uzsvēra, ka komunikācija kolektīvā tiek vērtēta pozitīvi – tiek organizētas sapulces un tikšanās. Katrs darbinieks var izteikt savu viedokli, kuru ņems vērā gan vadītāja, gan pārējie darbinieki. Kolektīvs ir draudzīgs, tiekas arī neformālās sapulcēs.

Nākamais jeb septītais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu, kādas metodes menedžere izmanto, lai izvairītos no augsta stresa līmeņa vai izdegšanas savā darba vietā. Lai mazinātu stresu, menedžere dodas mazās pastaigās, tā kā darbiniekiem ir summētais darba laiks, tad var atļauties iziet kaut vai piecu minūšu pastaigā un uzlabot savu pašsajūtu, kā arī mazliet “izvēdinātu” galvu no darba domām.

Astotais jautājums tika uzdots, lai saprastu, vai menedžere, strādājot kultūras namā ir saskarusies, ka stress ietekmē viņas veselību. Menedžere norāda, ka veselība nekad nav cietusi, viņa ir sapratusi, ka nav jēga uztraukties vai stresot par lietām, kuras nespēj izmainīt vai uzlabot.

Pēdējais jautājums – kādas izmaiņas darba vidē vai komunikācijā vajadzētu izmainīt, lai mazinātu darbiniekiem stresu. Ance uzskata, ka varētu vairāk tikties pasēdēšanās vai pasākumos ar kolēģiem, saliedētība kolektīvā ir ļoti svarīga, lai darbinieki varētu uzticēties viens otram un sasniegt ideālus rezultātus.

### Secinājumi

Izveidojot pētījumu, un izanalizējot iegūtās atbildes, darba autore ir nonākusi pie vairākiem secinājumiem:

1. Aptaujas dati liecina, ka vislielāko stresu Dobeles pilsētas kultūras nama darbiniekiem rada nepietiekams atalgojums 47.1%, tāpat būtiski stresa faktori ir pārmērīgs slodze 23.5% un nepietiekama komunikācija 23.5%, taču konflikti ar kolēģiem tiek vērtēti kā nenozīmīgi.
2. Intensīvās darba sezonās lielākā daļa darbinieku 41.2% izjūt stresu, taču tas ir tikai periodisks, 23.5% atzīst, ka jūtas noguruši, tomēr 35.3% darbinieku norāda uz pārslodzi, kas liecina par to, ka nepieciešams vadībai pievērst uzmanību labbūtības uzlabošanai.
3. Dobeles pilsētas kultūras nama darbinieku vidū iespējams ir izdegšanas risks vairākiem darbiniekiem, jo gandrīz trešdaļa jeb 35.3% darbinieku jūtas pārslogoti tieši intensīvo darba periodu laikā.
4. Kolektīva saliedētība Dobeles pilsētas kultūras namā palīdz veiksmīgi pārvarēt stresu.
5. Stresa līmenis ikdienā šajā organizācijā ir ļoti zems, 14 no 17 respondentiem savu stresa līmeni vērtē kā ļoti zemu vai zemu.
6. Galvenie stresa cēloņi kultūras nozarē ir pārslodze, zems atalgojums, nepietiekama komunikācija un konflikti ar kolēģiem vai vadību.
7. Liela daļa darbinieku vēlētos, lai darba vietā vēl vairāk uzlabotu komunikāciju, lai nesaskartos ar stresu vai izdegšanas faktoriem.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts



Burmistrova, E. (2018). *Kā izvairīties no stresa un pārslodzes darbā*. IR.LV <https://ir.lv/2018/08/01/ka-izvairities-no-stresa-un-parslodzes-darba/>

medicine.lv. (2020). *Stress ir neatņemama dzīves sastāvdaļa*. <https://medicine.lv/raksti/stress-ir-neatnemama-dzives-sastavdala>

Silinieks, M. (2024). *Izdegšana – simptomi, kas ir tās pamatā un kā atpazīt “sarkanos karogus”?* WorkingDay. <https://www.workingday.lv/izdegsana-simptomi-kas-ir-tas-pamata-un-ka-atpazit-sarkanos-karogus#:~:text=Izdeg%C5%A1anas%20sindroms%20ir%20hroniska%20un%20neveiksm%C4%ABgi%20vad%C4%ABta%20stresa,p%C4%81r%C4%81k%20augstas%20darba%20noslodzes%20un%20%C4%BCoti%>

Staburags.lv. (2025). *Kāpēc spēja strādāt komandā ir tikpat svarīga kā spēja strādāt individuāli?* <https://staburags.lv/kapec-speja-stradat-komanda-ir-tikpat-svariga-ka-speja-stradat-individuali/>

Wilson D. R. (2023). *Your guide to understanding and Managing Workplace stress*. Healthline. <https://www.healthline.com/health/stress/workplace-stress>

## Anete Berģe. VILTUS ZIŅAS UN INFORMĀCIJPRATĪBA JAUNIEŠU VIDŪ

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma “Kultūras vadība”  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### Anotācija

**Pētījuma aktualitāte:** Digitālajā laikmetā studenti bieži sastopas ar dezinformācijas izpausmēm, taču viņu spējas to atpazīt un kritiski izvērtēt nav pietiekams. Nīderlandē veikta pētījuma rezultāti parāda, ka augstskolu studenti bieži vien nav ieguvuši medijpratības izglītību un rīkojas intuitīvi, nevis pamatojoties uz datiem vai izglītību (Levine, 2025) . ASV dati liecina, ka tikai 39% skolēnu (t.sk. jaunieši un studenti) apgūst medijpratību, lai gan 94% to uzskata par nepieciešamu (Media Literacy Now, 2024) . Tāpat uz aktualitāti norāda, ka Latvijā trūkst aktuālu pētījumu gan par studentu informācijpratību, gan sistemātiskas pieejas šīs kompetences attīstībā izglītības procesa ietvaros (Ločmele, 2022) . Tāpēc tēma ir būtiska gan studentu izglītības kvalitātes, gan demokrātiskas sabiedrības veidošanas kontekstā.

**Pētījuma mērķis:** Noskaidrot studentu spēju atpazīt viltus ziņas un to saistību ar informācijpratības līmeni.

**Pētījuma metodes:** literatūras referatīvā analīze, anketēšanas metode, grafiskā vizualizācijas metode, loģiski konstruktīvā metode, aprakstošās statistikas metode.

**Sasniegtie rezultāti:** Pētījuma rezultāti liecina, ka studentiem ir daļēji attīstītas prasmes atpazīt viltus ziņas, īpaši skaidri nepatiesu vai absurdu saturu, savukārt sarežģītāku un tehnoloģiski balstītu informāciju viņi interpretē ar mazāku pārliecību; tāpat tika konstatēta pozitīva saistība starp informācijpratības prasmēm un spēju kritiski analizēt mediju saturu.

*Atslēgas vārdi: medijpratība; viltus ziņas; informācijpratība; digitālā prātība; kritiskā domāšana.*

### Ievads

Digitālajā laikmetā, kurā informācija ir viegli pieejama un ātri izplatāma, pieaug nepieciešamība pēc kritiskas domāšanas un informācijpratības prasmēm. Īpaši tas attiecas uz jauniešiem un studentiem, kuri ikdienā plaši izmanto digitālos medijus un sociālos tīklus, kļūstot par mērķauditoriju gan patiesai, gan maldinošai informācijai. Pētījumi ārvalstīs liecina, ka lielākā daļa studentu nav apguvuši medijpratības pamatus un informāciju vērtē intuitīvi, nevis balstoties uz objektīviem kritērijiem (The Hague University of Applied Sciences, 2025). Arī Latvijā šī problēma ir aktuāla, jo trūkst gan pietiekamu pētījumu, gan sistemātiskas pieejas informācijpratības attīstīšanā izglītības procesā (Ločmele, 2022).

Pētījuma mērķis ir noskaidrot studentu spēju atpazīt viltus ziņas un to saistību ar informācijpratības līmeni. Darba mērķa sasniegšanai tika izvirzīti sekojoši darba uzdevumi:

1. Apkopot un analizēt teorētisko literatūru par viltus ziņām un informācijpratību.
2. Veikt studentu aptauju par viņu medijpratības un viltus ziņu atpazīšanas prasmēm.
3. Apkopot un analizēt iegūtos datus, izmantojot aprakstošās statistikas un grafiskās vizualizācijas paņēmienus.
4. Izvērtēt studentu informācijpratības līmeņa ietekmi uz viņu spēju atpazīt dezinformāciju.

Pētnieciskais jautājums – kāda ir studentu spēja atpazīt viltus ziņas, un kā tā korelē ar viņu informācijpratības līmeni?

Pētījuma veikšanā tika pielietotas sekojošas pētnieciskās metodes – literatūras referatīvā analīze, anketēšana, grafiskā vizualizācija, loģiski konstruktīvā metode, aprakstošās statistikas metodes, grafiskā vizualizācijas metode.

Iegūtie rezultāti - Pētījumā iegūtie dati atklāj studentu spēju līmeni atpazīt viltus ziņas un parāda ciešo saistību starp informācijpratības prasmēm un kritisko domāšanu digitālajā vidē.

### Anālītiskais apskats

Medijpratība ir gan teorētisks jēdziens, gan praktiska kompetence, kas palīdz indivīdiem kļūt informētiem un aktīviem sabiedrības locekļiem vidē, kur dominē daudzveidīgi mediju formāti un vēstījumi (Cho u.c., 2024). Tās pamatā ir prasmes piekļūt informācijai, to kritiski analizēt, interpretēt un radīt saturu plašsaziņas līdzekļos. Mūsdienā sabiedrībā, jo īpaši 21. gadsimtā, šīs prasmes kļūst par neatņemamu pilsoniskās līdzdalības un sociālās atbildības sastāvdaļu, jo cilvēkam ir jāspēj orientēties informācijas pārbagātībā, pieņemt pamatotus lēmumus un veidot saturiski kvalitatīvu komunikāciju (Afshar u.c., 2022). Attiecīgi var secināt, ka mūsdienās pieejamā lielajā informācijas gūzmā, kura veļas pāri visiem cilvēkiem, un nekas līdzīgs vēsturē nav bijis piedzīvots, lielu nozīmi iegūst tieši medijpratība.

Medijpratība ietver zināšanas un prasmes, kas nepieciešamas, lai efektīvi darboties ar informācijas avotiem. Tā sevī ietver spēju atrast un analizēt informāciju, izprast informācijas sniedzēju lomas, kā arī kritiski izvērtēt saturu, atšķirot objektīvu informāciju no tendenciozas vai manipulējošas. Būtiska ir arī spēja salīdzināt informāciju no dažādiem avotiem, lai veidotu argumentētu un līdzsvarotu viedokli. Turklāt medijpratība aptver ne tikai teorētisku izpratni, bet arī praktisku prasmi lietot medijus ikdienas dzīvē (Latvijas Vēstnesis, 2016).

Medijpratību ir iespējams definēt kā spēju:

- Dekodēt mediju vēstījumu (tostarp sistēmas, kurās tie pastāv);
- Novērtēt šo vēstījumu ietekmi uz domām, jūtām un uzvedību;
- Pārdomāti un apzinīgi veidot plašsaziņas līdzekļus.

Jānorāda, ka medijpratība, līdzīgi kā lasītprasme un/vai matemātika, ir apgūstama spēja, un attiecīgi spēja orientēties mainīgajā mediju vidē ir atkarīga no prasmju un rīku apguves, lai varētu zināt, kā patērēt un izvērtēt informāciju, uzdot kritiskus jautājumus, izvairīties no manipulācijām un droši, kā arī pārlicinoši iesaistīties digitālajā telpā (Media Literacy Now, 2025). Medijpratība tiek raksturota kā spēja izprast, analizēt, kritiski novērtēt un pašiem veidot mediju saturu. Apgūstot medijpratības pamatus, indivīdi kļūst piesardzīgāki un vērtīgāki pret mediju vēstījumiem, attīstot prasmi tos apšaubīt un analizēt to ticamību. Augsts medijpratības līmenis sabiedrībā veicina kopējo mediju kvalitāti, jo mediju lietotāji kļūst prasīgāki pret satura autentiskumu, pieprasot reālistiskus, pārbaudītus un kvalitatīvus materiālus (Geraee u.c., 2015).

Par medijpratību tiek diskutēts arī dažādu disciplīnu ietvaros, jo ir svarīgi noteikt vienotu medijpratības definīciju. Mediji pēc savas būtības ir liela industrija, kura ir radīta peļņas gūšanai, un medijpratīga sabiedrība ir tā, kas spēj šo faktu apzināties un izmantot to, lai informētu savu medija patērētāju. Tāpat var atzīmēt, ka medijpratība ietver kritisku refleksiju un analīzi ne tikai par pašu mediju tekstu, bet arī par plašākām politiskām, ekonomiskām, sociālām un vēsturiskām sekām, kuras ir saistītas ar teksta radīšanu un izplatīšanu. Tāpat tiek ieteikts medijpratībā izmantot piecus jautājumus, kurus var izmantot medijpratības attīstības un uzlabošanas modelim:

- 1) Kas suta vēstījumu un kāds ir autora mērķis?
- 2) Kādi paņēmieni tiek izmantoti, lai piesaistītu un noturētu uzmanību?
- 3) Kādi dzīvesveidi, vērtības un viedokļi ir pārstāvēti šajā vēstījumā?
- 4) Kā dažādi cilvēki varētu atšķirīgi interpretēt šo vēstījumu?
- 5) Kas šajā vēstījumā ir izlaists? (Hobbs, 2011).

Medijpratība un informācijpratība ir cieši saistītas savā starpā, un abi šie jēdzieni ir ļoti svarīgi.

Informācijpratība ir būtiska prasme mūsdienu sabiedrībā, kura ietver spēju atpazīt informācijas nepieciešamību un efektīvi atrast, izvērtēt un izmantot informāciju dažādos kontekstos. Šī kompetence ļauj indivīdiem ne tikai piekļūt informācijai, bet arī izprast tās izcelsmi, vērtību un pielietojumu, veidojot jaunas zināšanas un piedaloties mācību kopienās (American Library Association, 2016).

Informācijpratība ietver vairākas būtiskas prasmes:

- 1) Informācijas vajadzības atpazīšana – spēja noteikt, kāda informācija ir nepieciešama konkrētai problēmai vai uzdevumam.
- 2) Informācijas meklēšana – efektīvu stratēģiju izmantošana, lai atrastu nepieciešamo informāciju.
- 3) Informācijas izvērtēšana – kritiska pieeja informācijas avotu ticamības un atbilstības novērtēšanai.
- 4) Informācijas izmantošana – spēja integrēt iegūto informāciju jaunu zināšanu radīšanā un lēmumu pieņemšanā.
- 5) Informācijas ētiskā izmantošana – informācijas lietošana, ievērojot autortiesības un citus ētiskos principus (American Library Association, 2016).

Šīs prasmes ir īpaši svarīgas augstākās izglītības kontekstā, kurā studentiem ir jāspēj orientēties plašā informācijas klāstā, izvērtēt tās kvalitāti un pielietot to akadēmiskajā darbā (American Library Association, 2016). Darba autore norāda, ka informācijpratība ir cieši saistīta ar medijpratību, taču tās fokuss ir vairāk vērsts uz informācijas meklēšanu, izvērtēšanu un izmantošanu, nevis uz mediju satura analīzi. Tomēr abas prasmes ir savstarpēji papildinošas un nepieciešamas, lai indivīdi spētu efektīvi darboties mūsdienu informācijas piesātinātajā vidē.

Tāpat svarīgi norādīt uz viltus ziņām, jo tieši to atpazīšanas spēja ir ļoti svarīga. Viltus ziņas tiek definētas kā apzināti izplatīta nepatiesa vai maldinoša informācija, kura tiek pasniegta kā uzticamas ziņas ar mērķi maldināt sabiedrību, ietekmēt politiskos procesus vai gūt ekonomisko labumu (Jaster & Lanius, 2018). Pēdējos gados viltus ziņu izplatība ir būtiski pieaugusi, īpaši sociālo mediju platformās, kur tās var ātri sasniegt plašu auditoriju. Pētījumi liecina, ka emocionāli uzlādēts saturs veicina viltus ziņu izplatību, jo cilvēki biežāk dalās ar informāciju, kas izraisa spēcīgas emocijas (Adeeb & Mirhoseini, 2023). Viltus ziņu ietekme ir daudzveidīga, sākot no sabiedrības dezinformēšanas līdz politiskās polarizācijas veicināšanai. Piemēram, 2023. gadā Eiropas Savienība ziņoja par vairāk nekā 750 koordinētiem dezinformācijas uzbrukumiem, kas bija vērsti pret vēlētajiem, medijiem un LGBTQ+ kopienām (Elevationweb, & Elevationweb, 2024). Lai cīnītos pret viltus ziņām, ir būtiski attīstīt medijpratību un informācijpratību, kas ļauj indivīdiem kritiski izvērtēt informācijas avotus un saturu. Tāpat nepieciešama sociālo mediju platformu atbildība par satura moderēšanu un dezinformācijas ierobežošanu.

Analītiskajā apskatā tika analizēti jēdzieni medijpratība un informācijpratība, uzsverot to nozīmi 21. gadsimta digitālajā sabiedrībā. Medijpratība tika aplūkota kā būtiska kompetence, kas ietver spēju kritiski uztvert, analizēt un veidot mediju saturu, savukārt informācijpratība vairāk koncentrējas uz prasmi meklēt, izvērtēt un ētiski izmantot informāciju. Abas prasmes ir cieši saistītas un savstarpēji papildina viena otru, veidojot indivīda spēju orientēties informācijas pārbagātībā. Īpaša uzmanība tika

pievērsta arī viltus ziņu fenomenam, kas mūsdienās kļūst arvien aktuālāks, ņemot vērā to straujo izplatību digitālajā vidē. Viltus ziņas ne tikai grauj uzticēšanos medijiem, bet arī veicina sabiedrības polarizāciju un manipulāciju ar sabiedrisko domu. Lai pretotos šīm tendencēm, nepieciešama mērķtiecīga medijpratības un informācijpratības attīstība, īpaši jauniešu un studentu vidū. Kopumā var secināt, ka indivīda spēja atpazīt dezinformāciju un kritiski analizēt mediju saturu ir priekšnoteikums kvalitatīvai līdzdalībai demokrātiskā sabiedrībā, kā arī būtisks aizsardzības mehānisms pret viltus ziņām mūsdienu informatīvajā telpā.

### **Pētījuma metodoloģija**

Pētījuma veikšanai darba autore ir izmantojusi kvantitatīvo metodi – anketēšanu, lai iegūtu datus par studentu spēju atpazīt viltus ziņas un viņu uzvedību digitālajā vidē. Metode tika izvēlēta, jo tā ļauj salīdzinoši īsā laikā iegūt datus no lielāka respondentu skaita, nodrošinot statistisko datu analīzes iespējas.

Datu vākšana norisinājās no 2025.gada 14.maija līdz 27.maijam, izmantojot tiešsaistes anketu platformu Google Forms. Anketa tika izveidota, pamatojoties uz izpētes mērķiem, un iekļāva sevī gan slēgtus jautājumus par demogrāfiju (dzimums, vecums, studiju virziens), gan jautājumus, ar kuriem tika vērtēta respondentu spēju atpazīt viltus ziņas un viņu digitālās uzvedības paradumus.

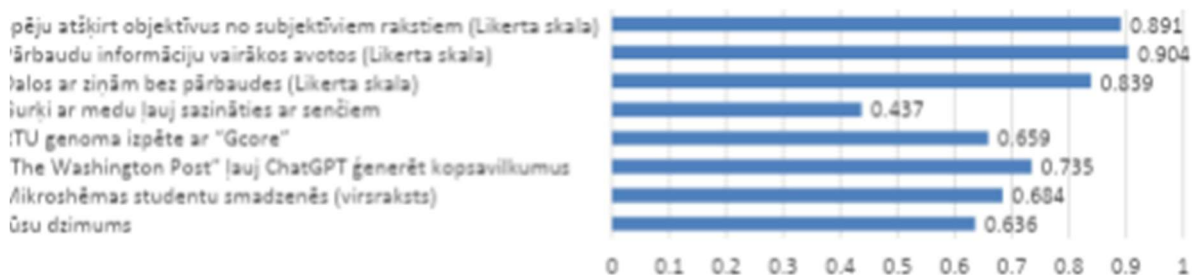
Respondentu izlasi veidoja 101 respondenti – studenti – no dažādām Latvijas augstskolām. Izlases veidošanā tika izmantota nejaušā izlase, izplatot anketu dažādās studentu grupās. No respondentiem 52 bija sievietes un 49 – vīrieši. Respondentu vecums svārstījās no 17 līdz 30 gadiem, lielākā daļa bija 21 (28 respondenti), 23 (19 respondenti) un 22 (17 respondenti) gadus veci. Attiecībā uz respondentu studiju virzienu, tad ir jāatzīmē, ka respondenti pārstāvēja dažādus studiju virzienus – visvairāk tika pārstāvētas inženierzinātnes (20), humanitārās zinātnes (18) un sociālās zinātnes (14). Citas pārstāvētās jomas bija, piemēram, mārketing, grāmatvedība, jūrniecība u.c.

Pētījumā izmantotā anketa sastāvēja no vairākām sadaļām: demogrāfiskie jautājumi, jautājumi par viltus ziņu atpazīšanu (ar 5 apgalvojumiem, kuru patiesumu respondenti novērtēja), kā arī jautājumi par uzvedību digitālajā vidē, ko respondenti vērtēja Likerta skalā no 1 līdz 5. Anketas saturs tika pielāgots, lai atbilstu pētījuma mērķim un būtu viegli saprotams mērķauditorijai.

Pēc datu apkopošanas tika veikta kvantitatīvā analīze, izmantojot aprakstošās statistikas metodes un procentuālo analīzi, lai aprakstītu iegūtās atbildes. Tika arī aplūkotas sakarības starp respondentiem raksturīgajiem demogrāfiskajiem rādītājiem un viņu spējām atpazīt viltus ziņas.

### **Pētījuma rezultāti**

Pēc aptaujas respondentu atbilžu apkopošanas autore veica rezultātu analīzi un vizuālo atainošanu. Darba autore novērtēs respondentu dzimuma ietekmi uz spēju novērtēt, cik patiesi ir ziņu virsraksti (anketas 4.jautājums) un apgalvojumu vērtību (anketas 5.jautājums). Sākotnēji darba autore veic normalitātes pārbaudi, lai novērtētu atbilžu sadalījumu, un pamatojoties uz tā rezultātiem, izvēlēties turpmākās analīzes metodes. Iegūtie rezultāti ir atainoti 1.attēlā.



**1.att.** Shapiro – Wilk testa normalitātes testa rezultāti \*  $p < 0.001$  (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Analizējot 1.attēlā atainotos rezultātus, darba autore secina, ka visiem mainīgajiem p-vērtības ir zem .001, kas attiecīgi nozīmē, ka dati statistiski būtiski atšķiras no normāla sadalījuma. Piemēram, mainīgajam “Es mēdzu pārbaudīt informāciju vairākos avotos”, tika iegūts Shapiro – Wilk  $W = 0.904$ ,  $p < 0.001$ , savukārt mainīgajam “Ja ēd gurķus ar medu pirms miega, iespējams sazināties ar saviem senčiem sapņos”,  $W = 0,437$ ,  $p < .001$ , kas norāda uz vēl izteiktāku novirzi no normalitātes.

Attiecīgi, tā kā nevienam no analizētajiem mainīgajiem netika konstatēts normālsadalījums, turpinājumā tiks pielietotas neparametriskās metodes, konkrētāk Spīrmana korelācijas koeficients. Uzdotot ceturto aptaujas anketas jautājumu, darba autore vēlējas iegūt respondentu viedokli, vai dažādu ziņu virsraksti ir patiesi vai tomēr nav. Iegūtie rezultāti ir atainoti 1.tabulā.

**1.tabula.** Respondentu novērtējums dažādu ziņu virsrakstu patiesumam (Avots: Autora apkopojums)

Apgalvojums	Pētījums - Šokolādes ēšana katru dienu uzlabo atmiņu par 30%	Latvijā no 2026. gada plānots integrēt mikroshēmas studentu smadzenēs, lai reģistrētu lekciju apmeklējumu	“The Washington Post” tagad ļaus “ChatGPT” ģenerēt savu rakstu kopsavilkumus	Rīgas Tehniskā universitāte paātrina genoma izpēti ar “Gcore” mākoņtehnoloģijām	Ja ēd gurķus ar medu pirms miega, iespējams sazināties ar saviem senčiem sapņos
Nepatiesi	62	75	18	9	90
Nezinu	9	11	39	31	8
Patiesi	30	15	44	61	3

Analizējot 1.tabulā apkopotos rezultātus, var secināt, ka respondenti visprecīzāk spēja atpazīt nepatieso ziņu virsrakstu “Ja ēd gurķus ar medu pirms miega, iespējams sazināties ar saviem senčiem sapņos”. To kā nepatiesu atzina 90 respondenti jeb 89,1 %. Tas norāda, ka skaidri absurdi un fantastiski virsraksti tiek uztverti kā maz ticami un vieglāk identificējami kā viltus ziņas. Otrs vislabāk atpazītais virsraksts bija “Latvijā no 2026. gada plānots integrēt mikroshēmas studentu smadzenēs, lai reģistrētu lekciju apmeklējumu”. 75 respondenti (74,3 %) to pareizi novērtēja kā nepatiesu. Lai gan virsraksts ietver pseidozinātniskas un satraucošas idejas, tas tomēr nav tik absurds kā iepriekšējais, kas varētu izskaidrot, kāpēc daļa respondentu izvēlējās “nezinu” vai “patiesā”. Ziņu virsrakstu

“Pētījums – Šokolādes ēšana katru dienu uzlabo atmiņu par 30%” kā nepatiesu pareizi atzina 62 respondenti (61,4 %). Salīdzinoši zemāka precizitāte var būt saistīta ar to, ka šāda veida apgalvojumi bieži tiek pasniegti plašsaziņas līdzekļos kā pārspīlēti vai izkropļoti zinātnes atklājumi, kas var radīt sajukumu starp patiesību un maldinošu interpretāciju. Virzienā uz patiesu ziņu identificēšanu rezultāti bija vājāki. Ziņu virsrakstu “The Washington Post tagad ļaus ChatGPT ģenerēt savu rakstu kopsavilkumus” kā patiesu atzina tikai 44 respondenti jeb 43,6 %. Šis rezultāts var liecināt par zināšanu trūkumu par jaunākajiem tehnoloģiskajiem risinājumiem vai skepsi pret mākslīgā intelekta pielietojumu medijos. Līdzīgi arī virsrakstu “Rīgas Tehniskā universitāte paātrina genoma izpēti ar ‘Gcore’ mākoņtehnoloģijām” kā patiesu atpazina 61 respondents (60,4 %). Šis virsraksts ir tehniski korekts un atspoguļo reālu notikumu, taču tā zinātniskais raksturs, iespējams, radīja šaubas respondentiem, īpaši tiem, kuriem nav priekšzināšanu šajā jomā.

Kopumā rezultāti liecina, ka respondenti labāk spēj atpazīt nepatiesas vai acīmredzami absurdi formulētas ziņas, kamēr patiesas, bet mazāk zināmas vai tehniski formulētas ziņas biežāk izraisa šaubas vai kļūdainu interpretāciju. Tas norāda uz nepieciešamību veicināt medijpratību, īpaši saistībā ar tehnoloģijām un zinātni, kā arī trenēt spēju kritiski analizēt arī reālos faktus, ne tikai izteiktus pārspīlējumus.

Lai novērtētu respondentu dzimuma saistību ar spēju atpazīt šo virsrakstu korektumu, tika izmantota Spīrmana korelācijas matrica, un iegūtie rezultāti ir atainoti 2.tabulā.

**2.tabula.** Spīrmana korelācijas matrica starp 1.jautājumu un 4.jautājumu (Avots: Autores apkopojums)

Mainīgie	Dzimums	Šokolādes pētījums	Mikroshēmas smadzenēs	The Washington Post / ChatGPT	RTU ar Gcore	Gurķi un senči
Dzimums	—	$\rho = 0.038$ $p = 0.707$	$\rho = -0.045$ $p = 0.653$	$\rho = 0.053$ $p = 0.597$	$\rho = -0.082$ $p = 0.413$	$\rho = 0.160$ $p = 0.109$
Šokolādes pētījums		—	$\rho = -0.006$ $p = 0.955$	$\rho = 0.022$ $p = 0.828$	$\rho = 0.247$ $p = 0.013$	$\rho = 0.132$ $p = 0.188$
Mikroshēmas studentiem			—	$\rho = 0.285$ $p = 0.004$	$\rho = 0.166$ $p = 0.097$	$\rho = 0.254$ $p = 0.010$
The Washington Post ļauj ChatGPT ģenerēt kopsavilkumus				—	$\rho = 0.343$ $p < .001$	$\rho = 0.176$ $p = 0.079$
RTU + Gcore mākoņtehnoloģijas					—	$\rho = -0.163$ $p = 0.104$
Gurķi un senči sapņos						—

Analizējot saistību starp respondentu dzimumu un viņu spēju atpazīt ziņu patiesumu, tika aprēķināti Spīrmana korelācijas koeficienti. Rezultāti liecina, ka nevienam no pieciem virsrakstiem nav statistiski nozīmīgas saistības ar dzimumu ( $p > 0.05$  visos gadījumos), kas nozīmē, ka vīriešu un sieviešu spēja atšķirt patiesas un nepatiesas ziņas būtiski neatšķiras. Piemēram, korelācija starp dzimumu un ziņu par šokolādes ietekmi uz atmiņu bija vāja un nenozīmīga ( $\rho = 0.038$ ,  $p = 0.707$ ), līdzīgi arī attiecībā uz pārējām ziņām.

Interesantas sakarības novērotas, aplūkojot korelācijas starp pašiem virsrakstiem, t. i., to, kā respondenti vērtējuši dažādas ziņas savstarpēji. Spēcīgākā pozitīvā korelācija tika konstatēta starp virsrakstiem “The Washington Post ļaus ChatGPT ģenerēt rakstu kopsavilkumus” un “RTU paātrina genoma izpēti ar Gcore mākoņ tehnoloģijām” ( $\rho = 0.343$ ,  $p < .001$ ). Šis rezultāts var liecināt par to, ka respondenti, kuri uzticējās vienai tehnoloģiski balstītai ziņai, biežāk atzina arī otru par patiesu.

Tāpat tika konstatēta nozīmīga saistība starp mikroshēmu studentu smadzenēs un ChatGPT virsrakstiem ( $\rho = 0.285$ ,  $p = 0.004$ ), kā arī starp mikroshēmu un gurķu un medus virsrakstiem ( $\rho = 0.254$ ,  $p = 0.010$ ). Šie rezultāti varētu liecināt par kopēju reakcijas modeli uz pārspilētiem vai neparastiem ziņu virsrakstiem – tie respondenti, kuri kādu no tiem uztvēra kā patiesu, biežāk līdzīgi vērtēja arī citus.

Nedaudz vājāka, bet joprojām statistiski nozīmīga korelācija tika novērota starp ziņu par šokolādes ietekmi un RTU ar Gcore ( $\rho = 0.247$ ,  $p = 0.013$ ), kas var liecināt par grūtībām atšķirt zinātniski formulētas, bet pārspilētas ziņas no īstiem notikumiem. Kopumā šie rezultāti norāda, ka, lai arī dzimums nav būtisks faktors viltus ziņu atpazīšanā, dažiem virsrakstiem uztvere ir savstarpēji saistīta, un tā var atspoguļot kopēju informācijas uztveres vai kritiskās domāšanas stratēģiju.

Lai noskaidrotu studentu uzvedības tendences digitālajā vidē, 5. jautājumā tika iekļauti trīs apgalvojumi, kuri tiek vērtēti pēc piecu punktu Likerta skalas. Tabulā atspoguļots respondentu skaits katrā atbildes variantā (no 1 līdz 5) attiecībā uz katru no apgalvojumiem.

**3.tabula.** Respondentu atbildes uz 5.jautājuma apgalvojumiem (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Balles	Es dalos ar ziņām sociālajos medijos bez to pārbaudes	Es mēdzu pārbaudīt informāciju vairākos avotos	Es spēju atšķirt objektīvus rakstus no subjektīviem vai klikšķu virsrakstiem
1	36	7	4
2	16	16	11
3	38	37	31
4	4	21	30
5	7	20	25

Analizējot atbildes, kuras ir atainotas 3.tabulā, var secināt, ka apgalvojumam “Es dalos ar ziņām sociālajos medijos bez to pārbaudes” visbiežākā atbilde bija 3 balles – “neitrāli” (38 respondenti), bet ievērojami daudz respondentu atzīmēja arī 1 balli (36 respondenti), kas norāda, ka būtiska daļa aptaujāto norāda uz zemu tieksmi dalīties ar nepārbaudītu saturu. Tomēr tikai neliela daļa (7 respondenti) pilnībā piekrīt šim apgalvojumam, kas varētu liecināt par vispārīgu piesardzību šajā jautājumā.

Savukārt apgalvojumam “Es mēdzu pārbaudīt informāciju vairākos avotos” dominē 3. un 4. vērtējums – attiecīgi 37 un 21 respondenti. Salīdzinoši daudz respondentu arī izvēlējās 5 (20 respondenti), kas

rāda pozitīvu tendenci uz faktu pārbaudi, tomēr joprojām redzama arī izkliede zemākajos vērtējumos – 7 respondenti piekrita, ka pilnībā nepiekrīt šim apgalvojumam.

Attiecībā uz apgalvojumu “Es spēju atšķirt objektīvus rakstus no subjektīviem vai klikšķu virsrakstiem” vērtējumi kopumā ir augstāki. Lielākā daļa respondentu izvēlējās 3, 4 un 5 balles (attiecīgi 31, 30 un 25 respondenti), kas liecina, ka aptaujātie salīdzinoši augstu novērtē savu spēju kritiski analizēt informāciju. Tikai 4 respondenti pilnībā nepiekrīt šim apgalvojumam.

Kopumā iegūtie rezultāti parāda, ka lielāka daļa respondentu novērtē savas spējas analizēt un pārbaudīt informāciju no vidēja līdz augstam pašnovērtējumam, taču vienlaikus var novērot, ka pastāv nedrošība un/vai neitralitāte attiecībā uz dalīšanās paradumiem. Tas var liecināt par to, ka medijpratības prasmes ir daļēji attīstītas, bet vēl ir vieta to uzlabošanai, īpaši kritiskās domāšanas nostiprināšanā.

Lai noskaidrotu iespējamās saistības starp respondentiem raksturīgo digitālo uzvedību un viņu dzimumu, darba autore veica Spīrmana korelācijas koeficienta aprēķinu. Analīzē tika iekļauti visi trīs 5.jautājuma apgalvojumi, kā arī dzimums, kā kategoriskais mainīgais. Iegūtie rezultāti ir atainoti 4.tabulā.

**4.tabula.** Spīrmana korelācijas matrica starp 1.jautājumu un 5.jautājumu (Avots: Autora apkopojums)

Mainīgie	Dalos ar ziņām bez pārbaudes	Pārbaudu informāciju vairākos avotos	Spēju atšķirt objektīvus rakstus	Dzimums
Dalos ar ziņām bez to pārbaudes	—	$\rho = 0.002$ $p = 0.985$	$\rho = -0.188$ $p = 0.060$	$\rho = 0.150$ $p = 0.135$
Pārbaudu informāciju vairākos avotos		—	$\rho = 0.276$ $p = 0.005$	$\rho = -0.235$ $p = 0.018$
Spēju atšķirt objektīvus no subjektīviem rakstiem			—	$\rho = -0.208$ $p = 0.037$
Dzimums				—

Analizējot 4.tabulas rezultātus, darba autore secina, ka tika konstatēta statistiski nozīmīga pozitīva korelācija starp apgalvojumiem “Es mēdzu pārbaudīt informāciju vairākos avotos” un “Es spēju atšķirt objektīvus rakstus no subjektīviem vai klikšķu virsrakstiem” ( $\rho = 0.276$ ,  $p = 0.005$ ). Tas nozīmē, ka tie respondenti, kuri biežāk pārbauda informāciju, arī augstāk novērtē savu spēju atšķirt uzticamu saturu no manipulējošiem vai maldinošiem virsrakstiem. Šī pozitīvā sakarība norāda uz saistītu medijpratības aspektu izpaušmi.

Korelācija starp “Es dalos ar ziņām sociālajos medijos bez to pārbaudes” un abiem pārējiem apgalvojumiem nebija statistiski nozīmīga. Korelācija ar informācijas pārbaudi bija praktiski nulle ( $\rho = 0.002$ ,  $p = 0.985$ ), kas liecina, ka šie uzvedības aspekti respondentiem ne vienmēr ir savstarpēji saistīti – iespējams, ka cilvēks, kurš dažkārt dalās ar nepārbaudītām ziņām, vienlaikus mēdz pārbaudīt citu saturu.

Korelācija starp dalīšanos ar ziņām bez pārbaudes un spēju atšķirt objektīvus rakstus bija negatīva un tuva statistiski nozīmīgam līmenim ( $\rho = -0.188$ ,  $p = 0.060$ ). Tas varētu liecināt par tendenci – jo

augstāka ir pašvērtētā spēja analizēt informāciju, jo mazāk bieži respondenti atzīst, ka dalās ar nepārbaudītām ziņām, lai gan šī sakarība nav pietiekami izteikta, lai uzskatītu to par statistiski būtisku. Savukārt, analizējot saistību ar dzimumu, tika konstatētas vājas, bet statistiski nozīmīgas negatīvas korelācijas:

- Ar apgalvojumu “Es mēdzu pārbaudīt informāciju vairākos avotos” ( $p = -0.235$ ,  $p = 0.018$ )
- Un “Es spēju atšķirt objektīvus rakstus no subjektīviem” ( $p = -0.208$ ,  $p = 0.037$ ).

Tas nozīmē, ka sievietes biežāk nekā vīrieši atzīmēja, ka pārbauda informāciju un spēj kritiski izvērtēt saturu. Šis novērojums saskan ar citos pētījumos atklāto, ka sievietes bieži vien demonstrē augstāku piesardzību un uzmanību, apstrādājot informāciju digitālajā vidē.

### Secinājumi

Studentu spēja atpazīt viltus ziņas ir vidēji attīstīta, ar labāku veikspēju, atpazīstot acīmredzami absurdus virsrakstus – respondenti pārliecinoši identificēja absurdus un nezinātniskus apgalvojumus kā nepatiesus, taču bieži kļūdījās, izvērtējot tehniski sarežģītus vai maz zināmus faktus, kas liecina par virspusēju kritiskās domāšanas pielietojumu informācijas izvērtēšanā.

Informācijpratības un medijpratības prasmes ir cieši saistītas ar studentu spēju izvērtēt informācijas ticamību – statistiski nozīmīga pozitīva korelācija starp informācijas pārbaudi dažādos avotos un spēju atšķirt objektīvu saturu no manipulējoša norāda, ka medijpratības komponentes attīstās vienlaikus un savstarpēji stiprina viena otru.

Dzimums būtiski neietekmē spēju atpazīt viltus ziņas, taču sievietes uzrādīja augstāku piesardzību digitālajā vidē – vīriešu un sieviešu rezultāti, analizējot ziņu virsrakstus, būtiski neatšķīrās, tomēr sievietes biežāk atzīmēja, ka pārbauda informāciju un labāk spēj atšķirt objektīvu no subjektīva saturu.

Pētījuma rezultāti uzrāda praktisku vērtību, jo tie var kalpot par pamatu izglītības iestāžu iniciatīvām medijpratības stiprināšanai – īpaši ieteicama ir virziena attīstība uz tehnoloģiju un zinātnes komunikācijas izpratni, kur respondentu rezultāti bija vājāki.

Pētījumu ir iespējams turpināt, paplašinot respondentu loku un iekļaujot kvalitatīvas metodes – piemēram, padziļinātas intervijas vai fokusgrupu diskusijas ļautu dziļāk izprast studentu argumentācijas loģiku un emocionālos iemeslus informācijas uztverē, kā arī novērtēt dažādu izglītības programmu ietekmi uz medijpratību.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Adeeb, R. A., & Mirhoseini, M. (2023). The impact of affect on the perception of fake news on social media: A systematic review. *Social Sciences*, 12(12), 674. <https://doi.org/10.3390/socsci12120674>

Afshar, P. P., Keshavarz, F., Salehi, M., Moghadam, R. F., Khajoui, E., Nazari, F., & Dehghan, M. (2020). Health literacy and media literacy: is there any relation? *Community Health Equity Research & Policy*, 42(2), 195–201. <https://doi.org/10.1177/0272684x20972642>

American Library Association. (2016). *Framework for Information Literacy for Higher Education*. <https://www.ala.org/acrl/standards/ilframework>

Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2024). Social media literacy: A conceptual framework. *New media & society*, 26(2), 941–960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>



Elevationweb, & Elevationweb. (2024, October 21). *Study: American teens awash in conspiracy theories, cynical about news media - The News Literacy Project*. The News Literacy Project - for a Future Founded on Facts. <https://newslit.org/news-and-research/study-american-teens-awash-in-conspiracy-theories-cynical-about-news-media/>

Geraee, N., Kaveh, M. H., Shojaeizadeh, D., & Tabatabaee, H. R. (2015). Impact of media literacy education on knowledge and behavioral intention of adolescents in dealing with media messages according to Stages of Change. *Journal of advances in medical education & professionalism*, 3(1), 9–14.

Hobbs, R. (2011). The State of Media Literacy: A response to Potter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(3), 419–430. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.597594>

Jaster, R., & Lanius, D. (2018). *What Is Fake News? Versus*, 2(127), 207–227. [https://www.researchgate.net/publication/328738269\\_What\\_is\\_Fake\\_News](https://www.researchgate.net/publication/328738269_What_is_Fake_News)

Latvijas Vēstnesis (2016). *Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016.-2020.gadam*. [www.vestnesis.lv](http://www.vestnesis.lv). <https://www.vestnesis.lv/op/2016/221.2>

Ločmele, K. (2022). Young People's Media Literacy: Research and Possibilities of the Educational System. *Human, Technologies and Quality of Education*, 138–151. <https://doi.org/10.22364/htqe.2022.10>

Media Literacy now (2025). *The Current State of Media & Children* <https://medialiteracynow.org/>

The Hague University of Applied Sciences. (2025, April 14). Student Researcher Joshua develops Media Literacy Toolkit. *The Hague University of Applied Sciences*. <https://www.thuas.com/research/centre-expertise/student-researcher-joshua-develops-media-literacy-toolkit>

## **Liene Barkova. BĒRNI AR UZMANĪBAS DEFICĪTA UN HIPARAKTIVITĀTES SINDROMU MŪZIKAS SKOLĀ**

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma "Kultūras vadība"  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### **Anotācija**

**Pētījuma aktualitāte:** Uzmanības deficīta un hiperaktivitātes sindroms (UDHS) ir arvien biežāk diagnosticēts bērniem visā pasaulē, un Latvija nav izņēmums. Šī sindroma klātbūtne būtiski ietekmē bērna spējas koncentrēties un ievērot disciplīnu, kas ir īpaši svarīgi mūzikas izglītībā. Mūzikas skolās joprojām trūkst pielāgotu mācību metožu UDHS bērniem, un pedagogu zināšanas bieži vien nav pietiekamas, lai efektīvi palīdzētu šiem skolēniem. Pētījumā tiek aplūkoti mūzikas skolotāju izaicinājumi, saskaroties ar UDHS bērniem, kā arī piedāvāti risinājumi un ieteikumi iekļaujošakai pieejai.

**Pētījuma mērķis:** Izpētīt UDHS ietekmi uz bērnu mācīšanos mūzikas skolā un identificēt pedagoģiskās metodes, kas veicina šo bērnu integrēšanu un attīstību mācību procesā.

**Pētījuma metodes:** Literatūras un iepriekšējo pētījumu apskats, intervijas ar mūzikas skolotājiem, kā arī anketēšana ar mūzikas skolu personālu. Aptaujas tika izplatītas digitāli – sociālajos tīklos un ar mūzikas skolu palīdzību.

**Sasniegtie rezultāti:** Pētījums atklāj, ka UDHS bērniem nepieciešami specifiski pedagoģiskie paņēmieni un individuāla pieeja. Lielākā daļa skolotāju izjūt vajadzību pēc papildu apmācībām un atbalsta, lai veiksmīgāk strādātu ar šiem bērniem. Tika izstrādāti ieteikumi par efektīvām stratēģijām, kuras iespējams ieviest mūzikas izglītībā.

*Atslēgas vārdi: UDHS; bērni; mūzikas izglītība; hiperaktivitāte; uzmanības deficīts; iekļaušana; pedagoģija.*

### **Ievads**

Mūzikas skolu audzēkņu vidū aizvien biežāk sastopami bērni ar uzmanības deficīta un hiperaktivitātes sindromu (UDHS). Šis sindroms būtiski ietekmē bērna spēju koncentrēties, uztvert un izpildīt uzdevumus, kas ir īpaši izaicinoši mūzikas apgūvē, kur nepieciešama gan precizitāte, gan ilgstoša uzmanības noturība. Strādājot par mūzikas skolotāju, esmu novērojusi, ka bērniem ar UDHS bieži vien ir grūtības sekot nodarbību struktūrai, ievērot pedagoga norādījumus un konsekventi attīstīt savas prasmes. Šīs grūtības nereti ietekmē ne tikai bērnu mācību rezultātus, bet arī viņu emocionālo pašsajūtu un motivāciju.

Izvēlētais pētījuma temats ir būtisks gan profesionāli, gan personīgi. Profesionālajā darbā es ik dienu saskaros ar vajadzību atrast efektīvākās metodes, lai bērni ar UDHS spētu pilnvērtīgi iesaistīties mācību procesā. Mūzika kā radoša un strukturēta aktivitāte var būt lielisks līdzeklis, lai attīstītu šādu bērnu uzmanības prasmes un pašdisciplīnu. Personīgi man ir svarīgi radīt iekļaujošu un atbalstošu vidi, kur katrs bērns, neatkarīgi no savām īpatnībām, spēj sevi apliecināt un attīstīt.

Tādējādi darbības pētījuma mērķis ir izpētīt un uzlabot mācību metodes un pieejas, kas palīdzētu bērniem ar uzmanības deficīta un hiperaktivitātes sindromu mūzikas skolā labāk koncentrēties, sekot nodarbību norisei un gūt sasniegumus mācību procesā.

Pētījumā tiek uzdots jautājums: kādas mācību pieejas un stratēģijas ir visefektīvākās, lai uzlabotu bērnu ar UDHS uzmanības noturību mūzikas skolas mācību procesā?

Lai iegūtu atbildi uz šo jautājumu, tiks izmantotas vairākas datu ieguves metodes: stundu novērojumi, fokusējoties uz bērnu uzmanības līmeni un uzvedību; individuālas sarunas ar bērniem un viņu vecākiem; kolēģu skolotāju aptaujas un sarunas par viņu pieredzi darbā ar UDHS bērniem; kā arī manas pašas ikdienas darba refleksija.

Pētījuma gaitā plānots analizēt, kā dažādas pedagoģiskās stratēģijas ietekmē bērnu uzmanības noturību un mācību rezultātus, kā arī veikt nepieciešamās korekcijas, lai pielāgotu pieeju katra bērna individuālajām vajadzībām un iespējām. Darbības pētījums palīdzēs attīstīt efektīvākas darba formas mūzikas skolā, vienlaikus veicinot bērnu ar UDHS izaugsmi un pozitīvu attieksmi pret mācīšanos.

### Analītiskais apskats

Uzmanības deficīta un hiperaktivitātes sindroms ir neuroattīstības traucējums, kas visbiežāk tiek diagnosticēts bērnībā, un raksturojas ar noturīgām neuzmanības, hiperaktivitātes un impulsivitātes pazīmēm (American Psychiatric Association, 2013). Šī diagnoze ir viena no visbiežāk sastopamajām bērnu garīgās veselības problēmām un būtiski ietekmē viņu spējas mācīties un uzvedību (Barkley, 2015). UDHS bērniem ir grūtības saglabāt uzmanību, kontrolēt impulsus un organizēt savu darbību, kas rada izaicinājumus arī mūzikas izglītībā. Šis sindroms var nopietni ietekmēt bērna spēju sekot instrukcijām, uzturēt koncentrēšanos ilgāku laiku, organizēt savu darbību un pielāgoties strukturētai videi, kāda ir mūzikas izglītībā.

UDHS nav vienkārši uzvedības traucējumi – tā ir izpildfunkciju jeb smadzeņu spēju plānot, kontrolēt un regulēt rīcību disfunkcija. Tas nozīmē, ka bērniem ar šo diagnozi ir grūtības ne tikai koncentrēties, bet arī noturēt uzmanību uz uzdevumu, strādāt neatkarīgi, kā arī pabeigt iesākto (Barkley, 2006).

Mūzikas izglītība kā strukturēts un ilgstošs uzmanības prasošs process var būt izaicinošs UDHS bērniem. Tomēr pētījumi rāda, ka mūzikai var būt pozitīva ietekme uz šo bērnu uzmanību un uzvedību. Piemēram, mūzikas ritma vingrinājumi palīdz attīstīt laika uztveri un izpildfunkcijas, kas bieži vien ir vājas bērniem ar UDHS (Slater & Kraus, 2015).

Starptautiskie pētījumi uzsver skolotāju nozīmi efektīvu mācību stratēģiju izvēlē UDHS skolēnu atbalstam. Piemēram, pētījumā, kurā analizēta orķestra apmācības ietekme uz bērniem ar UDHS, atklājās, ka īstermiņa mūzikas programma uzlaboja gan bērnu impulsu kontroli, gan hiperaktivitātes līmeni (Frischen et al., 2021). Tāpat arī muzikālā terapija veicina pašregulācijas spēju un uzlabo sociālās prasmes bērniem ar uzvedības grūtībām, kas ir cieši saistītas ar UDHS simptomiem (Rickson & Watkins, 2003).

Savukārt Latvijā šī problēma vēl tiek izpētīta. Pētījumi liecina, ka skolotāji bieži vien nejūtas pietiekami sagatavoti darbam ar bērniem ar speciālām vajadzībām, tostarp UDHS (Grīnberga, 2015). Daudzi pedagogi atzīst, ka informāciju par sindromu viņi iegūst no interneta vai kolēģiem, un apmācības šajā jomā trūkst.

Latvijas kontekstā mūzikas skolotāji nereti nejūtas pietiekami sagatavoti darbam ar bērniem ar UDHS, un trūkst strukturētu metodiku, kas nodrošinātu individualizētu pieeju. Tajā pašā laikā bērniem ar UDHS nepieciešama individualizēta pieeja un adaptēta mācību vide, kur skolotājs pielāgo uzdevumu ilgumu, tempu un struktūru atbilstoši bērna iespējām.

Iekļaujot izglītību balstās uz principu, ka katram bērnam ir tiesības uz kvalitatīvu izglītību neatkarīgi no viņa vajadzībām vai traucējumiem. Šī pieeja uzsver mācību vides pielāgošanu individuālajām vajadzībām, īpaši bērniem ar UDHS, izmantojot tādas stratēģijas kā uzdevumu sadalīšana mazākās daļās, vizuālie atbalsta materiāli, regulāras pozitīvas atsauksmes un kustību pauzes (United Nations

Educational, Scientific and Cultural Organization, 2009). Šo principu ievērošana ir būtiska, lai nodrošinātu elastīgu un atbalstošu mācību vidi. Daudzi mūzikas pedagogi gan Latvijā, gan citviet pasaulē arvien biežāk izmanto personalizētas apmācības stratēģijas, kas balstās uz bērna stiprajām pusēm, piemēram, muzikālo dzirdi vai ritma izjūtu, nevis tikai klasiskajām akadēmiskajām prasmēm (Hallam, 2010).

### **Pētījuma metodoloģija**

Šajā pētījumā tika izmantota kvantitatīva aptaujas metode, lai iegūtu datus par mūzikas skolotāju pieredzi un pieeju darbā ar skolēniem, kuriem ir uzmanības deficīta un hiperaktivitātes sindroms (UDHS). Aptaujas metode tika izvēlēta, jo tā ļauj sistemātiski apkopot plaša respondentu loka viedokļus un pieredzi, kā arī nodrošina iespēju iegūt salīdzināmus datus par dažādiem aspektiem, kas saistīti ar UDHS skolēnu mācīšanu mūzikas skolā.

Dati tika vākti, izmantojot strukturētu anketu, kuru izstrādāja, balstoties uz literatūras apskatu un iepriekšējiem pētījumiem par UDHS bērnu izglītības īpatnībām. Aptaujas anketa sastāvēja no aizpildāmiem jautājumiem gan slēgtā, gan atvērtā tipa formā, kas ļāva iegūt gan kvantitatīvus, gan kvalitatīvus datus. Anketa tika izplatīta tiešsaistē, izmantojot e-pastus un sociālo tīklu grupas, kas apvieno mūzikas skolotājus, lai nodrošinātu ērtu piekļuvi un lielāku respondentu iesaisti.

Anketā tika iekļauti jautājumi par respondentu dzimumu, darba pieredzes ilgumu mūzikas skolotāja amatā, izpratni par UDHS, pieredzi darbā ar bērniem, kuriem ir UDHS, kā arī par grūtībām, ar kurām sastopas strādājot ar šiem bērniem. Tāpat respondenti sniedza atbildes par izmantotajām mācību pielāgošanas stratēģijām, saņemto profesionālo atbalstu un sadarbību ar speciālistiem, kā arī par to, kādus resursus un apmācības viņi vēlētos iegūt nākotnē. Aptaujā tika iekļauti arī jautājumi par to, kā skolotāji reaģē uz traucējošu uzvedību un kādi ir viņu lielākie izaicinājumi darbā ar UDHS audzēkņiem.

Pētījuma ģenerālkopa bija mūzikas skolotāji Latvijā, kuri strādā ar bērniem dažādās vecuma grupās un mācību iestādēs. Izlase tika veidota, izmantojot mērķtiecīgu atlasī, pievēršoties skolotājiem, kuri varētu būt saskārušies ar UDHS audzēkņiem savā praksē. Kopumā aptaujā piedalījās 29 respondenti. Izlases lielums bija 29 respondenti, kas, ņemot vērā pētījuma fokusu un specifisko mērķauditoriju, ļāva iegūt pietiekamu daudzumu datu, lai analizētu skolotāju pieredzi un problēmas saistībā ar UDHS bērniem mūzikas skolā.

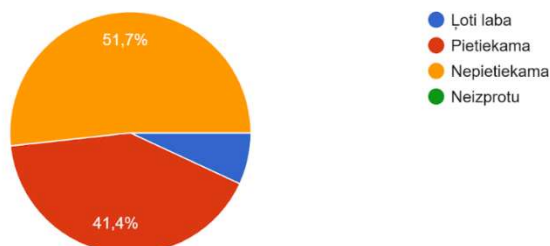
Aptaujas mērķauditorija bija Latvijas mūzikas skolu pedagogi. Respondentu vidū 86,2% bija sievietes, un 13,8% – vīrieši, kas atspoguļo mūzikas skolotāju dzimuma sadalījumu. Lielākā daļa skolotāju (55,2%) strādā šajā profesijā 0 – 5 gadus, 20,7% – vairāk nekā 20 gadus, 13,8% – 11 līdz 20 gadus, un 10,3% respondenti norādīja, ka strādā 5 – 10 gadus.

Respondentu izpratne par UDHS bija dažāda: 51,7% to vērtēja kā nepietiekamu izpratni, 41,4% kā pietiekamu, savukārt tikai 6,9% respondenti norādīja, ka viņu izpratne ir ļoti laba (1.att.). Lielākā daļa (79,3%) atzina, ka praksē ir bijusi saskare ar bērniem ar UDHS diagnozi vai aizdomām par to (2.att.).

### **Pētījuma rezultāti**

Kā Jūs raksturotu savu izpratni par uzmanības deficīta un hiperaktivitātes sindroms(UDHS)?

29 atbildes

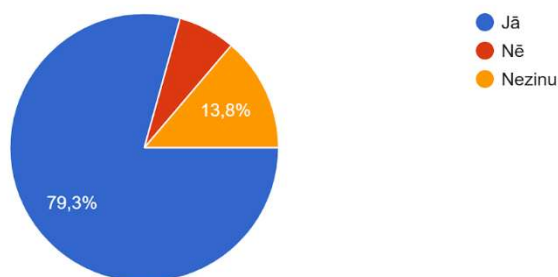


**1. att.** Pedagogu izpratne par UDHS. (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Lielākā daļa aptaujāto (51,7%) novērtē savu izpratni par uzmanības deficīta un hiperaktivitātes sindromu (UDHS) kā nepietiekamu. Tikai neliela daļa (apmēram 6,9%) jūtas ļoti zinoši šajā jomā, kamēr gandrīz trešdaļa (41,4%) atzīst, ka viņu zināšanas ir pietiekamas. Lielākā daļa - 51,7% pedagogu novērtē savu izpratni par UDHS kā nepietiekamu, skaidri norāda uz plašu vajadzību pēc papildus izglītošanās. Tikai 6,9% jūtas ļoti zinoši, kas apliecina, ka dziļāka izpratne par UDHS ir sastopama reti. Savukārt 41,4% uzskata savas zināšanas par pietiekamām, taču šī grupa, visticamāk, balstās vairāk uz praktisko pieredzi nekā uz teorētisku sagatavotību. Kopumā šie dati liecina par nepieciešamību stiprināt pedagogu kompetenci šajā jomā, lai nodrošinātu kvalitatīvu atbalstu UDHS audzēkņiem.

Vai Jums savā praksē ir bijusi pieredze darbā ar audzēkņiem, kuriem ir UDHS (diagnoze vai aizdomas)?

29 atbildes

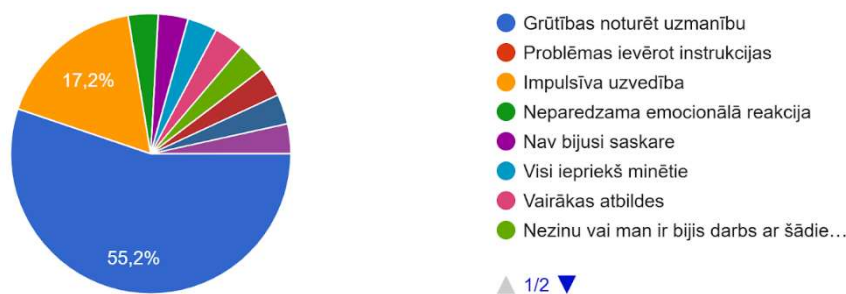


**2. att.** Pedagogu pieredze darbā ar audzēkņiem ar UDHS. (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Lielākā daļa aptaujāto pedagogu (79,3%) norādījuši, ka viņiem ir bijusi pieredze darbā ar audzēkņiem, kuriem ir UDHS vai ir aizdomas par šo sindromu. Neliela daļa (6,9%) apgalvo, ka šādas pieredzes nav bijis, savukārt 13,8% nav pārliecināti vai nav spējuši identificēt šādus gadījumus. Šie rezultāti norāda, ka UDHS izpausmes mācību procesā nav retums, un pedagogi ikdienā saskaras ar šādiem audzēkņiem. Tomēr salīdzinoši augstais “Nezinu” atbilžu īpatsvars var liecināt par grūtībām atpazīt UDHS pazīmes praksē vai par nepietiekamu informāciju. Tas vēl vairāk pastiprina vajadzību pēc profesionālās pilnveides un izglītības pedagogu vidū par UDHS atpazīšanu un atbalsta iespējām.

Kādas grūtības Jūs esat novērojis, strādājot ar bērniem, kuriem ir UDHS?

29 atbildes

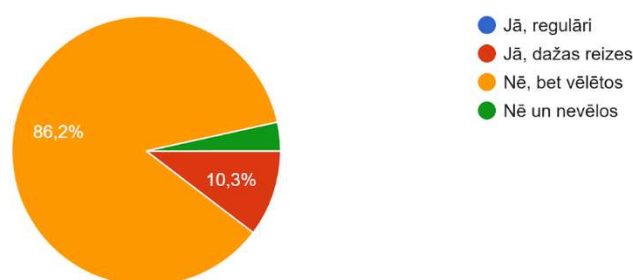


**3. att.** Kādas grūtības pedagogi novēro, strādājot ar bērniem, kuriem ir UDHS. (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

3. attēlā diagramma rāda, ka visbiežāk minētā problēma ir grūtības noturēt uzmanību (55,2%). Mazāk bieži minēta impulsīva uzvedība (17,2%) un dažādas kombinētas vai nespēciskas grūtības, kas kopumā veido vēl 17%. Citas atbildes, piemēram, problēmas ievērot instrukcijas vai emocionālas reakcijas, tika minētas reti utt. Diagramma atspoguļo galvenos izaicinājumus, ar ko pedagogi saskaras, strādājot ar UDHS bērniem. Dominējošais faktors ir uzmanības noturības trūkums, kas būtiski ietekmē mācību procesa kvalitāti.

Vai esat saņēmis profesionālu atbalstu vai apmācību darbam ar UDHS bērniem?

29 atbildes



**4. att.** Vai pedagogi saņem profesionālu atbalstu vai apmācības darbam ar UDHS bērniem. (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Lielākā daļa pedagogu (86,2%) nav saņēmuši profesionālu atbalstu, bet vēlētos to. Tikai 10,3% ir bijusi ierobežota pieredze ar apmācībām, savukārt regulārs atbalsts nav bijis nevienam. Attēls parāda, ka pastāv būtisks profesionālās pilnveides trūkums UDHS jomā. Pedagogi izjūt izteiktu nepieciešamību pēc apmācībām, taču sistēmisks atbalsts lielākoties nav pieejams. Tas var kavēt efektīvu darbu ar UDHS audzēkņiem un paaugstināt pedagogu slodzi.

Apkopojot atbildes par efektīvākajām pieejām darbā ar UDHS audzēkņiem, pedagogi visbiežāk minēja paužu ievērošanu un mierīgas vides nodrošināšanu, kas palīdz bērnam nomierināties un koncentrēties. Liela nozīme ir arī individuālai pieejai – sarunām, uzdevumu pielāgošanai un empātiskai attieksmei. Vairāki pedagogi uzsver, ka ir svarīgi mainīt nodarbību struktūru un dinamiku,

lai uzturētu bērna uzmanību, kā arī izmantot skaidrus noteikumus un paredzamu kārtību. Daļa respondentu minēja grupu darbu, humora izmantošanu un radošas pieejas kā veidu, kā ieinteresēt UDHS audzēkņi. Tomēr aptaujā atklājās arī nedrošība – daži atzina, ka nezina, kā pareizi rīkoties, kas atklāj vajadzību pēc mērķtiecīgas profesionālās pilnveides šajā jomā.

### Secinājumi

Pētījuma rezultāti apliecina, ka uzmanības deficīta un hiperaktivitātes sindroms (UDHS) ir nozīmīgs izaicinājums mūzikas izglītībā, ar kuru saskaras liela daļa pedagogu. Lielākā daļa aptaujāto skolotāju (51,7%) savu izpratni par UDHS novērtē kā nepietiekamu, bet tikai 6,9% uzskata sevi par ļoti ziņošiem šajā jomā (1.att.). Tas liecina par skaidru nepieciešamību stiprināt pedagogu zināšanas, lai viņi spētu efektīvāk reaģēt uz šo audzēkņu vajadzībām.

Pētījumā noskaidrots, ka 79,3% pedagogu praksē ir saskaršies ar bērniem, kuriem ir UDHS vai ir aizdomas par to. Šis fakts apliecina, ka šie bērni ir klātesoši mūzikas skolās un prasa īpašu pieeju. Par galveno grūtību skolotāji visbiežāk piemin nespēju noturēt uzmanību (52,2%), kā arī impulsīvu uzvedību un emociju svārstības (2.att.). Šie simptomi būtiski ietekmē gan mācību procesu, gan bērna pašsajūtu klasē.

Diemžēl 86,2% aptaujāto pedagogu nav saņēmuši nekādu profesionālu apmācību darbam ar UDHS bērniem, lai gan izsaka vēlmi tādu iegūt. Šis rezultāts liecina par sistēmisku trūkumu pedagogu profesionālajā atbalstā. Tikai 10,3% skolotāju atzīmēja, ka ir apmeklējuši kādas apmācības dažas reizes, taču regulāru atbalstu nav saņēmis neviens (3.att.). Šī situācija ne tikai ierobežo skolotāju spējas, bet arī palielina stresa līmeni, apgrūtina bērnu integrāciju un kavē iekļaujošas izglītības principu īstenošanu.

Efektīvākās pieejas, kuras skolotāji identificējuši darbā ar UDHS audzēkņiem, ir paužu ievērošana, mierīgas vides radīšana un individuāla pieeja. Tāpat nozīmīga loma ir nodarbību struktūras pielāgošanai, skaidriem noteikumiem un pozitīvam kontaktam ar skolēnu. Daži skolotāji veiksmīgi izmanto arī humora un radošu uzdevumu elementus, lai uzturētu bērna uzmanību. Tomēr vairāki respondenti atzina, ka vēl nav atraduši optimālas metodes, kas uzsver nepieciešamību pēc profesionālas pilnveides un pieredzes apmaiņas.

Šis pētījums ir vērtīgs gan teorētiski, gan praktiski – tas atklāj reālo situāciju mūzikas skolās Latvijā un izgaismo konkrētas jomas, kurās nepieciešama uzlabošana. Iegūtie rezultāti var kalpot par pamatu metodisko materiālu izstrādei, pedagogu apmācības programmām un iekļaujošas vides veidošanai mūzikas izglītībā. Nākotnē būtu lietderīgi pētījumu paplašināt, iekļaujot plašāku respondentu loku un veicot ilgtermiņa novērojumus, lai precīzāk izvērtētu pedagoģisko pieeju efektivitāti.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (5th ed.). American Psychiatric Association.
- Barkley, R. A. (2006). *Attention-Deficit Hyperactivity Disorder: A Handbook for Diagnosis and Treatment* (3rd ed.). New York: Guilford Press.
- Barkley, R. A. (2015). *Taking Charge of ADHD: The Complete, Authoritative Guide for Parents* (3rd ed.). New York: Guilford Press.
- Frischen, U., Schwarzer, G., & Degé, F. (2021). Music lessons enhance executive functions in 6- to 7-year-old children. *Learning and Instruction*, 74, 101442. <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2021.101442>



Grīnberga, L. (2015). Pedagogu izpratne par iekļaujošo izglītību Latvijas skolās. *Latvijas Universitātes Raksti*, 79(3), 102–115 <https://doi.org/10.22364/ped.luraksti.816>

Hallam, S. (2010). The power of music: Its impact on the intellectual, social and personal development of children and young people. *International Journal of Music Education*, 28(3), 269–289. <https://doi.org/10.1177/0255761410370658>

Rickson, D. J., & Watkins, W. G. (2003). Music Therapy to Promote Prosocial Behaviors in Aggressive adolescent Boys--A Pilot study. *Journal of Music Therapy*, 40(4), 283–301. <https://doi.org/10.1093/jmt/40.4.283>

Slater, J., & Kraus, N. (2015). The role of rhythm in perceiving speech in noise: a comparison of percussionists, vocalists and non-musicians. *Cognitive Processing*, 17(1), 79–87. <https://doi.org/10.1007/s10339-015-0740-7>

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2009). *Policy guidelines on inclusion in education*. UNESCO Digital Library. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000177849>



## **Dārta Dace Segliņa. ASTROLOĢIJA UN NUMEROLOĢIJA KĀ PAŠIZZIŅAS INSTRUMENTI: Z UN Y PAAUDŽU SALĪDZINĀJUMS LATVIJĀ**

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma "Kultūras vadība"  
E-pasts: dartadace.seglina@gmail.com  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### **Anotācija**

**Pētījuma aktualitāte:** Interese par astroloģiju un numeroloģiju man radās jau pamatskolā, taču kā pašizziņas rīkus tās sāku izmantot 12.klasē, meklējot virzienu tālākajai izaugsmei. Tad arī ievēroju, ka daudzi Y paaudzes pārstāvji šīs prakses izmanto personīgās izaugsmes nolūkā, tomēr nereti pauž pārsteigumu, ka to dara arī jaunākas paaudzes pārstāvji. Šī attieksmju plaisa rosināja mani pētīt, kā Z un Y paaudzes Latvijā uztver un izmanto astroloģiju un numeroloģiju kā pašizziņas instrumentus. Globālā līmenī šīs prakses kļūst arvien populārākas, īpaši pateicoties sociālajiem medijiem. Tās mazāk tiek uzskatītas par tabu un vairāk par līdzekli sevis izzināšanai. Arī Latvijā, līdzīgi kā citviet Rietumu sabiedrībā, šī tendence pieaug - publiskajā telpā parādās arvien vairāk šīs jomas praktiķu un interesentu. Pētījums ir nozīmīgs, jo sniedz salīdzinošu ieskatu tajā, kā Z un Y paaudzes Latvijā uztver un izmanto astroloģiju un numeroloģiju kā pašizziņas rīkus, ārpus tradicionāliem psiholoģiskiem vai reliģiskiem ietvariem. Tas var arī veicināt lielāku sabiedrības iecietību un izpratni par ezotērisko prakšu lietojumu mūsdienu kultūrā.

**Pētījuma mērķis:** Pētījuma mērķis ir noskaidrot, kā Z un Y paaudzes Latvijā uztver un izmanto astroloģiju un numeroloģiju kā pašizziņas rīkus. Pētījuma ietvaros tiks analizētas atšķirības starp abu paaudžu attieksmi, zināšanu līmeni un šo prakšu lietojuma biežumu un mērķiem ikdienā. Tas ļaus identificēt, vai un kādā mērā šīs ezotēriskās prakses kalpo kā nozīmīgs pašizziņas instruments dažādos vecuma posmos.

**Pētījuma metodes:** Pētījumā tiks izmantotas divas metodes - anketēšana un padziļināta intervija ar praktizējošu astropsiholoģi. Anketēšana tiks veikta rakstiski, izplatot anketu sociālajos medijos un "Whatsapp" grupās, aptverot latviešu valodā runājošos Z un Y paaudzes pārstāvjus.

**Sasniegtie rezultāti:** Pētījuma rezultāti tiks prezentēti konferences laikā.

*Atslēgas vārdi: astroloģija; numeroloģija; sevis izzināšana; Z paaudze; Y paaudze.*

### **Ievads**

Mūsdienu sabiedrībā aizvien vairāk pieaug interese par dažādiem ezotēriskiem pašizziņas instrumentiem, tai skaitā astroloģiju un numeroloģiju. No tabu vai populārās kultūras elementiem šīs prakses arvien biežāk tiek uztvertas kā alternatīvi līdzekļi cilvēka iekšējās pasaules izpratnei, garīgai attīstībai un emocionālajam līdzsvaram. Īpaši strauji šī tendence attīstās digitālajā vidē, kur sociālie mediji veicina plašu informācijas apriti un zināšanu popularizēšanu par šīm tēmām. Arī Latvijā arvien biežāk sastopami šo jomu praktiķi, tostarp astropsiholoģi, kuri apvieno astroloģiskos principus ar psiholoģisku skatījumu uz cilvēka personību.

Šī pētījuma aktualitāti noteica personiska interese un novērojumi par to, kā astroloģiju un numeroloģiju izmanto dažādas paaudzes. Bieži dzirdami viedokļi, ka šīs prakses piesaista vienīgi jaunākos sabiedrības locekļus, tomēr pieredze rāda, ka arī vecāki indivīdi tās izmanto dziļai pašizpētei. Šis novērojums rosināja padziļināti pētīt, kā atšķiras Z paaudzes (dzimuši 1995-2012) un Y paaudzes

(dzimuši 1980-1994) pārstāvju attieksme un lietojums, īpaši fokusējoties uz to, vai šīs prakses kalpo kā būtiski sevis izzināšanas rīki, vai arī tikai kā izklaides forma.

Pētījuma mērķis: noskaidrot, kā Z un Y paaudzes Latvijā uztver un izmanto astroloģiju un numeroloģiju kā pašizziņas rīkus.

Pētījuma hipotēze: Y paaudze astroloģiju un numeroloģiju biežāk izmanto sevis izzināšanas nolūkos, savukārt Z paaudzei šīs prakses lielākoties kalpo kā izklaide vai hobijs.

Pētījuma uzdevumi:

1. Apkopot un izanalizēt zinātnisko literatūru un iepriekšējos pētījumus par ezotērisko prakšu izplatību un uztveri.
2. Izstrādāt pētījuma metodoloģiju, ietverot kvantitatīvās un kvalitatīvās datu vākšanas metodes.
3. Apkopot un analizēt pētījuma rezultātus.
4. Formulēt secinājumus, balstoties uz iegūtajiem datiem.

Pētījumā izmantotas divas metodes: strukturēta anketēšana un padziļināta intervija ar praktizējošu astropsihologu Evitu Garanču, kura šajā jomā oficiāli darbojas apmēram pusgadu. Anketēšana tika veikta, izplatot aptaujas anketu digitālajā vidē, aptverot 73 Z un Y paaudzes pārstāvjus Latvijā. Aptauja ietvēra gan slēgtus, gan atvērtus jautājumus, kas ļāva iegūt plašu skatījumu uz respondentu zināšanām, attieksmi un prakšu lietojumu.

Pētījuma rezultātu kopsavilkums: iepriekšēja datu analīze rāda, ka gan Z, gan Y paaudzes pārstāvji ir ieinteresēti astroloģijā un numeroloģijā, tomēr lietojuma motivācija būtiski atšķiras. Y paaudzes respondenti kā motivējošo faktoru biežāk uzsver personīgo izaugsmi, kamēr Z paaudzes respondenti biežāk min ziņkāri un izklaidi. Arī astropsihologes intervija apstiprina šīs atšķirības un sniedz padziļinātu ieskatu praksē balstītā skatījumā uz abu paaudžu pieeju ezotēriskiem pašizziņas rīkiem.

### Analītiskais apskats

Astroloģija un numeroloģija, lai arī gadsimtiem senas prakses, mūsdienā kļuvušas par aktuālu alternatīvu pašizziņai un emocionālās veselības uzlabošanai. Tās īpaši saista jauniešus un pieaugušos līdz 40 gadu vecumam, kuri meklē dziļāku izpratni par savām emocijām, attiecībām un dzīves mērķiem. Pašizziņa šajā kontekstā tiek definēta kā process, kurā indivīds iegūst zināšanas un izpratni par savām spējām, raksturu un jūtām (Encyclopædia Britannica, 1998c).

Astroloģija balstās uz pieņēmumu, ka debesu ķermeņu kustība ietekmē dzīvi uz Zemes. Mūsdienā psiholoģiskajā astroloģijā, jeb astropsiholoģijā, uzsvars likts nevis uz prognozēm, bet personības un iekšējo procesu izpratni, integrējot dziļās un humanistiskās psiholoģijas atziņas (Račs, 2024). Numeroloģija, savukārt, sakņojas Pitagora idejā, ka viss reducējams uz skaitļiem, kuru struktūra atklāj cilvēka raksturu un dzīves virzienu (Lāgerkvista & Lenarda, 2010).

Vēsturiski astroloģija un numeroloģija tika uzskatītas par ezotēriskām praksēm, pieejamām tikai šauram lietpratēju lokam (Encyclopædia Britannica, 1998a; Encyclopædia Britannica, 1998b). Taču kopš 20. gadsimta beigām tās arvien biežāk tiek izmantotas kā personīgās attīstības un pašizziņas rīki. Saskaņā ar The Harris Poll Thought Leadership Practice pētījumu (2024), 43% Z paaudzes pārstāvju ASV regulāri izmanto astroloģiju vai līdzīgas prakses lēmumu pieņemšanā. Savukārt Orth (2022) dati rāda, ka ticība astroloģijai ir visaugstākā tieši sievietes vidū vecumā no 18 līdz 34 gadiem.

Līdzīgi secinājumi atspoguļoti arī iepriekšējos pētījumos. Lillqvist un Lindeman (1998) norāda, ka astroloģija tiek izmantota kā emocionālās adaptācijas stratēģija dzīves grūtību laikā, bet Sugarman u.c. (2011) uzsver tās nozīmi pašvērtējuma stiprināšanā studentu vidū. Mūsdienās astroloģija un

numeroloģija arvien biežāk tiek lietotas kā simboliski rīki personības izpētei, nevis tikai ticējumi vai izklaide (Kanász, 2024; Abrams, 1996), kas īpaši rezonē ar jaunās paaudzes pievēršanos mentālajai veselībai un pašizpratnei (Twenge, 2023; Stillman & Stillman, 2017).

Latvijā pēdējos gados pieaug astroloģijas un numeroloģijas interesentu un praktizētāju skaits, īpaši sociālajos medijos un konsultāciju jomā. Tomēr akadēmisku pētījumu par šo prakšu uztveri Latvijā ir ļoti maz. Šis pētījums sniedz salīdzinošu ieskatu par Z un Y paaudžu attieksmi pret astroloģiju un numeroloģiju Latvijā. Z paaudze, augusi digitālajā laikmetā, ir intuitīvāka un atvērtāka garīguma izpausmēm, savukārt Y paaudze pie šīm praksēm biežāk nonāk dzīves pārmaiņu vai krīžu ietekmē (Twenge, 2023).

Paaudžu atšķirīgā attieksme pret ezotēriku kļūst nozīmīga kultūrsocioloģijas un sociālās psiholoģijas kontekstā, aktualizējot identitātes veidošanas postmodernajā sabiedrībā un sabiedrības attieksmi pret alternatīvām zināšanu sistēmām. Šis pētījums ļauj iedziļināties šajās tendencēs un analizēt, vai Z un Y paaudzes šīs prakses izmanto līdzīgi vai ar atšķirīgu motivāciju, kā norādīts pētījuma hipotēzē.

### **Pētījuma metodoloģija**

Šis ir vienreizējs, kombinēts pētījums, kurā apvienotas kvalitatīvās un kvantitatīvās metodes, lai analizētu Z un Y paaudzes attieksmi pret astroloģiju un numeroloģiju kā pašizziņas rīkiem Latvijā. Šāda pieeja nodrošina gan plašāku sabiedrības skatījumu, gan padziļinātu ieskatu no nozares pārstāves. Tā kā šāds salīdzinošs pētījums nav plaši analizēts, to var uzskatīt arī par pilota pētījumu.

Generālkopu veido Latvijas iedzīvotāji vecumā no 13 līdz 45 gadiem (aptuveni 665 051 cilvēks; (Oficiālais statistikas portāls, 2024)). Lai gan reprezentatīvam pētījumam būtu nepieciešamas vismaz 208 atbildes (pie 85% pārlicēības līmeņa), šajā darbā iegūtās 73 atbildes sniedz kvalitatīvu ieskatu.

Kvantitatīvie dati iegūti, izmantojot strukturētu 15 jautājumu anketu Google Forms platformā, izplatītu sociālajos tīklos un "Whatsapp" grupās. Tā aptvēra informāciju par respondentu demogrāfiju, attieksmi pret reliģiju, zināšanu līmeni un prakšu lietojumu, kā arī galvenajiem motivācijas aspektiem un sociālajiem šķēršļiem. No 73 respondentiem 46 pārstāvēja Z paaudzi (dzimuši 1995-2012) un 27 Y paaudzi (dzimuši 1980-1994); pārsvarā atbildēja sievietes, kas atbilst iepriekš novērotajām tendencēm (Orth, 2022; The Harris Poll, 2024).

Kvalitatīvā daļa balstīta uz daļēji strukturētu interviju ar astropsiholoģi Evitu Garanču, kas notika attālināti, izmantojot lietotni "Whatsapp". Intervijas mērķis bija iegūt profesionālu skatījumu uz šo prakšu lomu sabiedrībā un abu paaudžu pieejas atšķirībām.

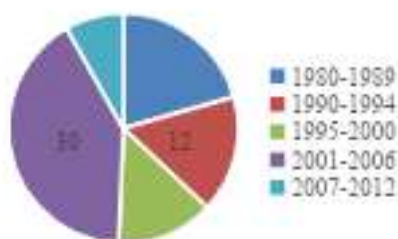
Datu analīzes process ietvēra šādus soļus:

1. Kvantitatīvo datu sakārtošana platformā MS Excel;
2. Atbilžu grupēšana pēc paaudzēm;
3. Atvērtu jautājumu atbilžu kvalitatīva satura analīze, identificējot biežāk sastopamos vārdu savienojumus, tematiski nozīmīgus jēdzienus un viedokļus.
4. Intervijas transkripta tematiskā analīze, atlasot būtiskākās atziņas par paaudžu atšķirībām, sabiedrības stereotipiem un praksēs iegūtajiem ieguvumiem.

Šāda daudzslāņaina metodoloģija ļāva apvienot skaitļos balstītu pārskatu ar dziļu un personīgu skatījumu, veidojot līdzsvarotu izpratni par astroloģijas un numeroloģijas uztveri dažādās paaudžu grupās Latvijā.

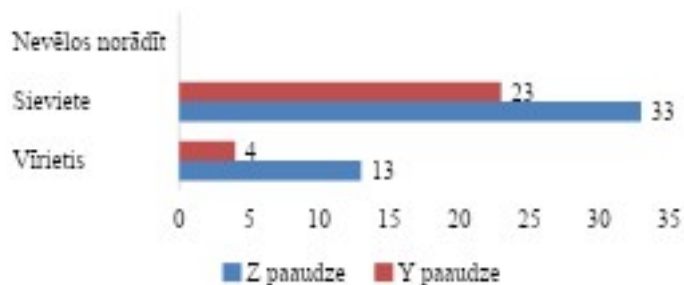
### **Pētījuma rezultāti**

Kopējais respondentu skaits sasniedza 73, aptverot Z un Y paaudzes pārstāvjus, kas dzimuši laika posmā no 1980. līdz 2012. gadam. No tiem 46 respondenti (63%) pārstāv Z paaudzi (1995-2012), savukārt 27 respondenti (37%) Y paaudzi (1980-1994) (1. att.). Respondentu vecums aptver plašu spektru, ļaujot veikt salīdzinošu analīzi starp divām paaudzēm, kuras sociāli un digitāli ir veidojušās atšķirīgos kontekstos. Aptaujas dati tika iegūti, izmantojot Google Forms platformu, un sniedz kvalitatīvu ieskatu par to, kā astroloģija un numeroloģija tiek uztvertas un pielietotas pašizziņas nolūkos mūsdienā Latvijā.



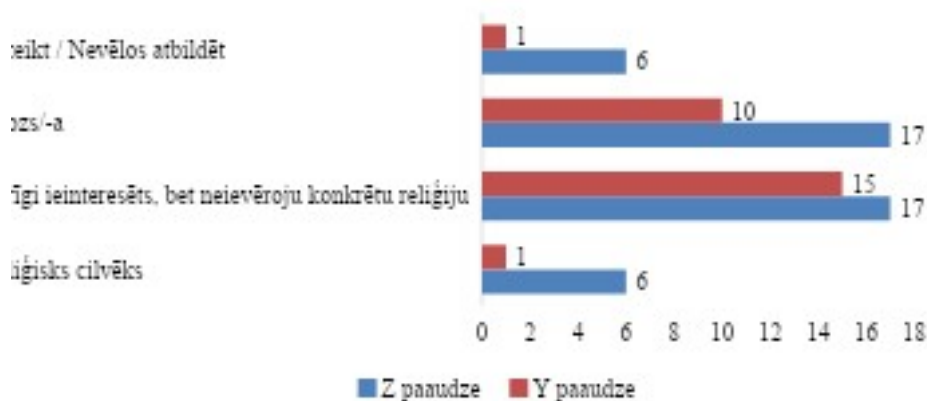
**1. att.** Kurā gadā Tu esi dzimis? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pārsvārā atbildes sniedza sievietes, attiecīgi Z paaudzē - 33 no 46, Y paaudzē - 23 no 27 (2. att.). Tas saskan ar iepriekšējos pētījumos novēroto tendenci - sievietes biežāk interesējas par ezotēriskām praksēm (Orth, 2022; The Harris Poll Thought Leadership Practice, 2024).



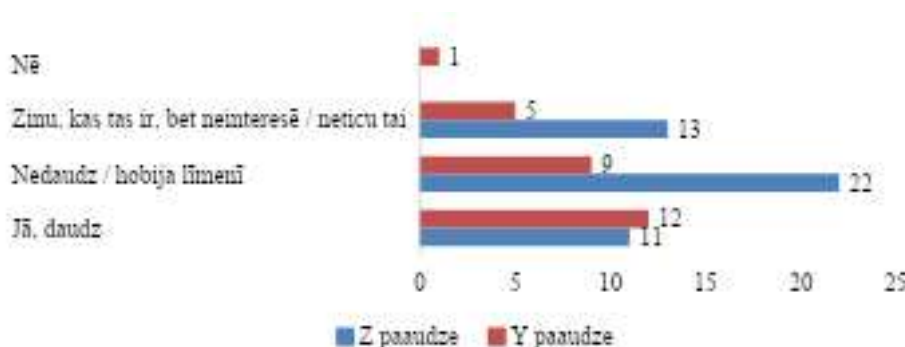
**2. att.** Kāds ir Tavs dzimums? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Attiecībā uz reliģiju Z un Y paaudzes izrāda līdzīgu noskaņojumu - vairākums sevi identificē kā garīgi ieinteresētus, bet nepiederošus konkrētai reliģijai vai kā nereliģiozus (3. att.).



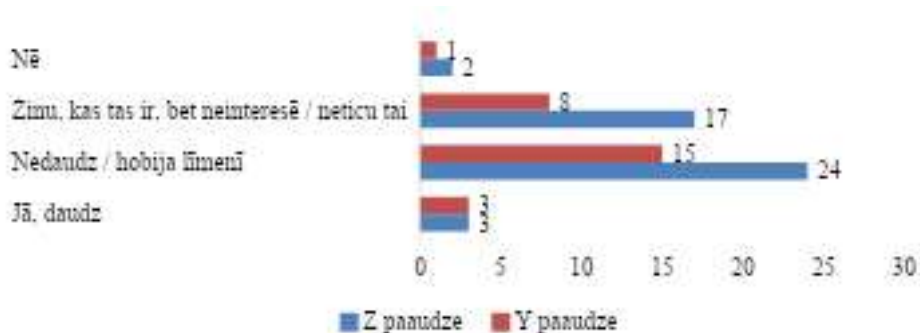
**3. att.** Kā Tu raksturotu savu attieksmi pret reliģiju? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Interese par astroloģiju ir plaši izplatīta abu paaudžu vidū. Z paaudze to lielākoties aplūko hobija līmenī (22 respondenti), bet 11 apgalvo, ka interesējas padziļināti. Savukārt Y paaudzē 12 respondentu norādīja uz padziļinātu interesi (4. att.).



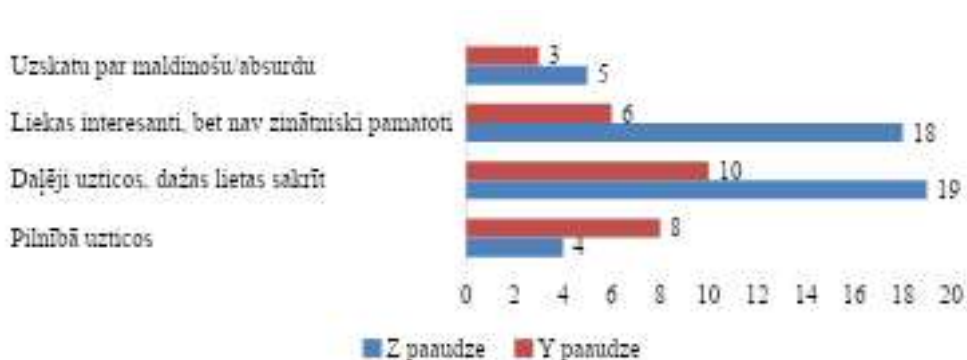
**4. att.** Vai esi interesējies/-usies par astroloģiju? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Toties par numeroloģiju interese pārsvarā ir virspusēja - vairāk nekā puse respondentu abās paaudzēs to pazīst, bet nelieto aktīvi. Tomēr 3 respondenti katrā paaudzē norādīja uz dziļāku interesi (5. att.).



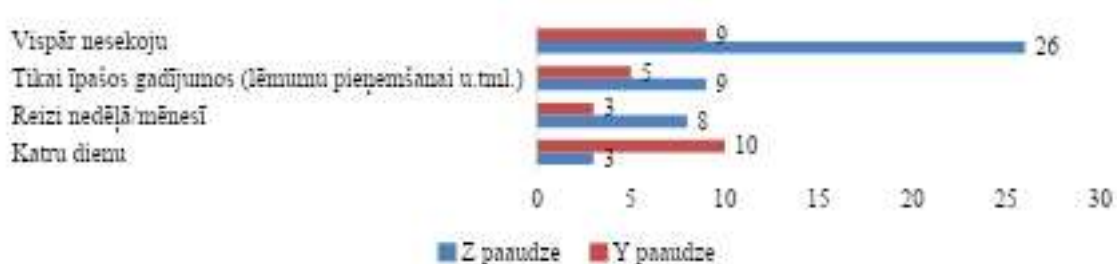
**5. att.** Vai esi interesējies/-usies par numeroloģiju? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Par uzticamību astroloģijai un numeroloģijai dominē piesardzīga vai daļēja uzticēšanās. Z paaudzes pārstāvji biežāk norāda, ka šīs prakses ir interesantas, bet zinātniski nepamatotas, savukārt Y paaudzē ir vairāk respondentu ar pilnīgu vai kritiski pozitīvu uzticēšanos (6. att.).



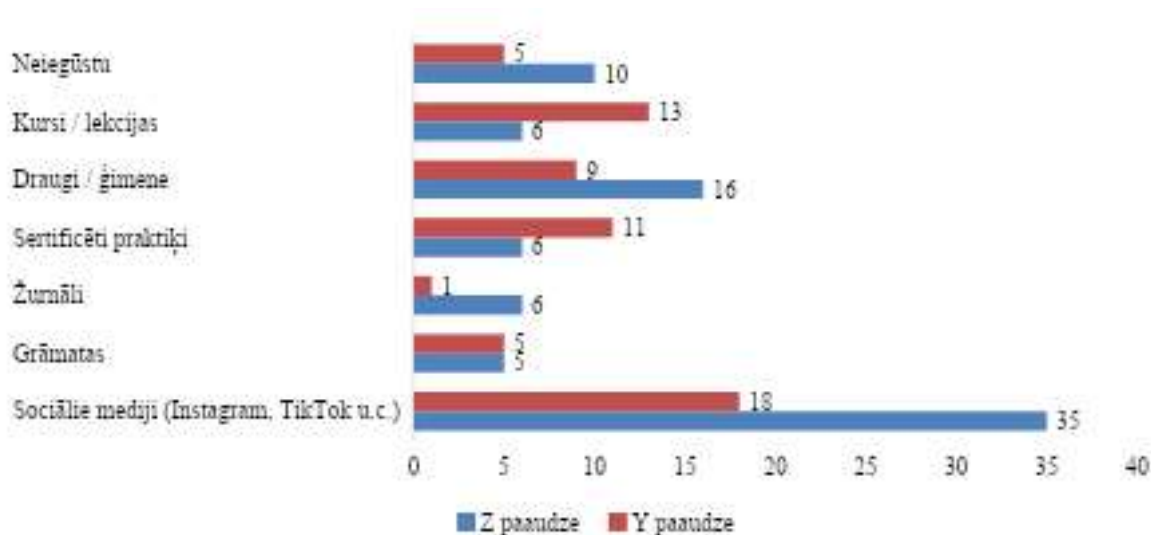
**6. att.** Kā Tu vērtē astroloģijas un numeroloģijas uzticamību (precizitāti)? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Z paaudze pārsvarā neseko līdz astroloģiskai vai numeroloģiskai informācijai regulāri, savukārt Y paaudzē 10 respondenti atzina, ka to dara katru dienu (7. att.). Šie dati parāda, ka Y paaudzes pārstāvjiem šīs prakses ir vairāk integrētas ikdienas dzīvē nekā Z paaudzei.



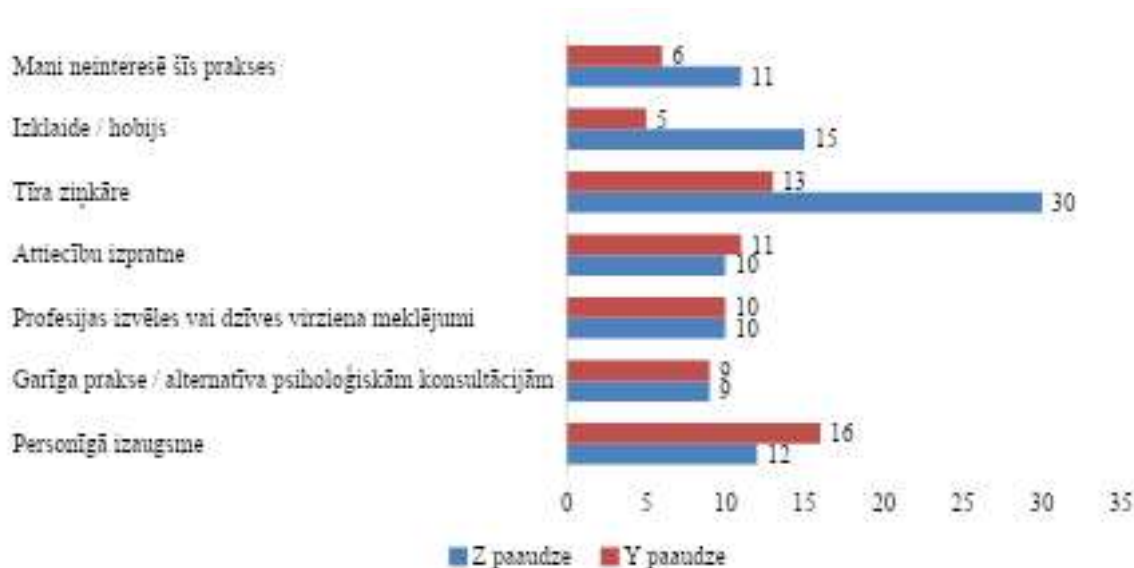
**7. att.** Cik regulāri Tu šobrīd seko līdz astroloģiskai vai numeroloģiskai informācijai? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Abās paaudzēs iecienītākais informācijas avots ir sociālie mediji (Instagram, TikTok u.c.), taču Y paaudze biežāk min kursus / lekcijas un sertificētus praktiķus kā avotu, kas liecina par šīs paaudzes mērķtiecīgo pieeju astroloģijas un numeroloģijas izpētei (8. att.).



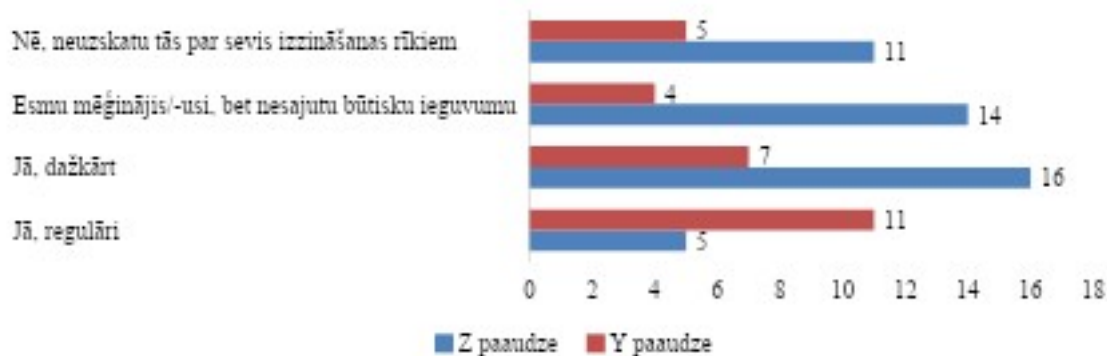
**8. att.** Kur Tu galvenokārt iegūsti informāciju par astroloģiju un/vai numeroloģiju? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Z paaudzei galvenie iemesli interesei par astroloģiju un numeroloģiju ir “tīra ziņkāre” un “izklaide / hobijs”, savukārt Y paaudze šīm praksēm visbiežāk pievēršas personīgās izaugsmes nolūkos (9. att.).



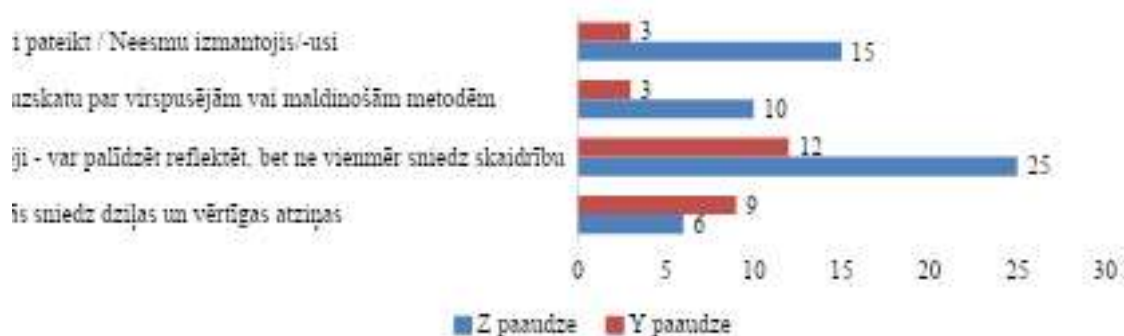
**9. att.** Kāds ir galvenais iemesls, kāpēc Tevi interesē astroloģija un/vai numeroloģija? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Apzināta šo prakšu izmantošana sevis izzināšanai ir biežāka Y paaudzē (11 regulāri), kamēr Z paaudzē šādu praksi regulāri pielieto tikai 5 respondenti (10. att.).



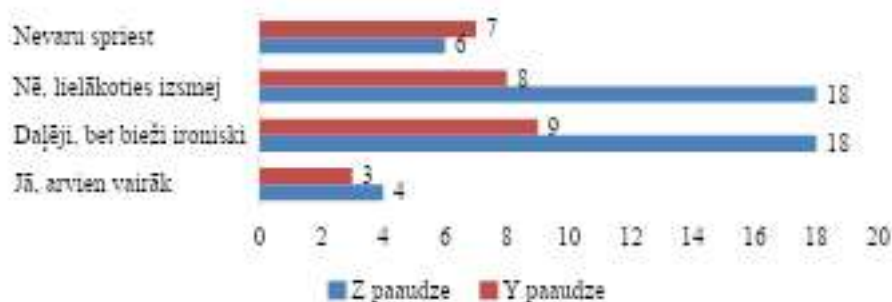
**10. att.** Vai Tu apzināti izmanto (vai esi izmantojis/-usi) astroloģiju un/vai numeroloģiju kā rīku sevis izzināšanai? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu, vai šīs prakses ir efektīvas kā pašizziņas metodes, lielākā daļa respondentu abās paaudzēs atzina, ka tās daļēji palīdz reflektēt par sevi, bet nav viennozīmīgi uztveramas kā padziļināti precīzas metodes (11. att.).



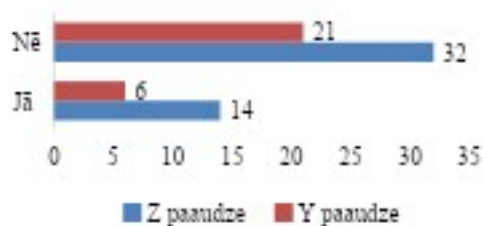
**11. att.** Vai, Tavuprāt, astroloģija un numeroloģija ir efektīvas kā sevis izzināšanas metodes? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Attiecībā uz sabiedrības attieksmi vairums respondentu izjūt zināmu ironiju vai skepsi no apkārtējiem (12. att.).



**12. att.** Vai Tu uzskati, ka sabiedrība Latvijā nopietni uztver šīs prakses? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pārsvarā respondenti nav sastapuši ar negatīvu apkārtējo attieksmi par šīm tēmām. Z paaudzē tikai 14 respondenti ir piedzīvojuši nosodījumu vai izsmieklus, bet Y paaudzē šādu gadījumu ir vēl mazāk (13. att.).



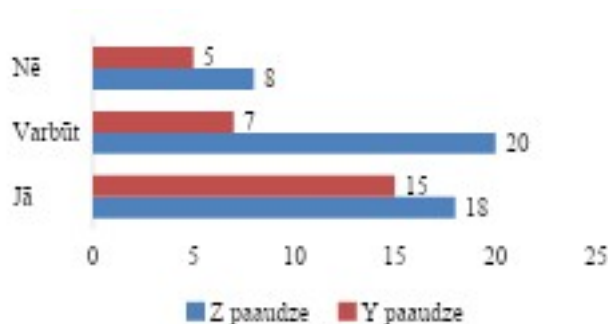
**13. att.** Vai Tu esi saskāries/-usies ar nosodījumu vai izsmieklus par interesi par astroloģiju vai numeroloģiju? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Anketas 14. jautājums sniedza dziļāku ieskatu respondentu vērojumos un personīgajos secinājumos par abu paaudžu attieksmju atšķirībām. Lai gan atbildes bija atvērtas un dažādas pēc formas, tajās iezīmējās kopīgas tendences. Piemēram, daudzi respondenti norādīja, ka Z paaudze izceļas ar lielāku atvērtību, eksperimentētīgribu un vēlmi meklēt alternatīvas pašizziņas formas, kamēr Y paaudze tiek raksturota kā konservatīvāka, piesardzīgāka vai analītiskāka (1. tabula).

**1. tabula.** Attieksme pret ezotēriku kā pašizziņas instrumentu Z (1995-2012) un Y (1980-1994) paaudzēs (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Y paaudzes viedokļi	Z paaudzes viedokļi
Visās paaudzēs kāda noteikta sabiedrības daļa par to ir interesējusies.	Y paaudze noteikti interesējas vairāk par šo visu.
Man liekas, ka Z paaudzei šādas lietas mazāk interesē.	Z paaudze vairāk pieņem ezotēriku un integrē dzīvē, līdz ar to piedzīvo straujāku izaugsmi. Y paaudzes uzskata, ka visu var sasniegt tikai ar smagu darbu un ezotērika nekā nevar palīdzēt.
Y paaudze uz to skatās ar lielāku skepsi. Z paaudze, šķiet, ātrāk tajā visā iet iekšā.	Z paaudze noteikti tam ir atvērta, vairāk interesējas kursos un pie praktiķiem, pielieto dzīvē. Y paaudze, ja interesējas, tad vairāk klasiskās metodēs, grāmatās utt.
Abas paaudzes ir ieinteresētas, atkarīgs no paša cilvēka.	Manā pieredzē Y paaudze biežāk uztver to mazliet nopietnāk nekā Z paaudze.
Manuprāt, jaunākas paaudzes vairāk ir šajās tēmās.	Y paaudzē tas vairāk izpaužas kā mānticībā, bet Z paaudzē ir dažādi varianti.
Neesmu novērojusi atšķirības.	Neesmu prasījusi Y paaudzei. Z attieksme ļoti dažāda, bet lielākoties tikai sieviešu kārtai interesē.
Pieņemu, ka jaunākā paaudze uztver šo lietu mazliet nopietnāk nekā mēs.	Jaunāki cilvēki tam vairāk pievērš uzmanību un uzticas nekā vecāka paaudze.
	Z paaudze tam vairāk tic nekā Y paaudze.
	Vecākās paaudzes šķiet vairāk tādām lietām tic, bet nu principā vecāku uzskati jau ietekmē arī jaunāku cilvēku uzskatus.
	Manuprāt, daži no Z paaudzes to vairāk izmanto nekā Y paaudze.
	Es neteiktu ka baigi atšķiras, varbūt Y paaudze ir vairāk reliģiski, ņemot vērā paaudzes vecumu, un gadsimtu, kad uzauga. Kur pretim Z paaudzei ir pieeja TikTok, kur diezgan populāra ir astroloģija. Tā kā, es teiktu Z paaudze varbūt vairāk zina / piedalās tajā.
	Manuprāt, Z paaudze uz to vairāk koncentrējas un interesējas nekā vecākās paaudzes, ko ļoti labi var novērot sociālajos medijos.
	Nezinu domāju, ka Z ir atvērta uz šīm tēmām.
	Man šķiet, ka Z paaudze interesējas vairāk.
	Jaunākās paaudzes vairāk interesējas, neskatās ar tik lielu skepsi, mēģina vairāk sevi attīstīt un saprast un dažiem šis ceļš ir caur astroloģiju.
	Z paaudze ir vairāk atvērta un vērsta uz sevis izzināšanu, tāpēc atklāj arvien jaunus veidus, kā izzināt sevi, taču Y paaudze ir vairāk orientēta uz darīšanu, nevis sevis izzināšanu.
	Manuprāt, Z paaudze vairāk pieņem šādu interesi un nenosoda tos, kas tam tic kā Y paaudze, bet kopumā, man liekas Y paaudze daudz naivāk tam tic, tikai noliedz to.
	Y paaudze tam tic daudz mazāk.

Noslēdzošais jautājums ļāva novērtēt personīgo ieinteresētību ezotēriskajos pašizziņas rīkos. Dati rāda, ka abās paaudzēs lielākā daļa būtu ieinteresēta uzzināt vairāk par šīm praksēm kā sevis izzināšanas rīkiem (14. att.). Tas ir pozitīvs rādītājs tam, ka būtu noderīgi veikt turpmākus pētījumus un informatīvus pasākumus par šo tēmu.



**14. att.** Vai Tu pats/-i vēlētos uzzināt vairāk par astroloģiju vai numeroloģiju kā veidu sevis izzināšanai? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Intervijā ar astropsiholoģi Evitu Garanču atklājas dziļa personiska un profesionāla pārliecība par astroloģijas un astropsiholoģijas spēju palīdzēt cilvēkam izprast sevi un dzīvot saskaņā ar savu būtību. Viņas ceļš līdz šai jomai sākās kā iekšējs meklējumu process dzīves izsīkumā, kas caur personīgu transformāciju pārtapa par vēlmi palīdzēt citiem.

Evita uzsver, ka astropsiholoģija atšķiras no tradicionālās astroloģijas ar fokusu uz iekšējiem procesiem, pašziņu un psiholoģisko attīstību, nevis vienkāršu prognozēšanu. Šī metode dod iespēju cilvēkam izprast savas motivācijas, resursus un izaicinājumus, kā arī veidot autentiskāku dzīvi, balstītu uz sevis pieņemšanu.

Tāpat kā kvantitatīvajā aptaujā, arī Evita novēro, ka interese par šīm metodēm pēdējos gados būtiski pieaug, īpaši vecumā no 25 līdz 40 gadiem. Arī viņa uzsver, ka Z paaudze ir daudz atvērtāka un intuitīvāka šādām praksēm, kas sakrīt ar anketu datiem, kur šīs paaudzes piederīgie norādīja lielāku emocionālu ieinteresētību un vēlmi pēc iekšējās izpratnes. Tikmēr Y paaudze pievēršas astroloģijai galvenokārt krīžu laikā, meklējot strukturētus risinājumus.

Viens no būtiskākajiem sabiedrības aizspriedumiem, ko izceļ Evita, ir pārliecība, ka astroloģija un numeroloģija ir virspusējas vai “ezotēriskas spēlītes”, kas atņem cilvēkam brīvo gribu. Viņa uzsver, ka šīs metodes tieši pretēji - dod cilvēkam izvēles iespējas un atbildības izjūtu.

Nozīmīgākie ieguvumi, pēc Evitas pieredzes, ir:

- dziļa sevis izpratne, kas palīdz pieņemt sevi;
- pašapziņas un iekšējās atbildības attīstība;
- uzlabotas attiecības, pateicoties lielākai empātijai pret sevi un citiem.

Situācijas, kad cilvēki vērsas pie šīm metodēm, lielākoties sakrīt ar aptaujas norādēm: attiecību grūtības, dzīves pārmaiņu brīži, kā arī iekšējs izsīkums un vēlme atrast savu ceļu. Kā ilustratīvu piemēru Evita min klientu, kurš, pateicoties astroloģiskajai dzimšanas kartei, atklāja savu radošo potenciālu un sāka pārstrukturēt savu dzīvi saskaņā ar savu būtību.

Evitas Garančas profesionālais skatījums papildina kvantitatīvo datu rezultātus, apstiprinot, ka astroloģijas un astropsiholoģijas galvenā vērtība cilvēkam ir iekšējas skaidrības radīšana, autentiskuma meklējumi un emocionālā līdzsvara veidošana. Zīmīgi, ka gan viņas atbildēs, gan aptaujas datus spilgti izceļas cilvēku vēlme dzīvot saskaņā ar sevi, meklēt jēgu un būt kontaktā ar savu iekšējo pasauli.

## Secinājumi

Veicot kvantitatīvo un kvalitatīvo pētījumu par sabiedrības attieksmi pret astroloģiju kā pašizziņas rīku, apstiprinājās sākotnējā hipotēze: Y paaudze astroloģiju un numeroloģiju biežāk izmanto sevis izzināšanas nolūkos, savukārt Z paaudzei šīs prakses biežāk kalpo kā izklaide vai hobijs.

Aptaujas rezultāti parādīja, ka cilvēki nereti meklē astroloģijā atbildes dzīves pārmaiņu laikā, tostarp saistībā ar attiecībām, karjeru vai iekšējiem konfliktiem. Daudzi respondenti norādīja, ka astroloģiskā informācija palīdz viņiem labāk saprast sevi un apkārtējo situāciju.

Pētījums atklāj, ka astroloģijas nozīmi indivīda dzīvē nenosaka tikai ticība vai neticība tās “pareģošanas” spējām, bet arī tās spēja strukturēt pieredzi, iedrošināt reflektēt un veicināt psiholoģisku komfortu. Šis aspekts padara astroloģiju interesantu arī psiholoģijas un kultūrsocioloģijas skatījumā.

Praktiski šie rezultāti var būt noderīgi speciālistiem, kas strādā ar cilvēku emocionālo labjutību, piemēram, psihologiem, koučiem vai izglītības darbiniekiem, palīdzot saprast, kā simboliski, neformāli pašizziņas rīki tiek izmantoti mūsdienu sabiedrībā.

Pētījuma teorētiskā vērtība ir saistīta ar sabiedrības subjektīvās pieredzes izpēti laikmetā, kad tradicionālā zinātne un alternatīvie pašizziņas veidi eksistē līdzās. Praktiskā vērtība ir apzināt veidu, kā simboliskas sistēmas kā astroloģija var tikt izmantotas jēgpilni un apzināti.

Pētījums būtu attīstāms, padziļinot analīzi konkrētās mērķgrupās (piemēram, jauniešu, terapeitu, dažādu ticību pārstāvju vidū), kā arī iekļaujot salīdzinošu skatījumu ar citiem netradicionālajiem pašizziņas rīkiem, piemēram, cilvēka dizainu un citām ezotēriskām praksēm.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Abrams, D. (1996). From Germany to Spain: numerology as a mystical technique. *Journal of Jewish Studies*, 47(1), 85-101.

Encyclopædia Britannica (1998a). *Astrology*. <https://www.britannica.com/topic/astrology>

Encyclopædia Britannica (1998b). *Numerology*. <https://www.britannica.com/topic/numerology>

Encyclopædia Britannica (1998c). *Self*. <https://www.britannica.com/topic/self>

Encyclopædia Britannica (2024). *Esotericism*. <https://www.britannica.com/topic/esotericism>

Kanász, N. (2024). A Brief History of the Development of Modern Psychological Astrology. *International Journal of Jungian Studies*, 16(2), 127-154. <https://doi.org/10.1163/19409060-bja10035>

Lāgerkvista, K., Lenarda, L. (2010). *Ceļvedis numeroloģijā*. Rīga: Dienas Grāmata.

Lillqvist, O., Lindeman, M. (1998). Belief in Astrology as a Strategy For Self-Verification and Coping With Negative Life-Events. *European Psychologist*, 3(3), 202-208

Oficiālais statistikas portāls (2024). *Iedzīvotāji pēc dzimuma un vecuma grupām reģionos, novados, pilsētās, pagastos, ciemos (atbilstoši robežām 2024. gada sākumā), apkaimēs un blīvi apdzīvotās teritorijās (eksperimentālā statistika)*. [https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP\\_PUB/START\\_POP\\_IR\\_IRD/RIG010/table/tableViewLayout1/](https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_POP_IR_IRD/RIG010/table/tableViewLayout1/)

Orth, T. (2022). *One in four Americans say they believe in astrology*. YouGov. <https://today.yougov.com/entertainment/articles/42292-one-four-americans-say-they-believe-astrology>

Račs, A. (2024). *Astroloģija dvēselei*. Rīga: Jumava.

Stillman, D., Stillman, J. (2017). *Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. New York: Harper Business.

Sugarman, H., Impey, C., Buxner, S., & Antonellis, J. (2011). Astrology Beliefs among Undergraduate Students. *Astronomy Education Review*, 10(1), 010101–010109. <https://doi.org/10.3847/aer2010040>

The Harris Poll Thought Leadership Practice (2024). *Astrology Survey - The Role of Astrology in Society*. <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpeglclefindmkaj/https://theharrispoll.com/wp-content/uploads/2024/02/Astrology-Survey-February-2024.pdf>

Twenge, J. (2023). *Generations: The Real Differences Between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents—and What They Mean for America's Future*. New York: Atria Books.



## **Megija Komarnicka. GRAFITI – MĀKSLA VAI VANDĀLISMS, JAUNIEŠU PERSPEKTĪVA**

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma “Kultūras vadība”  
E-pasts: megijakomarnicka@gmail.com  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### **Anotācija**

**Pētījuma aktualitāte:** Mūsdienās grafiti ir bieži sastopama, vispasaules lieta. To var sastapt gan uz ietvēm, māju sienām, ceļa zīmēm, betona sētām un pat transportlīdzekļiem. Grafiti var likties kā vandālisma pazīme, taču vai tā vienmēr ir? Grafiti var būt arī kā ielu greznojums vai pat kāda cilvēka iedvesmas avots. Gan Latvijā, gan citviet pasaulē var novērot šo atšķirību starp vandālisma un mākslas grafiti, kas raisa jautājumu – vai grafiti ir vandālisms vai māksla? Šī tēma tika izvēlēta, jo esmu jaunieta un ievēroju kā izskatās mana apkārtējā vide, īpaši ievērojot grafiti zīmējumus sev apkārt.

**Pētījuma mērķis:** Izpētīt un analizēt kā grafiti vandālisms atšķiras no grafiti mākslas. Aptaujāt respondentus, par grafiti vandālisma un mākslas atšķirībām un ietekmi.

**Pētījuma metodes:** Informācijas avotu un pētījumu datu apskats, datu analīze, anketēšana. Anketēt jauniešus *Google Docs* platformā, vecuma grupā no 15-25.

**Sasniegtie rezultāti:** Pētījuma rezultāti tiks prezentēti konferences laikā.

*Atslēgas vārdi: grafiti; vandālisms; māksla; jaunieši.*

### **Ievads**

Darba tēma ir “Grafiti – māksla vai vandālisms, jauniešu perspektīva”. Šī tēma tika izvēlēta, jo darba autore pati ir jaunieta, kas savā pētījumā vēlas atspoguļot un izpētīt to, kas jauniešiem ir aktuāls jeb kāda ir jauniešu nostāja un izpratne pret grafiti. Darba hipotēze - jauniešu izpratnē starp grafiti mākslu un vandālismu ir savas robežas, taču grafiti tiek uzskatīts vairāk pozitīvā veidā.

Izvēlēta tēma ir aktuāla jauniešu vidū, jo ar grafiti jaunieši spēj paust savas emocijas, savu nostāju kā arī tas ir brīvā stila mākslas veids, kurā jaunieši izpaužas radoši, brīvi, neierobežoti un izceļ savu individuāli.

### **Analītiskais apskats**

Jaunietim vecumā no 13 līdz 25 gadiem ir svarīgi iederēties, būt pamanītam un sekot līdzi modes tendencēm, lai iekļautos savās draugu grupās un sabiedrībā. Šajā vecumā jaunieši meklē jaunus draugus, domubiedrus, kuriem ir līdzīgas intereses, mērķi un uzskati (E-klase.lv, 2012). Jauniešiem ir svarīgi pieņemt lēmumus un rīcības grupas ietekmē. Meitenes ir jaukākas, emocionālākas un atvērtaākas, taču zēniem emocijas ir nedaudz saasinātākas un rīcība bravūrīgāka (E-klase.lv, 2012). Vecāku nozīme samazinās.

Jauniešu vecuma attīstības iezīme ir iekļaušanās un draugi, kam seko salīdzināšana- vai es esmu tāds pats kā pārējie? Pusaudžu vecumā vienaudži kļūst par paraugiem, kuriem tiecas līdzināties, identificēties pārējie, kas ir mazāk ”populāri” to bērnu vidū, kas ir blakus.

Bieži vien jaunieši sāk darīt kaut ko, ko dara citi, jo tādā veidā tas parāda savu vēlmi iekļauties sabiedrībā. Identifikācijas vajadzība ir saistīta ar savas patiesās identitātes un drošības meklējumiem. Ja viņš aktīvi sāk imitēt kādas grupas darbības vai gaitu, vai runas veidu, pusaudzis vairs nejūtas viens – viņš ir kā visi. Viena no šīm darbībām ir grafiti zīmēšana (Balode, 2012).

Sienu un citu vertikālu virsmu apzīmēšana ir mūsdienīgs mākslinieciskās pašizpaušmes veids, iespēja paziņot pasaulei savu redzējumu, aizskart sociālās tēmas un pamodināt jūtas. Grafiti ir īpaša pasaule, kurā norisinās saziņa savā valodā. Šaurākā izpratnē grafiti zīmējumi ir subkultūras pašizpaušme, kas kļuvusi par nozīmīgu ielu kultūras sastāvdaļu. Grafiti sākotnējā būtība - autogrāfa vai komandas nosaukuma uzklāšana pēc iespējas lielākā daudzumā vietu. Jo bīstamākā vietā atradās uzraksts, jo lielāks respekts bija tā autoram. Grafiti evolūcijas gaitā parādījās jauna formula: jo unikālāks mākslinieka stils, jo lielāku cieņu viņš izpelnījās. Grafiti sākotnējās formas, ko dēvēja par “tagu”, noveda pie pilnvērtīgu skolu un virzienu rašanās - tagad, pirms klāt attēlu uz sienas, grafiti mākslinieks, tā pat kā profesionāls monumentālās mākslas pārstāvis, veido virkni skiču, veic sagatavošanās darbus un rūpīgi izvēlas faktūru (Buda, 2020).

Pirmie zīmējumi uz sienām parādījās alās pirms tūkstošiem gadu. Vēlāk senie romieši un grieķi uz ēkām rakstīja savus vārdus un protesta dzejoļus. Par pirmajām mūsdienu grafiti izpaušmēm ir uzskatāmi zīmējumi un uzraksti, ko uz ēku un dzelzceļa preču vagonu sienām atstāja Ņujorkas ielu bandu dalībnieki 20. gadsimta 20. un 30. gados. Šādā veidā grupējumi “iezīmēja teritoriju” un sazinājās. Uzraksti pildīja izteikti informatīvu funkciju, vēstot, ka rajons "pieder" konkrētai kriminālajai grupai jeb “apkalpei”. Viņi savu darbību sauca par “rakstīšanu”. Terminu “grafiti” pirmo reizi lietoja laikraksts “The New York Times”, rakstnieks Normans Meilers (British Council, 2025).

Vēlāk līdzīgu praksi sāka piekopt parasti jaunieši. Viņi autogrāfus un zīmējumus uz sienām atstāja lielākoties ambīciju celšanas un pašizpaušmes nolūkos. Reizēm uzraksti parādījās kā reakcija uz sociālpolitiskām problēmām. Otrā pasaules kara laikā popularitāti iekaroja teiciens “*Kilroy was here*”, kas nozīmē – “Kilroy bija šeit” un attiecīgi uzraksti uz sienām, ko laika ritumā papildināja arī zīmējumi. Vēlāk Ņujorkā daudzviet bija lasāmi vārdi “*Bird lives*”, kas nozīmē – “Putnu dzīves”. Parīzē 1968. gadā studentu nemieru laikā popularitāti iekaroja uzraksts *L'ennui est contre-revolutionnaire*, kas nozīmē - "Garlaicība ir kontrrevolucionāra". Mākslas galerijas Ņujorkā sāka iepirkt grafiti 70. gadu sākumā, taču vienlaikus ar to, ka grafiti sāka uzskatīt par mākslas formu, torreizējais Ņujorkas mērs Džons Lindsijs pasludināja pirmo grafiti karu. (British Council, 2025). Formāls mūsdienu grafiti rašanās punkts neeksistē, lai arī daži par tā galvaspilsētu uzskata Sanpaulu, Brazīliju, kas iedvesmojusi grafiti māksliniekus visā pasaulē. Šo Brazīlijas pilsētu bieži salīdzina ar 70. gadu Ņujorku. Par revolucionāru periodu grafiti vēsturē daudzi mēdz dēvēt 60. gadu beigas un 70. gadu sākumu, kad šī mākslas veida epicentrs pārvietojās no Filadelfijas uz Ņujorku. Tieši šajā laikā parādījās liels daudzums atšķirīgu stilu (Buda, 2020).

Sākotnēji grafiti zīmētāja galvenais ierocis bija pašdarināta dezodoranta tūbiņa, kurā ievietoja koppapīru, kam uzlēja spirtu ar acetonu un tās atveri aizbāza ar vecu zeķi. Drīz koppapīra vietā tika likti lietā krāsu pulveri. Lai pēc iespējas ātrāk uzklātu savus “tagus” jeb birkas un zīmējumus, ielu mākslinieki bieži izvēlējās īsus pseidonīmus: *Tee, Iz, Pi, In, Le, To*. Taču pamazām sevi sāka apliecināt tā dēvētie “*stailraiteri*” jeb stila-rakstnieki, kuri priekšplānā izvirzīja stilu. Šīs divas grafiti zīmētāju grupas neoficiāli konkurēja. *Tagus* sāka papildināt ar tādu daudzumu dekoratīvu elementu, ka reizēm tie vairs nebija izlasāmi (Buda, 2020).

1972. gadā Ņujorkā uzradās vairākas grafiti komandas: “*The EX Vandals*”, “*The Soul Artists*” un “*United Graffiti Artists*”. Zīmētājam, ko ielās pazina kā “*Super Kool 223*”, radās ideja skūšanās krēma pulverizatorā ievietot smidzinātāju, kas ļāva zīmēt platas, līdzenas līnijas. “*Super Kool 223*” radīja pirmo lielo krāsaino attēlu, līdz ar to pārvēršot grafiti par monumentālu mākslu. Konkurence stimulēja māksliniekus likt lietā arvien vairāk izdomas. Cits pēc cita uzradās jauni *tagu* klāšanas stili, zīmējumos

parādījās arvien vairāk grafisku elementu. Filadelfijas mākslinieks “Topcat126” izgudroja “Broadway stilu” (lieli, slīpi burti), ko drīz vien aizvietoja domubiedru “Blade un Comet” radītais masīvais “Blockbuster stils”, kam raksturīga iezīme bija milzīgu melnbaltu, bieži vien slīpu burtu izmantošana, kuru iekšējo daļu aizkrāsoja ar rullīti vai otu (Buda, 2020).

Nākamais parādījās telpiskais burtu šrifts 3D, kas it kā meta ēnu, tad - šrifts saplūstošu burbuļu veidā, ko nodēvēja par “Bubble Letters”. Šie stili kļuva par pamatu, no kā izauga citu jauno mākslinieku pieeja. “Blockbusters” un “Bubble Letters” šrifti turpināja attīstīties, līdz tehniku daudzveidība saplūda vienotā gultnē, ko nosauca par “Wild Style”. Tā bija vissarežģītākā grafiti izpildījuma maniere, kam raksturīga detaļu daudzveidība, speciāli izkropļoti, grūti izlasāmi burti ar izliekumiem un atzarojumiem, kas savijās brīnumainā ornamentā un bija gatavi konkurēt kaut vai ar ķīniešu hieroglifiem (Buda, 2020).

Pilsētvidē gandrīz katrs iedzīvotājs ir ievērojis zīmējumus jeb grafiti uz ielām, taču kādam tā ir kā mākslas izpausme, bet citam kā vandālisms. Kāda tad ir robeža starp to?

Nesaskaņota ēku, celtnu, žogu un citu būvju apzīmēšana ir aizliegta, kas norāda, ka grafiti, kuri radīti tādā veidā ir vandālisms. (Tvnet, 2016)

Grafiti zīmējums, kurš tiek radīts vides uzlabošanai vai, lai paustu kādu, piemēram, politisku, loģisku vēstījumu, kurš ir bijis pārdomāts, skicēts un saskaņots – tā ir māksla. Ir dažādas mākslas izpausmes. Tas var būt arī radīts liels zīmējums, kurš padara kādu māju vai žogu krāsaināku un interesantāku. (Kulibali, 2020)

### **Pētījuma metodoloģija**

Pētījuma veikšanas gaitā tika pielietotas vairākas pētīšanas metodes. Sākotnējā metode bija anketēšana, kurā 50 respondenti, vecumā no 15 līdz 25, nedēļas laikā izteica savas domas un viedokļus. Pēc anketas elektroniskās izsūtīšanas, darba autore pētīja elektroniskus rakstus par grafiti izcelsmi, veidiem un atšķirībām. Nobeigumā darba autore apkopoja gan anketas rezultātus, gan rakstu analīzi un veica secinājumus par konkrēto tēmu.

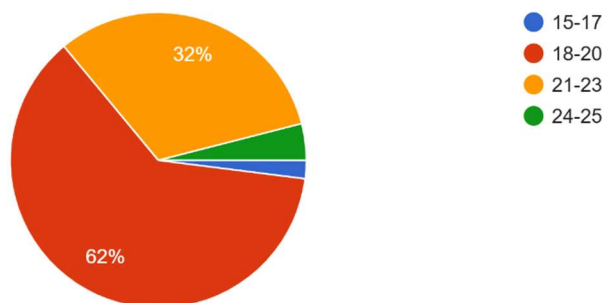
### **Pētījuma rezultāti**

Pētījuma izpildes laikā tika veikta aptauja par “Grafiti – māksla vai vandālisms, jauniešu perspektīva” tēmu. Uz šo atbildēja 50 respondenti, nedēļas laikā. Lai noskaidrotu respondentu viedokli par šo tēmu, tika uzdoti kopumā 10 jautājumi ar dotiem atbilžu variantiem un 1 atvērtais jautājums, kur respondentiem bija pašiem jāieraksta sava atbilde uz jautājumu.

Pirmais jautājums ir “Kāds ir Jūsu vecums?”, kuram bija doti vairāku atbilžu varianti - “15-17”, “18-20”, “21-23” un “24-25”. 62% no respondentiem bija vecuma grupā “18-20”, pēc kuras ierindojās vecuma grupa “21-23”, kurā atbildēja 32% no respondentiem. Vecuma grupā “24-25” atbildēja 4% un vecuma grupā “15-17” 2% no visiem respondentiem. (skat. 1. att.)

Kāds ir Jūsu vecums?

50 responses

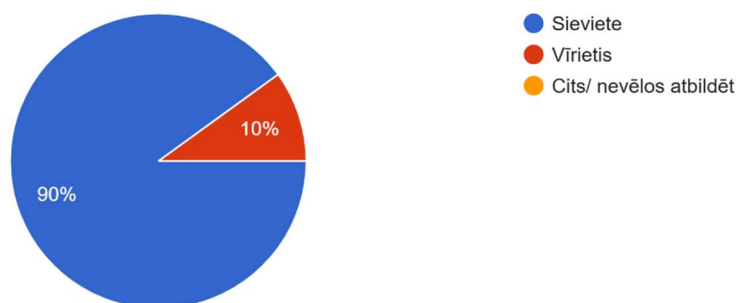


**1.att. Kāds ir Jūsu vecums** (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Otrais jautājums ir “Kāds ir Jūsu dzimums?”, kuram bija doti vairāku atbilžu varianti - “Sieviete”, “Vīrietis”, “Cits/ nevēlos atbildēt”. 90% no respondentiem bija dzimuma kategorijā “Sieviete”, pēc kuras ierindojās dzimuma kategorija “Vīrietis”, kurā atbildēja 10% no respondentiem. Dzimuma kategorijā “Cits/ nevēlos atbildēt” atbildēja 0% no visiem respondentiem. (skat. 2. att.)

Kāds ir Jūsu dzimums?

50 responses

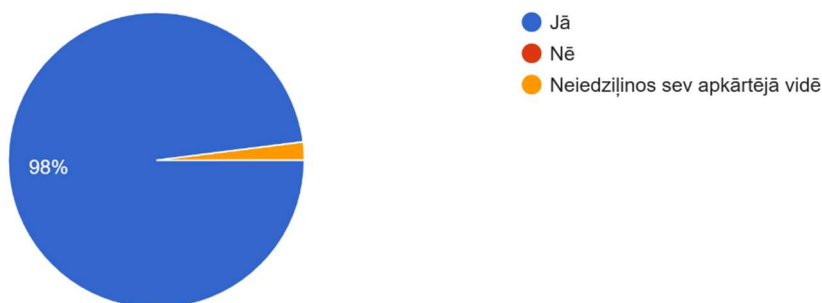


**2.att. Kāds ir Jūsu dzimums** (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Trešais jautājums ir “Vai Jūs ikdienā bieži ievērojat grafiti zīmējumus uz ielām?”, kuram bija doti vairāku atbilžu varianti - “Jā”, “Nē”, “Neiedziļinos sev apkārtējā vidē”. 98% no respondentiem atbildēja “Jā”, 2% atbildēja “Neiedziļinos sev apkārtējā vidē “. 0% no respondentiem atbildēja “Nē”. (skat. 3. att.)

Vai Jūs ikdienā bieži ievērojat grafiti zīmējumus uz ielām?

50 responses

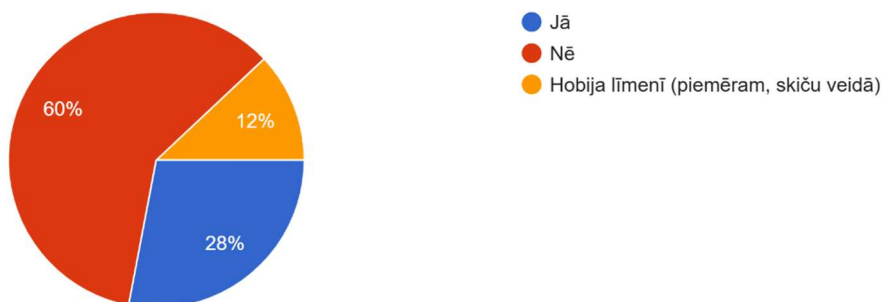


**3.att.** Vai Jūs ikdienā bieži ievērojat grafiti zīmējumus uz ielām (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Ceturtais jautājums ir “Vai Jūs pats/-i esat kādreiz zīmējis/-usi grafiti?” , kuram bija doti vairāku atbilžu varianti - “Jā”, “Nē”, “Hobija līmenī (piemēram, skiču veidā)”. 60% no respondentiem atbildēja “Nē”, 28% atbildēja “Jā”, taču 12% no respondentiem atbildēja “Hobija līmenī (piemēram, skiču veidā)”. (skat. 4. att.)

Vai Jūs pats/-i esat kādreiz zīmējis/-usi grafiti?

50 responses

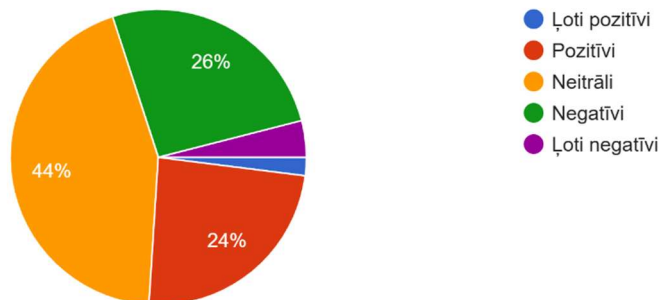


**4.att.** Vai Jūs pats/-i esat kādreiz zīmējis/-usi grafiti (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Piektais jautājums ir “Kā Jūs kopumā vērtējat grafiti pilsētvidē?” , kuram bija doti vairāku atbilžu varianti - “Ļoti pozitīvi”, “Pozitīvi”, “Neitrāli”, “Negatīvi”, kā arī “Ļoti negatīvi”. 44% no respondentiem atbildēja “Neitrāli”, 26% atbildēja “Negatīvi”, 24% atbildēja “Pozitīvi”, taču 4% no respondentiem atbildēja “Ļoti negatīvi”. Tikai 2% no respondentiem atbildēja “Ļoti pozitīvi”. (skat. 5. att.)

Kā Jūs kopumā vērtējat grafiti pilsētvidē?

50 responses

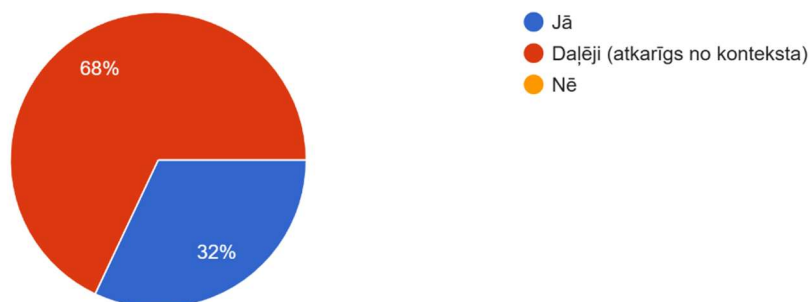


**5. att.** Kā Jūs kopumā vērtējat grafiti pilsētvidē (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Sestais jautājums ir “Vai Jūs uzskatāt grafiti par mākslas formu?”, kuram bija doti vairāku atbilžu varianti - “Jā”, “Daļēji (atkarīgs no konteksta)”, “Nē”. 68% no respondentiem atbildēja “Daļēji (atkarīgs no konteksta)”, 32% atbildēja “Jā”, 0% atbildēja “Nē”. (skat. 6. att.)

Vai Jūs uzskatāt grafiti par mākslas formu?

50 responses

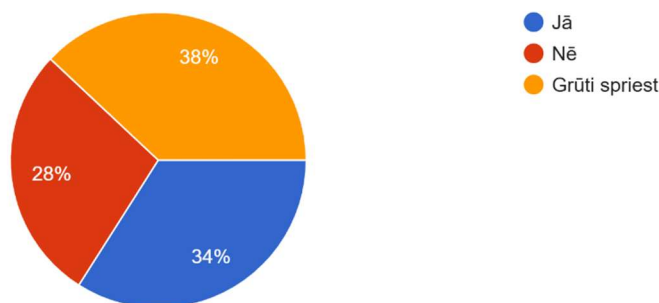


**6.att.** Vai Jūs uzskatāt grafiti par mākslas formu (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Septītais jautājums ir “Vai grafiti vienmēr ir uzskatāms par vandālismu, ja tas radīts bez atļaujas?”, kuram bija doti vairāku atbilžu varianti - “Jā”, “Nē”, “Grūti spriest”. 38% no respondentiem atbildēja “Grūti spriest”, 34% atbildēja “Jā”, 28% atbildēja “Nē”. (skat. 7. att.)

Vai grafiti vienmēr ir uzskatāms par vandālismu, ja tas radīts bez atļaujas?

50 responses

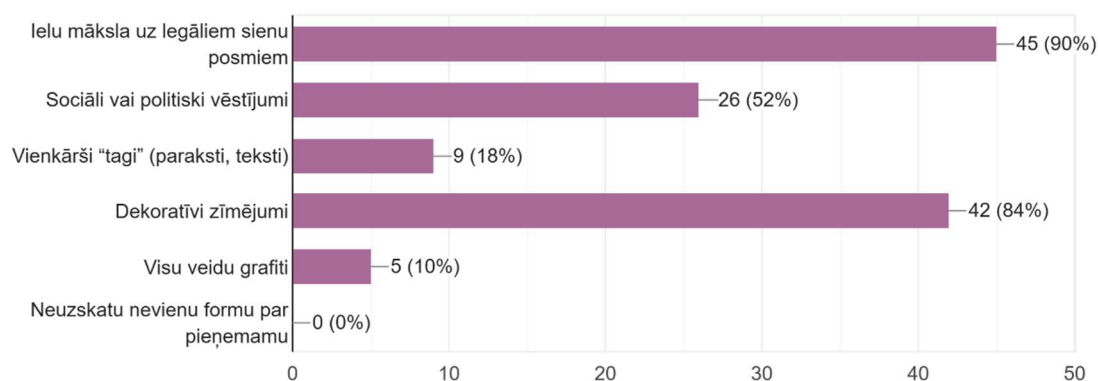


**7.att.** Vai grafiti vienmēr ir uzskatāms par vandālismu, ja tas radīts bez atļaujas (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Astotais jautājums ir “Kādas grafiti formas Jūs uzskatāt par pieņemamām? (atļauts atzīmēt vairākus atbilžu variantus)”, kuram bija doti vairāku atbilžu varianti - “Ielu māksla uz legāliem sienu posmiem”, “Sociāli vai politiski vēstījumi”, “Vienkārši “tagi” (pieraksti, teksti)”, “Dekoratīvi zīmējumi” un “Visu veidu grafiti”, kā arī “Neuzskatu nevienu formu par pieņemamu”. 90% no respondentiem atbildēja “Ielu māksla uz legāliem sienu posmiem”, 84% atbildēja “Dekoratīvi zīmējumi”, 52% atbildēja “Sociāli vai politiski vēstījumi”, 18% atbildēja “Vienkārši “tagi” (pieraksti, teksti)”, 10% atbildēja “Visu veidu grafiti”, taču 0% atbildēja “Neuzskatu nevienu formu par pieņemamu”. (skat. 8. att.)

Kādas grafiti formas Jūs uzskatāt par pieņemamām? (atļauts atzīmēt vairākus atbilžu variantus)

50 responses

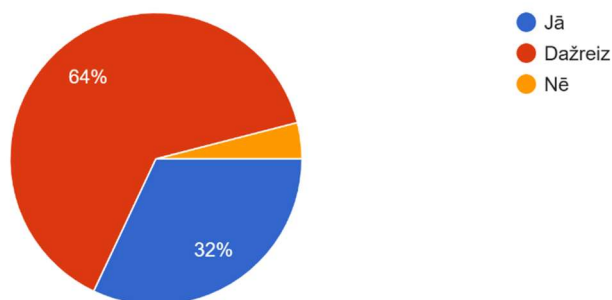


**8.att.** Kādas grafiti formas Jūs uzskatāt par pieņemamām (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Devītais jautājums ir “Vai grafiti var uzlabot pilsētvides estētiku?”, kuram bija doti vairāku atbilžu varianti - “Jā”, “Dažreiz” un “Nē”. 64% no respondentiem atbildēja “Dažreiz”, 32% atbildēja “Jā”, 4% atbildēja “Nē”. (skat. 9. att.)

Vai grafiti var uzlabot pilsētvides estētiku?

50 responses

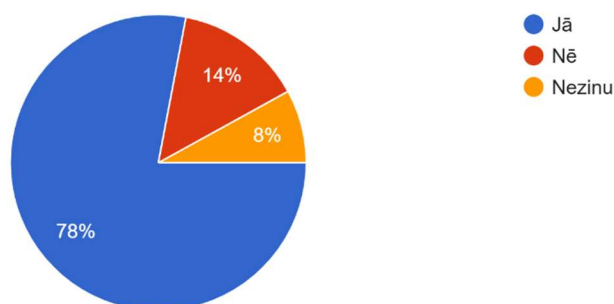


**9.att.** Vai grafiti var uzlabot pilsētvides estētiku (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Desmitais jautājums ir “Vai, Jūsaprāt, būtu jāizveido vairāk legālu vietu grafiti mākslai?”, kuram bija doti vairāku atbilžu varianti - “Jā”, “Nē” un “Nezinu”. 78% no respondentiem atbildēja “Jā”, 14% atbildēja “Nē”, 8% atbildēja “Nezinu”. (skat. 10. att.)

Vai, Jūsaprāt, būtu jāizveido vairāk legālu vietu grafiti mākslai?

50 responses



**10.att.** Vai, Jūsaprāt, būtu jāizveido vairāk legālu vietu grafiti mākslai (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Vienpadsmitais jautājums ir “Vai, Jūsaprāt, ir robeža starp grafiti vandālismu un mākslu? Paskaidro kāda tā ir!”, kurā respondentiem bija jāatbild pašiem rakstiski. Vairākums respondentu mēģināja paskaidrot, kāda ir, viņuprāt, atšķirība starp grafiti mākslu un vandālismu, kas pierāda, ka vairums respondentu domā, ka grafiti ir kā vandālisms, ja tas ir radīts nelegāli/ tam neparedzētās vietās. Ja grafiti ir radīts caur saskaņošanu, tad tas ir kā mākslas izpausmes veids. (skat. zemāk norādītos piemērus – 1., 2., 3., 4., 5.)

1. Es zinu cilvēkus kuri nodarbojas ar grafiti mākslu un tā tiešām ir Māksla, pat ja tikai "parakstu" veidā. Bet 13gadnieks kurš pirmo reizi paņēma flakoniņu rokā un uzskata ka grafiti ir tikai sienu apzīmēšana ar stulbiem simboliņiem (neredzot tās patieso vērtību) nemaz neskaitās grafiti mākslinieks. Tā manuprāt ir lielākā robeža, tāpēc es arī uzskatu ka grifi Mākslas mums pilsētā būtu jābūt vairāk.”

2. “Jā, manuprāt, robeža starp grafiti kā vandālismu un grafiti kā mākslu pastāv, lai gan tā var būt ļoti subjektīva un atkarīga no dažādiem faktoriem.”
3. “Ja grafiti iekļaujas vidē, ir par kādu konkrētu tēmu, tad tas ir skaisti un pat, iespējams, uzlabo konkrēto vietu, bet ja tas ir ķēpājums vai paraksts, kas tur neiederas, tas skatu bojā. Robeža ir, skatoties uz konkrēto vietu, kas tiek apgleznota un cik baudāmi tas tiek darīts.”
4. “Manuprāt, tie grafiti, kas veidoti uz ēku sienām, vilcieniem un tādām vietām ļoti bojā pilsētas estētiku un tas uzskatāms par vandālismu. Ja ir konkrēta vieta, kur cilvēkiem izpausties un veidot grafiti, tad to jau varētu saukt par ielu mākslu, kur cilvēki izpaužas zīmējot grafiti, kā arī tas nebojā pilsētas izskatu.”
5. “Ja grafiti nav pabeigti vai ir pavisms, piemēram, tie, kas ir kā paraksti vai bezsakarīgs vārds - tā gluži nav māksla, bet gan vandālisms ja ir neatļautā vietā uztaisīts - kādam bija garlaicīgi un gribēja izmēģināt jauno krāsas baloniņu. Taču, ja var redzēt, ka pie grafiti ir kārtīgi piestrādāts, tas ir pārdomāts un dod kaut kādu vēstījumu - tā, manuprāt, ir māksla, pat, ja tāds grafiti ir izveidots nelegālā vietā. Jā, ir arī protesta grafiti, ļoti pārdomāti, ar spēcīgu domu, to var vēl uzskatīt par vandālismu, taču tas tajā pat laikā ir māksla.”

### Secinājumi

Pēc apaujas veikšanas un izpētes, var secināt, ka grafiti izpratne jauniešu vidū atšķiras, taču jaunieši apzinās kāda ir starpība starp grafiti mākslu un vandālismu, kā arī jaunieši grafiti uztver neitrāli, taču vairāk kā pozitīvu ikdienas akcentu. Hipotēze tika daļēji apstiprināta, pamatojoties uz aptaujas rezultātiem.

Šīs tēmas tālāko izpēti noteikti var veikt vēl padziļinātākā veidā, piemēram, runājot par grafiti stiliem, to atšķirībām un konkrētām zonām pilsētās, kur to radīt.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

British Council. (2025). *The history of graffiti*. LearnEnglish Teens. <https://learnenglishteens.britishcouncil.org/skills/reading/b2-reading/history-graffiti>

Balode, L. (2012). *Neatļautā māksla – grafiti*. LV portāls. <https://lvportals.lv/norises/250621-neatlauta-maksla-grafiti-2012>

Buda, A. (2020). *Leģendas* (156). Rīga

Kulibali, Ž. (2020). *Vandālisms vai māksla? Saruna ar Rīgas grafiti apskatnieku*. Apollo <https://www.apollo.lv/7084294/vandalisms-vai-maksla-saruna-ar-rigas-grafiti-apskatnieku>

E-klase.lv. (2012). *Savstarpējās attiecības pusaudžu vidū un grupā*. <https://www.e-klase.lv>

TVNET. (2016). *Grafiti Rīgā – māksla vai vandālisms?* <https://www.tvnet.lv/4945739/grafiti-riga-maksla-vai-vandalisms>

## Jana Jasmīne Biržmane. KONSERVĒŠANAS UN IEVĀRĪJUMU VĀRĪŠANAS NOZĪME UN UZTVERE JAUNO SIEVIEŠU (18-25 GADU) VIDŪ

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma "Kultūras vadība"  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### Anotācija

**Pētījuma aktualitāte:** Mūsdienās pieaug sabiedrības interese par ilgtspējīgu dzīvesveidu, veselīgu uzturu un tradicionālu prasmju saglabāšanu. Vienlaikus notiek intensīva digitalizācija un urbanizācija, kas īpaši ietekmē jauniešu paradumus. Tas noved pie tā, ka tradicionālās prasmes, piemēram, konservēšana un ievārījumu vārīšana, zaudē aktualitāti jauniešu vidū. Šī tēma ir socioloģiski nozīmīga, jo tā ļauj izprast ne tikai individuālo praksi, bet arī plašākas kultūras pārmantojamības un dzimumlomu saglabāšanas tendences.

**Pētījuma mērķis:** Noskaidrot Latvijas jauno sieviešu vecumā no 18 līdz 25 gadiem attieksmi un rīcību saistībā ar konservēšanas un ievārījumu vārīšanas praksēm, kā arī izpētīt, kā šo prakšu uztveri ietekmē dzīvesvieta, zināšanu avoti un personīgā interese.

**Pētījuma metodes:** Izmantota kvantitatīva aptaujas metode. Anketa tika izplatīta tiešsaistē un aizpildīta anonīmi. Kopumā piedalījās 104 respondentes no dažādiem Latvijas reģioniem.

**Sasniegtie rezultāti:** Dati parāda, ka konservēšanas prakse biežāk saglabājas lauku reģionos dzīvojošo sieviešu vidū. Galvenie zināšanu avoti ir vecāku un vecvecāku pieredze. Pilsētās dzīvojošās sievietes biežāk min laika trūkumu vai telpas ierobežojumus kā šķēršļus. Tomēr interese par šo praksi pastāv, īpaši saistībā ar veselīgu uzturu un vēlmi samazināt pārtikas atkritumus.

*Atslēgas vārdi: konservēšana; ievārījumu vārīšana; tradīcijas; jaunietes; dzīvesvieta.*

### Ievads

Mūsdienu sabiedrībā pieaug interese par pašpietiekamību un ilgtspējīgu dzīvesveidu. Tomēr digitalizācijas un urbanizācijas ietekmē tradicionālās prasmes, piemēram, konservēšana un ievārījumu vārīšana, zaudē savu nozīmi jauniešu vidū. Tāpēc ir aktuāli izpētīt, kā Latvijas jaunās sievietes vecumā no 18 līdz 25 gadiem uztver un praktizē šīs tradīcijas, un kā dažādi sociālie un ģeogrāfiskie faktori ietekmē šo prakšu piekropšanu.

Šī pētījuma galvenais jautājums ir par to, kāda ir Latvijas jauno sieviešu attieksme un rīcība saistībā ar konservēšanas un ievārījumu vārīšanas praksēm. Pētījuma mērķis ir izpētīt šo prakšu uztveri un piekropšanu, analizējot to saistību ar dzīvesvietu, zināšanu nodošanu un personīgo interesi.

Lai sasniegtu šo mērķi, pētījumā tika izvirzīti šādi uzdevumi:

1. Noskaidrot jauno sieviešu paradumus saistībā ar konservēšanu un ievārījumu vārīšanu;
2. Izvērtēt attieksmi pret šīm prasmēm un to nozīmīgumu;
3. Analizēt saikni starp šo prakšu piekropšanu un dzīvesvietu, zināšanu avotiem un interesi par prasmju apguvi;
4. Veikt secinājumus par iegūtajiem datiem konservēšanas tradīciju kontekstā.

Pētījums tika veikts, izmantojot kvantitatīvu aptauju, kurā piedalījās 104 jaunietes vecumā no 18 līdz 25 gadiem, kas dzīvo Latvijā. Anketa tika izplatīta tiešsaistē sociālajos tīklos un personiskajos kontaktos, lai noskaidrotu respondentēm raksturīgos paradumus, attieksmi un zināšanu avotus saistībā ar konservēšanu un ievārījumu vārīšanu.

Tika noteikts, ka pastāv redzama saistība starp noteiktajiem kritērijiem pētījuma mērķi un konservēšanas un ievārījumu vārīšanas praksi.

### Analītiskais apskats

Konservēšana un ievārījumu gatavošana ir kultūras daļa, kas parāda ne tikai sadzīves ritmu, bet arī to, kā tiek nodota identitāte, dzimumu lomas un kultūra. Sievietēm šī nodarbe lielākoties ir saistīta ar rūpēm par ģimeni un tradīciju saglabāšanu. Marjorie L. DeVault atzīmē, ka ēdiena gatavošana nav tikai tehniska darbība, bet gan sarežģīts sociāls process, caur kuru var izprast sieviešu rūpes, attiecības un darbu (DeVault 1991).

Tas izriet arī no tā, ka saglabāšana pārsvarā tiek pārmantota no paaudzes paaudzē, tāpēc pētījumos tiek saistīta ar kultūras tradīciju, prasmju un simboliskās nozīmes tālāknodošanu. Šajā pētījumā svarīgi ir jēdzieni “attieksme” un “rīcība”. Saskaņā ar plānotās uzvedības teoriju indivīda rīcību nosaka viņu uzskati par uzvedības rezultātiem un šo rezultātu novērtējums (Ajzen, 1991). Ja sievietei ir pozitīva attieksme, zināšanas un atbalsts, viņa, visticamāk, arī piekops šo praksi.

Tapāt svarīgs jēdziens ir dzīvesvieta, kā tā ietekmē piekļuvi resursiem un tradīciju saglabāšanu. Doreen Massey uzsver, ka vieta un telpa strukturē sociālo dzīvi un iespējas, ietekmējot cilvēku ikdienas (Massey, 1994).

Latvijā konservēšanai ir senas saknes, īpaši laukos, kur tās tiek nodotas no paaudzes paaudzē. Padomju laikā tā bija nepieciešamība, bet mūsdienās to ietekmē zero waste un pašgatavošanas tendences. (Par konservēšanas tradīcijām Latvijā, 2023). Pētījumā, ko veicis “Elvi”, secināts, ka 84% Latvijas iedzīvotāju sagatavo krājumus ziemai (Elvi, 2020). Tikmēr “Mēness aptiekas” dati liecina, ka vecumā no 18 līdz 29 gadiem to dara tikai 28% (Mēness aptieka, 2023).

Šī tēma ir nozīmīga, jo atklāj dzimumlomu un kultūras pārmantojamību, vienlaikus uzsverot, kā tradicionālās prasmes var turpināt plaukt mūsdienu dzīvesveidā.

### Pētījuma metodoloģija

Šajā pētījumā tika izmantota kvantitatīvā metode, pielietojot aptauju. Tiešsaistē tika izveidota anketa ar *Google Forms* palīdzību. Visi respondenti tika iepriekš informēti par aptaujas anonimitāti un datu izmantošanas mērķi.

Anketā tika iekļauti 13 dažāda veida jautājumi, kas ietvēra gan slēgtos, gan vērtējuma skalas, gan arī daļēji atvērtos jautājumus, kuros bija iespējams gan izvēlēties no piedāvātajiem variantiem, gan ierakstīt savu viedokli.

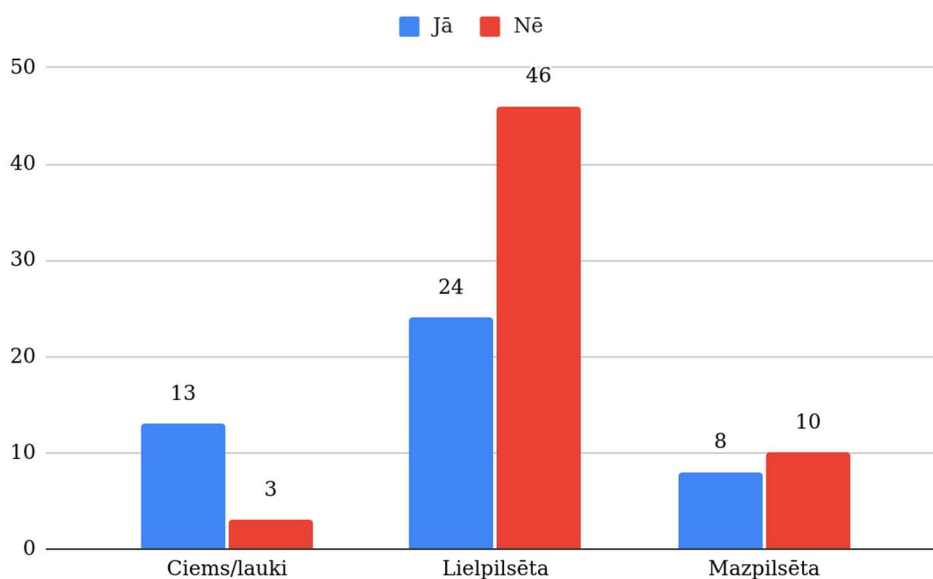
Jautājumu pirmā daļā bija par respondentu profilu – vecumu, dzimumu un dzīvesvietu. Tālāk sekoja jautājumi par konservēšanas paradumiem, piemēram, cik bieži tiek konservēts, kādi ir iemesli izvēlēties vai neizvēlēties šo praksi, kā arī jautājumi par zināšanu nodošanu un vēlmi tās paplašināt.

Respondentu izlase tika veidota, uzrunājot jaunietes vecumā no 18 līdz 25 gadiem. Aptauja tika publicēta *Facebook* un *WhatsApp* grupās, kas bija gan saistītas ar konservēšanu, gan nesaistītas, nodrošinot dažādus skatījumus. Daļa respondentu tika iegūta arī pēc sniega pikas principa, lūdzot dalīties ar anketu autores paziņu lokā.

Saņemot atbildes, dati no *Google Forms* tika eksportēti uz *Google Sheets*, kur notika tālāka analīze. Izmantojot *pivot* tabulas, tika secināts, kā dažādas atbildes saistās savā starpā – piemēram, kā konservēšanu ietekmē dzīvesvieta vai zināšanu avots. Šajā pētījumā tika izmantots arī Hī-kvadrāta neatkarības tests, lai pārbaudītu, vai pastāv statistiski nozīmīga saistība starp mērķi izvirzītajiem kritērijiem un konservēšanas praksi. Tests palīdz noteikt, vai divi kategoriski mainīgie ir savstarpēji neatkarīgi, balstoties uz novēroto un sagaidāmo biežumu salīdzinājumu. Šis process ļāva identificēt tendences un saskatīt saistības, kas palīdz labāk atbildēt uz pētījuma jautājumiem. Datu analīzē tika apvienoti atbilžu varianti, kas saturiski dublējās vai izteica līdzīgu domu, lai mazinātu datu pārklāšanos. Papildus atbildes, kuras respondenti norādīja brīvā formā, tika klasificētas – atbilstošās iekļautas jau esošajās kategorijās, bet neatbilstošās – apvienotas zem atbildes "Cits".

### Pētījuma rezultāti

Pētījumā tika apkopotas atbildes no 104 Latvijas jauniešiem (vecumā no 18 līdz 25 gadiem). Aptaujā tika pārstāvētas dažādas dzīvesvietas: 70 no lielpilsētām, 18 no mazpilsētām un 16 no ciemiem vai lauku reģioniem. No visām respondentēm, 45 atzina, ka konservēja pārtiku, bet 59 – ka nekonservēja pēdējā gada laikā, nodrošinot līdzsvaru starp grupām (1.att).



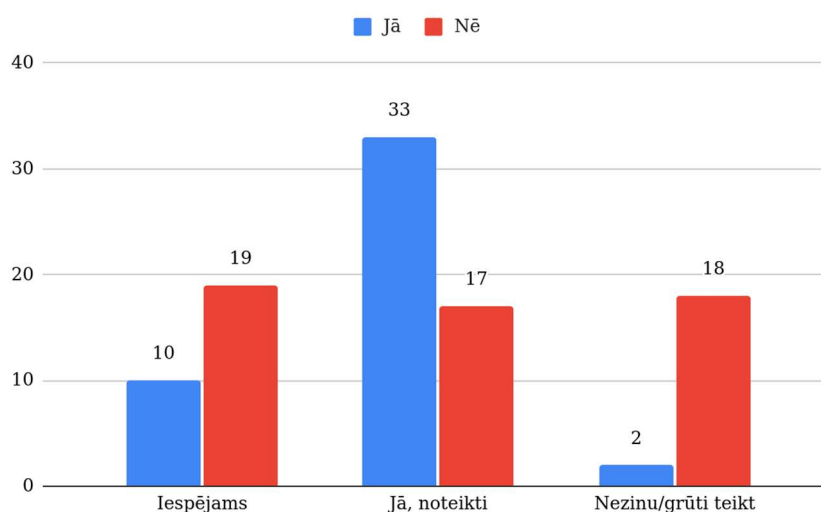
**1.att.** Konservējošo un nekonservējošo respondentu sadalījums pa dzīvesvietām (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

No konservējošajām jauniešiem, lielākā daļa (33) to dara reizi gadā, bet 12 – vairāk nekā vienu reizi gadā. No 16 lauku jauniešiem konservē 13, no 66 lielpilsētu to dara 23, bet no 18 mazpilsētu – 8. Tādējādi konservēšana biežāk sastopama lauku vidē.

Izmantojot Hī-kvadrāta testu, kur  $p$  ir vērtība, kas apgāž nulles hipotēzi. Nulles hipotēze ir pieņēmums, ka nav saistības starp analizētajiem mainīgajiem. Ja  $p$  vērtība ir  $< 0.05$ , var teikt, ka rezultāts ir statistiski nozīmīgs un nulles hipotēze ir noraidīta. Un pastāv ticama starpība starp mainīgajiem. (Zaveri, 2024)

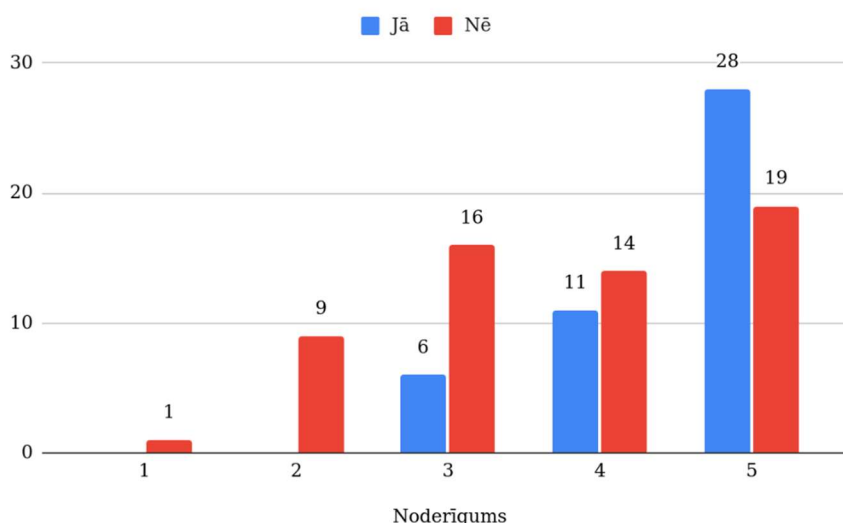
Tika pārbaudīta saistība starp dzīvesvietu un konservēšanas praksi. Hī-kvadrāta testā P vērtība b 0.029, kas norāda rezultāta ir statistisko nozīmīgumu. Jeb tas liecina par saistību ar dzīvesvietu un to vai konservē biežāk, precīzāk, ka lauku apvidos ir augstāka konservēšanas izplatība.

98% respondentu atzina, ka ģimenē kāds konservē. Zināšanas, galvenokārt, iegūtas no vecākiem (22 konservējošām, 17 nekonservējošām respondentēm) un vecvecākiem (11 un 6 attiecīgi). 28 jaunietes atzīmēja, ka nav tikušas apmācītas. Zināšanu nodošanas vēlmi būtiski ietekmē konservēšana – 73% no konservējošajām vēlas noteikti nodot prasmes bērniem, bet no nekonservējošajām tikai 28% (2.att).



**2. Att.** Konservējošo un nekonservējošo sieviešu vēlme nodot zināšanas bērniem (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

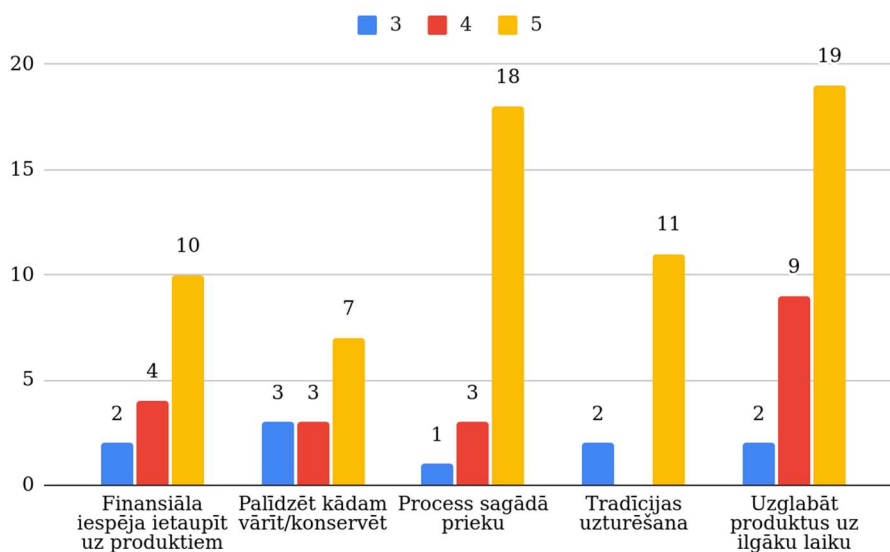
Izmantojot Hī-kvadrāta testu, tika pārbaudīta saistība starp to, vai respondentes kāds ir mācījis konservēšanas prasmes un vai viņas konservē. Tika iegūta P vērtība 0.000016, kas apstiprina, ka iegūtās zināšanas ir cieši saistītas ar konservēšanas un ievārījumu vārīšanas nodarbes piekropšanu. Konservēšanas prasmes noderīgums tika vērtēts skalā no 1 (pilnīgi nevajadzīga) līdz 5 (ļoti noderīga). 68,75% lauku meiteņu to vērtēja kā ļoti noderīgu, salīdzinot ar 34,85% pilsētu un 61% mazpilsētu jaunietēm. No konservējošajām 62,22% uzskatīja prasmi par ļoti noderīgu, kamēr no nekonservējošajām tikai 32,20% to tā novērtēja (3.att).



**3.att.** Konservējošo un nekonservējošo jauno sieviešu vērtējums par konservēšanas noderīgumu (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Konservējošo jauno sieviešu emocijas pārsvarā bija pozitīvas: 77% tās vērtēja kā pozitīvas vai ļoti pozitīvas. No nekonservējošajām 76% emocijas bija neitrālas vai pozitīvas (49% – tieši neitrālas). Dzīvesvietas kontekstā pozitīvākas emocijas izteica lauku un mazpilsētu respondentes (62–72%), savukārt no lielpilsētām – 40,91% izvēlējās vērtēt savas emocijas neitrāli.

Visbiežāk konservēšanas iemesls bija vēlme uzglabāt produktus ilgāk (30 gadījumi), tam sekoja prieks par procesu (22), finansiāli iemesli (15), palīdzība citiem un tradīciju uzturēšana (13). Augstāku noderīguma vērtējumu (81–84%) sniedza tās, kuras konservē prieka dēļ. Ne procentuāli skatoties labus vērtējumus deva arī tās, kuras konservē, lai uzglabātu produktus uz ilgāku laiku (4.att).



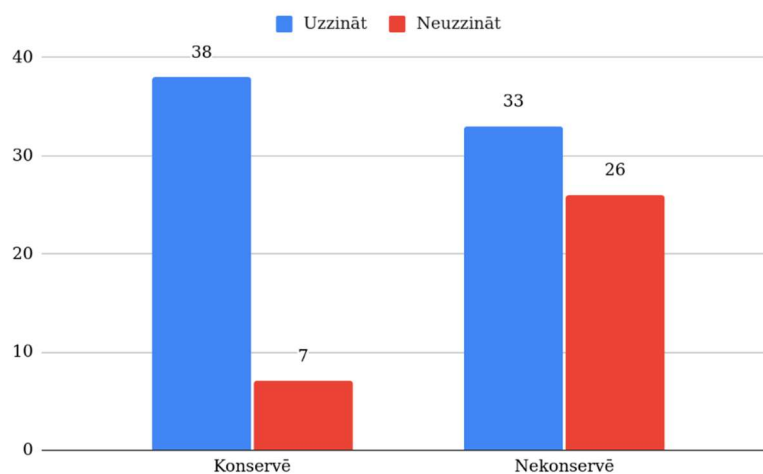
**4.att.** Konservēšanas iemesli un to ietekme uz konservēšanas noderīguma vērtējumu (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pozitīvas emocijas saistījās ar lielāku noderīguma un zināšanu nodošanas vēlmi. Piemēram, 89% no tām, kuras izjūt ļoti pozitīvas emocijas, vēlas nodot prasmes bērniem. Tikmēr starp tām, kuras vērtē

konservēšanu neitrāli, tikai 40% apsver šādu iespēju. Hī-kvadrāta testā tika noskaidrots, ka ir saistīts, ka konservējošās jaunietes biežāk atbildēja vēlmi nodot šo prasmi tālāk nākamajām paaudzēm.

No visām respondentēm 84% no konservējošajām un 55% no nekonservējošajām, vēlētos uzzināt vairāk par konservēšanu. No tām, kuras nav apmācītas, 55% vēlas papildināt zināšanas, bet 44% – nē. Lauku jaunietes (81%) ir visieinteresētākās, savukārt pilsētu un mazpilsētu meiteņu interese ir nedaudz zemāka (65–66%) (5.att).

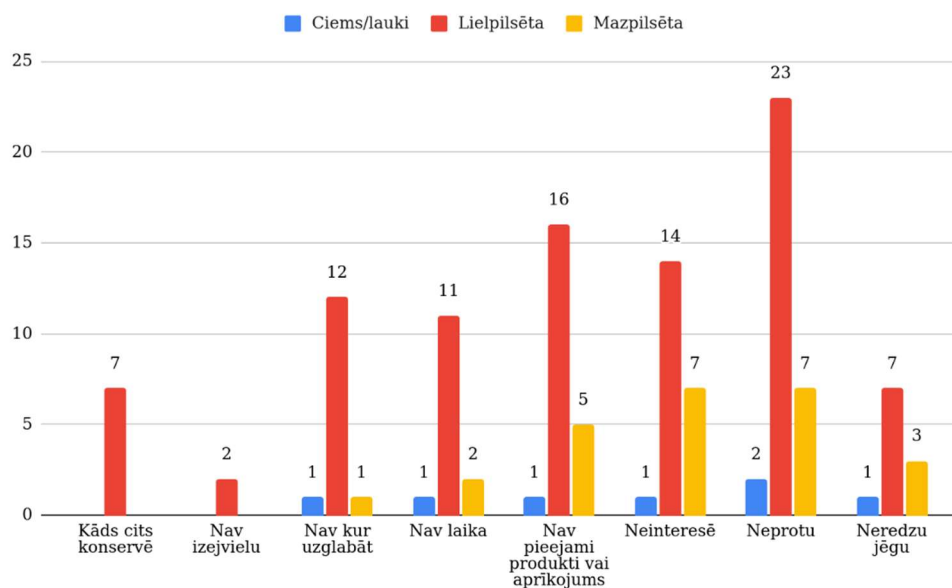
Pielietojot Hī-kvadrāta testu, tika pārbaudīta saistība starp jaunietēm, kas konservē un vēlmi apgūt vairāk. P vērtība tika iegūta 0.00197, kas norāda, ka interese iegūt zināšanas ir izteiktāka tām, kas konservē.



**5.att.** Konservējošo un nekonservējošo jauno sieviešu vēlme uzzināt par konservēšanu vairāk  
(Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Tāpat arī interese uzzināt vairāk saistās ar emocijām: 83% no tām, kuras vērtē emocijas kā 4, un 86% no tām, kuras vērtē ar 5, vēlētos uzzināt vairāk. Neitrālu emociju respondentu vidū 56% nevēlas iegūt papildu informāciju.

Biežākie iemesli, kāpēc jaunietes nekonservē ir: nezina kā to darīt (26 reizes), neinteresē (20), nav kur uzglabāt (13), trūkst izejvielu vai aprīkojuma (14), nav laika. Starp tām, kuras nav apmācītas, 70% minēja kā iemeslu "neprot", 57% – "neinteresē" un 50% – "nav laika". Pilsētu jauno sieviešu vidū biežāk tika minētas šādas problēmas – 85% atzīmēja, ka nav kur uzglabāt, 78% – nav laika, 72% – nav aprīkojuma vai produktu (6.att).



**6. att.** Nekonservēšanas iemeslu sadalījums pēc dzīvesvietas (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

### Secinājumi

Balstoties uz pētījuma rezultātiem, var izdarīt vairākus secinājumus par Latvijas jauniešu attiecībām ar konservēšanas un ievārījumu vārīšanas tradīcijām un dzīvesvietu, zināšanu avotiem un personīgo interesi.

Dzīvesvieta ietekmē gan to vai konservē un cik bieži, kā arī attieksmi pret šo prasmi. Jaunietes no lauku reģioniem ievērojami biežāk nodarbojas ar konservēšanu nekā viņu vienaudzes no pilsētām un mazpilsētām. Tāpat lauku jaunietes biežāk vērtē konservēšanas prasmi kā ļoti noderīgu un izrāda lielāku vēlmi nodot zināšanas nākamajām paaudzēm.

Zināšanu avots ir nozīmīgs faktors konservēšanas prakses saglabāšanā. Lielākā daļa no jauniešiem, kas konservē, zināšanas guvušas ģimenē – galvenokārt no vecākiem un vecvecākiem. Hī-kvadrāta tests apstiprināja, ka ir cieša saistība starp to, vai jauniene ir apmācīta, un to, vai viņa konservē. Savukārt jaunietes, kuras nav saņēmušas šādas zināšanas, biežāk minēja “neprotu” kā galveno iemeslu, kāpēc nekonservē.

Personīgā interese par konservēšanu ir cieši saistīta ar emocijām un iepriekšējo pieredzi. Pozitīvāk noskaņotās jaunietes biežāk vēlas gan konservēt, gan nodot prasmi tālāk. No tām, kuras izjūt pozitīvas emocijas, 89% vēlas mācīt šo prasmi saviem bērniem. Arī interese uzzināt vairāk par konservēšanu biežāk ir starp tām, kurām jau ir kāda pieredze vai pozitīvas emocijas.

Rīcība jeb konservēšanas un ievārījumu vārīšanas piekopošana ir saistīta ar iepriekš minētajiem faktoriem. Tie, kuri dzīvo laukos, ir apmācīti ģimenē un izjūt pozitīvas emocijas par konservēšanu, visticamāk, arī paši to dara. Konservējošās jaunietes vairāk novērtē prasmes lietderību un ir motivētas to saglabāt nākotnē. Savukārt nekonservējošo galvenie šķēršļi ir praktiski (trūkst vietas, laika vai aprīkojuma) un zināšanu trūkums.

Kopumā pētījums rāda, ka konservēšanas un ievārījumu vārīšanas tradīcijas Latvijā joprojām ir dzīvas un to turpmākā pastāvēšana lielā mērā būs atkarīga no zināšanu nodošanas, pozitīvas pieredzes un jauniešu intereses.



### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- DeVault, M. L. (1991). Feeding the Family: The Social Organization of Caring as Gendered Work. [https://selforganizedseminar.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/07/massey\\_space\\_place\\_gender.pdf](https://selforganizedseminar.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/07/massey_space_place_gender.pdf)
- Elvi. (2020). Latvijā visbiežāk konservē gurķus un ābolus | Elvi. Elvi. <https://elvi.lv/jaunumi/latvija-visbiezak-konserve-gurkus-un-abolus/>
- Massey, D. (1994). Space, Place and Gender. [https://selforganizedseminar.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/07/massey\\_space\\_place\\_gender.pdf](https://selforganizedseminar.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/07/massey_space_place_gender.pdf)
- „Mēness aptieka”: *Gandrīz puse Latvijas iedzīvotāju gatavo veselīgu pārtikas produktu krājumus ziemai*. (2023). Veselam.lv. [https://www.la.lv/meness-aptieka-gandriz-puse-latvijas-iedzivotaju-gatavo-veseligu-partikas-produktu-krajumus-ziemai#google\\_vignette](https://www.la.lv/meness-aptieka-gandriz-puse-latvijas-iedzivotaju-gatavo-veseligu-partikas-produktu-krajumus-ziemai#google_vignette)
- Par konservēšanas tradīcijām Latvijā. (2023). *Kurzemes Vārds*, 4711. <https://cdn.kurzemes-vards.lv/2023/10/4711-653545c7b09d6.pdf>

## Sindija Varakāja. LATVIJAS IEDZĪVOTĀJUS MOTIVĒJOŠIE FAKTORI KULTŪRAS PASĀKUMU APMEKLĒJUMAM KLĀTIENĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma "Kultūras vadība"  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### Anotācija

**Pētījuma aktualitāte:** Mūsdienu sabiedrībā kultūras pasākumi veido nozīmīgu daļu no cilvēka sociālās un garīgās pieredzes, veicinot gan personīgo izaugsmi, gan sabiedrības saliedētību. Tomēr līdz ar digitālo tehnoloģiju attīstību un iespēju patērēt kultūras saturu attālināti, pieaug nepieciešamība izprast, kas motivē Latvijas iedzīvotājus joprojām izvēlēties kultūras pasākumu apmeklējumu klātienē. Šāda izpratne ir būtiska gan kultūras organizatoriem un politikas veidotājiem, gan pašām kultūras institūcijām, lai pielāgotu piedāvājumu sabiedrības vajadzībām, sekmētu apmeklētību un nostiprinātu kultūras lomu mūsdienu dzīvē. Pētījums par motivējošajiem faktoriem ļaus atklāt galvenos iemeslus, kas ietekmē apmeklētāju izvēli, kā arī identificēt šķēršļus, kas varētu mazināt interesi par pasākumiem klātienē.

**Pētījuma mērķis:** Identificēt un analizēt Latvijas iedzīvotājus motivējošos faktorus kultūras pasākumu apmeklējumam klātienē.

**Pētījuma metodes:** Literatūras un pētījumu apskats, anketēšana.

**Sasniegtie rezultāti:** Pētījuma rezultāti tiks prezentēti konferences laikā.

*Atslēgas vārdi: motivācija; klātiene; apmeklējums; kultūras pasākumi.*

### Ievads

Mūsdienu sabiedrībā kultūras pasākumi – koncerti, teātra izrādes, mākslas izstādes, festivāli un citi notikumi – ieņem būtisku lomu cilvēku ikdienā, veidojot sabiedrisko dzīvi, attīstot radošumu un stiprinot nacionālo identitāti. Tomēr, ņemot vērā straujo tehnoloģiju attīstību un plašo digitālo alternatīvu klāstu, piemēram, tiešsaistes koncertus un kultūras saturu straumēšanas platformās, rodas jautājums – kas mūsdienās motivē Latvijas iedzīvotājus izvēlēties klātienē kultūras pasākumus? Šī tēma ir aktuāla arī pēc Covid-19 pandēmijas radītajām sekām, kad daudzu cilvēku kultūras patēriņa paradumi mainījās, kā arī pašlaik, kad kultūras nozare cenšas atgūt auditoriju un pielāgoties jaunajiem apstākļiem.

Pētījuma mērķis ir identificēt un analizēt Latvijas iedzīvotājus motivējošos faktorus kultūras pasākumu apmeklējumam klātienē. Lai sasniegtu izvirzīto mērķi, tika formulēti šādi pētījuma uzdevumi:

1. Apkopot teorētisko informāciju par motivācijas jēdzienu un tās veidiem kultūras patēriņa kontekstā.
2. Izzināt kultūras pasākumu klātienē apmeklējuma tendences Latvijā pēdējo gadu laikā.
3. Izstrādāt un veikt aptauju, lai identificētu galvenos motivējošos faktorus kultūras pasākumu apmeklējumam klātienē.
4. Analizēt iegūtos datus un izdarīt secinājumus par nozīmīgākajiem motivācijas aspektiem.

Pētnieciskais jautājums: Kādi ir Latvijas iedzīvotājus motivējošie un atturošie faktori kultūras pasākumu apmeklējumam klātienē?

Pētījumā izmantotās metodes ietver teorētiskās literatūras analīzi par motivāciju un kultūras patēriņu, kā arī aptaujas metodi - anketēšanu. Pētījuma rezultāti atklāj, ka Latvijas iedzīvotāji ir ieinteresēti kultūras pasākumu apmeklēšanā klātienē, taču bieži sastopas ar praktiskiem šķēršļiem, piemēram, augstām biļešu cenām un laika trūkumu. Rezultāti sniedz vērtīgu ieskatu iedzīvotāju uzvedībā un norāda uz konkrētiem uzlabojumiem, kas varētu veicināt kultūras dzīves pieejamību un līdzdalību valstī.

### Analītiskais apskats

Motivācija ir psiholoģisks spēks, kas virza cilvēku uz konkrētu rīcību un nosaka viņa centienu virzienu un intensitāti. Tie ir iekšējie vai ārējie spēki, kas ietekmē cilvēka uzvedību. Svarīgi atzīmēt, ka motivācija galvenokārt ir veiktspējas mainīgais lielums, un tās ietekme bieži ir īslaicīga. Tas nozīmē, ka cilvēks, kuram ir augsta motivācija veikt konkrētu uzdevumu, vēlāk var izrādīt mazāku interesi par to, ja motivācija samazinās (Cofer u.c., 2025).

Par vienu no precīzākajām motivācijas teorijām tiek uzskatīta amerikāņu psihologa Abrahama Maslova (1908-1970) vajadzību teorija. A. Maslovs uzskatīja, ka pats galvenais cilvēkā ir viņa svarīgākās vajadzības, pēc kā cilvēks tiecas. Temperaments un raksturs ir tikai forma, stils. Svarīgi ir tas, uz ko cilvēks ir virzīts, uz ko viņš dzīvē tiecas, ko viņš uzskata par svarīgāko. A. Maslovs par personības vajadzībām un to struktūru runā kā par vajadzību hierarhiju, kur vajadzības ir sakārtotas piecos līmeņos. Pirmais līmenis - fizioloģiskās vajadzības; otrais līmenis - vajadzība pēc drošības; trešais līmenis - vajadzība pēc piederības un mīlestības; ceturtais līmenis - vajadzība pēc pašcieņas; piektais līmenis - vajadzība pēc pašīstenošanās. Vajadzība ir iekšēja nepieciešamība, kuru iespējams nodrošināt jeb apmierināt tikai mijiedarbībā ar apkārtējo fizisko vai sociālo vidi (Renģe, 1999).

Jebkurš kultūras vai izklaides produkts ir sarežģīts un atšķiras no ikdienas precēm un pakalpojumiem, ko cilvēki parasti iegādājas sadzīves vajadzībām. Pirmkārt, iegādājoties kultūras vai izklaides produktu, pircējam jābūt gatavam bez finansiāliem tēriņiem tērēt arī savu laiku (lai lasītu grāmatu, skatītos filmu vai teātra izrādi). Otrkārt, šādi pirkumi parasti ir eksperimentāli, proti, pircējs jeb apmeklētājs nekad nezina, ko īsti saņems par samaksāto naudu, viņš to varēs „pārbaudīt” tikai pēc pirkuma jeb lēmuma izdarīšanas – aizejot uz festivālu, noklausoties koncertu vai apskatot izstādi. Treškārt, šie lēmumi balstās nevis uz konkrētu vajadzību nodrošināšanu, bet gan personīgajām vēlmēm – prieku, emocijām, kopā ar draugiem vai ģimeni pavadītu laiku u.tml. (Laķe u.c., 2014).

Kultūras patēriņa un līdzdalības regulāra pētniecība nodrošina datus un informāciju gan kultūrpolitikas plānotājiem un īstenotājiem, gan arī konkrētu kultūras iestāžu un institūciju pārstāvjiem pieprasījumam atbilstoša kultūras piedāvājuma attīstīšanai un mārketinga aktivitāšu plānošanai. Lielākajā daļā Eiropas Savienības dalībvalstu kultūras patēriņa pētījumi tiek īstenoti katru gadu vai reizi divos gados, un arī Latvijā šādi pētījumi tiek regulāri īstenoti (Klāsons u.c., 2025).

Pētot 2024. gada kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes datus tika veikti vairāki secinājumi. Pirmkārt, pandēmijas sekas kultūras sektorā joprojām ir jūtamas – lai gan aktivitāšu un apmeklējuma rādītāji palielinās, tie joprojām nesasniedz pirms-pandēmijas rādītājus, savukārt digitālais kultūras patēriņš samazinājies līdz pirms-pandēmijas līmenim. 2024. gadā 77% Latvijas iedzīvotāju vecumā no 15 līdz 75 gadiem bija apmeklējuši kultūras pasākumus un aktivitātes. Dati liecina, ka pēdējo divu gadu laikā ir palielinājies šādu iedzīvotāju īpatsvars (2022. gadā tādu bija 66%). Tomēr rādītājs vēl nav atgriezies pirms-pandēmijas līmenī, kad tas bija ap 90%-95%. Otrkārt, pandēmijas laika radītais digitālo piedāvājumu pieprasījums nav saglabājies ilgtermiņā, bet tas tomēr nodrošina aptuveni 10% papildu auditoriju kultūras sektorā. Treškārt, esošo kultūras patēriņu raksturo vietējā kultūras piedāvājuma izmantošana, finansiāli pieejamāku pasākumu un aktivitāšu pieprasījums, izteikts

pieprasījums pēc izklaidējoša, bet arī izglītojoša satura. Analizējot datus vairāku gadu tvērumā, novērojams, ka visām tiešsaistes aktivitātēm iedzīvotāju iesaiste pēdējo četru gadu laikā ir mazinājusies. Iespējams, to var saistīt ar pēc-pandēmijas ieradumu maiņu, kad iedzīvotāji no tiešsaistes aktivitātēm pārorientējās atkal uz klātienes pasākumiem un aktivitātēm. Turklāt, arī kultūras pasākumu un aktivitāšu apmeklēšanas mobilitāte ir pieaugusi. Analizējot datus par kultūras pasākumu apmeklēšanas ģeogrāfiju, redzams, ka pēdējo gadu laikā iedzīvotāji ir kļuvuši aktīvāki kultūras pasākumu apmeklēšanā arī ārpus savas dzīves vietas (Klāsons u.c., 2025).

### Pētījuma metodoloģija

Pētījumā tika izmantota teorētiskā metode jeb zinātniskās literatūras analīze un pētījumu apskats. Pētījuma datu ieguvei tika izvēlēta kvantitatīvā pētījuma metode – anketa *Google Forms* veidlapas formā (sk. 1. un 2. pielikumu), kas ļauj iegūt datus no plašākas sabiedrības grupas un analizēt respondentu viedokļus, uzvedības paradumus un motivācijas aspektus. Ar tiešsaistē veidotu *Google Forms* anketu ir viegli darboties, salīdzinoši ātri saņemt respondentu atbildes (nekā ar papīra formātā veidotu anketu) un ērti apkopot iegūtos rezultātus, lai tos vēlāk analizētu. Respondenti anketas sākumā tika informēti par tās mērķi, izpildes laiku un anonimitāti. Anketa tika strukturēta šādās daļās:

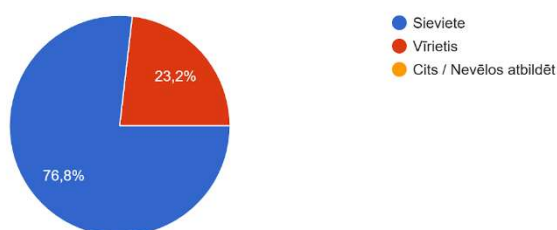
1. Vispārējā informācija - respondentu vecums un dzimums un vai to profesionālā darbība ir saistīta ar kultūras nozari.
2. Respondentu vispārējie kultūras pasākumu apmeklēšanas paradumi – cik bieži un kāda veida pasākumus respondenti apmeklē.
3. Respondentus motivējošie un atturošie faktori kultūras pasākumu apmeklējumam klātienē.

Anketa sastāvēja no 10 jautājumiem, kur 9 no tiem bija ar piedāvātiem atbilžu variantiem, un 1 atvērtā tipa jautājums. Anketa tika izsūtīta autores paziņām, kuras arī tālāk ar to dalījās.

### Pētījuma rezultāti

Pēc anketas izsūtīšanas kopumā tika saņemtas atbildes no 82 respondentiem vecumā no 15 gadiem līdz 65 un vairāk. 63 jeb 76,8% no respondentiem bija sievietes un 19 jeb 23,2% vīrieši (1.att.).

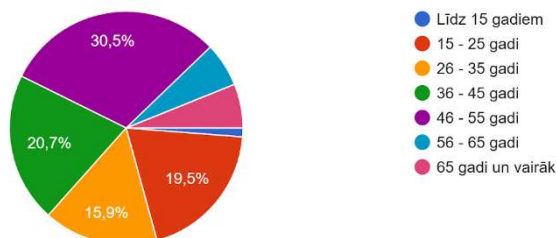
Dzimums  
82 atbildes



**1.att.** Respondentu sadalījums pēc dzimuma (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Anketas aizpildīšanā visvairāk piedalījās cilvēki vecumā no 46 līdz 55 gadiem - 30,5%, nedaudz mazāk - 20,7% cilvēku vecumā no 36 līdz 45 gadiem, 19,5% vecumā no 15 līdz 25 gadiem, 15,9% vecumā no 26 līdz 35 gadiem, 6,1% vecumā no 56 līdz 65 gadiem un 6,1% vecumā no 65 gadiem un vairāk, un 1,2% vecumā līdz 15 gadiem (2.att.).

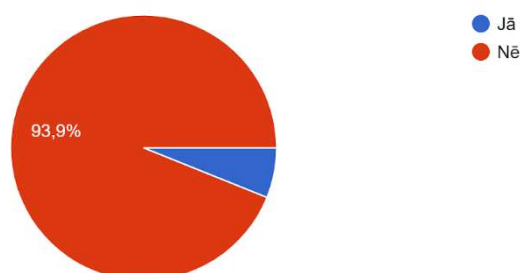
Vecums  
82 atbildes



**2.att.** Respondentu sadalījums pēc vecuma (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Iegūtie dati parāda, ka 93,9% no respondentiem nestrādā kultūras nozarē un 6,1% no respondentiem strādā kultūras nozarē. Šis ir labs rādītājs, jo cilvēki, kas profesionāli strādā kultūras nozarē, protams, kultūras pasākumus izbauda un tajos piedalās biežāk, taču šajā anketā šādu respondentu ir salīdzinoši maz (3att.).

Vai jūs strādājat kultūras nozarē?  
82 atbildes

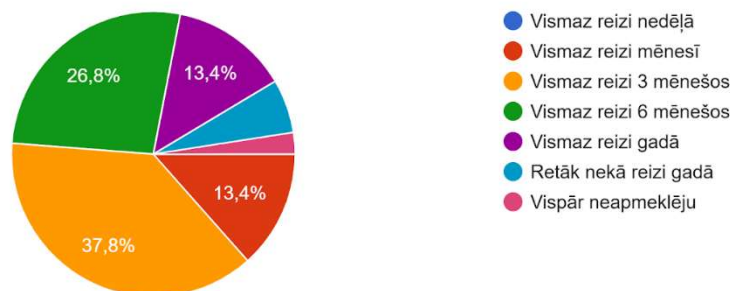


**3.att.** Profesija kultūras nozarē (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Ar jautājumu - Cik bieži Jūs apmeklējat kultūras pasākumus? - tika noskaidrots, ka 37,8% no respondentiem kultūras pasākumus apmeklē vismaz reizi 3 mēnešos, 26,8% vismaz reizi 6 mēnešos, 13,4% vismaz reizi mēnesī un 13,4% vismaz reizi gadā, 6,1% retāk nekā reizi gadā un 2,4% no respondentiem atbildēja, ka kultūras pasākumus vispār neapmeklē (4att.).

Cik bieži Jūs apmeklējat kultūras pasākumus?

82 atbildes

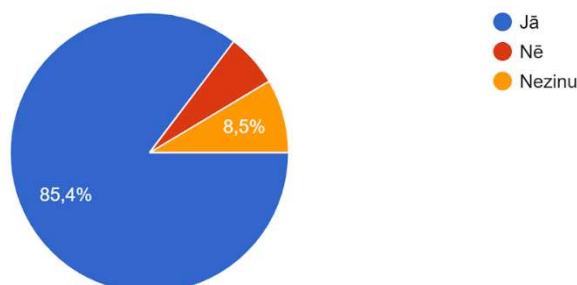


**4.att.** Kultūras pasākumu apmeklējumu biežums (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Tālāk iegūtie dati liecina, ka 85,4% no respondentiem vēlētos apmeklēt kultūras pasākumus klātienē biežāk, 8,5% nezina vai vēlētos to darīt biežāk un tikai 6,1% no respondentiem nevēlas biežāk apmeklēt kultūras pasākumus (5.att.).

Vai Jūs vēlētos apmeklēt kultūras pasākumus klātienē biežāk?

82 atbildes

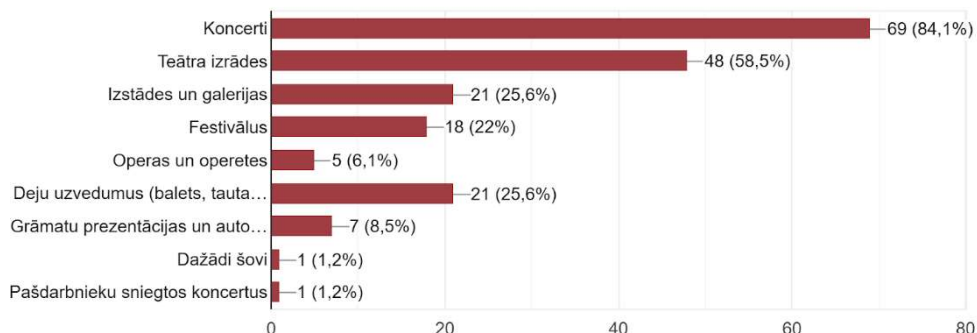


**5.att.** Vēlme apmeklēt kultūras pasākumus biežāk (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Anketā ar jautājumu kāda veida kultūras pasākumus respondenti visbiežāk apmeklē tika noskaidrots, ka lielākā daļa jeb 84,1% respondentu visbiežāk apmeklē koncertus. Vēl vieni no visbiežāk apmeklētajiem pasākumiem ir teātra izrādes - 58,5%, izstādes un foto galerijas - 25,6%, dažādi deju uzvedumi - 25,6% un festivāli - 22% (6.att.).

Kāda veida kultūras pasākumus Jūs visbiežāk apmeklējat? (Var izvēlēties vairākus atbilžu variantus)

82 atbildes

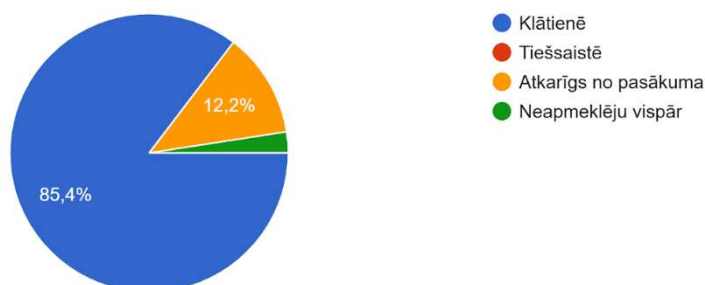


**6.att.** Visbiežāk apmeklētie kultūras pasākumi (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Vēl tika noskaidrots, ka lielākā daļa jeb 85,4% respondentu dod priekšroku kultūras pasākumu apmeklējumam tieši klātienē (7.att.).

Vai Jūs dodat priekšroku kultūras pasākumu apmeklējumam klātienē vai tiešsaistē?

82 atbildes

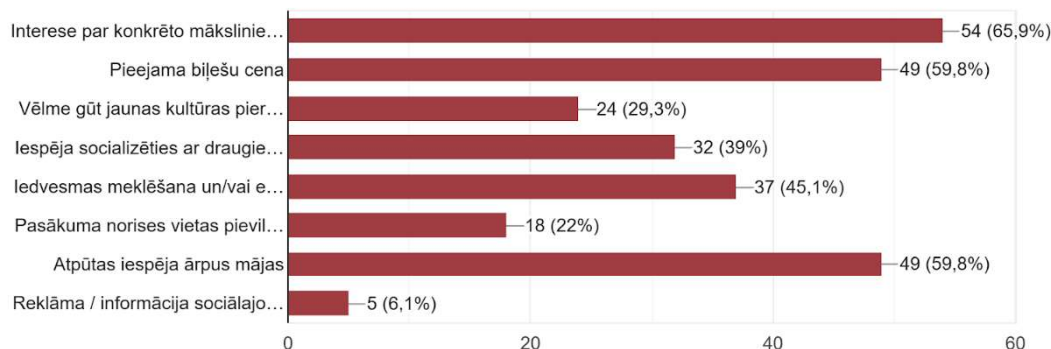


**7.att.** Pasākumu apmeklējums klātienē vai tiešsaistē (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Vissvarīgāk bija noskaidrot faktorus, kas visbiežāk motivē respondentus apmeklēt kultūras pasākumus klātienē. Iegūtie dati liecina, ka visbiežāk respondentus motivē interese par konkrēto mākslinieku/izpildītāju - 65,9%, pieejama biļešu cena - 59,8% un iespēja atpūsties ārpus mājas - 59,8% (8.att.).

Kas Jūs visbiežāk motivē apmeklēt kultūras pasākumus klātienē? (atzīmējiet svarīgākos)

82 atbildes

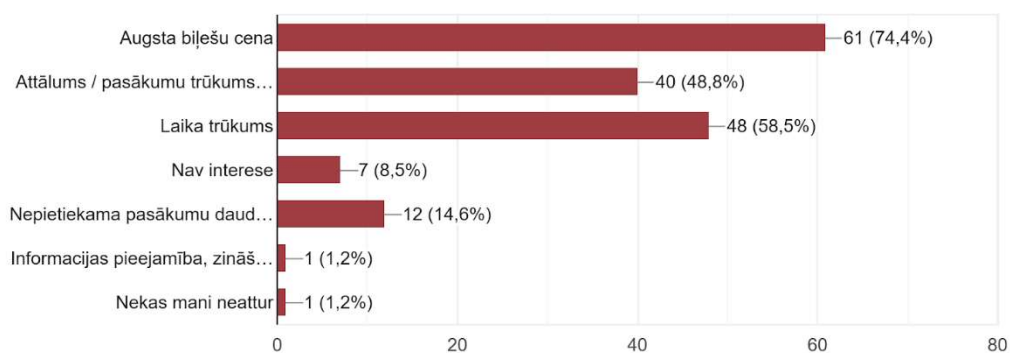


### 8.att. Motivējošie faktori (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Ar nākamo jautājumu tika noskaidrots, ka visbiežāk no kultūras pasākumu apmeklēšanas klātienē respondentus attur augsta biļešu cena - 74,4%, laika trūkums - 58,5% un attālums/pasākumu trūkums dzīvesvietas trūkumā - 48,8% (9.att.).

Kas Jūs visbiežāk attur no kultūras pasākumu apmeklēšanas klātienē? (atzīmējiet svarīgākos)

82 atbildes



### 9.att. Atturošie faktori (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz atvērtā tipa jautājumu "Ko Jūs ieteiktu uzlabot, lai cilvēki vairāk apmeklētu kultūras pasākumus klātienē?" lielākā daļa respondentu atbildēja, ka galvenais ieteikums, ko vajadzētu risināt ir pārāk augstas biļešu cenas, kas padara daudzus kultūras pasākumus nepieejamus. Tāpat tika sniegti ieteikumi pasākumu rīkotājiem censties izveidot patīkamus un ieinteresējošus informācijas pasniegšanas principus, un aktīvāk reklamēt pasākumus, aktivitātes. Kā arī rīkot vairāk pasākumus mazajās pilsētās un reģionos un vasarās vairāk brīvdabas pasākumu bez maksas vai par ziedojumiem.

## Secinājumi

Pētījuma “Latvijas iedzīvotājus motivējošie faktori kultūras pasākumu apmeklējumam klātienē” rezultāti parāda, ka Latvijas sabiedrībā pastāv salīdzinoši liela interese par kultūras pasākumu apmeklēšanu, īpaši klātienē, un tajā pašā laikā arī konkrēti šķēršļi, kas ierobežo šo vēlmi.

Lielāko daļu veidotās anketas respondentu veidoja sievietes vecumā no 36 līdz 55 gadiem, kas liecina, ka šī sabiedrības daļa ir viena no aktīvākajām kultūras patērētājām. Būtiski ir arī tas, ka gandrīz visi respondenti nav profesionāli saistīti ar kultūras nozari, līdz ar to gūtie rezultāti atspoguļo plašākas sabiedrības uzskatus, nevis kultūras jomas iekšējo skatījumu. Galvenie motivējošie faktori, kas iedzīvotājus mudina apmeklēt kultūras pasākumus, ir interese par konkrētu mākslinieku vai izpildītāju, pieejama biļešu cena un vēlme atpūsties ārpus mājas. Tas liecina par to, ka cilvēki kultūras pasākumus uztver kā intīmu, emocionāli piesātinātu atslodzes veidu. Vienlaikus nozīmīgākie iemesli, kas attur no kultūras pasākumu apmeklēšanas, ir augstas biļešu cenas, laika trūkums un attālums no norises vietām. Šie aspekti īpaši svarīgi reģionos un mazpilsētās dzīvojošajiem iedzīvotājiem. Tādēļ arī galvenie respondentu sniegtie ieteikumi ir pieejamākas biļešu cenas un plašāks kultūras pasākumu piedāvājums mazajās pilsētās, reģionos. Tāpat tiek izcelta vajadzība pēc vairāk brīvdabas un vasaras pasākumiem, kuru apmeklējums būtu vai nu bez maksas, vai balstīts uz ziedojumiem.

Apkopojot visu iepriekš minēto, var secināt, ka Latvijas iedzīvotāji ir motivēti apmeklēt kultūras pasākumus, taču šī motivācija nereti netiek īstenota praktisku šķēršļu dēļ. Tāpēc kultūras politikas veidotājiem un pasākumu organizatoriem būtu lietderīgi pievērst uzmanību pieejamības uzlabošanai – gan finansiālajā, gan ģeogrāfiskajā aspektā –, kā arī radošākai pieejai auditorijas uzrunāšanā un informācijas izplatīšanā ziņojot par gaidāmajiem kultūras notikumiem.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Cofer, Petri, L. H. & N, C. (2025). *Motivation | Definition, Examples, Psychology, Types, & Facts*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/motivation>

Klāsons G., Laķe A., Tjarve B., Vinogradova L. (2025). *Kultūras aktivitātes barometrs 2024. Kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums*. Latvijas Kultūras akadēmija un SIA Pētījumu centrs SKDS, Rīga. [https://ppdb.mk.gov.lv/wp-content/uploads/2025/04/Kulturas\\_barometrs\\_2025.pdf](https://ppdb.mk.gov.lv/wp-content/uploads/2025/04/Kulturas_barometrs_2025.pdf)

Laķe A., Tjarve B., Klāsons G., Spuriņš U., Asare I. (2014). *Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņš un līdzdalība kultūras aktivitātēs 2007-2014: pētījumu dati un statistika*. Biedrība "Culturelab", Rīga. <https://culturelab.com/wp-content/uploads/2014/12/kulturas-paterins-web-versija-3-decembris.pdf>

Reņģe V. (1999). *Psiholoģija. Personības psiholoģiskās teorijas*. Rīga: Izdevniecība Zvaigzne ABC.



## Evelīna Abramova. NIKOTĪNA UN TABAKAS SATUROŠU PRODUKTU LIETOŠANAS TENDENCES JAUNIEŠU VIDŪ

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma "Kultūras vadība"  
E-pasts: abramova.evelina13@gmail.com  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### Anotācija

**Pētījuma aktualitāte:** Pēdējos gados novērojams straujš elektronisko cigarešu, karsējamās tabakas un citu nikotīna un tabakas saturošu produktu lietošanas pieaugums tieši jauniešu vidū. To lietošana var radīt ne tikai atkarības veidošanās risku, bet arī nopietnus veselības kaitējumus ilgtermiņā.

**Pētījuma mērķis:** Izpētīt nikotīna un tabakas saturošu produktu lietošanas tendences jauniešu vidū, noskaidrot to lietošanas biežumu, galvenos iemeslus to lietošanai un izvēlēto produktu veidus, analizēt ar lietošanu saistītos sociālos un veselības riska faktorus, kā arī noskaidrot, vai 2025.gada 1.janvārī pieņemtais likums par tabakas apriti, kaut kādā mērā ir ietekmējis jauniešu nikotīna un tabakas patēriņu.

**Pētījuma metodes:** Pētījumā tiks izmantota kvantitatīvā metode — anonīma anketēšana, kurā piedalīsies jaunieši vecumā no 15 līdz 25 gadiem dažādās Latvijas izglītības iestādēs un darbavietās. Datu analīzei tiks pielietota statistiskā metode, lai noteiktu nikotīna un tabakas saturošu produktu lietošanas biežumu, populārākos produktu veidus un galvenos faktorus, kas ietekmē lietošanas uzsākšanu. Teorijas atziņu izziņai tiks izmantota literatūras atziņu analīze un dokumentu izpēte.

**Sasniegtie rezultāti:** sniedz ieskatu jauniešu viedoklī un pieredzē ar nikotīna un tabakas saturošu produktu lietošanu un tendencēm.

*Atslēgas vārdi: jaunieši; nikotīns; tabaka; tendences.*

### Ievads

Nikotīna atkarība ir patoloģiska nepieciešamība pēc šīs vielas, kas izveidojas regulāras tabakas lietošanas rezultātā. Pēdējo gadu laikā strauji pieaug elektronisko cigarešu, karsējamās tabakas, kā arī citu nikotīna un tabakas saturošu produktu alternatīvu lietošana tieši jauniešu vidū, kas var radīt ne tikai atkarību, bet laika gaitā arī nopietnas veselības problēmas. Šo produktu popularitātes dēļ vairumam jauniešu jau agrā vecumā izveidojusies atkarība no šīm vielām, ko vēlāk ir grūti pārvarēt. Nikotīna un tabakas produktu plašais klāsts jau vien rada vēlmi izmēģināt kaut ko no piedāvājuma, taču par to, cik ļoti tas var kaitēt veselībai, īpaši, ja iegūts no neuzticamiem avotiem, aizdomājas tikai retais. Bieži vien, kad jau ir radusies atkarība, tiek meklēta izdevīgākā pieejamā prece tirgū, tāpēc nereti tā tiek iegādāta no neuzticamiem izplatītājiem vai aizdomīgām saitēm, jo tā produktu var iegūt par lētāku cenu, kā arī var apiet valstī noteiktos ierobežojumus attiecībā pret vecumu vai produkta sastāvu.

Izmantojot literatūras atziņu analīzi un izpētot elektroniskos datus, tiks noskaidrota vispārēji pieejama informācija par nikotīna un tabakas saturošiem produktiem, to veidiem un kaitīgumu, taču izmantojot kvantitatīvo un statistisko metodi, pētījuma mērķis ir noskaidrot nikotīna un tabakas saturošu produktu tādas lietošanas tendences jauniešu vidū kā izmantošanas biežumu, galvenos iemeslus to patēriņam, izvēlēto produktu veidus, kā arī noskaidrot, vai 2025.gada 1.janvārī pieņemtais likums par tabakas apriti (Lvportāls.lv, 2025), kaut kādā mērā ir ietekmējis jauniešu nikotīna un tabakas patēriņu.

Lai sasniegtu pētījuma mērķi, tika izvirzīti šādi uzdevumi:

1. Izpētīt pieejamo literatūru un elektroniskos datus par nikotīna un tabakas saturošiem produktiem, iespējamajiem riskiem tos patērējot u.tml.;
2. Izstrādāt aptauju jauniešiem par nikotīna un tabakas saturošu produktu lietošanas tendencēm;
3. Aptaujāt jauniešus vecumā 15-25 gadiem, lai noskaidrotu viņu viedokli un pieredzi par nikotīna un tabakas saturošu produktu lietošanu un tendencēm;
4. Apkopot aptaujā iegūtos datus un izveidot uzskatāmus materiālus (tabulas un diagrammas);
5. Izstrādāt secinājumus un prezentēt iegūtos datus konferencē.

Darbā izvirzīta hipotēze, ka jaunieši vecumā no 15 līdz 25 gadiem lielākoties patērē nikotīnu un tabaku saturošus produktus, kā arī 2025.gada 1.janvārī pieņemtais likums par tabakas apriti un ierobežojumiem (Lvportāls.lv, 2025) būtiski nav ietekmējis tā patēriņu jauniešu vidū. Savukārt pētījuma rezultāti sniegs ieskatu jauniešu viedoklī un pieredzē ar nikotīna un tabakas saturošu produktu lietošanu un tendencēm.

### Analītiskais apskats

Pēdējo gadu laikā nikotīna un tabakas saturošu produktu lietošana jauniešu vidū ir kļuvusi par nozīmīgu sabiedrības veselības problēmu, ņemot vērā strauji augošo alternatīvo nikotīna produktu – piemēram, elektronisko cigarešu un karsējamās tabakas – pieprasījumu. Šīs tendences rosina bažas ne tikai par atkarības risku, bet arī par nepietiekamu jauniešu izpratni par iespējamo kaitējumu veselībai. Analizējot jauniešu lietošanas paradumus, izmantojot kvantitatīvo metodi, šis pētījums ļauj iepazīties ar ne tikai populārākajiem nikotīna un tabaku saturošajiem produktiem, bet arī ar sociālajiem un psiholoģiskajiem faktoriem, kas ietekmē izvēli sākt lietot šādus produktus. Tādejādi pētījuma rezultāti sniedz ieskatu šobrīdējā situācijā.

Ņemot vērā pieaugošo bezdūmu produktu izplatību, ir būtiski analizēt arī šo ierīču ietekmi uz sabiedrības veselību. Rīgas Stradiņa universitātē veiktais pētījums liecina, ka bezdūmu tabakas izstrādājumi, tostarp elektroniskās cigaretes un nikotīna spilventiņi, bieži tiek pozicionēti kā „mazāk kaitīga” alternatīva tradicionālajai smēķēšanai. Tomēr pētījumā uzsvērts, ka šie produkti ne tikai saglabā atkarību izraisošās īpašības, bet arī var kalpot kā sākumpunkts nikotīna lietošanai jauniem cilvēkiem, tādējādi veicinot tā saucamo „nikotīna slazdu” jauniešu vidū. Turklāt bezdūmu produktu popularizēšana un mārketinga aktivitātes ir tieši vērstas uz jauniešu auditoriju, izmantojot pievilcīgu dizainu, garšas un digitālos kanālus, kas pastiprina šo ierīču pievilcību un veicina to izplatību skolēnu un studentu vidū (Kļivīte-Urtāne u.c., 2023)

Pēdējos gados strauji pieaug pieprasījums pēc “veselīgākiem” nikotīnu saturošajiem izstrādājumiem, lai uzņemtu šo vēlamu vielu bez tabakas klātbūtnes. Tirgū pieejami tādi produkti kā nikotīna spilventiņi, elektronisko cigarešu šķidrums ar nikotīnu, un daudzi citi. Tiek izstrādātas jaunas tehnoloģijas, kas ļauj uzņemt tikai nikotīnu, kā piemēram, vielas karsēšana vai pulverizācija. Šie izstrādājumi tiek reklamēti, kā veselīgas un nekaitīgas alternatīvas jau esošajiem produktiem, taču dažādu pētījumu dati liecina par pretējo. Tajos atklāts, ka ierīces kaitē ne tikai tās lietotāju veselībai, bet arī apdraud pasaulē radīto progresu cīņā pret tabakas epidēmiju un izplatību, jo šādi attīstās jaunā no nikotīna atkarīgā paaudze (Vesela Pasaule, n.d.).

Atkarība no nikotīna jeb nikotīnisms mēdz būt uzskatāms par sadzīves narkomānijas paveidu, pat, ja tas bieži šķiet kā vienkārši kaitīgs ieradums, bet atkarība no nikotīna rodas un progresē tāpat kā alkohola vai narkotisko vielu atkarība. Nikotīna atkarība izpaužas vairākos raksturīgos veidos – pieaug tolerance pret vielu, parādās abstinences simptomi nikotīna trūkuma gadījumā, lietošana kļūst regulāra un grūti kontrolējama, veidojas hroniska tieksme un atkārtoti neveiksmīgi mēģinājumi samazināt lietošanas apjomu. Lai gan nikotīns neizraisa izteiktu eiforijas sajūtu, atkarība, ko tas rada, var būt tik spēcīga, ka tiek pielīdzināta atkarībai no tādām vielām kā heroīns vai kokaīns. Pētījumi liecina, ka patoloģiska tieksme pēc tabakas attīstās aptuveni 90% cilvēku, kuri uzsāk smēķēt, un apmēram 60%

no nikotīna atkarīgajiem paši sevi raksturo kā narkomānus, kuri vēlētos pārtraukt smēķēšanu, taču nespēj to izdarīt. (Lasa Med, n.d.)

Latvijā iegūtie dati no Starptautiskā jauniešu smēķēšanas pētījuma (Slimību profilakses un kontroles centrs, 2019) apstiprināja šīs problēmas nopietnību – aptuveni 25,1% skolēnu vecumā no 13 līdz 15 gadiem ir izmēģinājuši cigarešu smēķēšanu, bet 18,3% atzīst, ka smēķē šobrīd. Īpaši satraucošs ir elektronisko cigarešu lietošanas pieaugums – tās ir izmēģinājuši vairāk nekā puse (58,5%). Šie dati liecina, ka nikotīna produktu lietošana jauniešu vidū notiek ne tikai klasiskās tabakas smēķēšanas formā, bet arvien biežāk caur modernām, tehnoloģiski attīstītām ierīcēm, kuras bieži tiek uzvertas kā mazāk kaitīgas. Šādas uztveres maiņa apgrūtina sabiedrības veselības speciālistu darbu un prasa mērķtiecīgākas izglītojošas aktivitātes, lai mazinātu maldīgo pārliecību par šādu produktu nekaitīgumu (Slimību profilakses un kontroles centrs, 2019).

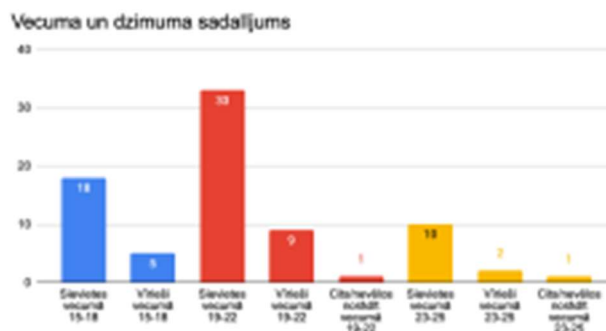
Lai samazinātu nikotīna produktu pieejamību jauniešu vidū, Latvijā stājušies spēkā grozījumi Tabakas izstrādājumu aprites likumā. No 2025. gada 1. janvāra aizliegts iegādāties, glabāt un lietot tabakas un elektroniskās smēķēšanas produktus personām, kas jaunākas par 20 gadiem. Tāpat aizliegta aromatizētu uzpildes šķidrumu tirdzniecība, izņemot ar tabakas garšu. Šie pasākumi mērķēti uz to, lai mazinātu kaitīgo vielu patēriņu un samazinātu smēķēšanas pievilcību jauniešu vidū (Latvijas Republikas Saeima, 2016).

### **Pētījuma metodoloģija**

Pētījuma ietvaros izmantota literatūras atziņu analīze, kurā tika atlasīti un izpētīti elektroniskie dati un pētījumi, kas ļāva kārtīgi iepazīties ar tēmu no dažādām perspektīvām. Tāpat arī tika izmantota kvantitatīvā metode — anonīma anketēšana ar 20 jautājumiem, kurā piedalījās jaunieši vecumā no 15 līdz 25 gadiem dažādās Latvijas izglītības iestādēs un darbavietās. Anketas rezultātu apkopošanai tika izmantota statistiskā metode, lai noskaidrotu nikotīna un tabakas saturošu produktu lietošanas biežumu, populārākos produktu veidus un galvenos faktorus, kas ietekmē lietošanas uzsākšanu.

### **Pētījuma rezultāti**

Autores veidoto anketu ar 20 jautājumiem, aizpildījuši 79 jaunieši vecumā no 15-25 gadiem. No tiem 61 bija sievietes, 16 bija vīrieši, savukārt 2 atzīmēja opciju “cits/nevēlos norādīt”, atzīmējot opciju “cits/nevēlos norādīt”. No aptaujātajiem 23 bija vecumā 15-18 gadi, no kuriem 18 bija sievietes, 5 bija vīrieši. Savukārt 43 bija vecuma posmā 19-22 gadi, no kuriem 33 bija sievietes, 9 bija vīrieši un 1 “nevēlos norādīt dzimumu/cits”. Vismazākais respondentu skaits jeb 13 jaunieši bija vecuma grupā 23-25 gadi, kurā atzīmējās 10 sievietes, 2 vīrieši un 1 “nevēlos norādīt/cits”. Pēc šiem datiem var secināt, ka sievietes bijušas krietni aktīvākas respondentes par vīriešiem, kā arī lielākoties anketu aizpildījuši jaunieši vecumā 19-22 gadi, kas ir arī autores vecuma grupa (1.att.).



**1.att.** Vecuma un dzimuma sadalījums (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Autore arī uzdeva jautājumu par izglītošajām kampaņām un pieejamo informāciju par nikotīna un tabakas kaitīgumu, lai noskaidrotu, vai, viņuprāt, tās ir pietiekamas. Šajā jautājumā viedokļi dalījās, taču vairākums (35) atzīmēja, ka, viņuprāt, pašreizējās izglītojošās kampaņas un informācija par nikotīna un tabakas kaitīgumu ir “daļēji” pietiekama, savukārt 20 jaunieši uzskata, ka “nav pietiekama”. 15 respondenti domā, ka pašreizējās izglītojošās kampaņas un informācija ir “pilnībā pietiekama”, bet mazākums (9) par tādām “nav dzirdējuši”, kas ļauj secināt, ka iespējams jaunieši netiek pietiekami informēti par nikotīna un tabakas kaitīgo ietekmi uz veselību (2.att.).

3



**2.att.** Jautājums “Vai, Tavuprāt, pašreizējās izglītojošās kampaņas un informācija par nikotīna kaitīgumu ir pietiekama?” (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautājums “Vai, Tavuprāt, jaunais likums, kas aizliedz smēķēt jauniešiem līdz 20 gadiem, ir ieviesis būtiskas pārmaiņas?”, apstiprina iepriekš izvirzīto hipotēzi, jo vairums jauniešu (73) uzskata, ka 2025.gada 1.janvārī pieņemtais likums par tabakas apriņķu un ierobežojumiem nav ieviesis būtiskas pārmaiņas, taču 6 respondenti uzskata, ka šis jaunpieņemtais likums ir ieviesis izmaiņas un jauniešu nikotīna un tabakas patēriņš zem 20 gadu vecuma ir būtiski samazinājies (3.att.).



**3.att.** Jautājums “Vai, Tavuprāt, jaunais likums, kas aizliedz smēķēt jauniešiem līdz 20 gadiem, ir ieviesis būtiskas pārmaiņas?” (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Kā pēdējais jautājums pirmajā aptaujas sadaļā, tika uzdots jautājums “Vai Tu izmanto nikotīnu vai tabaku saturošus produktus?”, uz kuru nedaudz vairāk kā puse (43) atzīmēja “Jā”, tāpat arī daļa respondentu (12) atzīmēja, ka “reizēm” mēdz izmantot šos produktus. Trešdaļa jauniešu (24) norādīja, ka neizmanto nikotīnu un tabaku saturošus produktus (4.att).



**4.att.** Jautājums “Vai Tu izmanto nikotīnu vai tabaku saturošus produktus?” (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Turpmākie jautājumi tika uzdoti jauniešiem, kas iepriekšminētajā jautājumā atzīmēja “nē”. Uz jautājumu “Vai Tu kādreiz esi mēģinājis kādu no šiem produktiem?” 13 personas atzīmēja vismaz vienu no piedāvātajiem atbildēm, no kurām populārākā opcija bija “e-cigaretes/veipi”, taču 11 personas atzīmēja, ka nav mēģinājušas nikotīnu vai tabaku saturošus produktus (5.att.).

Vai Tu kādreiz esi mēģinājis kādu no šiem produktiem? (Iespējams atzīmēt vairākas atbildes)  
24 respondenti



**5.att.** Jautājums “Vai Tu kādreiz esi mēģinājis kādu no šiem produktiem?” (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Iepriekšējam jautājumam sekoja jautājums tiem, kas bija izmēģinājuši kādu no piedāvātajiem produktiem: “Kāds bija iemesls, kāpēc tomēr izvēlējies neturpināt lietot šos produktus?”. Populārākās atbildes bija sekojošas:

- Kaitē veselībai;
- Pamēģināju tikai kompānijas pēc;
- Nepatika garša un sajūta;
- Veselības apsvērumu dēļ;
- Vērtību dēļ.

Uz jautājumu “Vai Tu kādreiz esi izjutis spiedienu no apkārtējiem izmēģināt nikotīnu vai tabaku saturošus produktus?” vairāk kā puse atzīmēja “nē” 15 respondenti, savukārt mazākums (9) atzīmēja, ka ir izjutuši spiedienu no apkārtējiem (6.att.).

Vai Tu kādreiz esi izjutis spiedienu no apkārtējiem izmēģināt nikotīnu vai tabaku saturošus produktus?



**6.att.** Jautājums “Vai Tu kādreiz esi izjutis spiedienu no apkārtējiem izmēģināt nikotīnu vai tabaku saturošus produktus?” (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Sekojošie jautājumi tika uzdoti respondentiem, kas uz jautājumu “Vai Tu izmanto nikotīnu vai tabaku saturošus produktus?” atbildēja “jā” vai “reizēm”.

Uz jautājumu “Vai Tu šobrīd lieto kādu no šiem nikotīna saturošajiem produktiem?” atbildes bija dažādas. Protams, bija respondenti, kas atzīmēja vairāk par vienu atbilžu variantu, tādejādi norādot, ka nikotīnu organismā uzņem dažādos veidos. Tās tika sakārtotas dilstošā secībā sākot ar populārāko:

- E-cigaretes/veipi;
- Nikotīna spilventiņi;
- Cigaretes;

- Tabakas karsēšanas ierīces;
- Ūdenspīpe;
- Šņaucamā tabaka.

Tāpat arī jauniešiem tika uzdots jautājums par šo produktu lietošanas biežumu. Uz šo jautājumu vairākums jauniešu (37) atbildēja, ka šos produktus izmanto vairākas reizes dienā, savukārt opciju “reizi dienā” bija atzīmējuši vismazāk jauniešu (3). Opcijām “dažas reizes nedēļā”, “dažas reizes mēnesī” un “retāk” atzīmējuši vienāds skaits respondentu - 5 -, kas ļauj secināt, ka lielākā daļa no šo kaitīgo vielu patērētājiem to izmanto vairākas reizes dienā, kas visdrīzāk norāda uz radušos atkarību (7.att.).



**7.att.** Jautājums “Cik bieži Tu patērē nikotīnu vai tabaku saturošus produktus?” (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu “Cik ilgi Tu jau patērē nikotīnu vai tabaku?” gandrīz puse respondentu jeb 26 atbildēja, ka nikotīnu vai tabaku saturošus produktus izmanto vairāk kā 3 gadus, savukārt vairāk kā trešdaļa respondentu jeb 20 norāda, ka šos produktus patērē vairāk kā 2 gadus. Ļoti līdzīgus rezultātus uzrādīja respondenti, kas iepriekšminētos produktus lieto vairāk par 1 gadu un mazāk par 1 gadu, respektīvi 5 respondenti nikotīnu vai tabaku saturošu produktus izmanto vairāk par 1 gadu, bet 4 mazāk par 1 gadu (8.att.). Šie aptaujas dati liecina par jau salīdzinoši sen radušos atkarību no kaitīgajām vielām.



**8.att.** Jautājums “Cik ilgi Tu jau patērē nikotīnu vai tabaku?” (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu “Kādā vecumā Tu pirmo reizi pamēģināji nikotīnu vai tabaku saturošus produktus?” Vairāk kā puse respondentu jeb 30 atbildēja, ka pirmo reizi pamēģinājuši nikotīnu vai tabaku saturošus produktus jau 13-15 gadu vecumā. 13 respondentu atbildēja, ka pirmo reizi šādus produktus izmēģinājuši 16-18 gadu vecumā. 10 jauniešu norādīja, ka produktus pirmo reizi mēģinājuši jau agrāk par 13 gadu vecumu. Vienāds skaits respondentu, 1 jauniešs, norādīja, ka pirmo reizi mēģinājuši nikotīnu vai tabaku saturošus produktus tikai 19-21 gada vecumā vai 22-25 gadu vecumā (9.att.).



**9.att.** Jautājums “Kādā vecumā Tu pirmo reizi pamēģināji nikotīnu vai tabaku saturošus produktus?”  
(Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu “Kāpēc Tu sāki lietot nikotīna produktus?” atbildes atšķīrās. Tās tika sakārtotas dīlstošā secībā sākot ar populārāko:

- Vienkārši gribēju pamēģināt;
- Vienaudžu ietekmes dēļ;
- Stresa vai trauksmes mazināšanai;
- Patīkamās garšas dēļ;
- Tas liekas stilīgi;
- Pārslodzes dēļ.

Uz jautājumu “Vai Tu vēlētos atmet nikotīnu un tabaku saturošu produktu lietošanu?” vairākums respondentu jeb 29 atbildēja apstiprinoši, gandrīz puse no respondentiem jeb 22 atbildēja “varbūt”, savukārt tikai 4 respondenti atzīmēja, ka nevēlās pārstāt šo produktu lietošanu (10.att.).



**10.att.** Jautājums “Vai Tu vēlētos atmet nikotīnu un tabaku saturošu produktu lietošanu?”  
(Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

### Secinājumi

Apkopojot teorētisko informāciju un anketā iegūtos datus autore secina:

Nikotīna un tabakas atkarība vienmēr bijusi aktuāla tēma, un tā tas iespējams būs vēl ilgi. Ne vienmēr “veselīgāka” alternatīva tiešām ir labāka un mazāk kaitīga organismam. Vairums jauniešu izmēģina nikotīnu un/vai tabaku saturošus produktus jau agrā vecumā (13-15 gadi). Populārākie nikotīnu un/vai tabaku saturošie produkti ir e-cigaretes/veipi un nikotīna spilventiņi. Lai gan vairums jauniešu izmanto šīs atkarību raisošās vielas, vairums labprāt pārstātu to lietošanu un tikai daži vēlētos turpināt. Vairumā gadījumu jaunieši sākuši lietot šīs vielas intereses pēc vai vienaudžu izraisītā Spiediena dēļ, kas nereti beidzies ar atkarības un pieraduma veidošanos. Lielākoties jaunieši lieto nikotīnu vai tabaku saturošus produktus ilgāk par trim gadiem, kas norāda, ka šī tendence nav nekas jauns. Autores izvirzītā hipotēze apstiprinājās, vairākums jauniešu vecumā no 15-25 gadiem ikdienā izmanto nikotīnu un/vai tabaku saturošus produktus, kā arī 2025. gada janvārī pieņemtais likums par

tabakas apriņķi, jauniešu prāt, nav nesis būtiskas izmaiņas. Lai šo tēmu varētu papētīt dziļāk, autore iesaka, ka nepieciešams aptaujāt vairāk respondentu, precīzāku rezultātu iegūšanai, kā arī aptaujā respondentam piedāvāt atbilžu variantus ar konkrētiem datiem, nevis intervāliem. Vēl var paplašināt vecuma intervālu, piemēram, no 13-25 gadiem.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Kīvīte-Urtāne, A., Isajeva, L., Ozoliņa, K., & Tihomirova, Ļ. (2023). *Situācija dūmu un bezdūmu tabakas izstrādājumu jomā Latvijā un ieteikumi sabiedrības veselības veicināšanai*. Rīga: SIA "Integer Medcom", Rīgas Stradiņa universitātes Sabiedrības veselības institūts. [https://www.rsu.lv/sites/default/files/imce/Projekti/dumu\\_bездumu\\_zinojums\\_the\\_final.pdf](https://www.rsu.lv/sites/default/files/imce/Projekti/dumu_bездumu_zinojums_the_final.pdf)

Slimību profilakses un kontroles centrs. (2019). *Starptautiskais jauniešu smēķēšanas pētījums 2018./2019. mācību gada aptauja Latvijā*. Slimību profilakses un kontroles centrs. [https://www.spkc.gov.lv/lv/veselibu-ietekmejosu-paradumu-petijumi/starptautiskais-jauniesu-smekesan-as-petijums-2018.2019.-macibu-gada-aptauja-latvija\\_0.pdf](https://www.spkc.gov.lv/lv/veselibu-ietekmejosu-paradumu-petijumi/starptautiskais-jauniesu-smekesan-as-petijums-2018.2019.-macibu-gada-aptauja-latvija_0.pdf)

Latvijas Republikas Saeima. (2016). *Tabakas izstrādājumu, tabakas aizstājējproduktu, augu smēķēšanas produktu, elektronisko smēķēšanas ierīču un to šķidrumu aprites likums*. <https://likumi.lv/ta/id/282077>

Lasa Med. (n.d.). *Atkarība no nikotīna*. <https://www.lasamed.lv/informacija/atkariba-no-nikotina/>

Lvportals.Lv. (2025). LV portāls - Cilvēks. Valsts. Likums. <https://lvportals.lv/skaidrojumi/371405-no-1-janvara-stajas-speka-smekšanas-ierobejojumi-lidz-20-gadu-vecumam-2024>

Vesela Pasaule. (n.d.). *Elektroniskās cigaretes un citas nikotīna piegādes ierīces*. <https://www.veselapasaule.lv/lv/jauniesiem/atkaribas/elektroniskas-cigaretes-un-citas-nikotina-piegades-ierices>

## Krišjānis Petraitis. VIZUĀLĀ TĒLA IETEIKME UZ MŪZIKAS UZTVERI SOCIĀLO TĪKLU PLATFORMĀS JAUNIEŠU VIDŪ

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma “Kultūras vadība”  
E-pasts: krisjanis.petraitis@inbox.lv  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### Anotācija

**Pētījuma aktualitāte:** Mūsdienās daudz cilvēku iepazīst mūziku ar acīm mākslinieki tiek pamanīti pateicoties sociālo tīklu platformām kā, piemēram, TikTok, Instagram, Youtube, Facebook. Vizuālā tēla noformējums rada iespaidu, kas ietekmē klausītāja intereses līmeni un kā ļaudis uztvers mūziku. Pirmais iespaids nereti rodas no tā, kā mākslinieks izskatās un kādā noskaņā tiek pasniegts viņa darbs. Bieži vizuālais noformējums nosaka vai cilvēks izvēlēsies paklausīties mūziku un uzkavēties pie dziesmas. Ja kādreiz, neuzliekot plati uz atskaņotāja, cilvēks albūma vāku apskatīja, tad šobrīd lielu lomu spēlē sociālo tīklu vizuālā tēla izveide. Pētījums uzlabos izpratni par to, kā vizuālais tēls ietekmē cilvēku uztveri par muzikālajiem darbiem un palīdzēs mūziķiem veiksmīgāk piesaistīt sev jaunus klausītājus, vairāk izprotot cilvēku uztveri

**Pētījuma mērķis:** Noskaidrot, kā vizuālā tēla estētiskie elementi ( video, vāciņi, sociālo tīklu ieraksti) ietekmē jauniešu uztveri, izvēli un emocionālo attieksmi pret mūziku.

**Pētījuma metodes:** Literatūras un pētījumu apskats, datu analīze, anketēšana. Tiks intervēti 3 jaunieši.

**Sasniegtie rezultāti:** Pētījuma rezultāti tiks prezentēti konferences laikā

*Atslēgas vārdi: uztvere; sociālie tīkli; mūzikas mārketings; vizuālā estētika; jauniešu kultūra.*

### Ievads

Mūsdienu digitālajā laikmetā cilvēku uzmanība tiek piesaistīta visdažādākajos veidos, un viens no būtiskākajiem faktoriem mūzikas industrijā ir vizuālais tēls. Vairs nepietiek tikai ar kvalitatīvu skaņu vai melodiju – mūziķa atpazīstamība, klausītāju ieinteresētība un emocionālā saikne ar dziesmu bieži sākas no tā, ko redz klausītājs pirms vēl ir uzklaušījis pirmo noti. Sociālie tīkli kā TikTok, Instagram, YouTube un Facebook ir kļuvuši par galvenajiem kanāliem, caur kuriem jaunieši sastopas ar jauniem mūziķiem un to radīto mākslu (Kultūras ministrija, 2023).

Estētiskais noformējums – videoklipi, albuma vāciņi un sociālo tīklu profils – rada pirmo iespaidu par mākslinieku. Šis iespaids nereti nosaka, vai cilvēks vispār vēlas uzkavēties pie konkrēta skaņdarba. Kādreiz klausītāji izvēlējās mūziku, aplūkojot albuma vāciņu ierakstu veikalā, taču šodien šo funkciju aizstāj mobilā ierīcē redzētais video vai attēls. Piemēram, platformā TikTok dziesmas popularitāti bieži nosaka nevis skaņas kvalitāte, bet gan vizuālā prezentācija — izaicinājuma video, stila izvēle, vai pat mākslinieka tēls. Dziesma „Bloody Mary” no Lady Gaga 2011. gada albuma pēc vairāk nekā desmit gadiem piedzīvoja atdzimšanu tieši pateicoties vizuālajam trendam ar seriāla “Wednesday” dejām šajā platformā (TVNET, 2022).

Aktualitāte šim pētījumam balstās faktā, ka vizuālā komunikācija kļūst par mūzikas neatņemamu sastāvdaļu. Radoši un gaumīgi izstrādāti videoklipi un Instagram profili ne tikai palielina mūziķa atpazīstamību, bet arī emocionāli sasaista klausītāju ar mākslinieka vēstījumu. Piemēram, māksliniece Billie Eilish, kura savā estētikā apzināti izvairās no glamūra un izmanto tumšus toņus, kļūva par ikonu

tieši pateicoties šai vizuālajai komunikācijai, kas rezonēja ar jauniešu iekšējām sajūtām. Savukārt korejiešu popmūzikas (K-pop) grupa, piemēram, BTS, apvieno augstas kvalitātes mūzikas produkciju ar detalizēti izstrādātu vizuālo identitāti, ko var redzēt arī katra Instagram kontā.

Pirmie iespaidi ir izšķiroši – ja estētika uzrunā, palielinās iespēja, ka klausītājs uzsāks mūzikas klausīšanos un pat dalīsies ar to savā lokā – draugiem, domubiedriem. Mūzikas patēriņš šodien nereti sākas ar scrollēšanu – ja attēls vai video uzrunā, rodas interese arī par skaņu. YouTube, Spotify albuma vāki un Instagram reels kļūst par digitālajiem „vākiem”, kas vai nu piesaista, vai atgrūž klausītāju uzmanību.

Šī pētījuma ietvaros tiks analizēts, kā vizuālā tēla estētiskie aspekti ietekmē jauniešu uztveri un izvēli, kā arī kādas emocijas rada dažādi vizuālā tēla veidi. Tiks izmantota aptauja un intervijas ar trīs dažādu žanru pārstāvjiem. Šie dati ļaus izprast tendences un sniegs vērtīgu ieskatu mūziķiem un vizuālo materiālu veidotājiem.

Problēmas formulēšana: Mūzikas industrijā arvien biežāk par mākslinieka atpazīstamības atslēgu kļūst vizuālais tēls. Jaunieši ik dienas saskaras ar simtiem vizuāliem iespaidiem, un pirmais iespaids par mākslinieku bieži vien veidojas vēl pirms dziesma ir uzklausīta. Tomēr nav pietiekami pētīts, cik lielā mērā vizuālās estētikas elementi patiesi ietekmē to, vai jaunieši izvēlas klausīties konkrētu mūziku. Šī pētījuma problēma ir izprast vizuālās komunikācijas ietekmes spēku mūzikas izvēles procesā.

Aktualitātes pamatojums: Vizuālais saturs ir kļuvis par būtisku komunikāciju, it īpaši jauniešu vidū. Arvien biežāk par dziesmas popularitāti izšķirīgi kļūst videoklips vai attēls sociālajos tīklos. Lai mūziķi, mārketinga komandas un satura veidotāji spētu efektīvi uzrunāt auditoriju un piesaistīt jaunus klausītājus, ir svarīgi izprast, kā tieši estētiskie elementi ietekmē jauniešu mūzikas izvēli un emocionālo reakciju uz to.

Pētījuma mērķis: Izpētīt, kā vizuālā tēla estētiskie elementi – piemēram, mūzikas videoklipi, albuma noformējumi un mākslinieku sociālo tīklu ieraksti – ietekmē jauniešu uztveri, izvēli un emocionālo attieksmi pret dziesmām un to izpildītājiem.

Pētnieciskais jautājums: Kādi vizuālās estētikas aspekti (krāsu izvēle, stils, vizuālā kvalitāte, utt.) visvairāk ietekmē jauniešu vēlmi klausīties konkrētu mūziku?

### **Pētījuma metodes**

Tika izvēlēta kombinēta pētnieciskā pieeja – kvantitatīva (anketa) un kvalitatīva (intervijas), lai iegūtu gan vispārējus datus par tendencēm, gan dziļāku izpratni par individuālu pieredzi.

Metodes izvēle: Anketēšana ļāva aptvert plašāku jauniešu loku, bet intervijas ar trim konkrētiem mūziķiem palīdzēja analizēt attieksmi dziļāk.

Mērķauditorija: Jaunieši vecumā no 16 līdz 25 gadiem, kuri lieto sociālos tīklus vismaz 1 stundu dienā.

Izlases metode: Nejauša izlase anketē, mērķtiecīga izlase intervijām (izvēlēti dažādi žanri: opera, džezs, klasiskā mūzika).

Pētnieciskais instruments: Izstrādāta anketa ar 7 jautājumiem (skatīt pielikumā), kas noskaidro vizuālā tēla nozīmīgumu, krāsu izvēles lomu, profila estētiku u.c.

### **Pētījuma rezultāti**

Galvenie rezultāti (aptaujas kopsavilkums):

- 87% atzīmē, ka vizuālais tēls ietekmē vēlmi paklausīties dziesmu;
- 73% pievērš uzmanību profila estētikai sociālajos tīklos;
- 65% atzīst, ka video ir bijis galvenais stimuls mūzikas izvēlei.

Intervijas:

Gundega (topošā operdziedātāja):

- Kā tu uztver mūzikas video estētiku? "Man patīk, ja videoklipos ir izsmalcināta noskaņa un gaismas. Ja tas ir vienkāršs, bet emocionāls, es to novērtēju vairāk nekā dārgus efektus";
- Vai vizuālais tēls tevi ietekmē? "Jā, īpaši ja redzu, ka mākslinieks rūpīgi izstrādājis savu vizuālo pasauli";
- Kas tev liekas pievilcīgs attēlos un profilos? "Man patīk saskaņotas krāsas, elegances un sajūta, ka viss ir ar jēgu";

Nikolass (džeza bundzinieks):

- Kā tu uztver mūzikas video estētiku? "Man svarīgi, lai video būtu dabisks, bez pārspīlējumiem. Patīk, ja redzams mūziķu darbs reālajā vidē";
- Vai vizuālais tēls tevi ietekmē? "Jā, ja profils vai klips izskatās īsts, es tam pievēršu uzmanību";
- Kas tev liekas pievilcīgs attēlos un profilos? "Man patīk spontāni kadri, nevis tikai ideāli nofotografēti kadri. Gribu sajūst mūziķi kā cilvēku".

Jasmīna (vijolniece):

- Kā tu uztver mūzikas video estētiku? "Man svarīgi, lai vizuālais noformējums papildina mūziku. Melodijai un attēlam jāstrādā kopā";
- Vai vizuālais tēls tevi ietekmē? "Protams. Ja mūziķis izskatās haotisks sociālajos tīklos, man zūd interese";
- Kas tev liekas pievilcīgs attēlos un profilos? "Man patīk tīras līnijas, dabiskas krāsas un gaumīgi noformēts saturs".

Personīgā pieredze:

Kā džeza saksofona izpildītājs un aktīvs jauniešu džeza kustības dalībnieks Latvijā, es ikdienā saskaros ar jautājumu, kā efektīvi uzrunāt klausītājus laikmetā, kurā konkurence par uzmanību notiek milisekundēs. Esmu grupas "Tranes Resolution" dalībnieks, un viens no maniem galvenajiem uzdevumiem ir ne tikai attīstīt mūsu muzikālo skanējumu, bet arī veidot mūsu vizuālo tēlu. Esmu pārliecināts, ka šodien mūziķis nevar pastāvēt vienīgi ar talantu – viņam jāspēj arī komunicēt ar savu auditoriju caur attēliem, krāsām, stilu un noskaņu.

Sociālie tīkli manā profesionālajā praksē ir kļuvuši par platformu, kurā ne tikai dalos ar ierakstiem un koncertiem, bet arī vizuāli veidoju grupas identitāti. Katrs Instagram ieraksts, videoklips vai afiša, ko publicējam, tiek rūpīgi pārdomāts, jo zinu – pirmās trīs sekundes izšķir, vai kāds apstāsies, ieinteresēsies un iespējams klausīsies mūsu mūziku. Tieši tāpēc vizuālā komunikācija man ir ne mazāk svarīga par pašu mūzikas izpildījumu.

Džeza mūzika nav vienkāršs produkts – tā ir nišas māksla, kas prasa klausītāja uzmanību. Taču, ja mēs vēlamies, lai arī jaunā paaudze dodas šajā virzienā, mums jāmacās runāt viņu valodā. Un šī valoda ir vizuāla. Tieši tāpēc mūsu grupas vizuālā stila izstrāde – sākot ar logo, līdz pat video no koncertiem vai aizkulišu mirkļiem – kļūst par daļu no stāsta, ko vēlamies pastāstīt.

Man īpaši tuvs ir stāsts par to, kā mēs grupā pirms kāda pasākuma izvēlējamies saskaņot apģērbu un gaismas noformējumu. Tas bija neliels festivāls, taču sociālajos tīklos video izskatījās kā augsta

Ļimeņa džeza vakars – šī estētiskā pieeja piesaistīja jaunu auditoriju, ko citādi varbūt nebūtu sasnieguši. Vizuālais tēls šajā gadījumā kalpoja kā tilts starp mums un klausītājiem.

Veidojot platformu Latvijas jauniešu džeza popularizēšanai, esmu secinājis, ka viena no veiksmīgas komunikācijas atslēgām ir vizuālais kopums. Ja katrs ieraksts izskatās pēc cita stāsta – auditorija sajūk. Taču, ja veidoju vienotu krāsu paleti, stilu un izkārtojumu, rodas profesionāls iespaids, kas arī iedrošina klausītāju uztvert mūs nopietni.

Manuprāt, lielākais izaicinājums ir panākt līdzsvaru starp autentiskumu un vizuālo kvalitāti. Ir bijuši gadījumi, kad spontāni uzņemts video gūst lielāku atsaucību nekā montēts, jo tas šķiet īsts. Taču arī šajā spontanitātē nepieciešams minimāls estētikas līmenis – stabils kadrs, pieklājīga gaisma un jēgpilns vēstījums.

Šī pētījuma tēma man ir personīgi svarīga, jo tā atspoguļo realitāti, kurā dzīvo mūsdienu mūziķis. Tas nav vairs tikai par mūziku, bet par spēju sevi parādīt, uzrunāt un iesaistīt vizuāli. Vizuālais tēls ir tilts starp dziesmu un klausītāju. Bez tā daudzas lieliskas kompozīcijas paliktu nedzirdētas.

Galvenie rezultāti un to interpretācija:

Aptaujas dati rāda, ka vizuālajam tēlam ir ievērojama nozīme mūzikas uztverē un izvēlē jauniešu vidū. 87% respondentu apstiprina, ka vizuālais tēls ietekmē viņu vēlmi klausīties kādu dziesmu, kas liecina par vizuālā noformējuma ietekmi uz pirmo iespaidu un izvēli. Šis rādītājs uzsver, ka lielākā daļa klausītāju savu uzmanību pievērš ne tikai muzikālajam saturam, bet arī tam, kā šis saturs tiek vizuāli pasniegts.

Tāpat 73% respondentu atzīmē, ka pievērš uzmanību mākslinieka profila estētikai sociālajos tīklos. Tas norāda, ka vizuāli sakopts un stila ziņā pārdomāts profils var kalpot kā papildu instruments auditorijas noturēšanai un emocionālās saiknes veidošanai. 65% atzīst, ka tieši video ir bijis stimuls sākt klausīties dziesmu, kas apstiprina audiovizuālās sinerģijas nozīmi – attēls un skaņa kopā rada spēcīgāku iespaidu nekā tikai audio saturs.

Interviju analīze papildina šos datus ar kvalitatīviem ieskatiem. Gundega uzsver, ka vizuālajam tēlam jābūt estētiski izsmalcinātam un emocionāli rezonējošam. Nikolass izceļ autentiskumu un dabiskumu kā galvenās vērtības. Savukārt Jasmīna meklē vizuālu saskaņu ar mūzikas noskaņu, kā arī gaumīgu un mierīgu noformējumu. Šīs trīs dažādās pieejas atspoguļo, ka nav viena universāla estētiskā risinājuma, bet svarīgākais ir saskaņa starp mūzikas saturu un vizuālo ietvaru.

## Secinājumi

1. Vizuālajam tēlam ir būtiska loma mūzikas izvēlē, īpaši jauniešu vidū. Lielākā daļa aptaujāto atzīst, ka viņu izvēli klausīties mūziku ietekmē tas, kā mākslinieks tiek vizuāli prezentēts. Tas pierāda, ka sociālie tīkli un audiovizuālie materiāli ir kļuvuši par svarīgu filtru, caur kuru klausītājs izlasa pirmo iespaidu par mākslinieku.
2. Estētiski pārdomāts noformējums rada emocionālu sasaisti ar klausītāju. Kvalitatīva vizuālā komunikācija (piemēram, saskaņotas krāsas, dabiskums) veicina pozitīvu emocionālo reakciju un palielina mūzikas atpazīstamību un popularitāti.
3. Autentiskums un vizuālā saskaņa ar mūziku ir svarīgi faktori. Kā uzsver intervētie jaunieši – nav būtiski, vai vizuālais materiāls ir dārgs vai vienkāršs, svarīgākais ir tā atbilstība mūzikas saturam un spēja emocionāli iesaistīt skatītāju/klausītāju.
4. Mūziķiem, kuri vēlas piesaistīt un noturēt auditoriju, jāiegulda vizuālajā komunikācijā. Tas ietver ne tikai videoklipus, bet arī sociālo tīklu satura stilistisko vienotību un māksliniecisko



kvalitāti. Tādējādi iespējams veidot uzticamu un atpazīstamu tēlu, kas rezonē ar mērķauditoriju. ir būtiska loma mūzikas izvēlē, īpaši jauniešu vidū.

5. Estētika, ko veido krāsas, stils un prezentācijas kvalitāte, spēj emocionāli ietekmēt klausītāju.
6. Mūziķiem, kuri vēlas paplašināt auditoriju, ieteicams ieguldīt vizuālajā komunikācijā.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Kultūras ministrija. (2023). *Latvijas iedzīvotāju mediju lietošanas paradumi: Galveno rezultātu prezentācija [Presentation]*. Tirgus un sociālo pētījumu centrs “Latvijas Fakti”. [https://ppdb.mk.gov.lv/wp-content/uploads/2023/05/KM\\_mediju\\_petijuma\\_prezentacija-2023.pdf](https://ppdb.mk.gov.lv/wp-content/uploads/2023/05/KM_mediju_petijuma_prezentacija-2023.pdf)

TVNET. (2022). Lady Gaga kompozīcija “Bloody Mary” atkal kļuvusi neticami populāra. *tv3.lv*. <https://tv3.lv/izklaide/slavenibas/aizjuras-slavenibas/lady-gaga-kompozicija-bloody-mary-atkal-kluvusi-neticami-populara/>

## Anna Buža. LATVIJAS JAUNIEŠU ATTIEKSME PRET MIGRĀCIJAS IESPĒJĀM

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma "Kultūras vadība"  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### Anotācija

**Pētījuma aktualitāte:** Mūsdienās arvien vairāk Latvijas jauniešu izvēlas emigrēt uz citām valstīm, kas rada ievērojamu ietekmi uz valsts sociāli ekonomisko attīstību. Šī tendence apdraud sabiedrības ilgtspēju, darbaspēka pieejamību un demogrāfisko līdzsvaru. Pieaugošā emigrācija kļūst par nopietnu problēmu īpaši reģionos, kuros jau tā vērojama iedzīvotāju skaita samazināšanās. Jauniešu emigrācijas iemesli un nākotnes plāni ir būtiski, lai izprastu iespējamus risinājumus, kā veicināt viņu vēlmi palikt Latvijā un piedalīties valsts attīstībā.

**Pētījuma mērķis:** Izpētīt, kādi ir galvenie faktori, kas ietekmē Latvijas jauniešu lēmumu par emigrāciju, un kā šie faktori ietekmē viņu nākotnes plānu veidošanos saistībā ar dzīvi Latvijā vai ārvalstīs. Pētījumā tiek analizēti jauniešu uzskati par izglītības un darba iespējām, dzīves kvalitāti, kā arī valsts sociālekonomisko vidi, lai noteiktu emigrācijas galvenos cēloņus un tendences.

**Pētījuma metodes:** Pētījumā tika izmantota kvantitatīvā metode – aptauja, kuras ietvaros tika aptaujāti 80 jaunieši vecumā no 15 līdz 25 gadiem dažādos Latvijas reģionos. Aptaujas jautājumi bija strukturēti, iekļaujot gan slēgtos, gan atvērtos jautājumus, lai iegūtu gan statistiski salīdzināmus datus, gan dziļāku izpratni par jauniešu motivāciju un attieksmi. Dati tika analizēti, izmantojot aprakstošo statistiku un salīdzināšanas metodes.

**Sasniegtie rezultāti:** Pētījuma rezultāti liecina, ka lielākā daļa aptaujāto jauniešu plāno vai apsver iespēju emigrēt, galvenokārt labākas dzīves kvalitātes, augstāku algu, plašāku attīstības iespēju dēļ, kā arī politisko faktoru ietekmē. Tādējādi pētījuma hipotēze lielā mērā apstiprinās - jauniešu vēlme emigrēt ir saistīta ar objektīviem ekonomiskiem un sociāli politiskiem apsvērumiem.

*Atslēgas vārdi: emigrācija; jaunieši; nākotnes plāni; Latvija; migrācijas iemesli; tendences;*

### Ievads

Migrācija ir būtisks sociālais process, kas atspoguļo cilvēku pārvietošanos no vienas valsts uz citu dažādu ekonomisku, sociālu, izglītības vai politisku iemeslu dēļ. Latvijā jau vairāk nekā divas desmitgades aktuāla problēma ir jauniešu aizbraukšana uz ārzemēm, meklējot labākas dzīves, izglītības vai karjeras iespējas. Šī tendence negatīvi ietekmē valsts darbaspēka nodrošinājumu, demogrāfisko struktūru un ilgtermiņa attīstību. Emigrācija kļūst par nopietnu šķērslī sabiedrības ilgtspējai, īpaši mazāk apdzīvotos Latvijas reģionos, kuros jauniešu aizplūde ir visintensīvākā.

Jaunieši ir valsts nākotnes pamats, viņu izvēles un lēmumi tieši ietekmē Latvijas attīstību gan īstermiņā, gan ilgtermiņā. Tāpēc ir svarīgi izprast, kā migrācijas iespējas un valsts sociālekonomiskie apstākļi ietekmē jauniešu nākotnes redzējumu, vai viņi plāno nākotni Latvijā vai ārvalstīs. Šis jautājums ir īpaši būtisks šobrīd, kad Latvijas sabiedrība saskaras ar ilgstošu demogrāfisko krīzi, un nepieciešams rast risinājumus, lai mazinātu emigrācijas negatīvo ietekmi.

Lai izprastu šo problēmu dziļāk, pētījuma mērķis ir noskaidrot, kādi faktori veicina Latvijas jauniešu vēlmi emigrēt un kā tas ietekmē viņu nākotnes plānus saistībā ar dzīvi un darbu Latvijā. Lai sasniegtu šo mērķi, tiek izvirzīti šādi uzdevumi:

- Apkopot un analizēt teorētisko materiālu par migrācijas jēdzienu, veidiem un ietekmi;
- Izzināt esošo situāciju Latvijā, balstoties uz zinātniskajiem rakstiem, statistiku un iepriekšējiem pētījumiem;
- Ar anketēšanas palīdzību noskaidrot jauniešu viedokļus par dzīves iespējām Latvijā un ārzemēs;
- Analizēt iegūtos datus un formulēt secinājumus par galvenajiem migrācijas iemesliem un to ietekmi uz jauniešu nākotnes iecerēm.

Pētāmais objekts ir jaunieši vecumā no 15 līdz 25 gadiem, savukārt pētījuma priekšmets - jauniešu attieksme pret dzīvi Latvijā un vēlmi emigrēt. Lai iegūtu kvantitatīvus datus, tika veikta strukturēta tiešsaistes aptauja, kurā piedalījās 80 respondenti no dažādiem Latvijas reģioniem. Iegūtie rezultāti sniedz priekšstatu par aktuālākajām problēmām un tendencēm, kas ietekmē jauniešu migrācijas vēlmi, kā arī ļauj izdarīt secinājumus par iespējamiem risinājumiem šīs problēmas mazināšanai.

### Analītiskais apskats

Migrācija ir viens no būtiskākajiem demogrāfiskajiem procesiem, kas ietekmē valsts sociāli ekonomisko attīstību. Tā ietver cilvēku pārvietošanos gan valsts iekšienē, gan pāri valstu robežām, un šo pārvietošanos ietekmē dažādi faktori - ekonomiskie, politiskie, sociālie un vides apstākļi. Latvijā īpaši aktuāla ir jauniešu aizbraukšana uz ārvalstīm, ko nosaka vēlme pēc augstākas dzīves kvalitātes, labākām izglītības un darba iespējām (Kott u.c., 2015).

Latvijas jauniešu emigrācija ir būtiska demogrāfiska un sociālekonomiska problēma, kas ietekmē valsts attīstību un nākotnes perspektīvas. Pēdējo trīsdesmit gadu laikā Latvija ir piedzīvojusi ievērojamu iedzīvotāju skaita samazinājumu, galvenokārt augstas emigrācijas dēļ. Saskaņā ar CSP datiem, no 1990. līdz 2024. gadam Latvijas iedzīvotāju skaits ir samazinājies par aptuveni 780 000 cilvēku, no 2,66 miljoniem līdz 1,88 miljoniem, kas veido aptuveni 30% samazinājumu (Centrālā statistikas pārvalde, 2024).

Šī tendence ir īpaši izteikta jauniešu vidū, kuri, meklējot labākas izglītības un nodarbinātības iespējas, izvēlas emigrēt uz citām valstīm. Lai gan precīzi dati par jauniešu emigrāciju ir ierobežoti, kopējā emigrācijas statistika liecina par būtisku iedzīvotāju aizplūšanu. Piemēram, 2010. gadā no Latvijas emigrēja 39 651 cilvēki, bet 2023. gadā - 16 295 cilvēki. Lai gan kopējais emigrantu skaits ir samazinājies, tas joprojām ir ievērojams, ņemot vērā valsts nelielo iedzīvotāju skaitu (Centrālā statistikas pārvalde, 2024).

Saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes datiem, jaunieši vecumā no 20 līdz 35 gadiem veido nozīmīgu daļu no emigrējušajiem, un tas rada ilgtermiņa sekas darba tirgū un sabiedrības novecošanās (Centrālā statistikas pārvalde, 2023). European Commission (2023) norāda, ka Baltijas valstīs jauniešu migrācija ir augstāka nekā ES vidēji, un tas negatīvi ietekmē šo valstu potenciālu izaugsmei un inovācijai.

Latvijas Universitātes pētnieks Mihails Hazans ir vairākkārt uzsvēris, ka emigrācija visbiežāk saistīta ar nepietiekamām iespējām Latvijā: zemiem ienākumiem, nedrošiem darba apstākļiem un ierobežotu izaugsmi (Kott u.c., 2015). Šie faktori mudina jauniešus plānot savu nākotni ārpus Latvijas, neraugoties uz emocionālajām un kultūras saitēm ar dzimteni.

Latvijas Izglītības un zinātnes ministrija (2023) norāda, ka jauniešu emigrācija tieši ietekmē arī augstākās izglītības sistēmu, samazinās studentu skaits, un daudzi no tiem, kas izvēlas mācības ārvalstīs, pēc tam neatgriežas Latvijā. Kā risinājumu ministrija iesaka stiprināt studentu karjeras atbalsta sistēmas, radīt inovatīvus uzņēmējdarbības atbalsta mehānismus un uzlabot studiju kvalitāti.

Papildus tam, European Commission (2023) dati liecina, ka migrācijas lēmumu ietekmē arī mājokļu pieejamība, veselības aprūpes sistēmas efektivitāte un sabiedriskā drošība. Tāpēc efektīva valsts

politika, kas vērsta uz šo faktoru uzlabošanu, var būtiski mainīt migrācijas tendences un veicināt jauniešu vēlmi dzīvot un strādāt Latvijā.

Jāsecina, ka migrācija ir sarežģīta un daudzdimensionāla parādība, kuras risināšanai nepieciešama starpnozaru sadarbība un ilgtermiņa stratēģijas. Pētījuma veikšana par jauniešu migrācijas motīviem un tās ietekmi uz viņu nākotnes plāniem ir būtiska, lai nodrošinātu ilgtspējīgu Latvijas attīstību un saglabātu cilvēkkapitālu.

### Pētījuma metodoloģija

Par pētījuma veikšanas metodi tika izvēlēta kvantitatīvā metode - anketēšana, lai iegūtu datus par Latvijas jauniešu attieksmi un plāniem saistībā ar migrāciju. Tika izstrādāta anketa ar slēgtajiem un daļēji atvērtiem jautājumiem, kurā iekļautas šādas sadaļas:

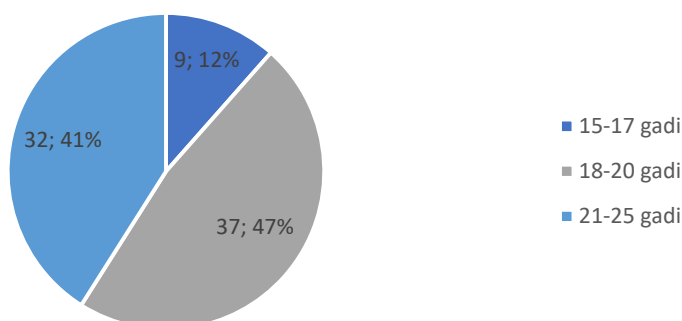
- Demogrāfiskie jautājumi (vecums, dzīvesvieta);
- Jauniešu migrācijas pieredze un nākotnes plāni;
- Motivējošie un atturošie faktori, kas ietekmē vēlmi palikt vai doties prom no Latvijas.

Anketa tika izplatīta tiešsaistē, gan caur jauniešu centriem, gan izmantojot “no jaunieša līdz jauniešiem” pieeju, kas nodrošināja plašāku mērķauditorijas pārklājumu. Kopumā aptaujā piedalījās 80 respondenti vecumā no 15 līdz 25 gadiem, pārstāvēt dažādus Latvijas reģionus, tostarp Rīgu un lauku novadus.

Datu analīzē tika izmantota aprakstošā statistika - aprēķināti procenti, vidējās vērtības un biežuma sadalījumi, lai raksturotu respondentu atbildes. Veikta kodolīga analīze katram aptaujas jautājumam, lai salīdzinātu ar izvirzīto hipotēzi.

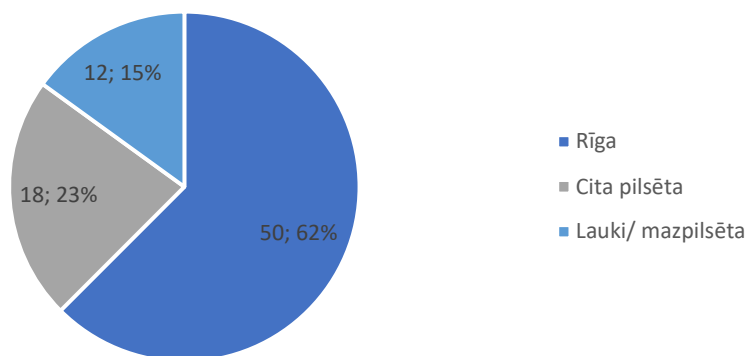
Rezultāti liecina, ka lielākā daļa aptaujāto jauniešu plāno vai apsver iespēju emigrēt, galvenokārt labākas dzīves kvalitātes, augstāku algu, plašāku attīstības iespēju dēļ, kā arī politisko faktoru ietekmē. Tādējādi pētījuma hipotēze lielā mērā apstiprinās - jauniešu vēlme emigrēt ir saistīta ar objektīviem ekonomiskiem un sociāli politiskiem apsvērumiem.

### Pētījuma rezultāti



#### 1.att. Respondentu vecums (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Lielākā daļa respondentu ir vecumā no 18 līdz 25 gadiem (88,8%). Tas liecina, ka pētījumā pārsvarā piedalījušies jaunieši, kuri jau tuvojas pieaugušo dzīvei, izvēlas profesiju vai saskaras ar darba tirgu.



**2.att.** Respondentu dzīves vieta (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

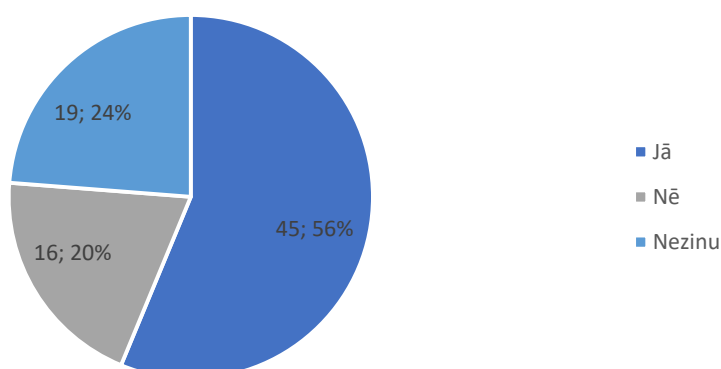
Pārsvarā respondenti dzīvo Rīgā, Latvijas galvaspilsētā ar vairāk darba un izglītības iespējām. Laukos dzīvojošo skaits ir ievērojami mazāks, kas var ietekmēt arī attieksmi pret emigrāciju.

Aptaujas jautājumā: ‘‘Kā tu vērtē savas iespējas nākotnē iegūt darbu Latvijā savā izvēlētajā jomā?’’

No 5 ballēm, kur 5 ir ļoti apmierināts un 1 ir ļoti neapmierināts, vidējais vērtējums ir 3.20, kas ir vidēji neitrāla attieksme. Jaunieši nav pārliecināti par darba iespējām Latvijā, kas norāda uz šaubām un iespējamu neticību sistēmai vai darba tirgus stabilitātei.

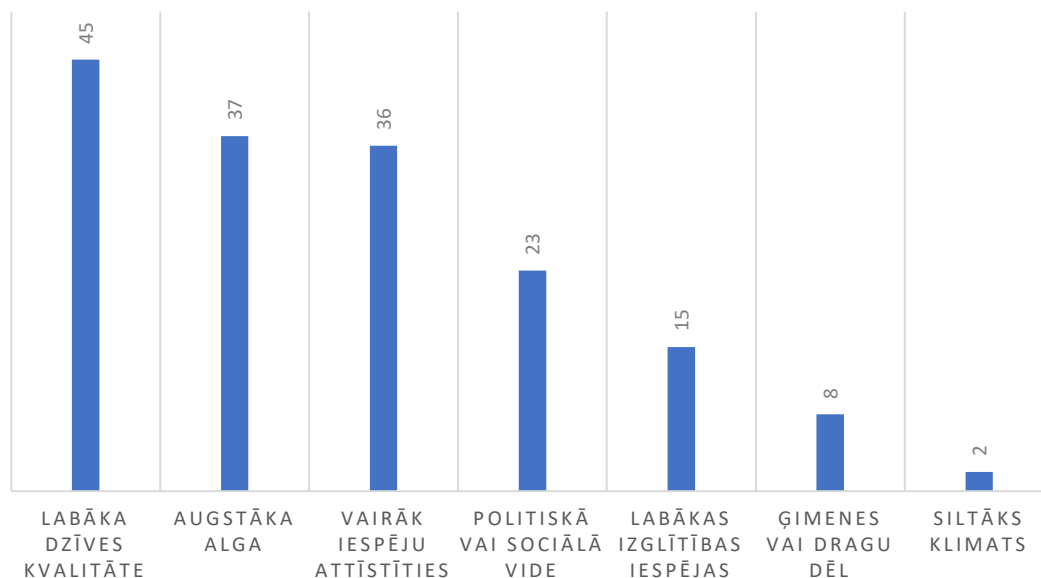
Aptaujas jautājumā: ‘‘Kā tu vērtē dzīves dārdzību Latvijā salīdzinājumā ar ienākumu iespējām?’’

No 5 ballēm, kur 5 ir ļoti apmierināts un 1 ir ļoti neapmierināts, vidējais vērtējums ir 2.83, respondenti dzīves dārdzību vērtē negatīvāk nekā darba iespējas. Tas norāda uz neapmierinātību ar cenu un algu nesabalansētību Latvijā. Šis faktors bieži minēts kā viens no galvenajiem emigrācijas iemesliem.



**3.att.** Vai plāno emigrēt tuvāko 5 gadu laikā? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Vairāk nekā puse respondentu apsver emigrāciju, un tikai piektdaļa to izslēdz. Šāds rezultāts liecina par nopietnu tendenci, ka jaunieši Latvijā nejūtas pietiekami motivēti palikt.



**4.att.** Galvenie emigrācijas iemesli (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

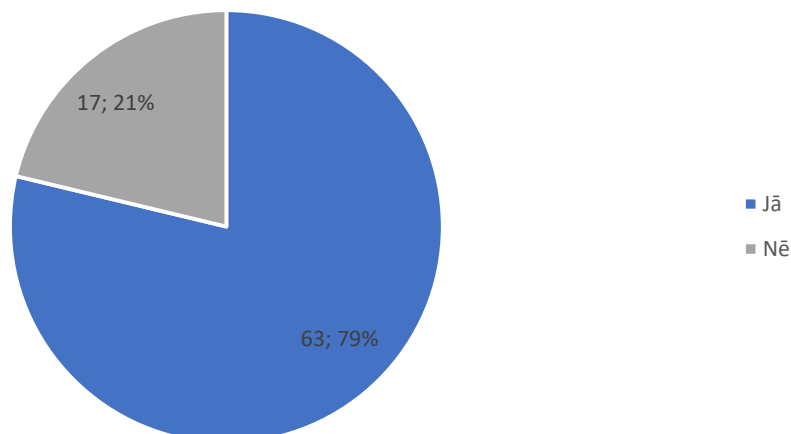
Galvenie emigrācijas iemesli jauniešu vidū ir zems atalgojums un ierobežotas iespējas profesionālajai attīstībai Latvijā. Tāpat svarīga loma ir vēlmei pēc augstākas dzīves kvalitātes, tostarp sakārtotas infrastruktūras, labākas veselības aprūpes un lielākas sociālās drošības. Daļa jauniešu min arī vilšanos politiskajā vidē un valsts pārvaldē.

Aptaujas jautājumā: “Kurā valstī Tu izvēlētos dzīvot, ja emigrētu?”

Vēlamās valstis ir daudzveidīgas, bet dominē:

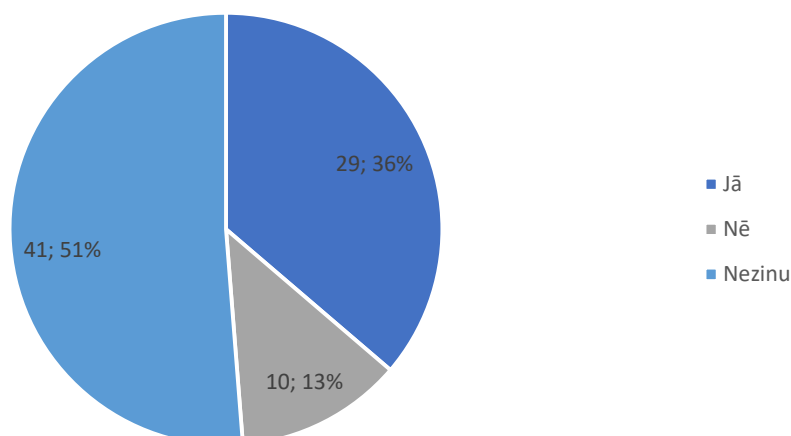
1. Rietumeiropa (Vācija, Nīderlande, Norvēģija, Zviedrija, Šveice)
2. ASV, Kanāda, Austrālija
3. Dienvideiropa (Spānija, Portugāle, Itālija)

Pamatojoties uz jauniešu vēlamajām emigrācijas valstīm, var secināt, ka viņi izvēlas galamērķus, kuros ir attīstīta labklājības sistēma, augsts dzīves līmenis un sociālā drošība. Rietumeiropas valstis, kā arī tādas valstis kā ASV, Kanāda un Austrālija piedāvā plašākas iespējas izglītībai, profesionālai izaugsmei un personīgajai attīstībai, kas ir īpaši svarīgi jauniešu vecuma grupai. Turklāt šīs valstis tiek uztvertas kā stabilas, drošas un atvērtas sabiedrības, kas veicina pozitīvu migrācijas attieksmi. Tas liecina, ka Latvijas jaunieši emigrāciju neuztver tikai kā ekonomisku nepieciešamību, bet arī kā iespēju uzlabot savu dzīves kvalitāti ilgtermiņā.



**5.att.** Vai tev ir ģimenes locekļi vai draugi, kas jau ir emigrējuši? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Emigrācijas piemērs ģimenē vai draugu lokā ievērojami ietekmē emigrācijas vēlmi. Tas arī veicina vieglāku integrāciju citās valstīs, jo ir pieejams sociālais atbalsts.



**6.att.** Vai Tu atgrieztos Latvijā pēc emigrācijas? (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Dati liecina, ka vairāk nekā puse jauniešu (51,2%) nav pārliecināti, vai pēc emigrācijas atgrieztos Latvijā un tikai 36,3% to apsver kā reālu iespēju. Šī nenoteiktība norāda uz nepietiekamu uzticību valsts nākotnes attīstībai, sociālajai videi vai karjeras iespējām. Ja netiks veikti būtiski uzlabojumi dzīves kvalitātē un perspektīvās Latvijā, pastāv risks, ka liela daļa emigrējušo jauniešu izvēlēsies palikt ārzemēs ilgtermiņā.

Aptaujas jautājumā: "Kas jādara lai jaunieši paliktu Latvijā"

Lielākā daļa jauniešu uzsver, ka Latvijā nepieciešams būtiski uzlabot darba tirgu, kurā jānodrošina plašākas darba iespējas, konkurētspējīgs atalgojums un atbilstoša samaksa pret dzīves dārdzību. Tiek

norādīts, ka jauniešiem ir grūti atrast darbu savā specialitātē vai bez pieredzes, kā arī reģionos trūkst kvalitatīvu darba vietu.

Būtiska problēma ir augstās dzīves izmaksas, kas neatbilst vidējam atalgojumam, daudzi uzskata, ka, nespējot segt pamatvajadzības, jaunieši spiesti meklēt iespējas ārvalstīs. Inflācijas un nodokļu slogs tiek uzskatīts par demotivējošu faktoru.

Tāpat bieži tiek kritizēta politiskā vide, izskan aicinājumi mainīt valdību, samazināt korupciju un pārskatīt likumdošanu, īpaši izglītības, nodarbinātības un nodokļu jomā. Jaunieši jūtas atsvešināti no lēmumu pieņemšanas un neapņemas, ka valsts rūpējas par viņu vajadzībām.

Aptaujā uzsvēta arī nepieciešamība uzlabot izglītības sistēmu un nodrošināt plašāku piekļuvi kvalitatīvai izglītībai visos reģionos, kā arī veidot motivējošu vidi, kurā jaunieši varētu attīstīties. Ne mazāk svarīga ir emocionālā vide, jaunieši ilgojas pēc cieņpilnas sabiedrības, iekļaujošas kultūras un sajūtas, ka Latvijā ir nākotne. Daudziem jauniešiem ir svarīga iespēja dzīvot valstī, kur ir augsts dzīves līmenis, attīstīta infrastruktūra un pozitīva sociālā vide, ja šie apstākļi netiks uzlaboti, emigrācijas tendence var turpināties.

## Secinājumi

Veicot pētījumu par Latvijas jauniešu migrācijas motīviem un analizējot gan teorētisko literatūru, gan statistikas datus, ir radušies vairāki secinājumi, kas parāda gan individuālos, gan strukturālos aspektus šajā procesā. Pētījuma rezultāti liecina, ka migrācija jauniešu vidū nav tikai personīgs lēmums, bet gan reakcija uz plašākiem sociālekonomiskajiem apstākļiem Latvijā, kas ne vienmēr nodrošina pietiekamu dzīves kvalitāti, stabilitāti un izaugsmes iespējas.

Iegūtie dati apliecina Mihaila Hazana (Kott u.c., 2015) izvirzīto pieņēmumu, ka zemie ienākumi, nestabili darba apstākļi un ierobežota profesionālā attīstība Latvijā ir galvenie faktori, kas veicina migrāciju. Šie secinājumi apstiprinājās arī aptaujā, kurā vairākums jauniešu kā galveno iemeslu vēlmei pamest valsti minēja tieši finansiālo nedrošību un karjeras iespēju trūkumu. Kott u.c. uzsver, ka migrācija kļūst par stratēģisku izvēli, lai uzlabotu dzīves kvalitāti, un šī izvēle bieži vien tiek veikta jau izglītības posmā, kad jauniešiem meklē perspektīvākas mācību un darba iespējas ārvalstīs. (Kott u.c., 2015)

Saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes (2023) un European Commission (2022) datiem, emigrācija īpaši skar jauniešus vecumā no 20 līdz 35 gadiem, un tas izraisa ne tikai tūlītējus demogrāfiskus zaudējumus, bet arī ilgtermiņa sekas, piemēram, darba tirgus vājumu, cilvēkkapitāla izsīkumu un sabiedrības novecošanu. Šī tendence Latvijā ir ievērojami izteiktāka nekā vidēji Eiropas Savienībā, tādējādi apliecinot strukturālas problēmas, kas kavē jauno paaudžu līdzdalību valsts attīstībā.

Pētījuma ietvaros analizētie dati liecina, ka jaunieši ne tikai izvēlas emigrāciju finansiālu apsvērumu dēļ, bet arī tāpēc, ka viņi neapņemas pietiekamu valsts atbalstu, nedz uzticību politiskajai sistēmai. Šeit būtisku skaidrojumu sniedz Baumana (2007) koncepcija par „Hazana sabiedrību”, kurā indivīdi tiek atstāti pašplūsmā – viņiem tiek uzlikts pienākums pašiem pārvaldīt savas karjeras, ekonomisko drošību un nākotni, bez stabiliem sociāliem pamatiem vai institucionāla atbalsta. Aptaujātie jaunieši bieži vien pauž nedrošību un nākotnes neskaidrību, kas ir tieši tas, ko Bauman raksturo kā likvīdo modernitāti, pasauli bez noturīgiem pamatiem un garantijām (Bauman, 2007).

Latvijas Izglītības un zinātnes ministrija (2023) ir norādījusi, ka studentu skaita samazinājums un viņu neatgriešanās pēc studijām ārvalstīs ir būtisks drauds augstākās izglītības kvalitātei un pieejamībai. Šo tendenci apstiprina arī pētījuma dati, daļa respondentu atzina, ka studijas ārvalstīs tiek uztvertas kā iespēja veidot stabilāku karjeru ārpus Latvijas, jo viņi neredz iespējas izmantot savas prasmes un zināšanas dzimtenē. Tādējādi izglītības migrācija nereti kļūst par sākumu pastāvīgai dzīvei ārvalstīs, un valsts nespēj piedāvāt pietiekami motivējošus stimulus atgriezties.

Tāpat ir jāuzsver, ka migrācijas motīvi ir dažādi. Papildus ekonomiskajiem faktoriem European Commission (2023) norāda uz tādiem aspektiem kā mājokļu nepieejamība, veselības aprūpes kvalitāte un sabiedriskā drošība kā svarīgiem emigrācijas iemesliem. Arī šie aspekti tika pieminēti pētījuma respondentu atbildēs, īpaši uzsverot nesakārtoto īres tirgu un neskaidrības par sociālajām garantijām.

Nemot vērā iepriekš minēto, pētījums apliecina nepieciešamību pēc kompleksas, starpnozaru politikas, kas vērsta uz jauniešu noturēšanu Latvijā. Tā ietver ne tikai ekonomisko stimulu nodrošināšanu, bet arī uzticības stiprināšanu sabiedrībā, skaidru karjeras un dzīves perspektīvu piedāvājumu, kā arī iekļaujošu un uz attīstību orientētu izglītības politiku. Tas būtu nozīmīgs solis, lai mazinātu jauno cilvēku vēlmi meklēt labāku dzīvi ārvalstīs un nodrošinātu Latvijas kā dzīvotspējīgas un inovatīvas valsts ilgtermiņa nākotni. Jāsecina, ka migrācija nav tikai atsevišķu indivīdu lēmums, bet gan valsts politikas, ekonomikas un sabiedrības vērtību sistēmas atspoguļojums. Lai mainītu migrācijas tendences, ir nepieciešams ne tikai analizēt statistiku, bet arī ieklausīties jauniešu balsīs, viņu pieredzēs un vajadzībās.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Bauman, Z. (2007). *Liquid Times: Living in an age of uncertainty*. Polity Press. <https://www.perlego.com/book/1535232/liquid-times-living-in-an-age-of-uncertainty-pdf>

Centrālā statistikas pārvalde. (2024). *Iedzīvotāju skaits un tā izmaiņas*. Oficiālās statistikas portāls. <https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/iedzivotaji/iedzivotaju-skaitis/247-iedzivotaju-skaitis-un-ta-izmainas>

Centrālā statistikas pārvalde. (2023). *Starptautiskā iedzīvotāju ilgtermiņa migrācija*. Oficiālās statistikas portāls. <https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/iedzivotaji/migracija/8807-starptautiska-iedzivotaju-ilgtermina-migracija>

European Commission. (2023). *Migration to and from the EU: Highlights*. In Statistics Explained. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Migration to and from the EU#Highlights](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Migration_to_and_from_the_EU#Highlights)

Izglītības un zinātnes ministrija. (2022). *Konceptuālais ziņojums "Par turpmāko augstākās izglītības finansēšanu"*. [https://www.izm.gov.lv/sites/izm/files/media\\_file/zinojums-ai-finansesana-22.08.2022.pdf](https://www.izm.gov.lv/sites/izm/files/media_file/zinojums-ai-finansesana-22.08.2022.pdf)

Kott, M., Universitāte, U., Redaktors, T., Aleksandrovs, A., Matisone, V., Begičevs, I., Dizains, V., Buholcs, J., Goldmanis, M., Hazans, M., Jurkāne-Hobein, I., Kaprāns, M., Kaša, R., Kārklīņa, I., Kļave, E., Koroļeva, I., Mieriņa, I., Saulītis, A., Sūna, L., & Šūpule, I. (2015). *Latvijas emigrantu kopienas: cerību diaspora*. <https://doi.org/10.22364/lekcd>



## Līga Lūse. JAUNIEŠU DALĪBA POLITISKAJĀS PARTIJĀS LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma "Kultūras vadība"  
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### Anotācija

**Pētījuma aktualitāte:** Saeimas Valsts pārvaldes un pašvaldības komisija 16. aprīlī atbalstīja likuma normu, ka partijām, kas grib piedalīties Saeimas vēlēšanās, jābūt vismaz vienam tūkstošim biedru, ne pieciem simtiem kā tagad (Lvportals.lv, 2025). Tas sašaurinās partiju skaitu, kas būs kvalificētas piedalīties Saeimas vēlēšanās. Jauniešu iesaiste politikā krītas, gan dalība vēlēšanās, gan dalība politiskajās partijās, salīdzinot ar trešās atmodas periodu. Šī ir būtiska problēma mūsdienās, jo tas samazina jauniešu pārstāvētās intereses valdībā. Šobrīd šī tēma ir mazāk pētīta, tāpēc ir svarīgi noskaidrot iemeslus šai problēmai, lai to risinātu un netiktu zaudēta demokrātiju.

**Pētījuma mērķis:** noskaidrot, kāda ir jauniešu dalība politiskajās partijās Latvijā, un iemeslus, kas to ietekmē. Pētījumā tika secināts, ka jauniešu dalība politiskajās partijās ir samazinājusies neizpratnes un neuzticības dēļ, kas šobrīd valda Latviešu jauniešu vidū. Tomēr to ir iespējams atrisināt, ja izglītības iestādēs tiktu pievērsta lielāka uzmanība apmācībām politiskajos procesos un pie varas esošajiem politikas spēkiem notiktu paaudžu nomaīņa.

**Pētījuma metodes:** šajā pētījumā tika izmantota jauktās metodes datu analīze un aptauja.

**Sasniegtie rezultāti:** vecāku līdzdalība vai padziļināta informācija par politiskajām partijām un politiku Latvijā pastiprina jauniešu vēlmi iesaistīties attiecīgajā jomā..

*Atslēgas vārdi: jaunieši; politika; politiskās partijas.*

### Ievads

Jauniešu iesaiste un dalība politikā un politiskajās partijās Latvijā ir kļuvis par aktuālu jautājumu vairākās diskusijās. Sabiedrībā ir redzams kritums jauniešu iesaistē politikā kopš trešās atmodas. Jaunieši nereti uzskata, ka cilvēki politikā ir korumpēti, un nepārstāv vēlētajū viedokli. Viens no iemesliem iesaistes samazināšanai ir neziņa kā to darīt un ko nozīmē karjera politikā. Šajā pētījumā tika veiktas intervijas un aptauja, kā arī zinātnisko darbu salīdzināšana, lai noskaidrotu iemeslus, kamdēļ jaunieši vairs nelabprāt iesaistās politiskajās partijās Latvijā. Šī pētījuma ietvaros, jaunieši ir cilvēki vecumā no 18 līdz 23 gadiem; politiskā partija ir organizācija, kura pauž noteikta sabiedrības slāņa, šķiras vai sociālas grupas intereses, kurai ir sava darbības programma un kura noteiktu politisku mērķu sasniegšanai apvieno aktīvākos attiecīgā slāņa, šķiras vai grupas pārstāvjus (*partija | Tēzaurus, 2025*); Trešā atmoda - laika periods, kad Latvija izstājās no PSRS un atguva savu neatkarību (1990tie gadi).

### Analītiskais apskats

Šajā pētījumā tika izmantota jauktās metodes datu analīze - intervijas ar politiķiem - Raivi Dzintaru no Nacionālās apvienības "Visu Latvijai!"-"Tēvzemei un brīvībai/LNNK" un Edgaru Tavaru no Latvijas Zaļās partijas; intervija ar jauniešu, kas iesaistās politikā Albertu Duntavu; intervija ar jauniešu, kas neiesaistās politikā - Emīlu Smiltiņu; un aptauja. Aptauja tika izsūtīta sociālajos tīklos un saziņas līdzekļos, dažādām vecuma grupām. Papildus tam tika izmantoti arī dažādi zinātniskie raksti.

Zinātnisko rakstu salīdzinājums ar šī darba laikā gūtajiem secinājumiem: Anetes Krievas bakalaura darbs par tēmu “Jauniešu politiskā interese un līdzdalība politikā” (Krieva, 2009). Darba iegūtie rezultāti fokusējās uz jauniešu tendencēm un motivāciju iesaistīties vai neiesaistīties politikā. Līdzīgi šī darba iegūtajiem secinājumiem, arī A. Krievas darba secinājumi liecinās to, ka viens no galvenajiem iemesliem, kādēļ jaunieši neiesaistās politikā ir neticība un neziņa notiekošajiem procesiem. Atšķirībā no A. Krievas, kura par jauniešu iesaisti politikā motivāciju norāda uzskatu, kas tas ir viņu pilsoniskais pienākums, šī darba autore pētījumā ieguva rezultātus, kas liecina, ka jaunieši iesaistās politikā, lai to labāk izprastu un mainītu sabiedrību uz labu. Austriša Keiša pētījums par tēmu “Latgales ziemeļaustrumu reģiona jauniešu politiskās līdzdalības perspektīvas sociālā kapitāla kontekstā” (Keišs, 2016). Pētījumā tiek secināts, ka jauniešu politisko līdzdalību ietekmē divas sociālā kapitāla institūcijas – ģimene un baznīca. Arī šī pētījuma autore secina līdzīgi. Ir redzamas vairākas atbildes, kas apliecina, ka vecāku līdzdalība vai padziļināta informācija par politiskajām partijām un politiku Latvijā pastiprina jauniešu vēlmi iesaistīties attiecīgajā jomā. Apkopojot informāciju no dažādiem avotiem, var secināt, ka jauniešu dalība politikā ir bijis aktuāls jautājums jau teju desmit gadus, tomēr iemesli jauniešu iesaistei vai neiesaistei nav daudz mainījušies.

### **Pētījuma metodoloģija**

Pētījuma ietvaros tika veikta intervija ar Latvijas politiķi, Nacionālās apvienības frakcijas priekšsēdētāju un trīs bērnu tēvu Raivi Dzintaru. Viņš stāsta, ka viņa bērnība pagāja trešās atmodas laikā, kā ietekmē jau 16 gadu vecumā nodibināja patriotisku jauniešu organizāciju ar nosaukumu “Visu Latvijai!”, kas šobrīd darbojas zem nosaukuma Nacionālā apvienība. R. Dzintars nu jau vairāk kā 15 gadus ir Saeimas deputāts. Par jauniešu iesaisti viņa politiskās karjeras sākumā norāda: “Tajā laikā partiju jaunatnes organizācijas bija stipri daudzskaitlīgākas un aktīvākas nekā mūsdienās”. Piebilstot, ka trešās atmodas periodā Latvijas jaunieši nereti bija partiju priekšgalos, lai iepazītu domubiedrus, saprastu politiku un sākt karjeru politikā. Raivis Dzintars norāda, ka mūsdienās jauniešu iesaiste ir skaitliski mazāka un to darbība ir nereti ir tikai sociālo tīklu vidē. Kā iemeslus jauniešu mazākai dalībai politiskajās partijās viņš min: “1. zemā uzticēšanās politiķiem un politikas procesam kopumā; 2. paradumu maiņa, saziņā attīstoties sociālajiem tīkliem un virtuālās saziņas iespējām; 3. cilvēki kopumā dzīvo samērā augstā komfortā, līdz ar to trūkst stipras motivācijas veltīt savu brīvo laiku, cīnoties par kādām sabiedriskām pārmaiņām.” Par jauniešu iesaistes veidiem, R. Dzintars stāsta, ka katru gadu Nacionālā apvienība veido semināru, kas vērsta uz jauniešu iemaņu palielināšanos ne tikai politikā, bet arī ikdienas dzīvē. Kā arī, Nacionālā apvienība rīko dažādus pasākumus kā 18. novembra lāpu gājieni un ikgadējo karogu braucienu, kur piedalās arī jaunieši. Par politikas karjeras sākšanu, Nacionālās apvienības frakcijas priekšsēdētājs uzsver, ka kā jebkurai citai karjerai, jāsaprot, vai to pats vēlas un ar kādu motivāciju to sāk. Intervējamais arī piebilst: “Domāju, ka uzticība politikai un politiķiem Latvijas sabiedrībā ir ļoti zema”. Tas daļēji ir saistīts ar vēsturiskajiem notikumiem (PSRS okupāciju), un daļēji ar mūdienu politiķu darbību. R. Dzintars norāda, ka nereti politiskās partijas vairāk fokosējas un vecāka gada gājuma cilvēku viedokļiem un uzskatiem, jo tie ir aktīvākie balsotāji. Intervijas beigās, uz jautājumu, “Kādas darbības būtu jāveic valstij un sabiedrībai, lai jauniešu iesaiste politikā uzlabotos?” viņš piebilst: “Manā skatījumā ideāls ir līdzsvars starp laika pārbaudītu pieredzi no vienas puses un jaunības uzdrīkstēšanos, pārmaiņu alkām un dumpinieciskumu no otras”.

Pēc intervijas darba autore secina, ka jauniešu iesaiste, politiķa skatījumā, ir samazinājusies no trešās atmodas. Kā iemesli tam ir gan iepriekšējās politiskās varas (PSRS, okupācijas), kā arī mūsdienu politiķu kļūdu un negodprātības dēļ.

Kā otrais politiķis ar ko tika veikta intervija ir Ivars Tavars no Latvijas Zaļās partijas (LZP), kurā darbojas nepilnus 18 gds un to vada no 2011. gada. Viņš šobrīd arī vada Apvienotā Saraksta (AS) Saeimas frakciju. Savu darbību politikā I. Tavars uzsāka, jo ģimenē, arī PSRS laikā, tika popularizēta

Latvijas neatkarība un politika. Politikis norāda, ka LZP šobrīd iesaistās jaunieši, tiem ir arī atsevišķa nodaļa, bet liela daļa iesaistās visās partijas daļās, kas mazina jēgu specifiskai jauniešu nodaļai. AS frakcijas vadītājs stāsta: “Kopumā neuzskatu, ka jauniešu iesaiste būtu ļoti būtiski manījusies. Nedaudz, bet jaunieši ir palikuši mazāk aktīvi”. Kā iemeslu minot laiku maiņu – miera laikā jauniešu iesaiste ir lielāka, nekā nemieru laikos, kur vairāk nepieciešama pieredzējušā politiķu pieredze.

Arī I. Tavors uzsver, ka jauniešiem ir neuzticība politiskajiem spēkiem mūsdienās. Papildus tam tehnoloģiju trūkums samazina jauniešu ietekmi politiskajās partijās. LZP veido dažāda veida pasākumus un akcijas, kas palielina jauniešu sadarbību un iesaisti sabiedrības labā. Intervētājs norāda, ka nepilngadīgie jaunieši nevar būt biedri politiskajās partijās, bet var palīdzēt kā atbalstītāji. Viņš arī norādīja, ka šobrīd valdībā ne visai daudz tiek pārstāvēti jauniešu viedokļi un tas būtu jāuzlabo.

Pēc sniegtajām atbildēm, darba autore norāda, ka atšķirībā no citiem intervētajiem cilvēkiem, I. Tavors, būdams politiskajā partijā, nesaskata lielu jauniešu iesaistes mazināšanos politikā, salīdzinājumā ar šī gadsimta sākumu. Tomēr arī viņš piekrīt, ka jaunieši nevisai uzticas politiskajā jomā esošajiem pārstāvjiem un viņu viedokļi ne vienmēr tiek uzklausti. Emīls Smiltiņš, kurš studējis Dānijā un šobrīd strādā Rīgā, neiesaistās politikā – kā iemeslu minot: “Kļūst par partijas biedru nevēlos, jo pagaidām nav neviena partija, kas būtu tuvu sirdij, un ar ko vēlētos tikt asociēts.” Viņš norāda, ka mūsdienās jauniešiem nav liela interese par politiku, tas saistīt ar apziņu, ka jauniešus vai nu neskar valdībā notiekošie procesi, vai viņi tos nespēj ietekmēt.

E. Smiltiņš uzsver, ka politiskā interese jārada jau agrākā vecumā, jā māca par to skolā, piebilzdams: “Galū galā ieguvēji būs visi, jo būs kvalitatīva politiskā vide.” Intervējamais atklāj, ka, viņaprāt, valdībā netiek aizstāvēts jauniešu viedoklis, ko varētu paskaidrot ar viņu mazo iesaisti šajos procesos un vēlēšanās. Jaunieša skatījumā cīņa valdībā ir pārtapusi kā kauja starp politiķiem, nevis partijām. Tas samazina cilvēku izpratni par partiju lēmumu pieņemšanu, veicinot neuzticību. Pēc autore domām, E. Smiltiņš norāda uz būtisku problēmu šī brīža politiskajā situācijā Latvijā, proti, politisko partiju nepilnību. Šis aspekts redzami ietekmē jauniešu vēlmi iesaistīties vai uzsākt karjeru politiskajās partijās.

Alberts Duntavs ir Rīgas Tehniskās universitātes Siltumenerģētikas un siltumtehnikas 2. kursa students, kurš paralēli darbojas arī Zemessardzē. Kopš vidusskolas viņš ir iesaistījies jauniešu politiskajā kustībā, kura līdzdarbojās ar politisko partiju “Nacionālā apvienība”. Par politikas nozīmi A. Duntavs stāsta: “Jau pamatskolas gados sapratu, ka politika ir kas tāds, kam ikkatram būtu jāseko līdzī, lai būtu informēts par aktualitātēm, jo tās ietekmē ikkatru sabiedrības locekli.” Tomēr viņš piebilst, ka jauniešu iesaiste politikā ir ļoti virspusēja, jo tiem ir citas prioritātes. Arī šis intervējamais ir novērojis, ka jaunieši, kuru vecāki ir saistīti vai bijuši saistīti ar politiku, ir vairāk iesaistās šajā sfērā. A. Duntavs min, ka integrējot vidusskolā politiskus tematus un veidojot interešu izglītību pulciņus saistībā ar šo tēmu, palielinātu jauniešu iesaisti un zināšanas politikā. “Politikā ir jāiet cilvēkiem, kuri ir ar augstu izglītības līmeni un kādas nozares speciālisti, kuri tiek novērtēti un viņos ieklausās,” norāda students, piebilzdams, ka šobrīd Latvijā šobrīd tā nav. Viņš arī norāda, ka politisko partiju sistēma ir diezgan sadrumstalota. Lai kaut kas mainītos ir pilnībā jānomainās paaudzēm politikā. Ja jaunieši vēlas sākt dalību politiskajā partijā, sākumā ir jāizvērtē pašam savas pamatvērtības, stāsta A. Duntavs. Uzsvērdams, ka iesaiste jauniešu organizācijās zem kādas partijas ir vērtīgāk, nekā uzskat politisko darbību jau politiskajā partijā kā biedram. Darba autore secina, ka ģimenei tiešām ir būtiska nozīme jauniešu iesaistē politikā. Ja kāds no ģimenes vai paziņu loka ir kādā politiskajā partijā, tas palīdz gan izprast procesus, gan ieraudzīt šīs jomas “otru” pusi.

Jauniešu zemo iesaisti vairāk ir ievērojuši tieši jaunieši, kā iemeslus minot gan zināšanu trūkumu, gan prioritāšu diferencējumu, gan šī brīža politisko spēku nespēju pārliecināt un veicināt uzticēšanos. Vairāki intervējamie norādīja uz to, ka politika ir jā māca un jāveido interese tajā jau skolas gados. Izsūtītajā aptaujā tika iegūtas 34 atbildes - 31 sieviete un 3 vīrieši. 25 respondenti bija vecuma grupā no 18 līdz 23 gadiem, 4 - no 30 līdz 39 gadiem, 3 - no 24 līdz 29 un 2 vecuma grupā no 50 līdz 59

gadiem. No iegūtajām atbildēm, tikai viens vīrietis, vecumā no 50 līdz 59 gadiem, iesaistās politikā, to darot pasīvi. 7 respondenti norādīja, ka jauniešiem nevajadzētu iesaistīties politiskajās partijās Latvijā, tomēr lielākā daļa no iegūtajām atbildēm bija apmierinoša šim jautājumam. Viena no iegūtajām atbildēm uz jautājumu, kāpēc jauniešiem ir svarīgi iesaistīties/neiesaistīties politiskajās partijās Latvijā bija: “Manuprāt, iesaistīties politiskajā partijā ir katra personisks lēmums. Svarīgi ir tas, lai jaunieši iet vēlēt un balso par sev svarīgiem jautājumiem”. Papildus tam, vairāki respondenti norādīja, ka jauniešu dalība politiskajās partijās Latvijā, var palīdzēt viņu viedokļu uzklaušanai. Uz jautājumu, vai Jūs uzskatāt politisko karjeru kā labu nākotnes izvēli, vien 19 cilvēki norādīja “jā”. Tas pastiprina jau iepriekš minēto viedokli, ka Latvijas jauniešiem uz politiku ir ne tik ļoti pozitīvs skatījums. Viens no respondentiem papildināja, ka šobrīd mācās politikas novirzienu, bet nav pārliecināts, vai vēlas to turpināt kā karjeru. Daļa aptaujas pildītāju skaidro, kā jauniešu iesaisti politikā iespējams veicināt ar lielāku izglītību par šo tematu un valdībā esošo cilvēku godprātīgāku attieksmi pret darbu. 5 aptaujas respondenti nepiedalās vēlēšanās (neiet balsot), papildus tam 2 aptaujātie šogad pirmo reizi atdos savu balsi par kādu partiju pašvaldību vēlēšanās. Pozitīvi, ka lielākā daļa, 27 respondenti, ir aktīvi balsotāji. Pārsteidzošākais šajā aptaujā bija iegūtās atbildes uz pēdējo jautājumu: “Vai Jūsu viedoklis tiek pārstāvēts valdībā (Saeimā, Eiropas parlamentā, pašvaldībās, u.t.t.)?”, kur teju puse, 15 cilvēki, atbildēja “nezinu”, un vien 11 respondenti sniedza apmierinošu atbildi.

Pēc aptaujas iegūtajiem datiem, darba autore secina, ka par jauniešu dalību politiskajās partijās ir divejādi viedokļi, ne visi uzskata, kas tas ir nepieciešams un vajadzīgs. Jau vairākkārt pētījumā parādījās nostāja ka politika kā karjera nav jauniešu vidū primārā izvēle, kā iemeslus tam minot gan pilsoņu neuzticību šī brīža politiķiem, gan sašķeltību, gan nezinību par notiekošajiem procesiem (Dumbure, 2021; Ruzaiķe, 2021, Sietinsone-Kozlova, 2024).

### Secinājumi

Pēc veiktajām intervijām un aptaujas, darba autore secina, ka jauniešu dalība politiskajās partijās ir zema. Papildus tam, arī ne visi jaunieši piedalās vēlēšanās, kas būtiski ietekmē jauniešu viedokļu pārstāvēšanu valdībā. Iemesli jauniešu neaktīvai dalībai politiskajās partijās Latvijā ir vairāki, bet visizteiktākie ir:

- Neziņa un nesaprašana par notiekošajiem procesiem politikā;
- Neuzticība šī brīža valdībā esošajiem politisko partiju pārstāvjiem;
- Liekvārdība, sašķeltība un solījumu nepildīšana no Latvijas politisko partiju puses.

Tika noskaidroti arī galvenie iemesli, kāpēc jaunieši iesaistās politiskajās partijās Latvijā:

- Vecāku vai paziņu dalība politiskajās partijās vai padziļināta izpratne par notiekošajiem procesiem politikā;
- Vēlme uzlabot sabiedrības labklājību.

Lai atrisinātu jauniešu mazo dalību politiskajās partijās Latvijā tiek piedāvāti tādi risinājumi, kā izglītība (skolās un augstskolās vairāk tiek informēti jaunieši par politiku), interešu izglītībā ieviest diskusiju forumus vai cita veida pulciņus, kas saistīti ar padziļināto interesi politikā. Tomēr, pēc darba autore domām, svarīgākais ir mainīt pilsoņu priekšstatu par politikā esošajām personām un partijām.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Dumbure, S. (2021). *Jauniešu domes kā palīgs pašvaldības jaunatnes politikas plānošanā un īstenošanā*. <https://dspace.lu.lv/items/379740c7-efe1-4688-b819-2f0b17e4606b>



Keišs, A. (2016). *Latgales ziemeļaustrumu reģiona jauniešu politiskās līdzdalības perspektīvas sociālā kapitāla kontekstā.*

[https://www.rsu.lv/sites/default/files/scientific\\_articles/2016\\_latgales\\_ziemelastrumu\\_jauniesu\\_politiska\\_līdzdaliba.pdf](https://www.rsu.lv/sites/default/files/scientific_articles/2016_latgales_ziemelastrumu_jauniesu_politiska_līdzdaliba.pdf)

Krieva, A. (2009). *Jauniešu politiskā interese un līdzdalība politikā.*

<https://dspace.lu.lv/items/70fad215-1d63-4101-ac00-8dcea3fc59fc>

Lvportals.Lv. (2025). *LV portāls - Cilvēks. Valsts. Likums.* <https://lvportals.lv/dienaskartiba/376468-otraja-lasijuma-atbalsta-grozijumus-kas-paredz-ka-saeimas-velesanas-vares-piedalities-partijas-arvismaz-1000-biedriem-2025>

partija | *Tēzaurus.* (2025). <https://tezaurs.lv/partija:1>

Ruzaiķe, K. (2021). *Jauniešu līdzdalība lēmumu pieņemšanā – skolēnu pašpārvaldes.*

<https://dspace.lu.lv/items/904c9bb3-6871-4857-aaf6-b4f0e68ccb30>

Sietinsone-Kozlova, A. (2024). *Līdzdalības protesta akcijās racionalitāte Latvijas jauniešu uztverē.*

<https://dspace.lu.lv/items/21027934-0704-4374-8812-7201047a9140>



## Žanete Leila Smilga. SOCIĀLO MEDIJU IETEKME UZ JAUNIEŠU MUZIKĀLO GAUMI LATVIJĀ 2025.GADĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola  
Studiju programma "Kultūras vadība"*

*E-pasts: leilasmilga@gmail.com*

*Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

### Anotācija

**Pētījuma aktualitāte:** Mūsdienu jauniešu muzikālā gaume ir cieši saistīta ar sociālajiem medijiem, kas ir kļuvuši par galveno izklaides un kultūras avotu. Platformas kā *TikTok*, *Instagram*, *YouTube* un *Spotify* ne tikai nodrošina piekļuvi mūzikai, bet arī veido jauniešu priekšstatus par to, kas ir "populārs" un "vērtīgs". Algoritmi un virālais saturs ietekmē viņu izvēles, bieži vien pat nemanāmi, taču šī ietekme ir dziļi saistīta ar viņu identitātes veidošanos un attieksmi pret pasauli. Šī pētījuma aktualitāte ir tieši tajā, kā mēs šodien saprotam mūziku un kultūru caur digitāliem stikliem, kas pastāvīgi mainās. Tā sniedz iespēju izprast, kā sociālie mediji ne tikai izklaidē, bet arī veido jauniešu attieksmi pret pasauli, veidojot to muzikālo pasauli un kultūru. Šī izpratne ir būtiska, lai palīdzētu gan mūzikas industrijai, gan izglītības un kultūras jomām labāk saprast šo ietekmi, kas būs arvien spēcīgāka nākotnē.

**Pētījuma mērķis:** Noskaidrot, kā sociālie mediji ietekmē jauniešu muzikālo gaumi Latvijā 2025. gadā, īpašu uzmanību pievēršot tam, kā trendi un satura veidošana maina viņu muzikālās izvēles un uztveri par mūziku.

**Pētījuma metodes:** Tiešsaistes aptauja jauniešiem vecumā no 16 līdz 24 gadiem Latvijā. Papildus tiks veikta satura analīze par populārākajiem mūzikas trendiem sociālajās platformās (*TikTok*, *YouTube*, *Spotify*), lai salīdzinātu datus ar jauniešu atbildēm un identificētu sakarības.

*Atslēgas vārdi: mūzika; jaunieši; sociālie mediji; Latvija; identitāte.*

### Ievads

Mūzika ir cilvēces universāla valoda – tā pavada cilvēku visos laikmetos un dzīves aspektos, gan svētkos, gan ikdienā, gan krīzes situācijās. Tā nav tikai mākslinieciska izpausme vai izklaide, bet arī spēcīgs sociālās identitātes, kopienas piederības, emocionālās regulācijas un pašizpaušmes instruments. Tieši jauniešu vidū mūzika spēlē īpašu lomu – tā palīdz definēt savu "es", atšķirt sevi no citiem, iekļauties kādā subkulturā vai attālināties no dominējošajām normām. Muzikālā gaume bieži vien kļūst par vizītkarti, ar kuras palīdzību tiek pozicionēta sava personība. Digitālo tehnoloģiju laikmetā mūzikas pieredze ir būtiski mainījusies. Ja agrāk dziesmas tika atklātas ar draugu ieteikumu, radio vai koncertu palīdzību, tad šodien lielākā daļa jauniešu iepazīstas ar jaunu mūziku digitālās vides – it īpaši sociālo mediju – ietekmē. Platformas kā *TikTok*, *Instagram*, *YouTube* un *Spotify* ne tikai nodrošina plašu piekļuvi muzikālajam saturam, bet arī veido kontekstu, kurā mūzika tiek patērēta, interpretēta un pārveidota. Tas būtiski maina ne vien to, kādu mūziku jaunieši klausās, bet arī kā viņi to uztver, kā tā kļūst par viņu identitātes daļu un kā tā ietekmē sociālo dinamiku. Sociālie mediji šodien darbojas ne tikai kā kanāli, bet arī kā filtri un kuratori – algoritmu balstītas ieteikumu sistēmas veido personalizētus mūzikas piedāvājumus, kas bieži vien atkārtoti populārākās dziesmas vai atbilst lietotāja iepriekšējām izvēlēm. Šāda sistēma var vienlaikus paplašināt un sašaurināt muzikālo pieredzi: no vienas puses, tā ļauj atklāt jaunas dziesmas no visas pasaules, no otras – pastiprina "burbuli", kurā klausītājs nepamana alternatīvas vai nišas žanrus. Mūzikas industrija šo tendenci ir ātri pielāgojusi: mūsdienās daudz dziesmu tiek veidotas tā, lai tās būtu "TikTok-gatavas" – ar āķīgu sākumu, īsiem

fragmentiem, kas noder video fonam, un popularitātes potenciālu. Pēdējo gadu laikā tieši TikTok ir kļuvis par vienu no galvenajiem kanāliem, kur dziesmas no relatīviem “nezināmiem” māksliniekiem kļūst par globāliem hitiem dažu dienu laikā. Šis fenomens novērojams arī Latvijā – dziesmas no vietējiem māksliniekiem (piemēram, Wiesulis, OLAS,) gūst atpazīstamību nevis caur tradicionālajiem medijiem, bet tieši caur digitāliem trendiem un lietotāju radītu saturu. Tādējādi, sociālie mediji veido ne tikai muzikālu gaumi, bet arī lokālo kultūru, veicinot pašmāju autoru izcelšanos un globālās estētikas integrāciju vietējā kontekstā. Vienlaikus rodas jautājums par mūzikas uztveres kvalitāti – vai klausītājs šodien vēl spēj izbaudīt mūziku kā pilnvērtīgu mākslas darbu, vai tā tiek patērēta fragmentēti, kā fona troksnis īssformāta video sērijā? Vai algoritmi rosina jaunu mūzikas izpratni, vai arī tie ierobežo klausītāju izvēli? Un vai mūzika vēl joprojām ir personisks pārdzīvojums, ja tā kļūvusi par populāru produktu, kas skan visur – no reklāmām līdz veikalu plauktiem? Šī pētījuma mērķis ir padziļināti analizēt, kā sociālie mediji Latvijā 2025. gadā ietekmē jauniešu muzikālo gaumi – kā tiek izvēlēta mūzika, kā tā kļūst populāra, un kā tas ietekmē klausītāju attiecības ar dziesmu, izpildītāju un pašu sevi. Tēmas aktualitāti pastiprina fakts, ka šī ietekme notiek nemanāmi – neapzināti, ikdienas pieredzē, caur algoritmiskiem ieteikumiem un platformu lietošanas paradumiem. Mūsdienu jaunieši bieži vien nepārdomā, kāpēc klausās tieši šo dziesmu – viņš to ir dzirdējis simtiem reižu, tā ir populāra, to lieto viņa draugi, tā ir “trendā”. Šajā darbā, balstoties gan uz teorētisko literatūru, gan kvantitatīviem datiem no tiešsaistes aptaujas, tiek aplūkots, kāda ir sociālo mediju ietekme uz jauniešu muzikālo izvēli Latvijā, kā arī tiek mēģināts izprast šo ietekmi kultūras, psiholoģijas un mediju teorijas kontekstā.

### Analītiskais apskats

Digitālais laikmets būtiski mainījis kultūras patēriņa formas, un mūzika nav izņēmums. Ja agrāk mūzika tika atklāta, klausoties radio, iegādājoties ierakstus vai daloties ar draugiem, tad mūsdienās šos avotus lielā mērā ir aizvietojušas sociālo mediju platformas. Mūsdienu jaunieši ir viena no visaktīvākajām mērķauditorijām sociālajos tīklos, līdz ar to šīs platformas kļūvušas par galveno mūzikas ietekmes vidi. Arvien biežāk dziesmas kļūst populāras nevis to muzikālās kvalitātes dēļ, bet gan pateicoties tam, ka tās ir izmantotas aktuālajā saturā, video vai izaicinājumos, piemēram, platformā *TikTok*. Sociālo mediju ietekme uz muzikālo gaumi ir saistīta ar algoritmu darbību – tie analizē lietotāja uzvedību, veido personalizētus ieteikumus un nostiprina konkrētu satura veidu. Šāda algoritmiskā personalizācija ne tikai virza to, ko lietotājs dzird, bet arī ietekmē priekšstatus par to, kas ir “populārs”, “modē” vai “klausāms” (Prey, 2017). Šī ietekme ir īpaši nozīmīga pusaudžu un jauniešu vecumposmā, kad tiek veidota personiskā identitāte, estētiskā gaume un piederības izjūta noteiktām sociālajām grupām. Pētījumi liecina, ka mūzikas straumēšanas platformas un sociālie mediji savstarpēji papildina viens otru — piemēram, *Spotify* ieteikumu algoritmi darbojas līdztekus tam, kas kļūst populārs *TikTok*, veidojot integrētu ietekmes mehānismu uz klausītāju izvēlēm (Morris & Powers, 2015). Mūsdienās arvien biežāk mūzika tiek radīta ar mērķi iekļauties sociālo mediju formātos — dziesmas kļūst īsākas, ar uzreiz uztveramu ritmu vai atkārtoto vārdiem, kas piemēroti video satura veidošanai. Papildus tam jaunieši sociālajos tīklos netiek uzskatīti tikai par pasīviem satura patērētājiem, bet arī kā aktīvi tā veidotāji – viņi dalās ar dziesmām, veido video, remiksus un ietekmē citu lietotāju muzikālo izvēli. Tas padara viņus par vienlaikus satura auditoriju un producentiem. Šāda dinamika būtiski pārveido tradicionālo skatījumu uz mūzikas patēriņu un estētiku. Latvijā līdzīgu pētījumu šobrīd ir maz, tomēr globālās tendences norāda, ka arī Latvijas jaunieši piedzīvo līdzīgu ietekmi. Ņemot vērā mūzikas industrijas un mediju patēriņa paradumu globalizāciju, ir būtiski izvērtēt šo tendenci arī vietējā kontekstā.

### Pētījuma metodoloģija



Lai veiktu šo pētījumu tika izmantota kvantitatīvā pētniecības pieeja, kas ļauj iegūt vispārināmus datus par jauniešu muzikālajiem paradumiem un sociālo mediju ietekmi. Datu vākšanai tika izmantota tiešsaistes anketēšana, jo šī metode ir piemērota jauniešu auditorijas sasniegšanai un nodrošina ātru un efektīvu informācijas iegūšanu par respondentiem aktuālās vides kontekstā.

Anketa tika izstrādāta, balstoties uz pētījuma mērķiem un teorētiskajā daļā analizētajiem aspektiem. Tās jautājumi aptvēra šādas tēmas:

- visbiežāk klausītie mūzikas žanri;
- sociālo mediju izmantošana mūzikas atklāšanā;
- biežums, kādā sociālie mediji ietekmē muzikālās izvēles;
- klausīšanās platformas;
- pašnovērtējums par algoritmiskās ietekmes apzināšanos;
- piemēri, kā konkrētas dziesmas kļuvušas iecienītas vai otrādi – apnikušas sociālo mediju dēļ.

Anketa tika izplatīta ar sociālo tīklu starpniecību un bija pieejama no 2025. gada 1. līdz 15. maijam. Kopumā tika iegūtas 51 aizpildītas anketas, kas tika uzskatītas par derīgām analīzei.

Respondentu profils:

- Vecuma grupa: 16–24 gadi;
- 41 respondenti bija sievietes, 10 – vīrieši;

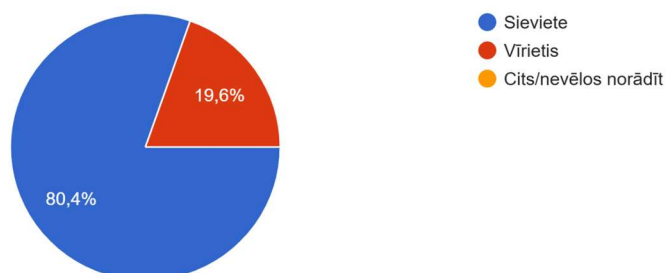
Papildus tika veikta satura analīze par populārākajiem mūzikas trendiem platformās *TikTok*, *Spotify* un *YouTube*, lai salīdzinātu digitālo platformu piedāvājumu ar respondentu atbildēm. Šī pieeja ļāva identificēt atbilstības vai pretrunas starp patērēto saturu un pašnovērtējumu.

Datu apstrāde tika veikta, izmantojot aprakstošās statistikas metodes – tika aprēķināti atbilžu biežumi, izveidotas sakarību kopsavilkuma tabulas un vizualizācijas.

### **Pētījuma rezultāti**

Pētījuma rezultātus apkopāju tabulās. Šajā pētījumā lielākoties piedalījās meitenes (80,4%) un daudz mazāk puīši (19,6%) (1.att.)

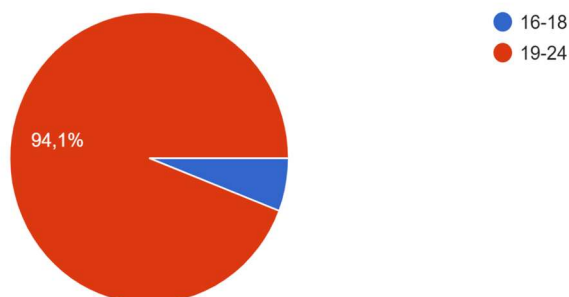
Dzimums  
51 atbilde



**1.att.** Respondentu sadalījums pēc dzimuma (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Šajā pētījumā tika noteikta vecuma grupa 16-24 gadi un lielākā daļa respondentu (94,1%) bija vecuma grupā no 19-24. (2.att.)

Vecums  
51 atbilde

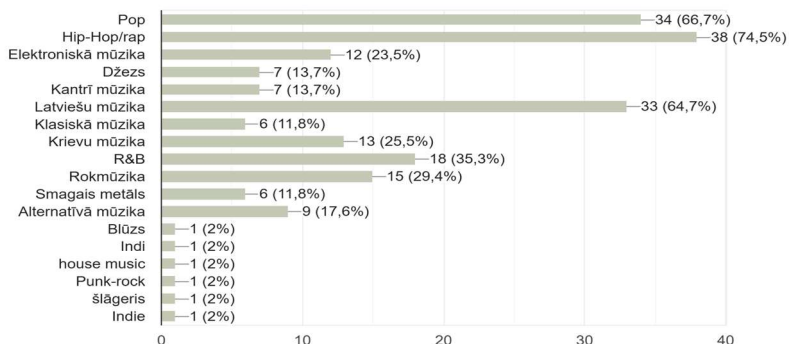


**2.att.** Respondentu sadalījums pēc vecuma (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Respondenti visvairāk ikdienā klausās tādus mūzikas žanrus kā Pops (66,7%), Hip-Hops (74,5%), Latviešu mūzika (64,7%), R&B (35,3%), rokmūzika (29,4%), elektroniskā mūzika (74,5%) un alternatīvā mūzika (17,6%). (3.att.)

Kādus mūzikas žanrus Tu visbiežāk klausies?

51 atbilde

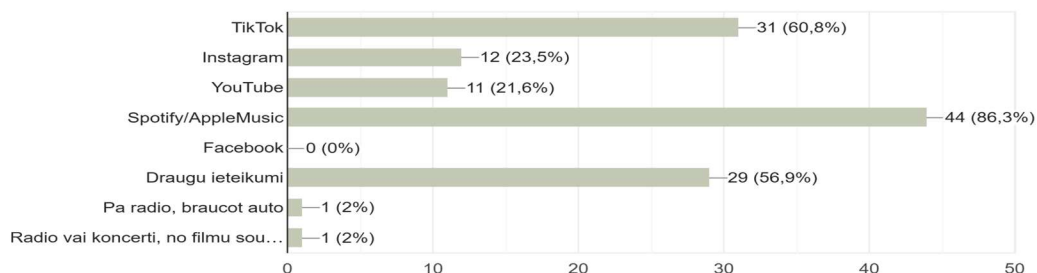


### 3.att. Mūzikas žantru klausīšanās biežums (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Respondenti visbiežāk jaunu mūziku atklāj mūzikas straumēšanas platformās kā *Spotify* vai *Apple music* (86,3%), *TikTok* (60,8%), no draugu ieteikumiem (59,9%) un Instagram (23,5%). (4.att.)

Kur Tu visbiežāk atklāj jaunu mūziku?

51 atbilde

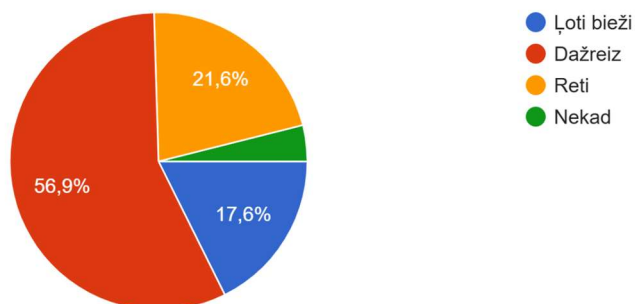


### 4.att. Vissbiežākie jaunas mūzikas atklāšanas avoti (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Mazliet vairāk par pusi no respondentiem (56,9%) atbild, ka sociālie mediji tikai dažreiz ietekmē viņu muzikālo izvēli, taču tikai maza daļa (17,6) uzskata, ka ļoti bieži. (5.att.)

Cik bieži sociālie tīkli ietekmē Tavu muzikālo izvēli?

51 atbilde

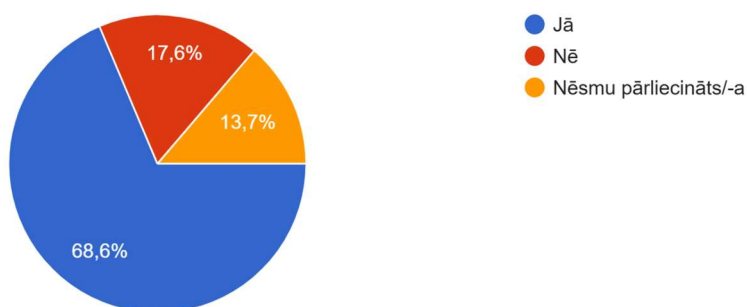


**5.att.** Sociālo tīklu ietekme uz muzikālo izvēli (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Liela daļa respondentu (68,6%) atbild, ka ir sākuši klausīties kādu izpildītāju tikai tāpēc, ka viņa dziesma ir bijusi populāra sociālajos tīklos un mazākā daļa atbild, ka nav vai nav pārliecināts. (6.att.)

Vai Tu esi sācis klausīties kādu izpildītāju tikai tāpēc, ka viņa dziesma ir bijusi populāra sociālajos tīklos?

51 atbilde

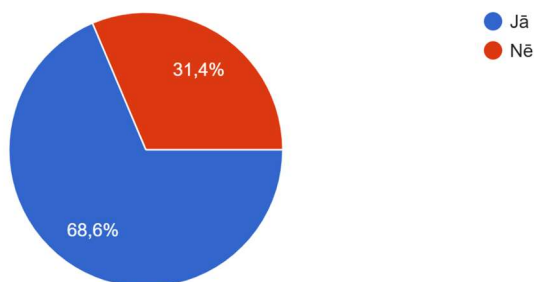


**6.att.** Izpildītāju klausīšanās uzsākšana tāpēc, ka dziesma ir populāra sociālajos tīklos (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Liela daļa respondentu (68,6%) atbild, ka ikdienā apzināti meklē jaunu mūziku ārpus tā, ko iesaka algoritmi, taču otra daļa (31,4%) atbild, ka nemeklē vai nav pārliecināts. (7.att)

Vai Tu apzināti meklē mūziku ārpus tā, ko iesaka algoritmi vai trendi sociālajos tīklos?

51 atbilde

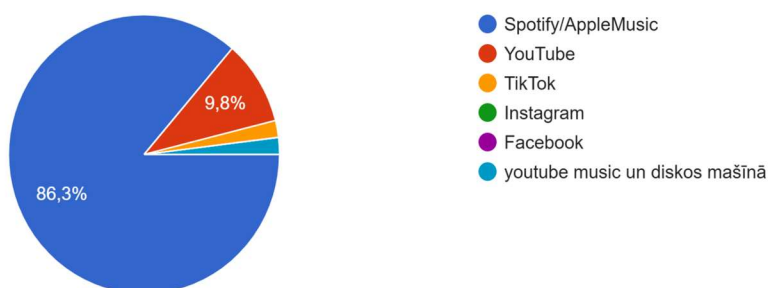


**7.att.** Mūzikas apzināta meklēšana (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Gandrīz visi respondenti (86,3%) mūziku klausās *Spotify* vai *Apple music*. (8.att.)

Kurā platformā Tu visbiežāk klausies vai saskaries ar mūziku?

51 atbilde

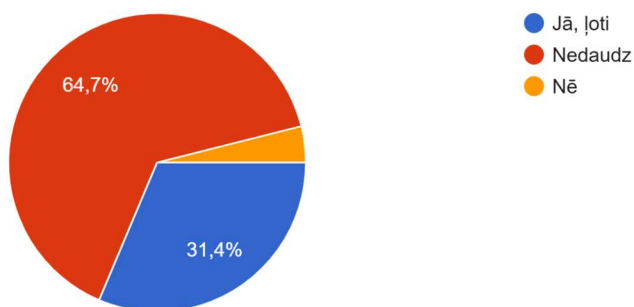


**8.att.** Mūzikas klausīšanās platformas (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Liela daļa respondenti (64,7%) atbild, ka sociālie tīkli tikai nedaudz veido priekšstatu par to, kāda mūzika ir populāra. Otra daļa respondentu (31,4%) atbild, ka sociālie tīkli ļoti veido priekšstatu par to, kāda mūzika ir populāra. (9.att.)

Vai Tev šķiet, ka sociālie tīkli veido Tavu priekšstatu par to, kāda mūzika ir “modē” vai “populāra”?

51 atbilde



**9.att.** Sociālo tīklu priekšstata veidošana par to, kāda mūzika ir populāra (Avots: Autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Respondenti atbildēs uz jautājumu par konkrētām dziesmām, kuras sākuši klausīties, jo tās kļuvas populāras sociālajos tīklos deva šādas atbildes- Doechii dziesma “Anxiety”, kā arī Bebe Rexha “Million Dollar Baby” un Wiesuļa “Prom”, Ethel Cain dziesmu “American Teenager”, WizTheMc – “Show Me Love”, Alex Warren – “Ordinary”, grupas OLAS dziesmu “Nārnija”, Wiesulis ar dziesmu “Itālija” un vispārīgs pieminējums par hiphopa māksliniekiem Drake un Kendrick Lamar.

Vaicājot par dziesmām, kas ir apnikušas pārmērīgas atskaņošanas dēļ sociālajos medijos, respondenti bieži norādīja jau iepriekš minēto Doechii – “Anxiety” un Wiesulis – “Itālija”, Tones and I – “Dance Monkey”, Mattafix – “Big City Life”, Rihanna, Kanye West & Paul McCartney – “FourFiveSeconds”, OLAS – “Nārnija”, Sabrina Carpenter -“Please Please Please”, Billie Eilish- “Birds of a Feather” “Despacito” -Luis Fonsi & Daddy Yankee, “Señorita” -Shawn Mendes & Camila Cabello), Olivia Rodrigo – “Driver’s License”, The Weeknd – “Blinding Lights”, kā arī Arctic Monkeys dziesma “I Wanna Be Yours”.

### Secinājumi

Sociālo mediju straujā attīstība ir būtiski mainījusi jauniešu attiecības ar mūziku, un šis pētījums apliecina, ka digitālās platformas šobrīd ir galvenais avots muzikālās informācijas iegūšanai un izvēļu veidošanai. Tādas platformas kā *TikTok*, *Spotify*, *YouTube* un *Instagram* ir kļuvas par dominējošiem spēlētājiem jauniešu kultūras telpā, un tieši šajās vidēs tiek radīti priekšstati par to, kas ir aktuāls, interesants un “populārs”. Aptaujas rezultāti atklāj, ka lielākā daļa jauniešu atklāj jaunu mūziku tieši caur šīm platformām, kas norāda uz būtisku sociālo tīklu ietekmi uz muzikālās gaumes veidošanos. Vienlaikus pētījuma dati atklāj arī pretēju virzienu – daudzi jaunieši cenšas saglabāt muzikālo neatkarību, apzināti meklējot mūziku ārpus algoritmu ieteikumiem. Tas liecina par noteiktu kritiskās domāšanas pakāpi, vēlmi nepilnīgi pakļauties automatizētajai ieteikumu sistēmai un saglabāt individuālu izvēli. Tādējādi mūzikas patēriņa process mūsdienās ir pretrunīgs – vienlaikus brīvs un ierobežots, personisks un sistēmiski virzīts. Īpaši interesanti ir novērojumi par to, kā viena un tā pati dziesma var kalpot kā pozitīvas pieredzes piemērs un vienlaikus kļūt apnicīga. Brīvajās atbildēs vairāki respondenti minēja vienas un tās pašas dziesmas gan kā tās, ko viņi sāka klausīties, jo tās bija

populāras sociālajos tīklos, gan arī kā dziesmas, kas vēlāk kļuva “neklausāmas” pārmērīgas atskaņošanas dēļ. Tas pierāda, ka sociālo mediju spēja popularizēt var pārvērsties arī par piesātinājumu un nogurumu, ietekmējot dziesmas uztveri un emocionālo vērtību. Pētījumā konstatēts, ka arī latviešu mākslinieki – piemēram, Wiesulis vai grupa OLAS – ir guvuši ievēriību tieši pateicoties sociālo tīklu aktivitātei. Tas norāda uz to, ka digitālā vide vienlīdz ietekmē gan starptautisko, gan vietējo mūzikas patēriņu un ir kļuvusi par būtisku platformu mākslinieku atpazīstamības veicināšanai Latvijā. Noslēgumā jāsecina, ka sociālo mediju ietekme uz jauniešu muzikālo gaumi ir komplekss un daudzslāņains process. No vienas puses, tā paplašina piekļuvi dažādai mūzikai un veicina kultūras apriņķi, bet no otras – nosaka populāruma kritērijus un var mazināt klausītāja neatkarību. Tomēr, kā rāda šis pētījums, jaunieši ne tikai pakļaujas šai ietekmei, bet arī cenšas to apzināties un pārvaldīt, kas sniedz cerību uz līdzsvarotu attīstību starp digitālo vidi un individuālo muzikālo pieredzi.

### Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

- Morris, J. W., & Powers, D. (2015). Control, curation and musical experience in streaming music services. *Creative Industries Journal*, 8(2), 106–122. <https://doi.org/10.1080/17510694.2015.1090222>
- Prey, R. (2017). Nothing personal: Algorithmic individuation on music streaming platforms. *Media, Culture & Society*, 40(7), 1086–1100. <https://doi.org/10.1177/0163443717745147>