

KULTŪRAS PATĒRIŅŠ
LATVIJAS IEDZĪVOTĀJU APTAUJA
DECEMBRIS 2009

PĒTĪJUMA REZULTĀTU ZIŅOJUMS

PĒTĪJUMA PASŪTĪTĀJS:

STRATĒGISKĀS ANALĪZES KOMISIJA

PĒTĪJUMA VEICĒJS:

SIA „FIELDEX”

RĪGA, 2010

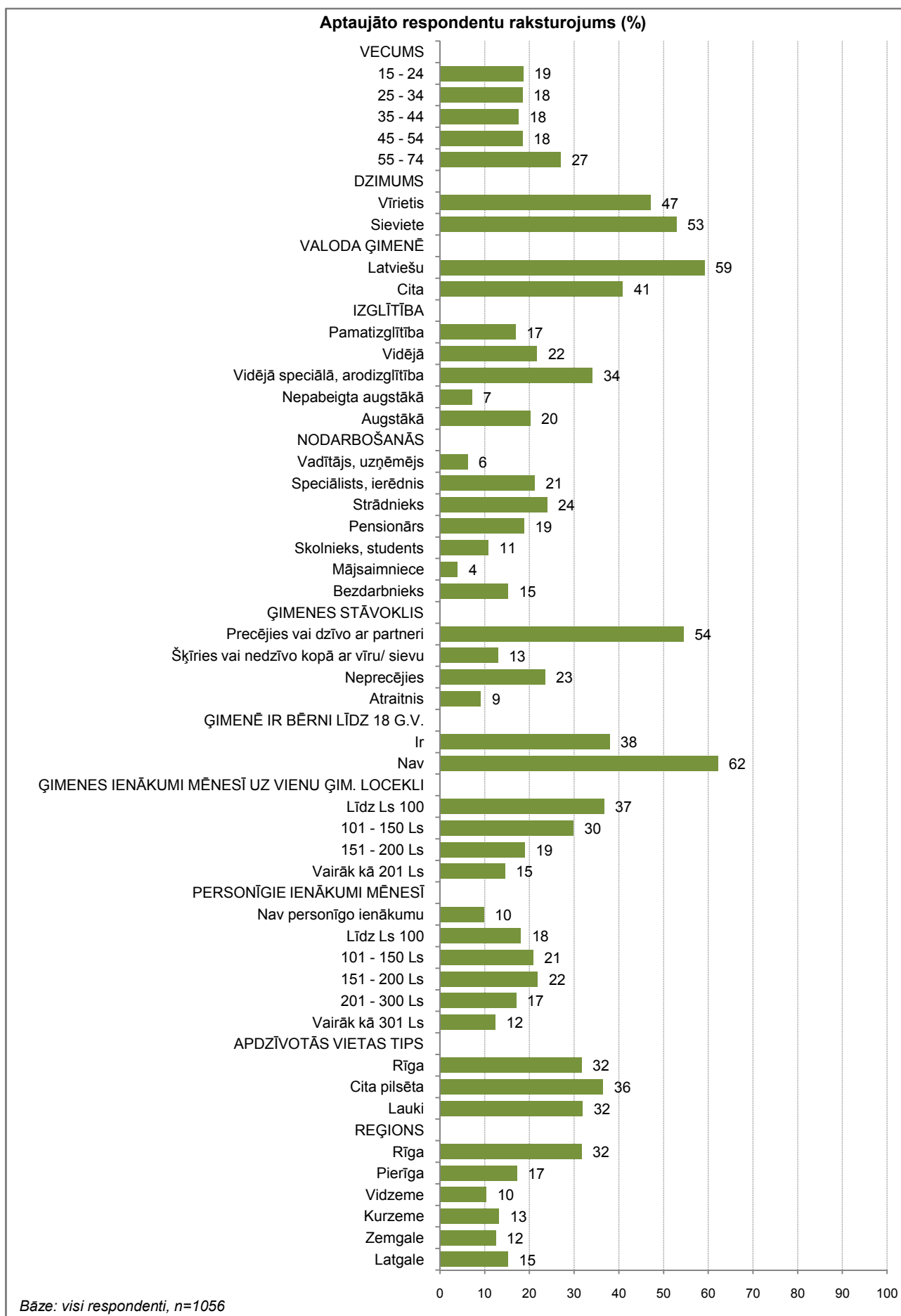
SATURA RĀDĪTĀJS

PĒTĪJUMA METODOLOĢIJA	4
1. KOPĒJIE REZULTĀTI	6
2. SALĪDZINĀJUMS PA GADIEM	10
3. DETALIZĒTA ANALĪZE SALĪDZINĀJUMĀ PA GADIEM.....	12
3.1. SKATOS TELEVĪZIJĀ KULTŪRAS RAIDĪJUMUS	12
3.2. PABEIDZU LASĪT GRĀMATU	12
3.3. APMEKLĒJU BRĪVDABAS PASĀKUMU SAVĀ PILSĒTĀ/ PAGASTĀ	13
3.4. APCEĻOJU LATVIJU.....	13
3.5. APMEKLĒJU BAZNĪCU VAI KĀDU CITU LŪGŠANU VIETU.....	14
3.6. SKATOS RAIDĪJUMU 100G KULTŪRAS LATVIJAS TELEVĪZIJĀ	14
3.7. APMEKLĒJU PASĀKUMU BĒRNIEM VAI ĢIMENĒM AR BĒRNIEM	15
3.8. APMEKLĒJU BALLI, KUR SPĒLĒJA VIETĒJIE MUZIKANTI	15
3.9. APMEKLĒJU MUZEJU.....	15
3.10. APMEKLĒJU TEĀTRA IZRĀDI.....	16
3.11. APMEKLĒJU POPULĀRĀS MŪZIKAS KONCERTU	17
3.12. APMEKLĒJU IZSTĀDI	17
3.13. APMEKLĒJU ATRAKCIJU, IZKLAIDES PARKU	18
3.14. APMEKLĒJU SPORTA SACENSĪBAS KĀ SKATĪTĀJS	18
3.15. APMEKLĒJU ZOOLOĢISKO DĀRZU	19
3.16. SKATĪJOS FILMU KINOTEĀTRĪ.....	19
3.17. DEVOS UZ CITU VALSTI TŪRISMA BRAUCIENĀ.....	20
3.18. DEVOS PĀRGĀJIENĀ	20
3.19. APMEKLĒJU DISKOTĒKAS, NAKTSKLUBUS	21
3.20. APMEKLĒJU OPERAS VAI BALETA IZRĀDI.....	21
3.21. SPĒLĒJU AZARTSPĒLES ĀRPUS MĀJAS.....	22
4. SOCIĀLI DEMOGRĀFISKO GRUPU ANALĪZE	23
4.1. SKATOS TELEVĪZIJĀ KULTŪRAS RAIDĪJUMUS	25
4.2. PABEIDZU LASĪT GRĀMATU	27
4.3. APMEKLĒJU BRĪVDABAS PASĀKUMU SAVĀ PILSĒTĀ/ PAGASTĀ	29
4.4. APCEĻOJU LATVIJU.....	31
4.5. APMEKLĒJU BAZNĪCU VAI KĀDU CITU LŪGŠANU VIETU.....	33
4.6. SKATOS RAIDĪJUMU „100G KULTŪRAS” LATVIJAS TELEVĪZIJĀ.....	35
4.7. APMEKLĒJU PASĀKUMU BĒRNIEM VAI ĢIMENĒM AR BĒRNIEM	37
4.8. APMEKLĒJU BALLI, KUR SPĒLĒJA VIETĒJIE MUZIKANTI	39

4.9. APMEKLĒJU MUZEJU	41
4.10. APMEKLĒJU TEĀTRA IZRĀDI	43
4.11. APMEKLĒJU POPULĀRĀS MŪZIKAS KONCERTU	45
4.12. APMEKLĒJU IZSTĀDI	47
4.13. APMEKLĒJU ATRAKCIJU, IZKLAIDES PARKU	49
4.14. APMEKLĒJU SPORTA SACENSĪBAS KĀ SKATĪTĀJS	51
4.15. APMEKLĒJU ZOOLOĢISKO DĀRZU	53
4.16. SKATĪJOS FILMU KINOTEĀTRĪ	55
4.17. DEVOS UZ CITU VALSTI TŪRISMA BRAUCIENĀ	57
4.18. DEVOS PĀRGĀJIENĀ	59
4.19. APMEKLĒJU DISKOTĒKAS, NAKTSKLUBUS	61
4.20. APMEKLĒJU OPERAS VAI BALETA IZRĀDI	63
4.21. SPĒLĒJU AZARTSPĒLES ĀRPUS MĀJAS	65
5. LATVIJAS IEDZĪVOTĀJU SEGMENTĀCIJA PĒC KULTŪRAS PATĒRIŅA IERADUMIEM	67
5.1. SEGMENTĀCIJAS REALIZĀCIJAS PROCESS	67
5.2. IEDZĪVOTĀJU SEGMENTI PĒC KULTŪRAS PATĒRIŅA IERADUMIEM - KOPSAVILKUMS	68
5.3. IEDZĪVOTĀJU SEGMENTU RAKSTUROJUMS PĒC SOCIĀLI DEMOGRĀFISKIEM PARAMETRIEM	71
PIELIKUMI	73
REZULTĀTU PRECIZITĀTE	73
APTAUJAS ANKETA	74

PĒTĪJUMA METODOLOĢIJA

Pētījuma mērķis:	Noskaidrot Latvijas iedzīvotāju ieradumus kultūras patēriņā
Pētījuma uzdevumi:	Iegūt datus par Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņa aktivitātēm, salīdzināt iegūtos datus ar datiem par iepriekšējiem gadiem, kā arī veikt iegūto datu analīzi dažādu sociāli demogrāfisko grupu griezumā
Pētījuma lauka darba realizācijas laiks:	2009. gada 11. līdz 29. decembris
Pētījuma mērķa grupa:	Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem <i>Mērķa grupas raksturojumu skatīt nākamajā lapaspusē</i>
Sasniegtais izlases apjoms:	1056 respondenti
Izlases veidošanas princips:	Stratificētā nejaušā izlase
Aptaujas metode:	Tiešās intervijas respondentu dzīves vietās
Datu salīdzināšana:	Kultūras patēriņa izmaiņu analīzei izmantoti dati no iepriekšējos gados pēc Valsts Kultūrkapitāla fonda pasūtījuma veiktajiem pētījumiem: „Kultūras patēriņa pētījums 2008”. SIA „Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija”, 2009. Pieejams: http://www.kkf.lv/fails.php?fid=331 „Kultūras patēriņš. Ziņojums par socioloģiskās aptaujas rezultātiem.” SIA „Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija”, 2007. Pieejams: http://www.kkf.lv/fails.php?fid=207
Pētījuma darba grupa:	
Pētījuma realizētājs:	SIA „Fieldex” (kontaktpersona – Guna Spurava)
Pētījuma projekta vadītājs:	Gints Klāsons (gintsklasons@gmail.com)



1. KOPĒJIE REZULTĀTI

Pēdējā gada laikā visbiežāk Latvijas iedzīvotāji veikuši sekojošas kultūras aktivitāte: 70% skatījušies televīzijā kultūras raidījumus, 69% lasījuši grāmatas, bet 65% - apmeklējuši brīvdabas pasākumu savā pilsētā vai pagastā. Vairāk kā puse iedzīvotāju – 56% - apceļojuši Latviju un apmeklējuši baznīcu.

Pārējās kultūras aktivitātēs iedzīvotāji iesaistījušies retāk – mazāk kā ½ iedzīvotāju tās bija veikuši vismaz reizi gada laikā. 46% vismaz reizi pēdējā gada laikā bija skatījušies raidījumu "100 gr kultūras" Latvijas televīzijā, 44% - apmeklējuši pasākumus bērniem vai ģimenēm ar bērniem, 42% - balli, kur spēlēja vietējie muzikanti, bet 41% - muzeju.

2/5 iedzīvotāju pagājušā gada laikā vismaz reizi bija apmeklējuši teātra izrādi, izstādi un populārās mūzikas koncertu.

Nedaudz retāk Latvijā dzīvojošie iesaistījušies tādās aktivitātēs kā atrakciju, izklaides parku apmeklēšana (38%), sporta spēļu apmeklēšana (37%), zooloģiskā dārza apmeklēšana (36%).

Aptuveni 1/3 iedzīvotāju vismaz reizi bija devušies uz kinoteātri, lai noskatītos filmu.

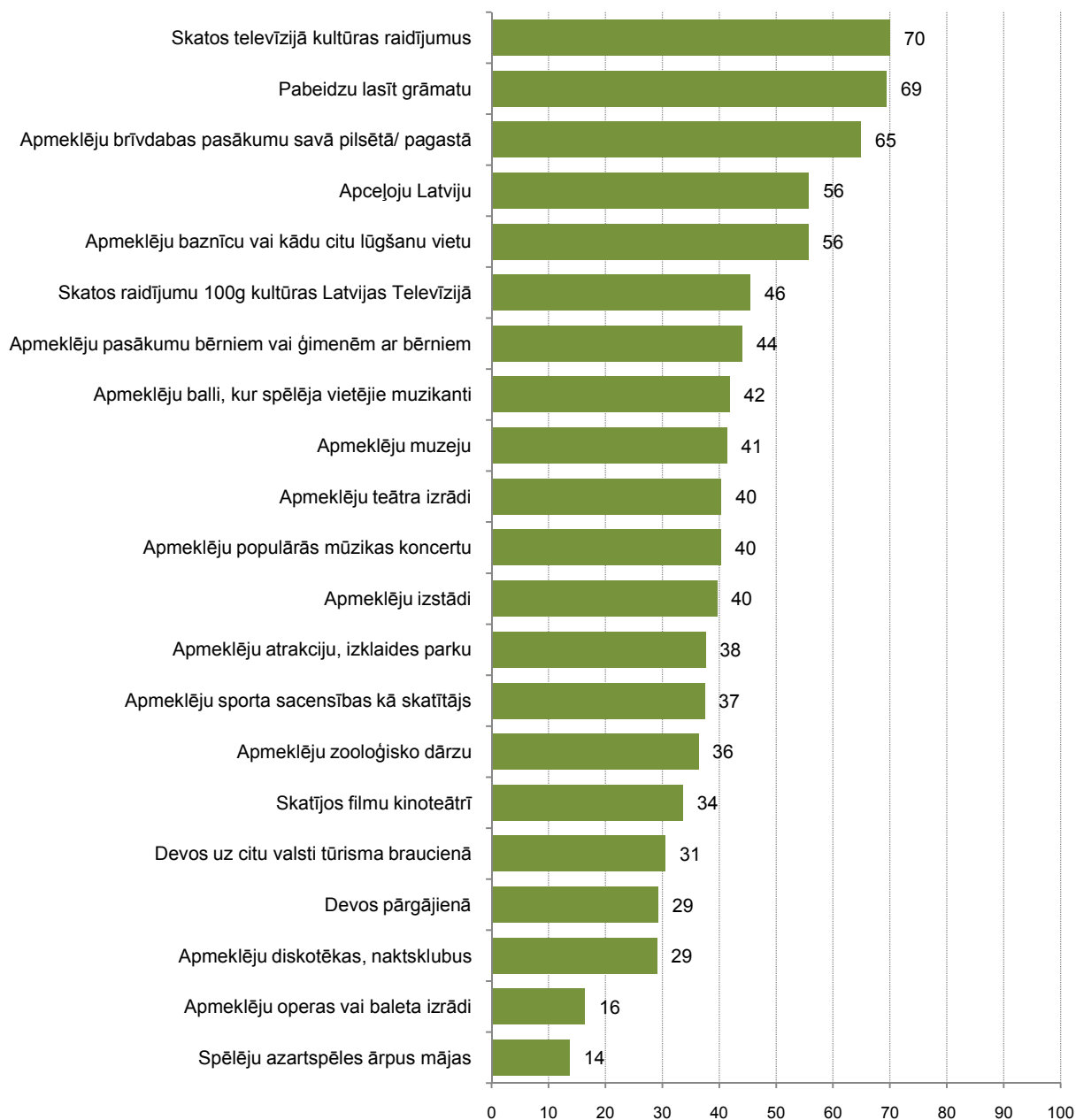
31% Latvijas iedzīvotāju pēdējo 12 mēnešu laikā vismaz reizi bija devušies tūrisma braucienā uz citu valsti, 29% devušies pārgājienā un vēl 29% - apmeklējuši diskotēkas, naktsklubus.

Tikai 16% bija apmeklējuši operas vai baleta izrādes un vēl nedaudz retāk – 14% gadījumu – spēlējuši azartspēles ārpus mājas.

Kopumā novērojams, ka Latvijas iedzīvotāji ir aktīvi kultūras patērētāji – lielākajā daļā anketā iekļauto aktivitāšu vismaz reizi pēdējo 12 mēnešu laikā bijuši iesaistīti vismaz 1/3 aptaujāto.

Pēdējā gada laikā katrs Latvijas iedzīvotājs vismaz vienreiz piedalījies vidēji 8,7 kultūras aktivitātēs, savukārt pēdējā pusgada laikā – 5,4 aktivitātēs.

**Latvijas iedzīvotāju veiktās kultūras aktivitātes pēdējā gada laikā -
aktivitāšu izplatība (ir veikuši vismaz reizi gadā) (%)**



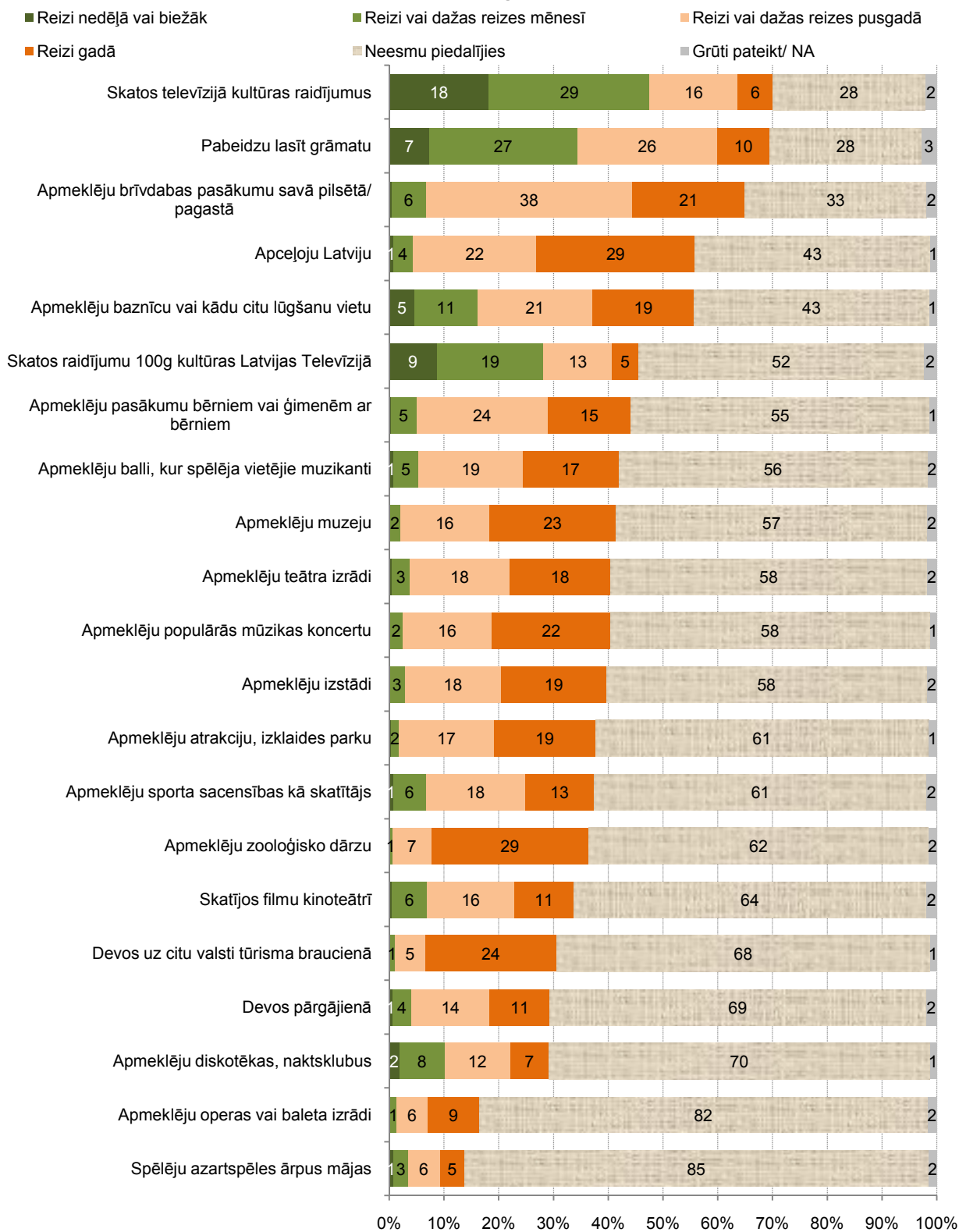
Bāze: visi respondenti, n=1056

Vērtējot Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņu pēc aktivitāšu regularitātes, novērojams, ka visbiežāk iedzīvotāji skatījušies kultūras raidījumus televīzijā: 18% to darījuši reizi nedēļā vai biežāk un vēl 29% - reizi vai dažas reizes mēnesī (tai skaitā, izteikti regulāra bijusi arī konkrēti raidījuma „100 gr kultūras” skatīšanās: 9% to darījuši reizi nedēļā vai biežāk un 19% - reizi vai vairākas reizes mēnesī). Regulāra aktivitāte bijusi arī grāmatu lasīšana: 7% iedzīvotāju izlasījuši pa grāmatai nedēļā, vēl 27% - pa grāmatai vismaz reizi mēnesī. Kā ceturtā visregulārāk veiktā aktivitāte minama baznīcas apmeklēšana: 5% to dara reizi nedēļā vai biežāk un 11% - reizi vai dažas reizes mēnesī.

Kā aktivitātes, kas salīdzinoši visbiežāk tiek veiktas reizi vai dažas reizes pusgadā identificējas – brīvdabas pasākumu apmeklēšana savā pilsētā vai pagastā (38%), grāmatu lasīšana (26%) un bērnu, ģimenes pasākumu apmeklēšana (24%).

Savukārt aktivitātes, kas salīdzinoši visbiežāk tiek veiktas tikai reizi vai dažas reizes gadā, ir: Latvijas apceļošana (29%), zooloģiskā dārza apmeklēšana (29%), tūrisma brauciens uz citu valsti (24%), muzeja apmeklēšana (23%) un populārās mūzikas koncerta apmeklēšana (22%).

Latvijas iedzīvotāju veiktās kultūras aktivitātes pēdējā gada laikā - aktivitāšu regularitāte (%)



Bāze: visi respondenti, n=1056

Piezīme: Attēlā nav attēlotas procentuālās vērtības, kas ir mazākas par 1%!

2. SALĪDZINĀJUMS PA GADIEM

Salīdzinot rezultātus ar iepriekšējos gados iegūtajiem, novērojams, ka visbūtiskāk pieaudzis to iedzīvotāju īpatsvars, kuri pēdējā gada laikā vismaz reizi skatījušies LTV raidījumu „100 gr kultūras” (salīdzinot ar 2007.gadu, pieaugums par 7%).

Dažu citu kultūras aktivitāšu veikšanas īpatsvars pieaudzis mazāk: salīdzinot ar 2007.gadu, par 3% pieaudzis to iedzīvotāju īpatsvars, kuri apmeklē baznīcu vai citu lūgšanu vietu, par 2% - to, kuri spēlē azartspēles ārpus mājas, kā arī to, kuri lasa grāmatas.

Tādā pat īpatsvarā kā pirms gada un diviem saglabāties to iedzīvotāju skaits, kuri apmeklē diskotēkas un naktsklubus.

Pārējās kultūras aktivitātēs iesaistīto īpatsvars ir vairāk vai mazāk, bet samazinājies, salīdzinot ar 2007.gadu. Visbūtiskāk – par 9% - samazinājies to īpatsvars, kuri apmeklē izklaides, atrakciju parkus, par 7% - to, kuri skatījušies filmas kinoteātros, kā arī to, kuri apmeklējuši teātra izrādes. Par 6% samazinājies to Latvijas iedzīvotāju īpatsvars, kuri vismaz reizi pēdējā gada laikā ir devušies ceļojumā pa Latviju, kā arī to, kuri ir apmeklējuši muzejus.

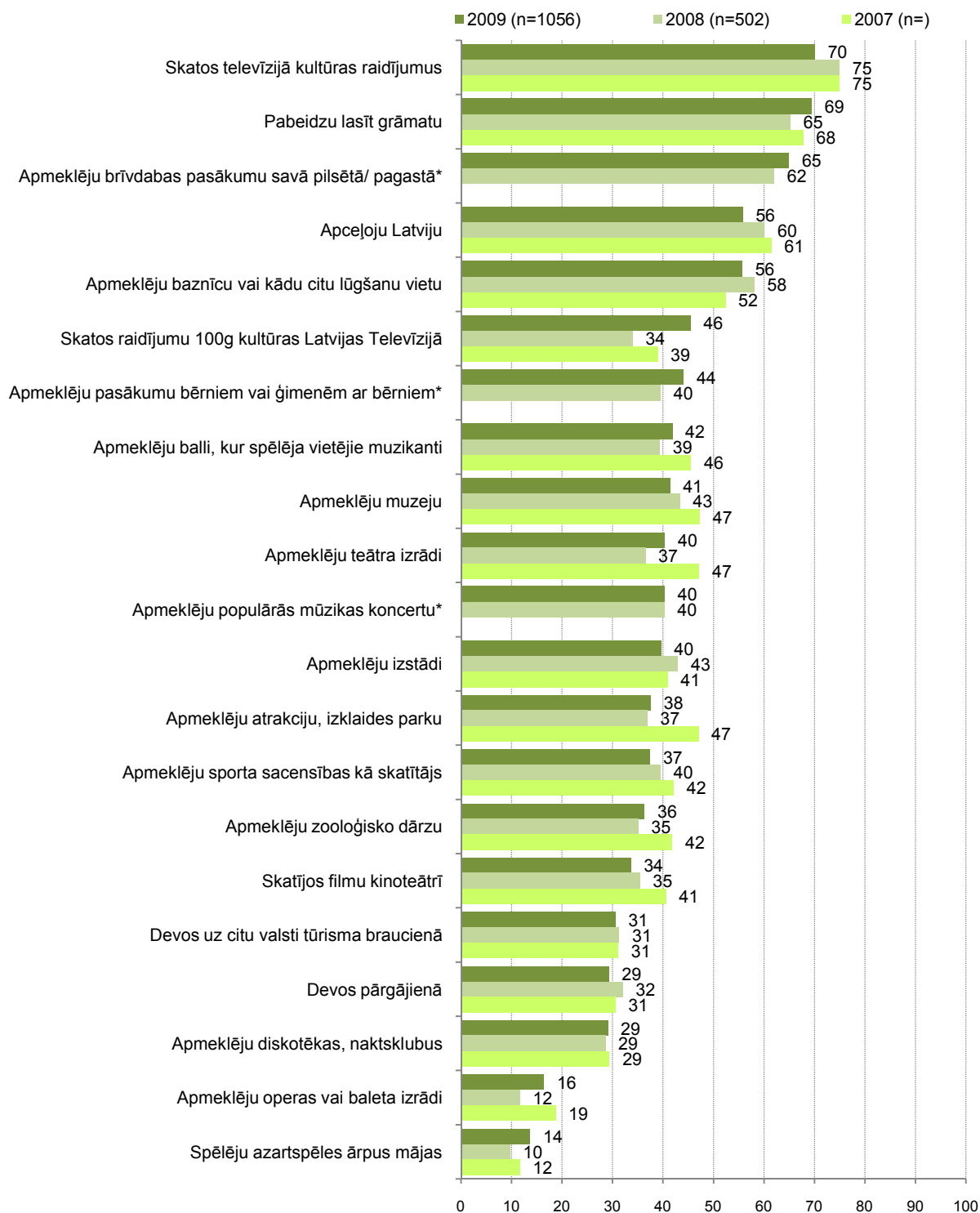
Par 5% mazāks kļuvis to valsts iedzīvotāju skaits, kuri apmeklējuši sporta sacensības kā skatītāji, kā arī to, kuri televīzijā skatās raidījumus par kultūru (jāpiebilst, ka vienlaikus novērojams ievērojams pieaugums to iedzīvotāju vidū, kuri skatās raidījumu „100 gr kultūra”), un kuri apmeklējuši zooloģisko dārzu.

Gandrīz tik pat lielā mērā – par 4% - samazinājies to iedzīvotāju īpatsvars, kuri apmeklējuši balli, kurā spēlējuši vietējie muzikanti.

Mazāks bijis to iedzīvotāju īpatsvars samazinājums, kuri apmeklējuši operas vai baleta izrādes (2%), devušies tūrisma braucienā uz citu valsti (1%), devušies pārgājienā (1%), apmeklējuši izstādi (1%).

Ja salīdzina jauniegūtos datus ar 2007.gada mērījumiem, tad kopumā novērojams neliels kultūras aktivitātēs iesaistīto iedzīvotāju īpatsvara kritums, savukārt, ja salīdzina ar 2008.gada mērījumiem, novērojams neliels pieaugums.

**Latvijas iedzīvotāju veiktās kultūras aktivitātes pēdējā gada laikā -
salīdzinājums pa gadiem (%)**



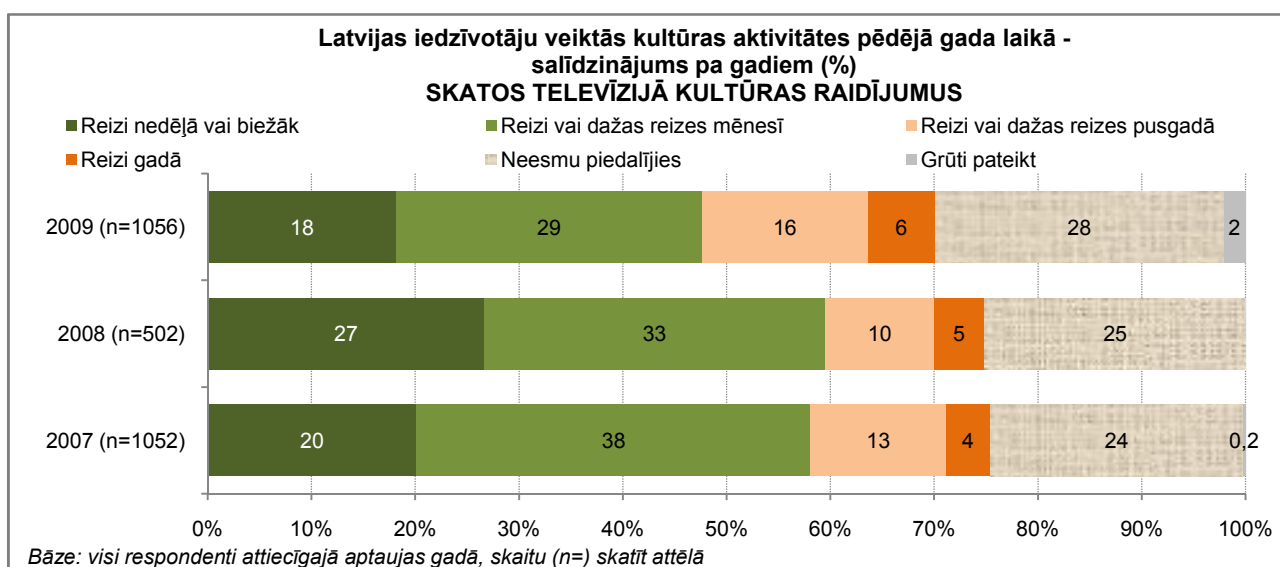
Bāze: visi respondenti attiecīgajā aptaujas gadā, skaitu (n=) skatīt attēlā

*Šīs kategorijas mērījumos tika iekļautas sākot ar 2008.gadu, tādēļ salīdzinājums ar 2007.gadu nav iespējams.

3. DETALIZĒTA ANALĪZE SALĪDZINĀJUMĀ PA GADIEM

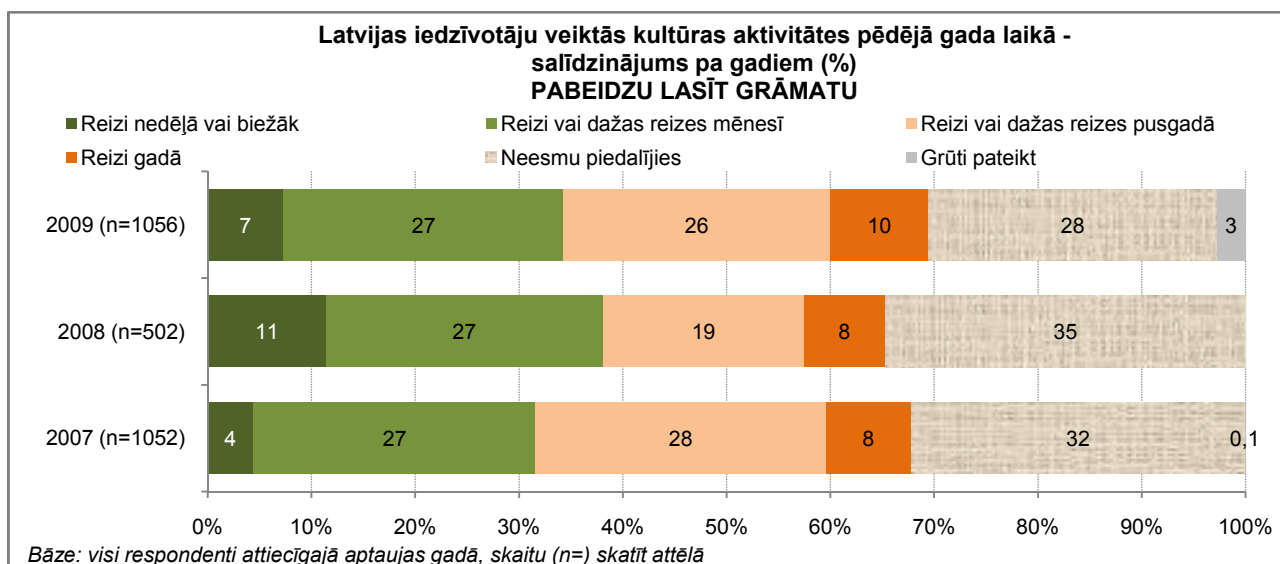
3.1. Skatos televīzijā kultūras raidījumus

Lai gan kopējais to iedzīvotāju īpatsvars, kuri skatās televīzijā kultūras raidījumus, nav būtiski mainījies, mainījušies ir iedzīvotāju paradumi šo raidījumu vērošanā – samazinājies to skatītāju īpatsvars, kuri šos raidījumus skatījās reizi nedēļā vai biežāk(ja 2008.gadā tādu bija 27%, tad šogad vairs tikai 18%). Tas nozīmē – lai arī kopumā kultūras raidījumu skatītāju īpatsvars nav būtiski mainījies, šo raidījumu skatīšanās regularitāte ir kritusies, pieaugot to skatītāju īpatsvaram, kuri kultūras raidījumus skatās reizi vai dažas reizes pusgadā.



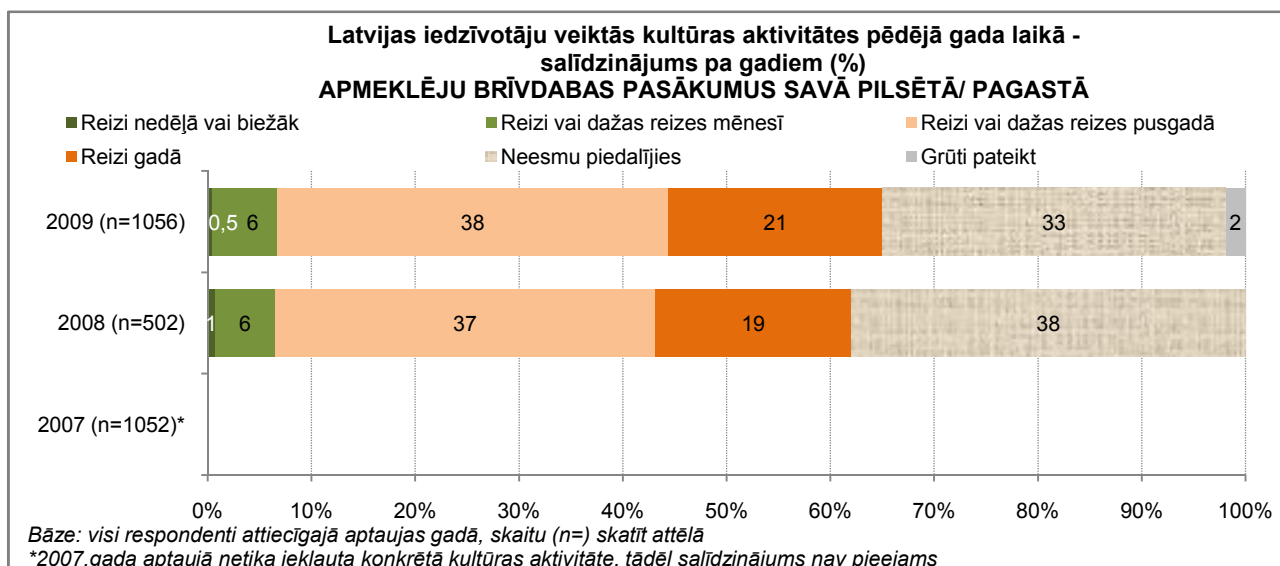
3.2. Pabeidzu lasīt grāmatu

Grāmatu lasītāju īpatsvars nav īpaši mainījies, salīdzinoši nemainīgiem saglabājoties arī lasīšanas regularitātes rādītājiem.



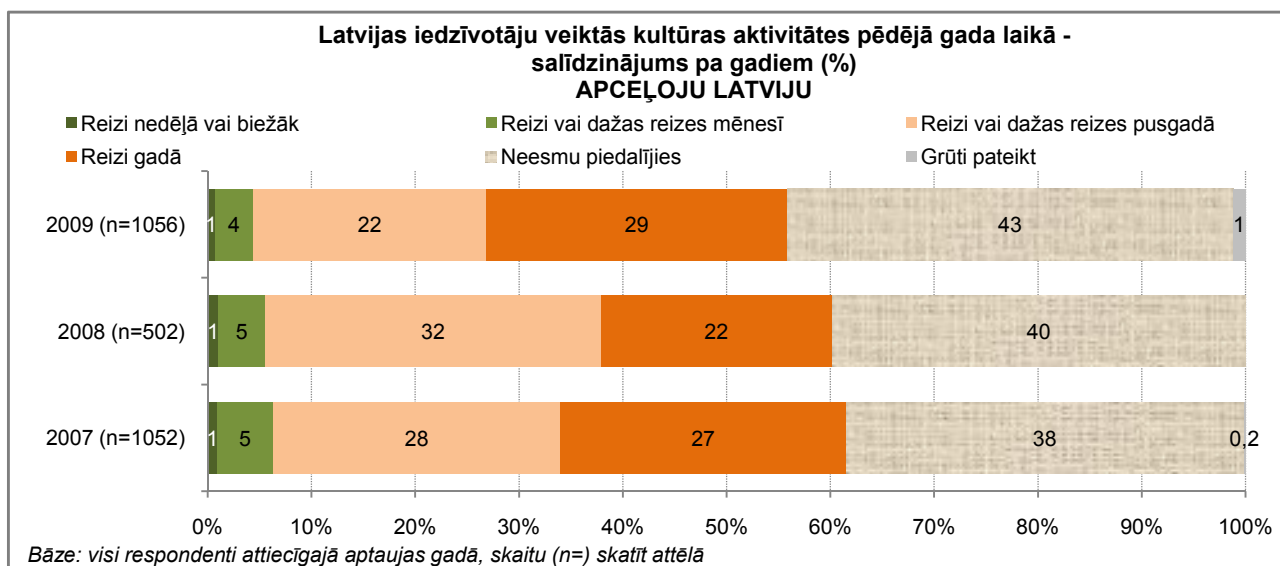
3.3. Apmeklēju brīvdabas pasākumu savā pilsētā/ pagastā

Salīdzinot ar 2008.gadu (2007.gada anketā šāda kultūras aktivitāšu kategorija netika iekļauta), brīvdabas pasākumu apmeklētāju īpatsvars nav būtiski mainījies, tāpat nemainīgai saglabājoties šo pasākumu apmeklēšanas regularitātei.



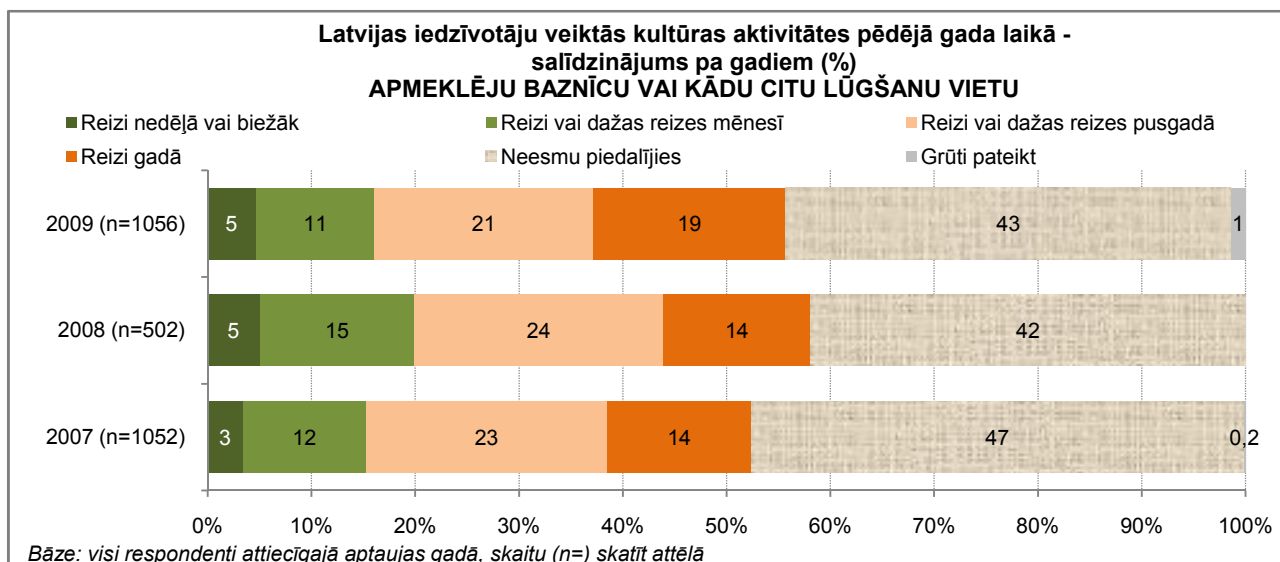
3.4. Apceļoju Latviju

Latvijas apceļotāju īpatsvars pēdējo trīs gadu laikā ir pakāpeniski samazinājies. Attiecībā uz Latvijas apceļošanas regularitāti novērojamas interesantas tendences: nemainīgs saglabājies iedzīvotāju to īpatsvars, kuri dzimto zemi apceļot dodas vismaz reizi vai dažas reizes mēnesī (tādu ir aptuveni 5%-6%), bet samazinājies to īpatsvars, kuri to dara reizi vai dažas reizes pusgadā (2007.g. – 28%, 2008.g. – 32%, 2009.g. – 22%), tai pat laikā nedaudz palielinoties to iedzīvotāju īpatsvaram, kuri Latviju apceļo reizi gadā (2007.g. – 27%, 2008.g. – 22%, 2009.g. – 29%).



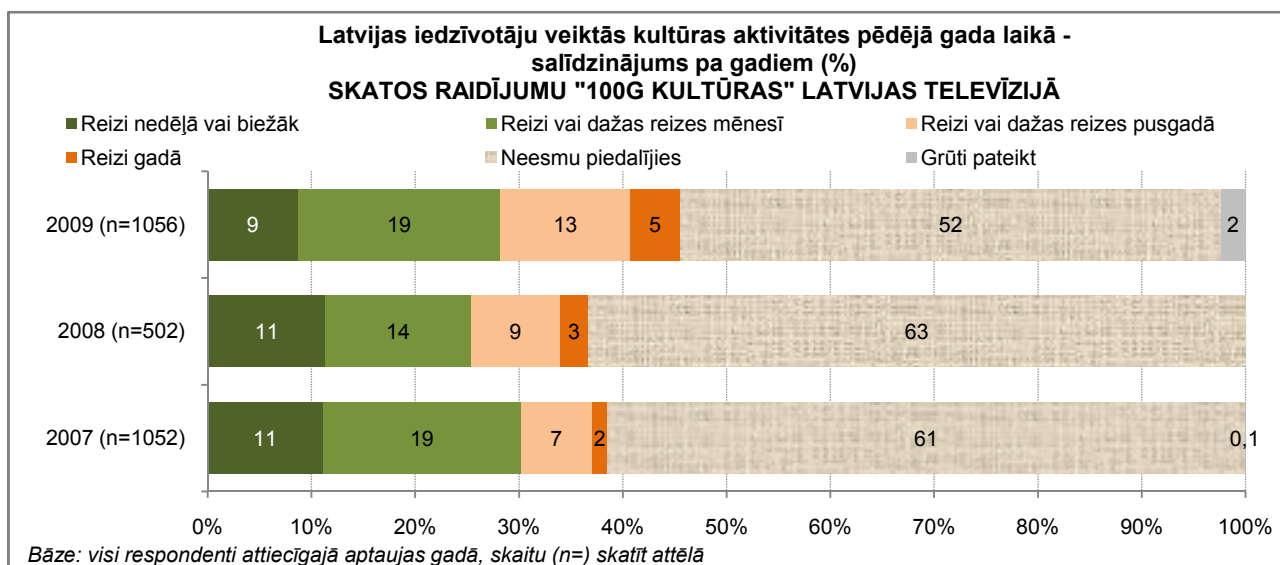
3.5. Apmeklēju baznīcu vai kādu citu lūgšanu vietu

Baznīcas vai citu lūgšanu vietu apmeklētāju skaits ir nedaudz pieaudzis un pamatā tas noticis uz to rēķina, kuri baznīcu apmeklē reizi gadā (pieaugums no 14% uz 19%).



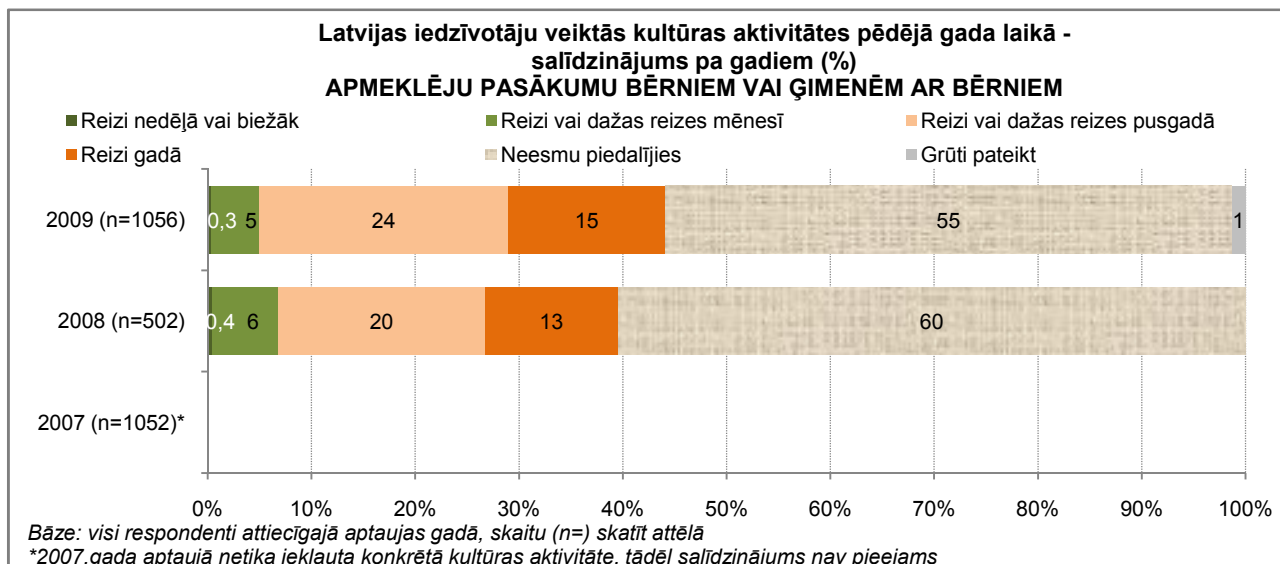
3.6. Skatos raidījumu 100g kultūras Latvijas Televīzijā

LTV raidījuma „100 gr kultūras” skatītāju īpatsvars ir pieaudzis. Aptuveni vienādā līmenī pēdējo trīs gadu laikā saglabāties to skatītāju īpatsvars, kuri šo raidījumu skatās vismaz reizi vai dažas reizes mēnesī (tādu ir 25%-30%), taču pieaudzis to īpatsvars, kuri raidījumu skatās retāk - reizi vai dažas reizes pusgadā vai reizi gadā (2007.g. – 9%, 2008.g. – 12%, 2009.g. – 18%).



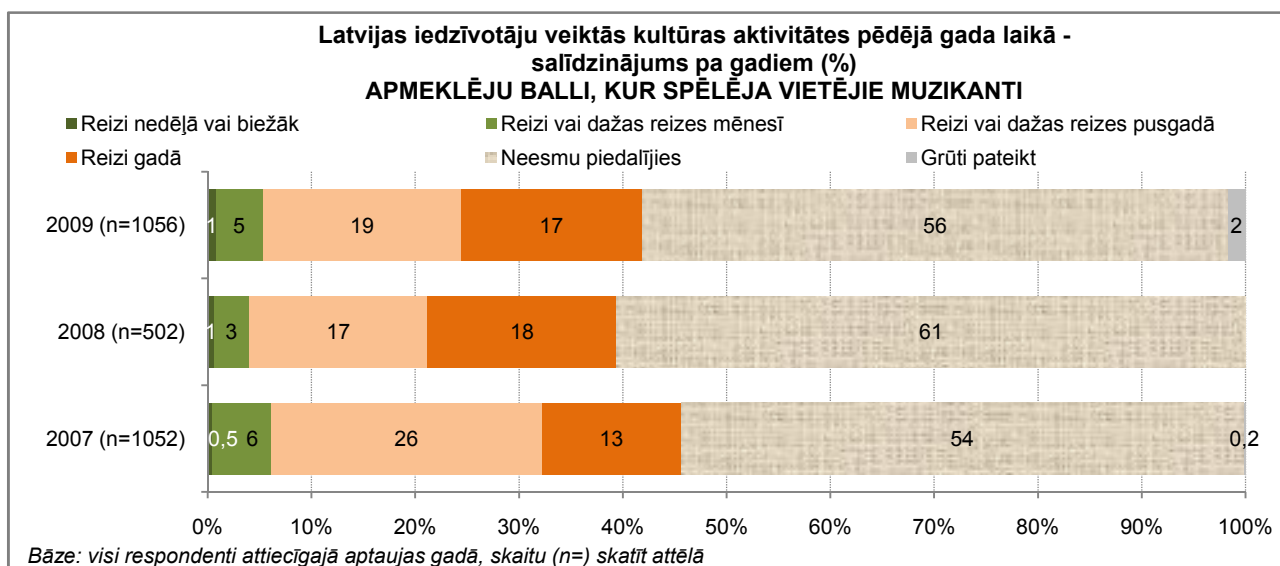
3.7. Apmeklēju pasākumu bērniem vai ģimenēm ar bērniem

Salīdzinot ar 2008.gadu (2007.gada anketā šāda kultūras aktivitāšu kategorija netika iekļauta), nedaudz pieaudzis to iedzīvotāju īpatsvars, kuri apmeklē pasākumus bērniem vai ģimenēm ar bērniem. Šādu pasākumu apmeklēšanas regularitātē pēdējo divu gadu laikā gan nav mainījusies.



3.8. Apmeklēju balli, kur spēlēja vietējie muzikanti

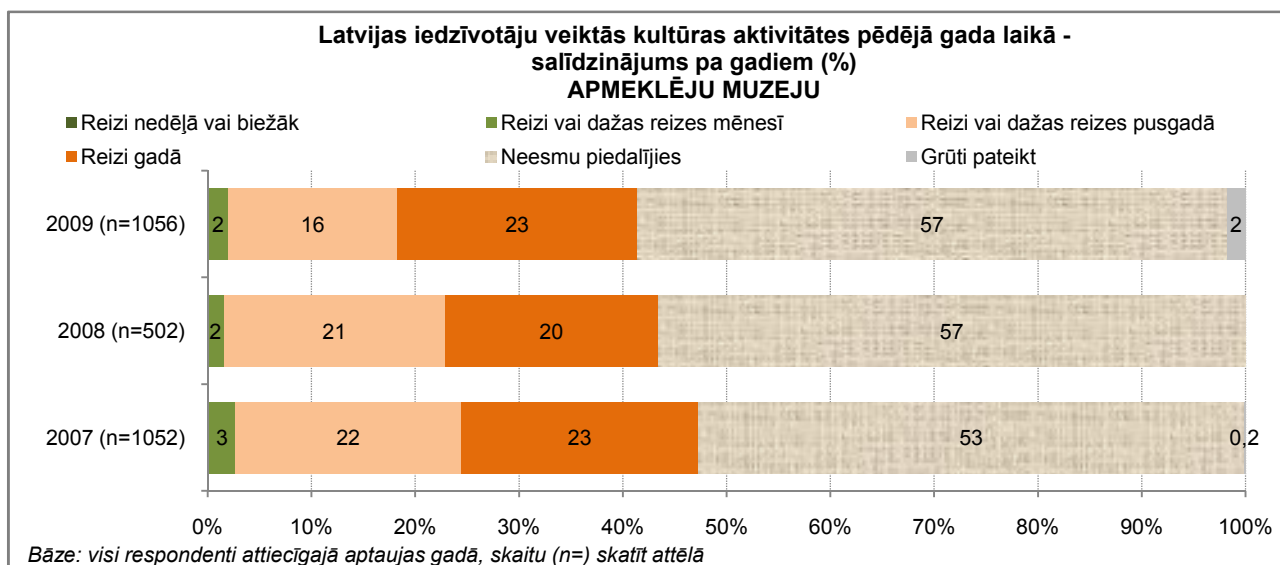
Pēdējo trīs gadu laikā nedaudz samazinājies ballu, kurā spēlē vietējie muzikanti, apmeklētāju īpatsvars, vienlaikus īpaši nemainoties šo pasākumu apmeklēšanas regularitātei.



3.9. Apmeklēju muzeju

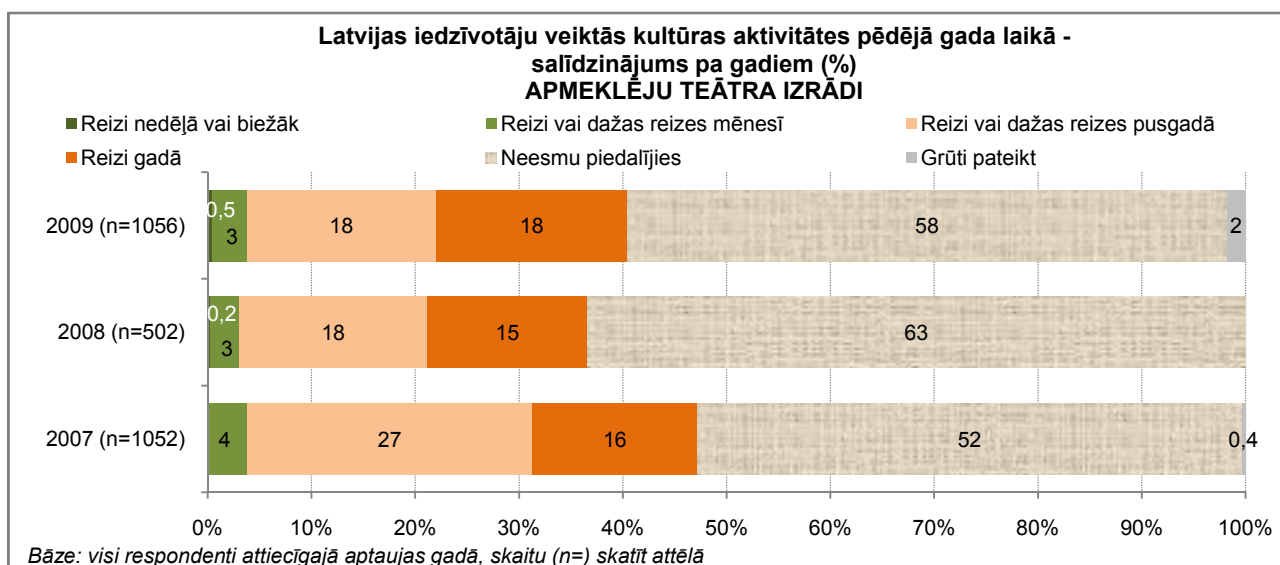
Muzeju apmeklētāju īpatsvars pēdējos trīs gados ir ar katru gadu arvien samazinājies, tai pat laikā – regulāro apmeklētāju (apmeklē muzejus vismaz reizi vai dažas reizes mēnesī) īpatsvars saglabājies nemainīgs (2%-3%), samazinājies to īpatsvars, kuri muzejus apmeklē reizi vai dažas

reizes pusgadā (2007.g. – 22%, 2008.g. – 21%, 2009.g. – 16%), bet svārstīgs bijis to īpatsvars, kuri uz kādu muzeju devušies reizi gadā (2007.g. – 23%, 2008.g. – 20%, 2009.g. – 23%).



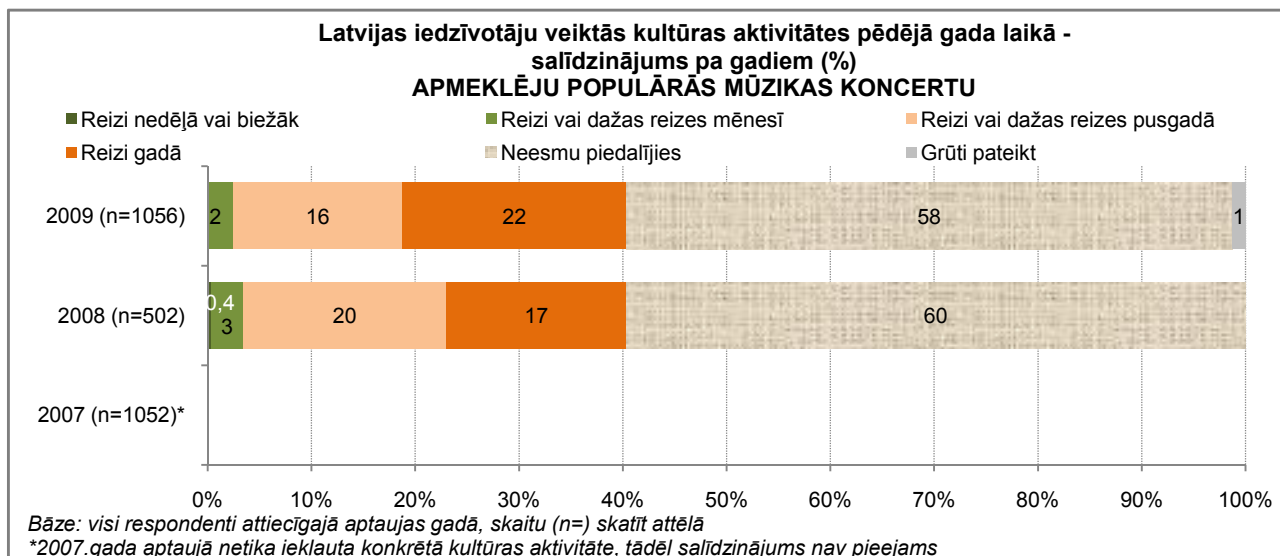
3.10. Apmeklēju teātra izrādi

Teātra apmeklētāju īpatsvars bijis mainīgs pēdējo trīs gadu laikā – vislielākais 2007.gadā, 2008.gadā samazinoties aptuveni par 10%, bet 2009.gadā atkal pieaugot par aptuveni 5%. Regulāro teātra apmeklētāju īpatsvars gan nav mainījies (3%-4% ir tādu, kuri teātri apmeklē vismaz reizi vai dažas reizes mēnesī). Samazinājies ir to īpatsvars, kuri teātri apmeklē reizi vai dažas reizes pusgadā (2007.g. – 27%, 2008.g. – 18%, 2009.g. – 18%), savukārt nedaudz pieaudzis to, kuri apmeklē reizi gadā (2007.g. – 16%, 2008.g. – 15%, 2009.g. – 18%).



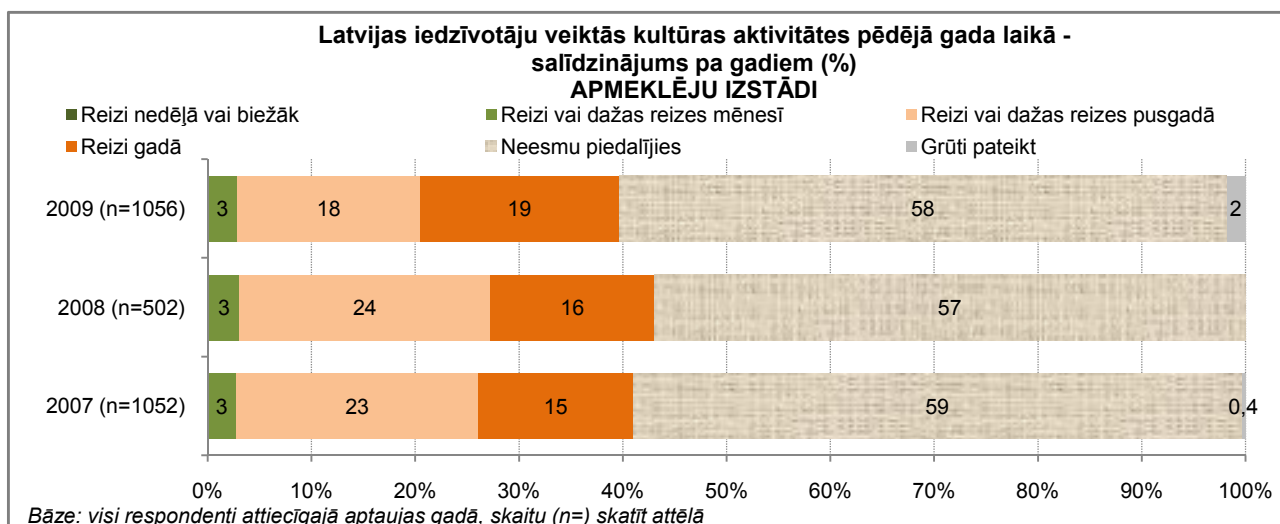
3.11. Apmeklēju populārās mūzikas koncertu

Populārās mūzikas koncertu apmeklētāju īpatsvars saglabājies pēdējo divu gadu laikā nemainīgs. Tai pat laikā novērojams, ka mainījusies šādu pasākumu apmeklēšanas regularitāte: ja 2007.gadā 20% populārās mūzikas koncertus apmeklēja reizi vai dažas reizes pusgadā un 17% - reizi gadā, tad 2009.gadā šie rādītāji ir attiecīgi 16% un 22%, kas nozīmē, ka iedzīvotāji, kur agrāk uz koncertiem gāja vairākas reizes gadā, šogad gājuši tikai vienreiz.



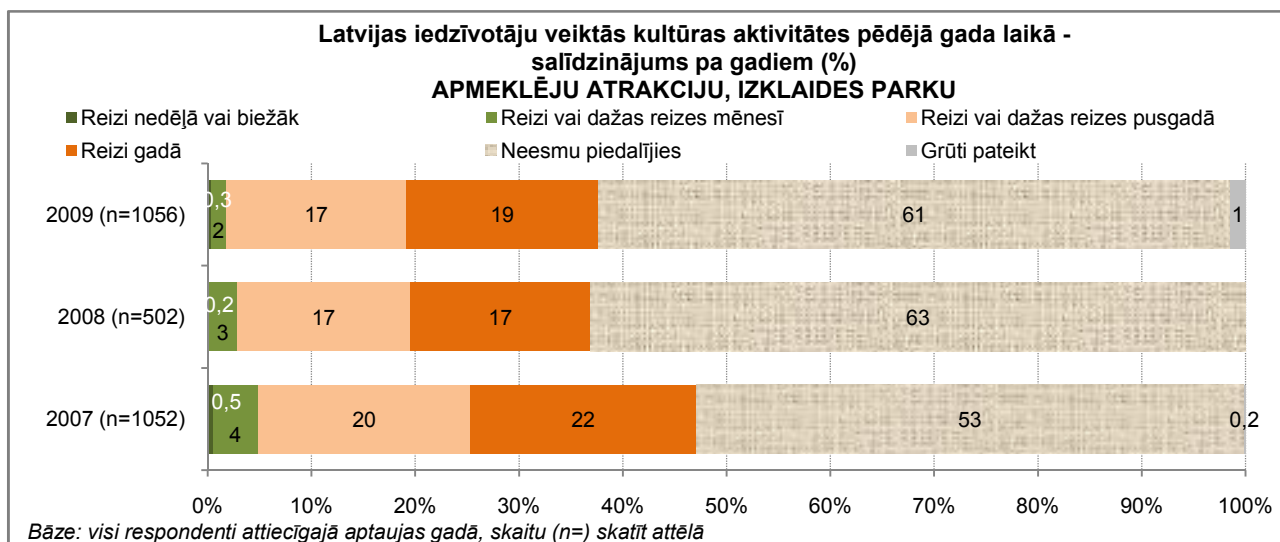
3.12. Apmeklēju izstādi

Izstāžu apmeklētāju īpatsvars pēdējo trīs gadu laikā bijis mainīgs – 2008.gadā nedaudz pieaudzis, bet 2009.gadā atkal samazinājies līdz 2007.gadā novērotajam līmenim. Novērojams arī, ka mainījusies izstāžu apmeklēšanas regularitāte – regulāro apmeklētāju (kuri izstādes apmeklē vismaz reizi vai dažas reizes mēnesī) īpatsvars nav mainījies (3%), bet samazinājies to, kuri izstādes apmeklē reizi vai dažas reizes pusgadā (2007.g. – 23%, 2008.g. – 24%, 2009.g. – 18%), vienlaikus palielinoties to, kuri apmeklē reizi gadā (2007.g. – 15%, 2008.g. – 16%, 2009.g. – 19%).



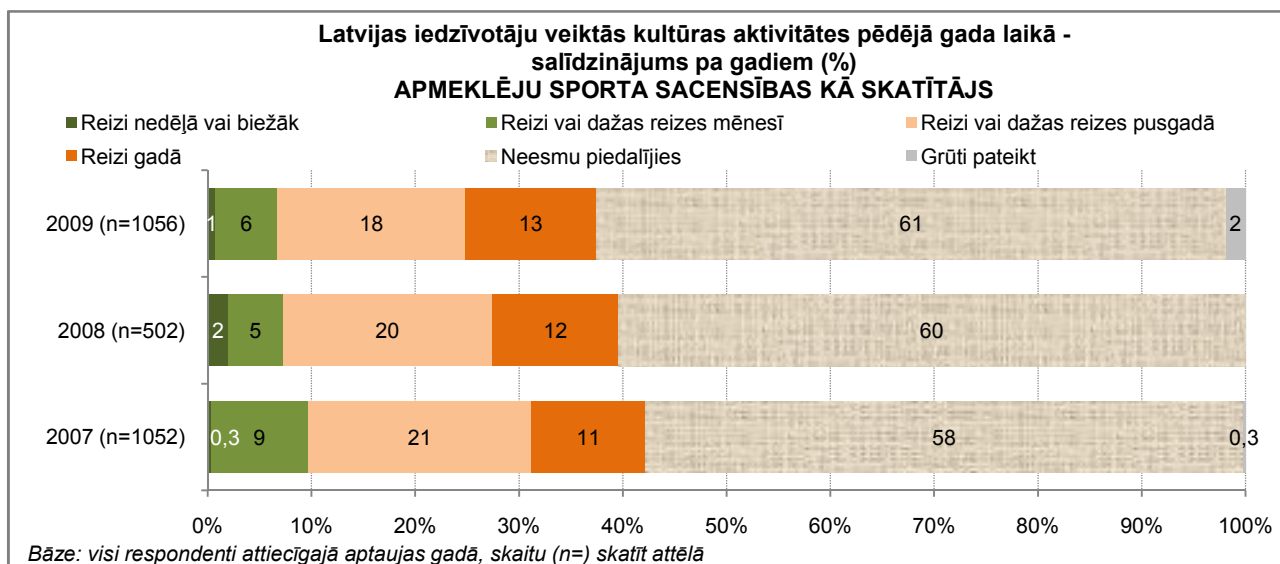
3.13. Apmeklēju atrakciju, izklaides parku

Atrakciju parku apmeklētāju īpatsvars ir samazinājies, tieši gan, samazinājums tika novērots jau 2008.gadā, bet pēdējo divu gadu laikā būtiskas izmaiņas nav notikušas. 2008.gadā novērojams samazinājums divās mērķa grupās: par 3% samazinājās to īpatsvars, kuri atrakciju un izklaides parkus apmeklēja reizi vai dažas reizes pusgadā un par 5% - to, kuri reizi gadā.



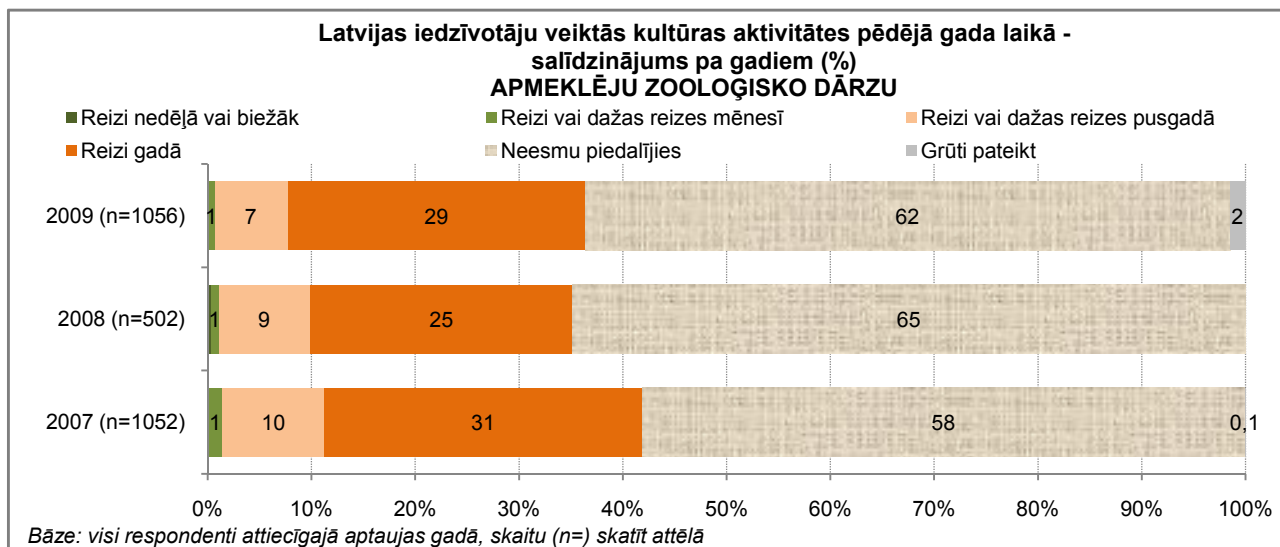
3.14. Apmeklēju sporta sacensības kā skatītājs

Sporta sacensību apmeklētāju īpatsvars pēdējo trīs gadu laikā ir pakāpeniski samazinājies, vienlaikus mainoties arī šo pasākumu apmeklētāju ieradumiem attiecībā uz apmeklējumu regularitāti. Salīdzinot ar 2007.gadu, turpmākajos divos gados mazāks bijis sporta sacensību regulāro apmeklētāju (kuri apmeklējuši vismaz reizi vai dažas reizes mēnesī) īpatsvars – krities no 10% līdz 7%. Krities arī to īpatsvars, kuri sporta sacensības apmeklējuši reizi vai dažas reizes pusgadā, vienlaikus nedaudz, bet pakāpeniski, pieaugot to īpatsvaram, kuri šādus pasākumus apmeklē reizi gadā.



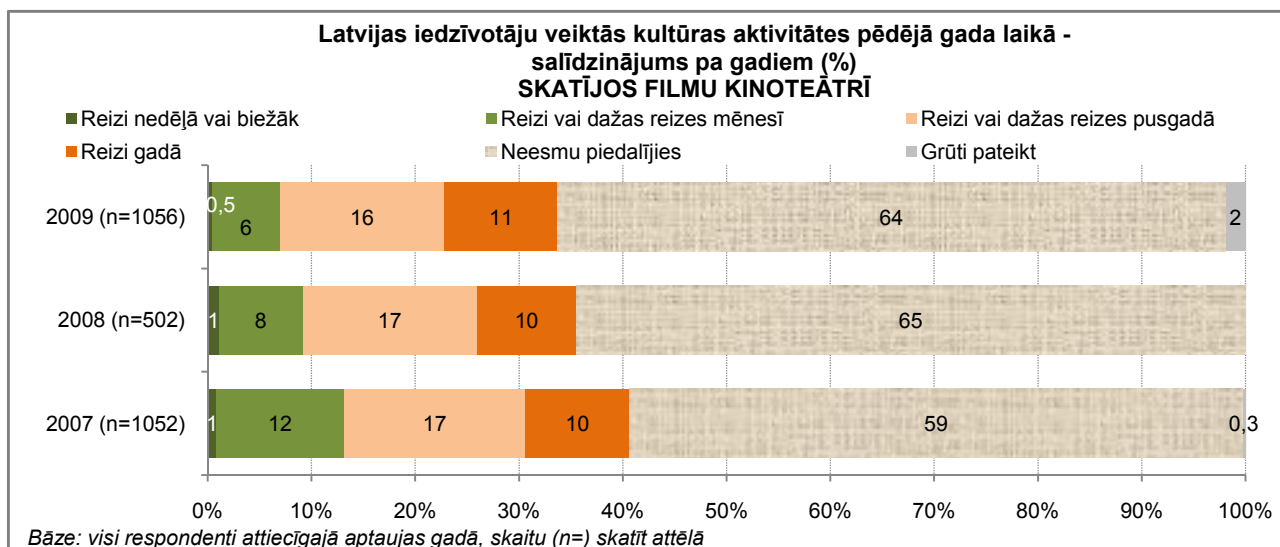
3.15. Apmeklēju zooloģisko dārzu

Zooloģiskā dārza apmeklētāju īpatsvars ir nedaudz krities, salīdzinot ar 2007.gadu, bet nenozīmīgi palielinājies, salīdzinot ar 2008.gadu. Novērojams, ka pēdējo trīs gadu laikā pakāpeniski samazinājies to iedzīvotāju īpatsvars, kuri zooloģisko dārzu apmeklējuši reizi vai dažas reizes pusgadā (2007.g. – 10%, 2008.g. – 9%, 2009.g. – 7%). Savukārt svārstīgs bijis to īpatsvars, kuri uz zooloģisko dārzu devušies reizi gadā (2007.g. – 31%, 2008.g. – 25%, 2009.g. – 29%).



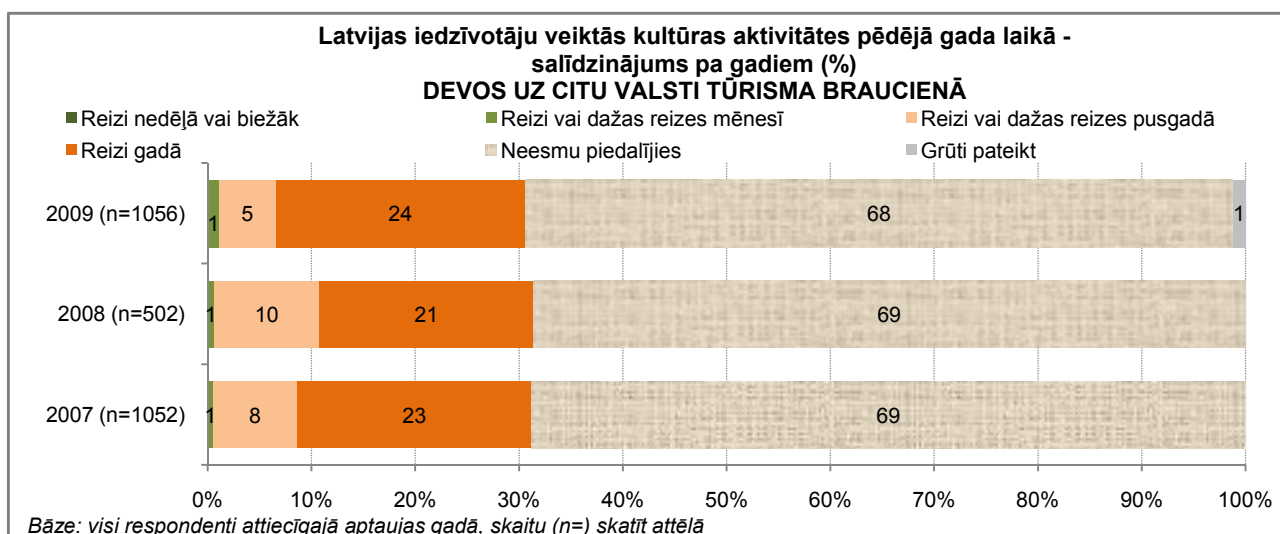
3.16. Skatījos filmu kinoteātrī

Pēdējo trīs gadu laikā pakāpeniski samazinājies to iedzīvotāju īpatsvars, kuri devušies uz kinoteātri skatīties filmas. Interesanti, ka, pretēji kā citu kultūras aktivitāšu gadījumos, šeit novērojams tieši regulāro apmeklētāju kritums, nemainīgam saglabājoties retāko apmeklētāju īpatsvaram. To īpatsvars, kuri kinoteātri apmeklējuši vismaz reizi vai dažas reizes mēnesī, samazinājies no 13% 2007.gadā līdz 6% 2009.gadā, nemainīgam saglabājoties to īpatsvaram, kuri uz kino devušies reizi vai dažas reizes pusgadā (16%-17%), kā arī to, kuri reizi gadā (10%-11%).



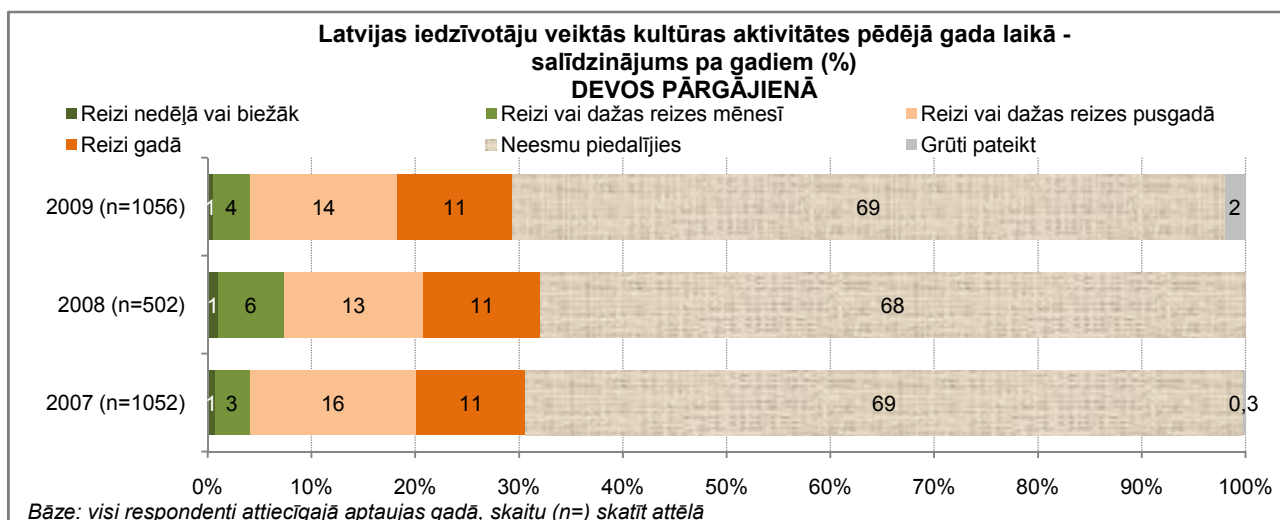
3.17. Devos uz citu valsti tūrisma braucienā

Tūrisma braucienos devušos īpatsvars Latvijas iedzīvotāju vidū nav būtiski mainījies pēdējo trīs gadu laikā. Taču novērojams, ka samazinājies to īpatsvars, kuri šādos braucienos devušies reizi vai dažas reizes pusgadā (2007.g. – 8%, 2008.g. – 10%, 2009.g. – 5%). Svārstīgs bijis to īpatsvars, kuri tūrisma braucienos uz citām valstīm devušies reizi gadā (2007.g. – 23%, 2008.g. – 21%, 2009.g. – 24%). Visdrīzāk, 2008.gadā tie, kuri iepriekš ceļoja tikai reizi gadā, izbraucienos ārpus Latvijas sāka doties biežāk, savukārt 2009.gadā atkal bija spiesti tūrisma braucienos doties tikai reizi gadā vai pat retāk.



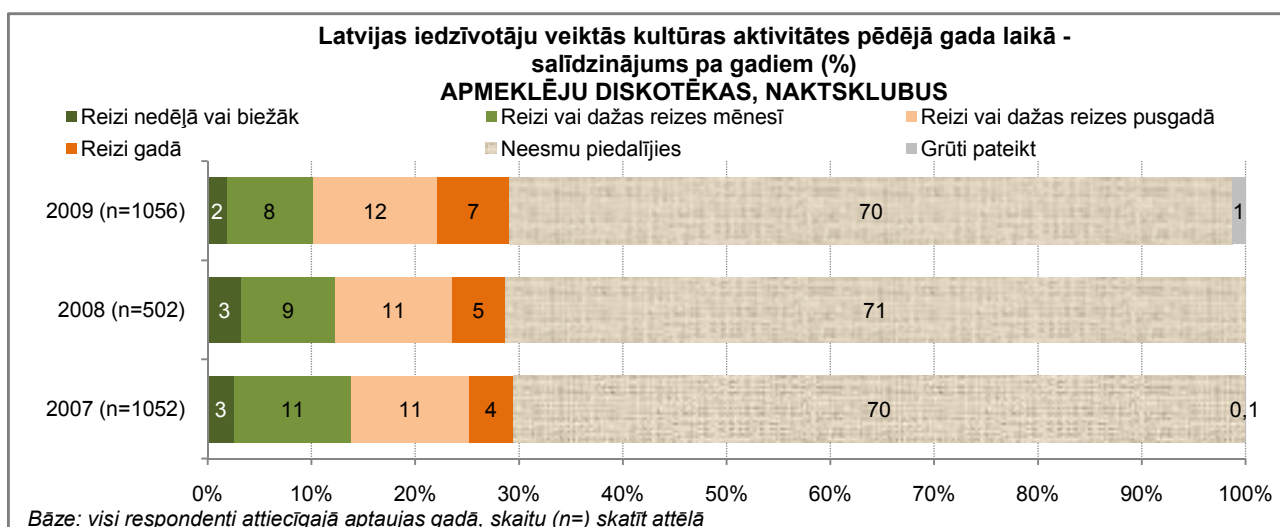
3.18. Devos pārgājienā

To iedzīvotāju īpatsvars, kuri devušies pārgājienā pēdējo trīs gadu laikā nav būtiski mainījies. Nedaudz svārstīgi gan bijuši pārgājienu regularitātes rādītāji – to, kuri pārgājienu devušies vismaz reizi vai dažas reizes mēnesī (2007.g. – 4%, 2008.g. – 7%, 2009.g. – 5%), kā arī to, kuri reizi vai dažas reizes pusgadā (2007.g. – 16%, 2008.g. – 13%, 2009.g. – 14%). Nemainīgs saglabājies reto pārgājienu devušos (reizi gadā) īpatsvars (11%).



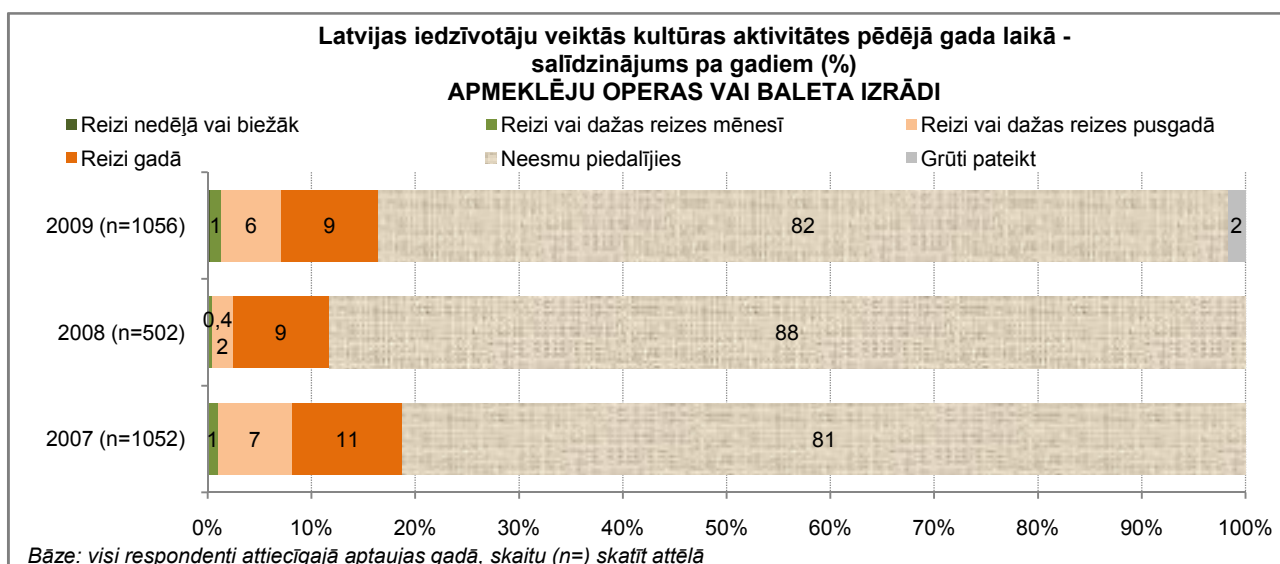
3.19. Apmeklēju diskotēkas, naktsklubus

Diskotēku un naktsklubu apmeklētāju īpatsvars nav mainījies pēdējo trīs gadu laikā, taču nedaudz mainījušies apmeklētāju ieradumi šo aktivitāšu apmeklēšanas regularitātē. Samazinājusies to iedzīvotāju īpatsvars, kuri diskotēkas un naktsklubus apmeklējuši vismaz reizi vai dažas reizes mēnesī (2007.g. – 14%, 2008.g. – 12%, 2009.g. – 10%), nemainīgam saglabājoties to īpatsvaram, kuri apmeklējuši reizi vai dažas reizes pusgadā (11%-12%), bet nedaudz palielinoties to īpatsvaram, kuri apmeklējuši reizi gadā (2007.g. – 4%, 2008.g. – 5%, 2009.g. – 7%).



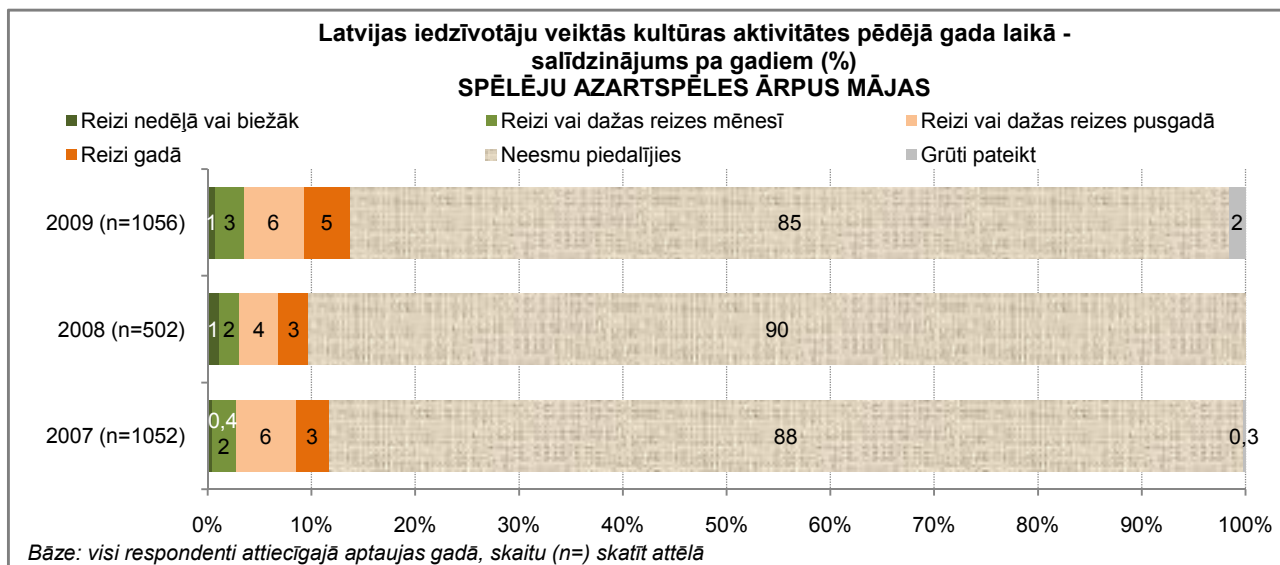
3.20. Apmeklēju operas vai baleta izrādi

Operas un baleta izrāžu apmeklētāju īpatsvars pēdējo trīs gadu laikā bijis mainīgs – 2008.gadā, salīdzinot ar 2007.gadu, krities, bet 2009.gadā nedaudz pieaudzis, bet nesasniedzot 2007.gada līmeni. Regulāro un reto apmeklētāju īpatsvars nav būtiski mainījies (attiecīgi 1% un 9%-11%), bet mainīgs bijis to iedzīvotāju īpatsvars, kuri operu vai baletu apmeklējuši reizi vai dažas reizes pusgadā (2007.g. – 7%, 2008.g. – 2%, 2009.g. – 6%).



3.21. Spēlēju azartspēles ārpus mājas

Azartspēles ārpus mājas spēlējošo īpatsvars ir nedaudz pieaudzis tieši 2009.gadā, iepriekšējos divos gados saglabājoties nemainīgam. Regulāro azartspēļu spēlētāju īpatsvars nav būtiski mainījies (3%-4%). To īpatsvars, kuri azartspēles spēlējuši reizi vai dažas reizes pusgadā, bijis mainīgs (2007.g. – 6%, 2008.g. – 4%, 2009.g. – 6%), bet nedaudz pieaudzis to, kuri spēlē reizi gadā (2007.g. – 3%, 2008.g. – 3%, 2009.g. – 5%).



4. SOCIĀLI DEMOGRĀFISKO GRUPU ANALĪZE

Pēdējā gada laikā katrs Latvijas iedzīvotājs vismaz vienreiz piedalījies vidēji 8,7 kultūras aktivitātēs, savukārt pēdējā pusgada laikā – 5,4 aktivitātēs. Izvērtējot vidējos kultūras aktivitāšu rādītājus sociāli demogrāfisko grupu griezumā, iespējams identificēt aktīvākās un mazāk aktīvās mērķa grupas.

Ja analizē Latvijas iedzīvotāju iesaistīšanos kultūras aktivitātēs vismaz reizi pēdējā gada laikā, novērojams, ka aktīvākie kultūras patērētāji bijuši:

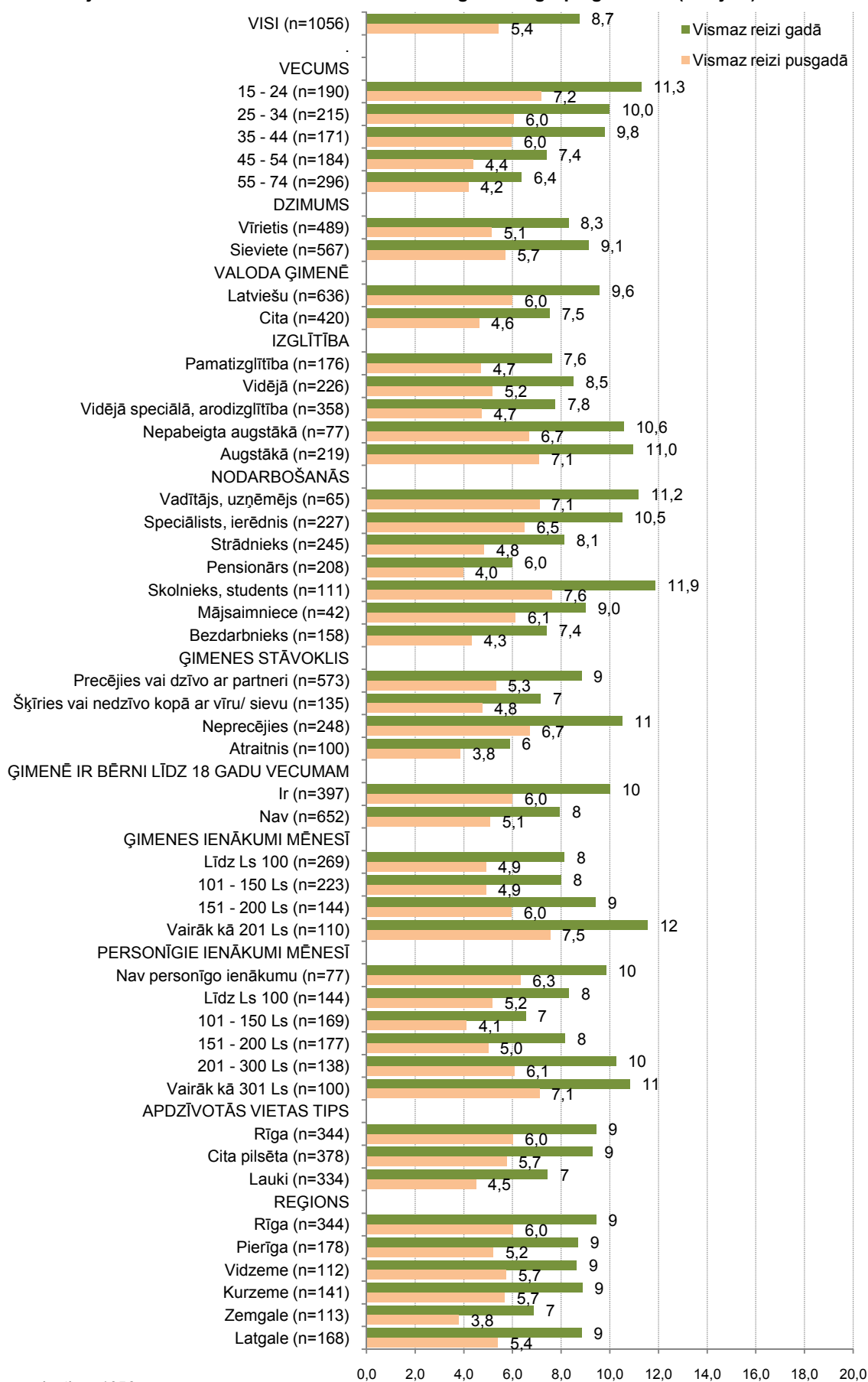
- 15-24 gadīgie (vidēji iesaistījušies 11,3 aktivitātēs), arī 25-34 gadīgie (10,0);
- ģimenē latviešu valodā runājošie (9,6);
- augstāko (11,0) un nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie (10,6);
- skolnieki un studenti (11,9), vadītāji un uzņēmēji (11,2), kā arī speciālisti un ierēdņi (10,5);
- neprecējušies (11,0);
- tie, kuriem ģimenē ir bērni līdz 18 gadu vecumam (10,0);
- tie, kuru ģimenes ienākumi ir vairāk kā 201 Ls uz vienu ģimenes locekli (12,0) un personīgie ienākumi vairāk kā 301 Ls (11,0)

Savukārt mazāk aktīvi kultūras patēriņā bijuši:

- 55-74 gadīgie (vidēji iesaistījušies 6,4 aktivitātēs);
- ģimenē ne latviešu valodā runājošie (7,5);
- pamatzglītību ieguvušie (7,6);
- pensionāri (6,0) un bezdarbnieki (7,4);
- atraitņi (6,0) un tie, kuri ir šķīrušies (7,0);
- tie, kuru ģimenes ienākumi ir mazāki kā 150 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli (8,0);
- laukos dzīvojošie (7,0);
- Zemgalē dzīvojošie (7,0).

Šīs minētās sociāli demogrāfiskās grupas ir arī tās, kuras ir aktīvākas un mazāk aktīvas, ja analizē vidējo kultūras aktivitāšu skaitu vismaz reizi pusgadā.

Vidējais kultūras aktivitāšu skaits sociāli demogrāfisko grupu griezumā (vidējais)

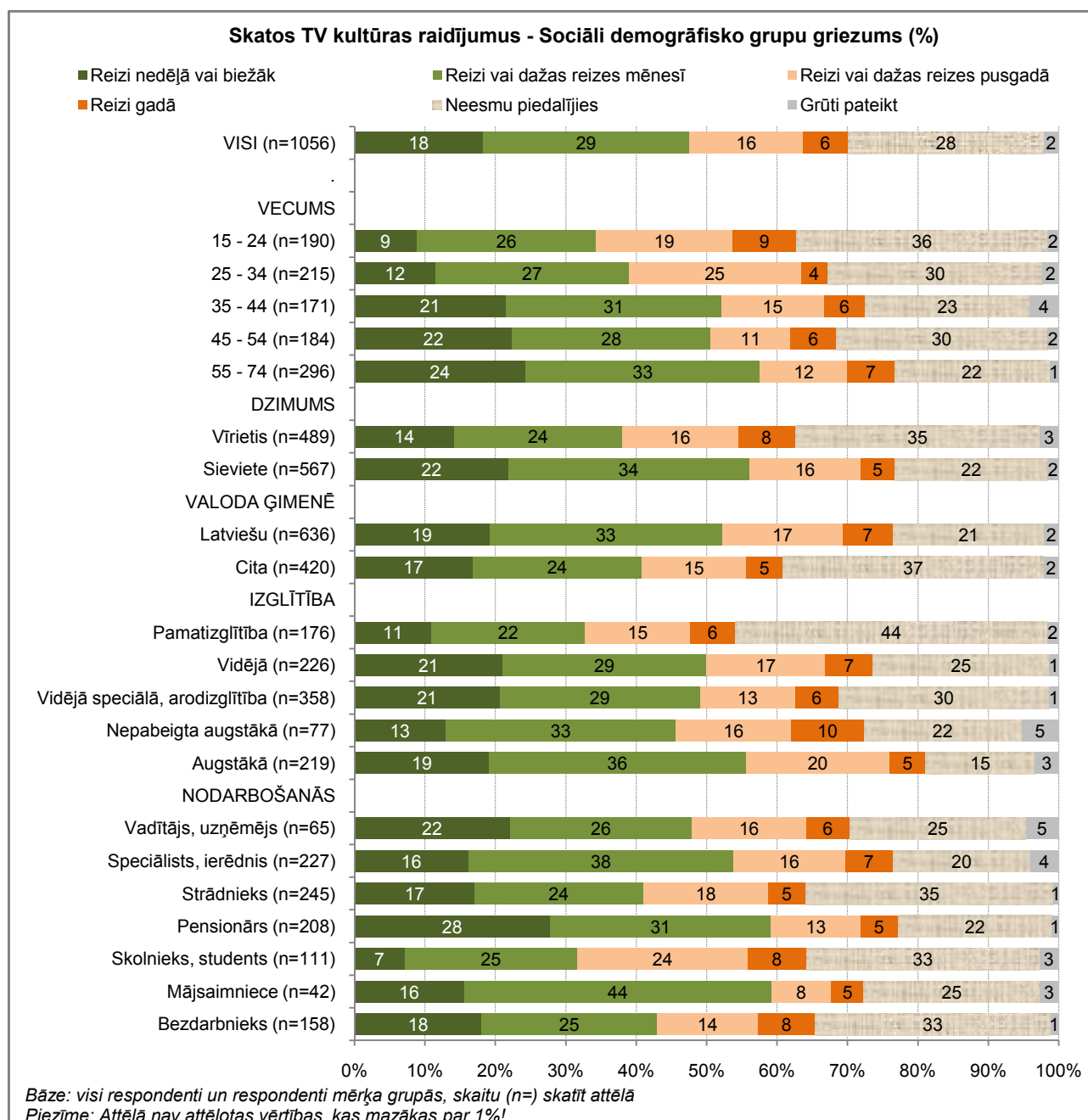


Bāze: visi respondenti, n=1056

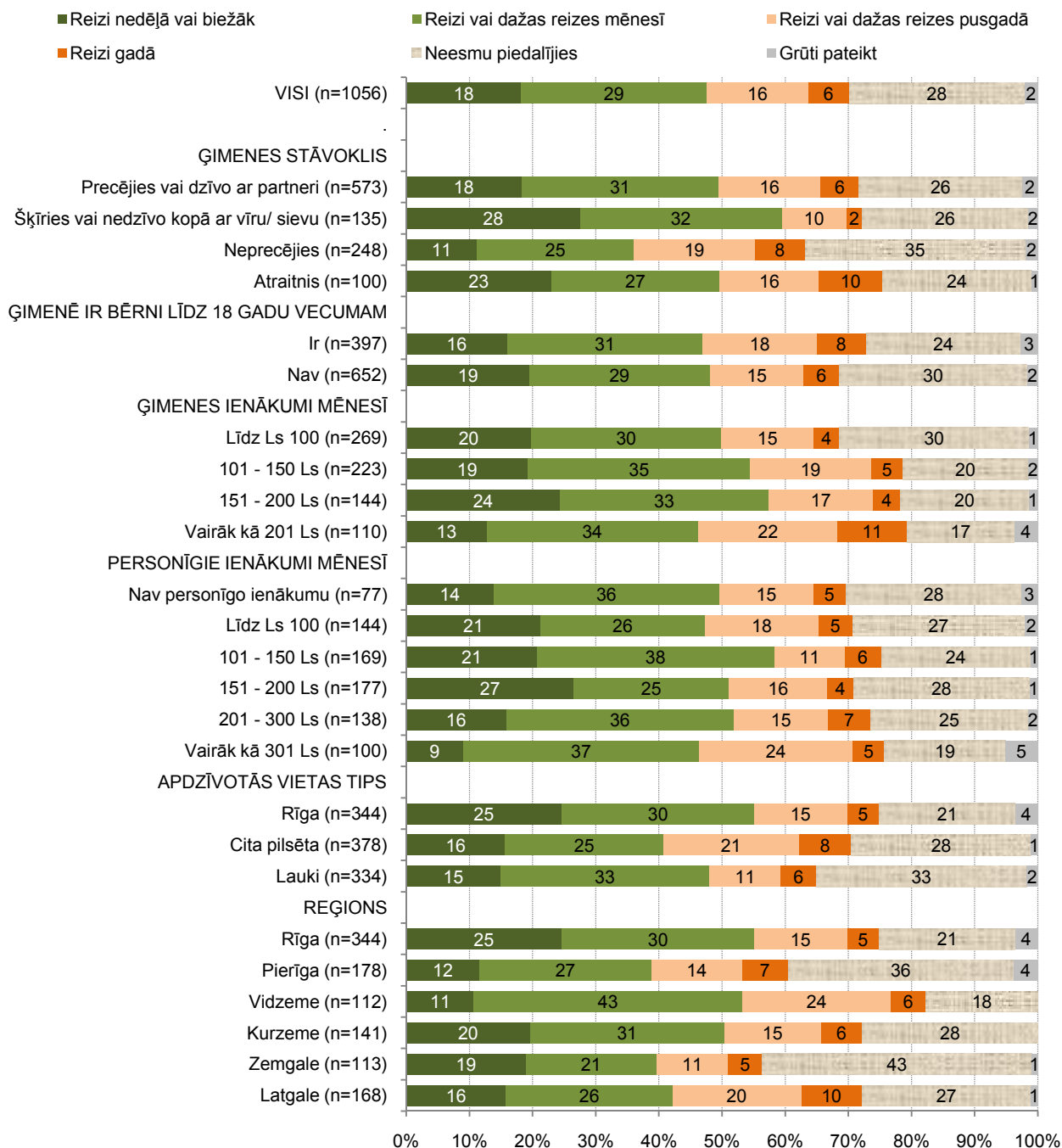
4.1. Skatos televīzijā kultūras raidījumus

Kultūras raidījumus televīzijā biežāk skatījušies 55-74 gadīgie un arī 35-44 gadīgie, sievietes, latviešu valodā ikdienā ģimenē runājošie, augstāko un vidējo izglītību ieguvušie, speciālisti un ierēdņi, pensionāri, māsaimnieces, atraitņi, ar ienākumiem virs 101 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, Rīgā un Vidzemē dzīvojošie.

Savukārt salīdzinoši retāk kultūras raidījumus televīzijā skatījušies 15-24 gadīgie, vīrieši, ne valsts valodā ikdienā ģimenē runājošie, pamatzglītību ieguvušie, strādnieki, bezdarbnieki, skolnieki un studenti, neprecējušies, laukos dzīvojošie, Pierīgā un Zemgalē dzīvojošie.



Skatos TV kultūras raidījumus - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



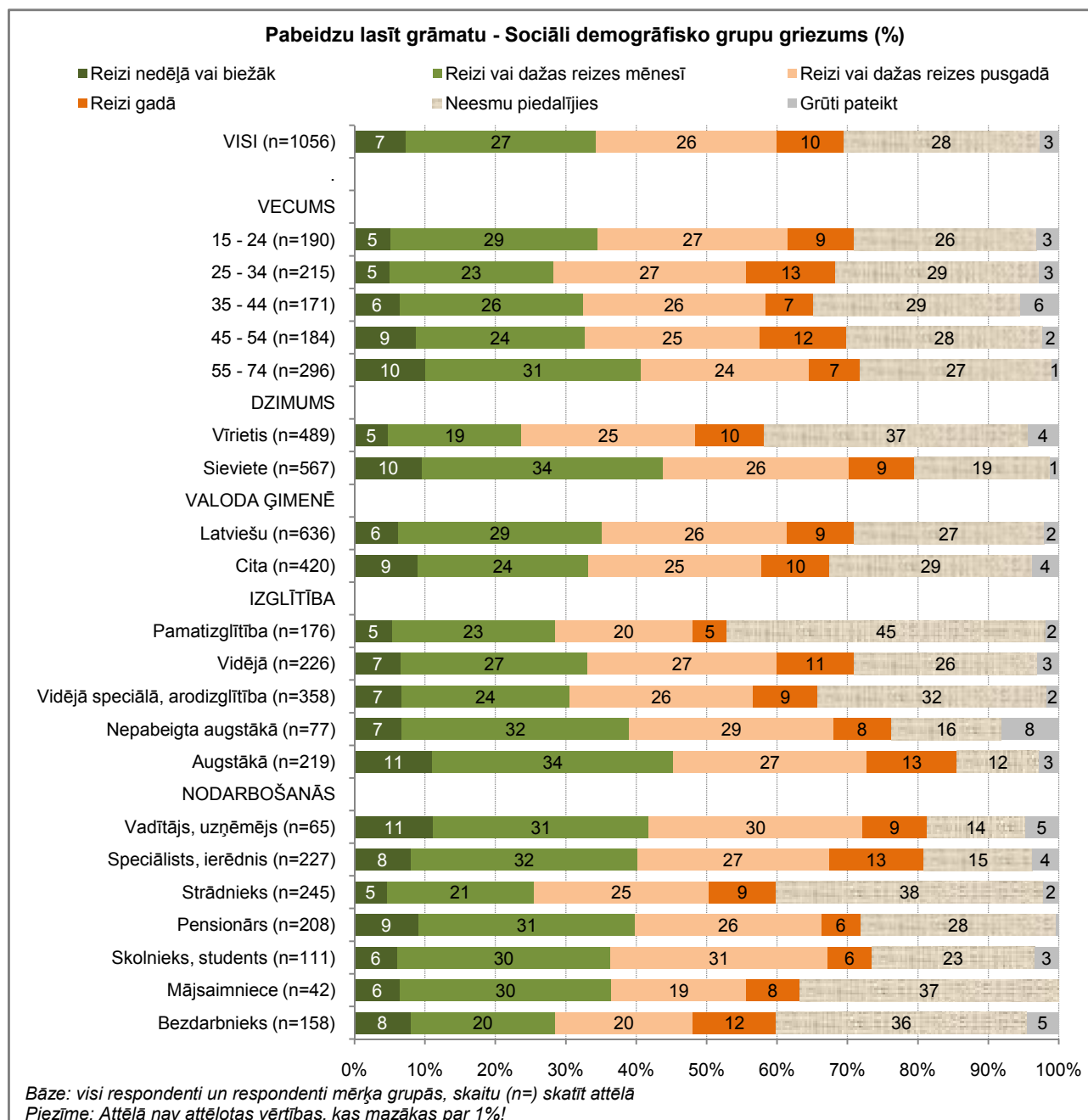
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

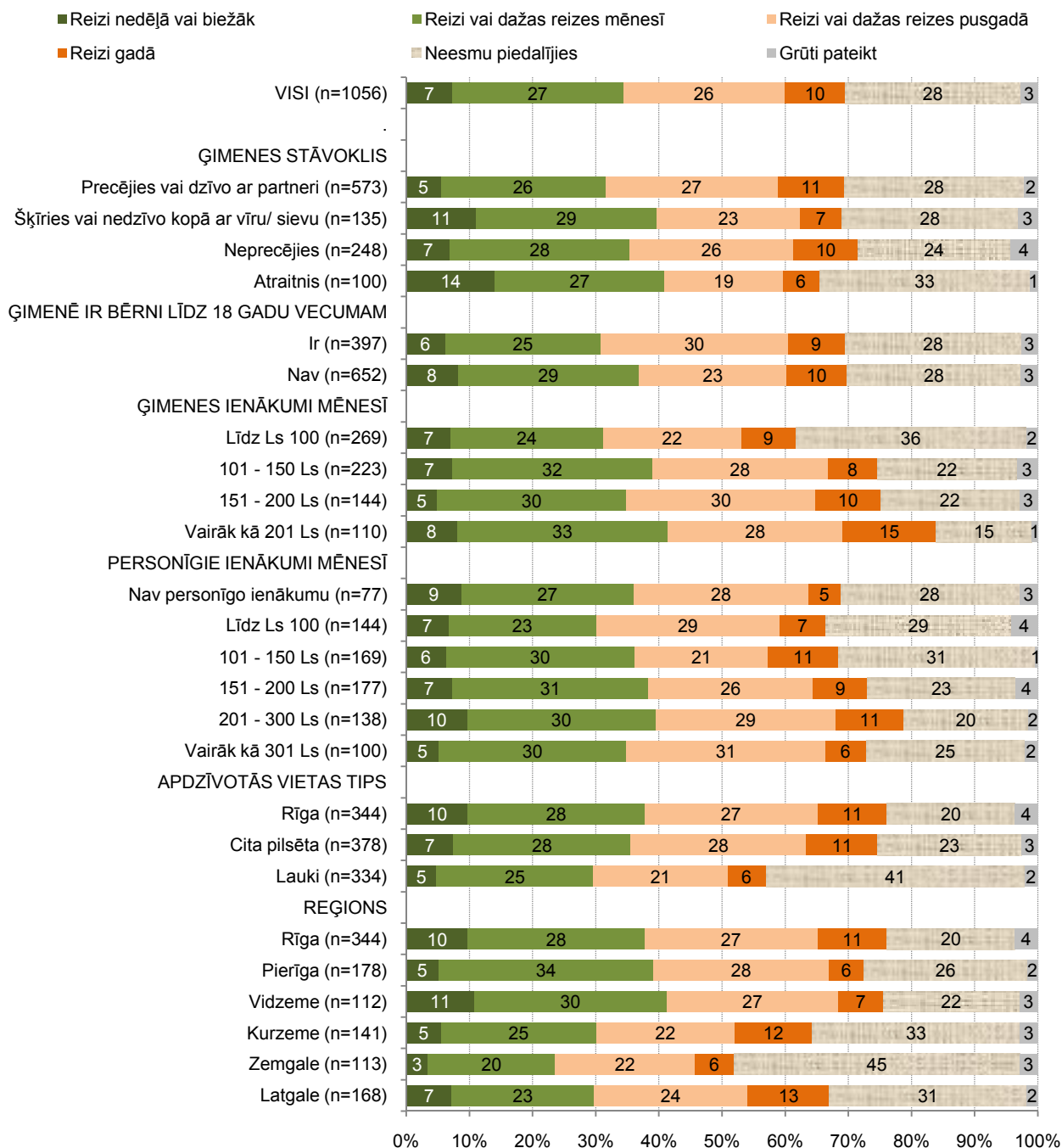
4.2. Pabeidzu lasīt grāmatu

Aktīvāki grāmatu lasītāji ir sievietes, augstāko izglītību ieguvušie, vadītāji un uzņēmēji, speciālisti un ierēdņi, iedzīvotāji ar ienākumiem virs 201 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, Rīgā un citās pilsētās dzīvojošie, Pierīgas un Vidzemes iedzīvotāji.

Salīdzinoši retāk grāmatas pēdējā gada laikā lasījuši 35-44 gadīgie, vīrieši, pamatzglītību ieguvušie, bezdarbnieki, strādnieki un mājsaimnieces, atraitņi, iedzīvotāji ar ienākumiem līdz 100 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, laukos dzīvojošie, Zemgales un Kurzemes iedzīvotāji.



Pabeidzu lasīt grāmatu - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



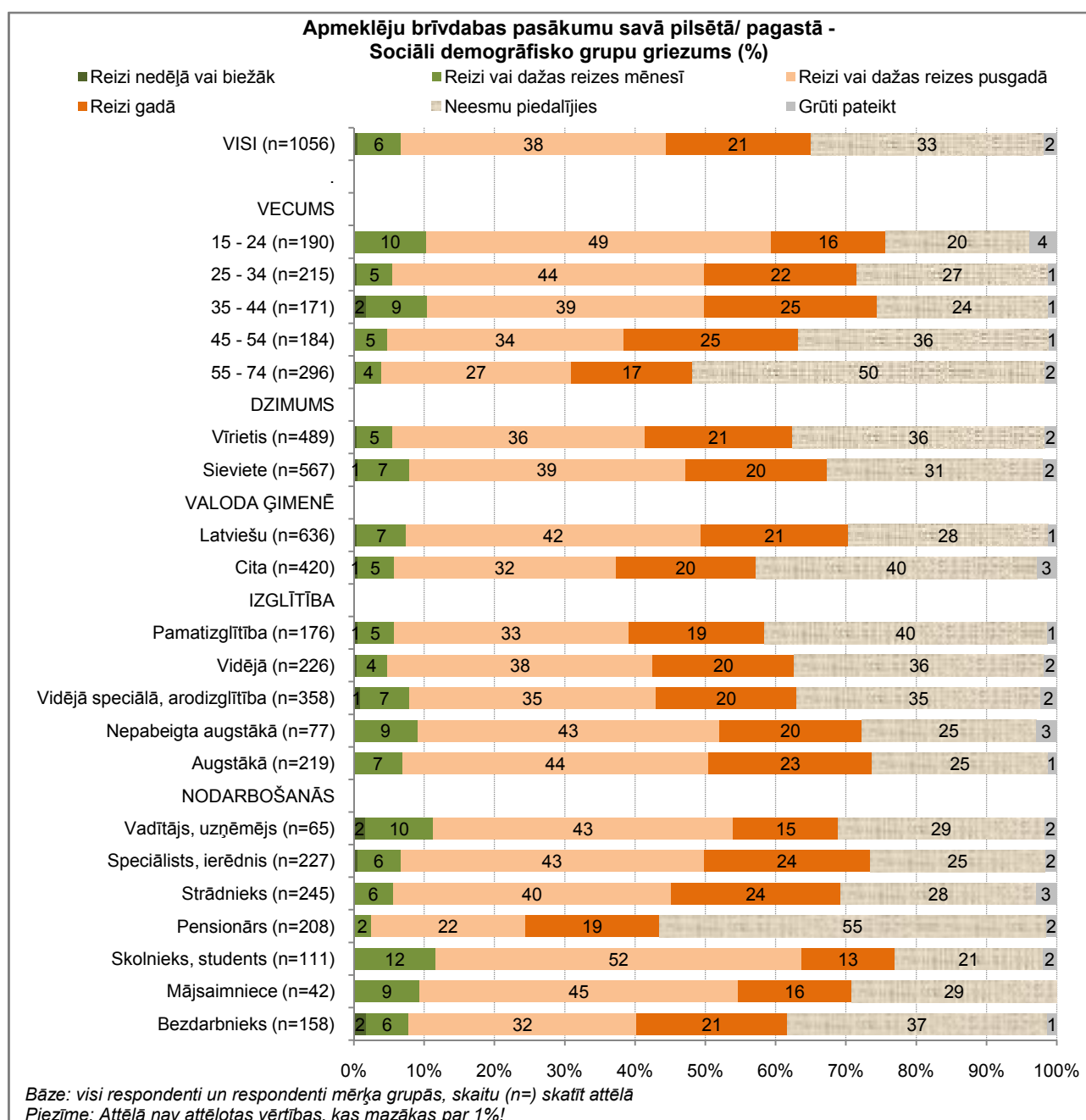
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

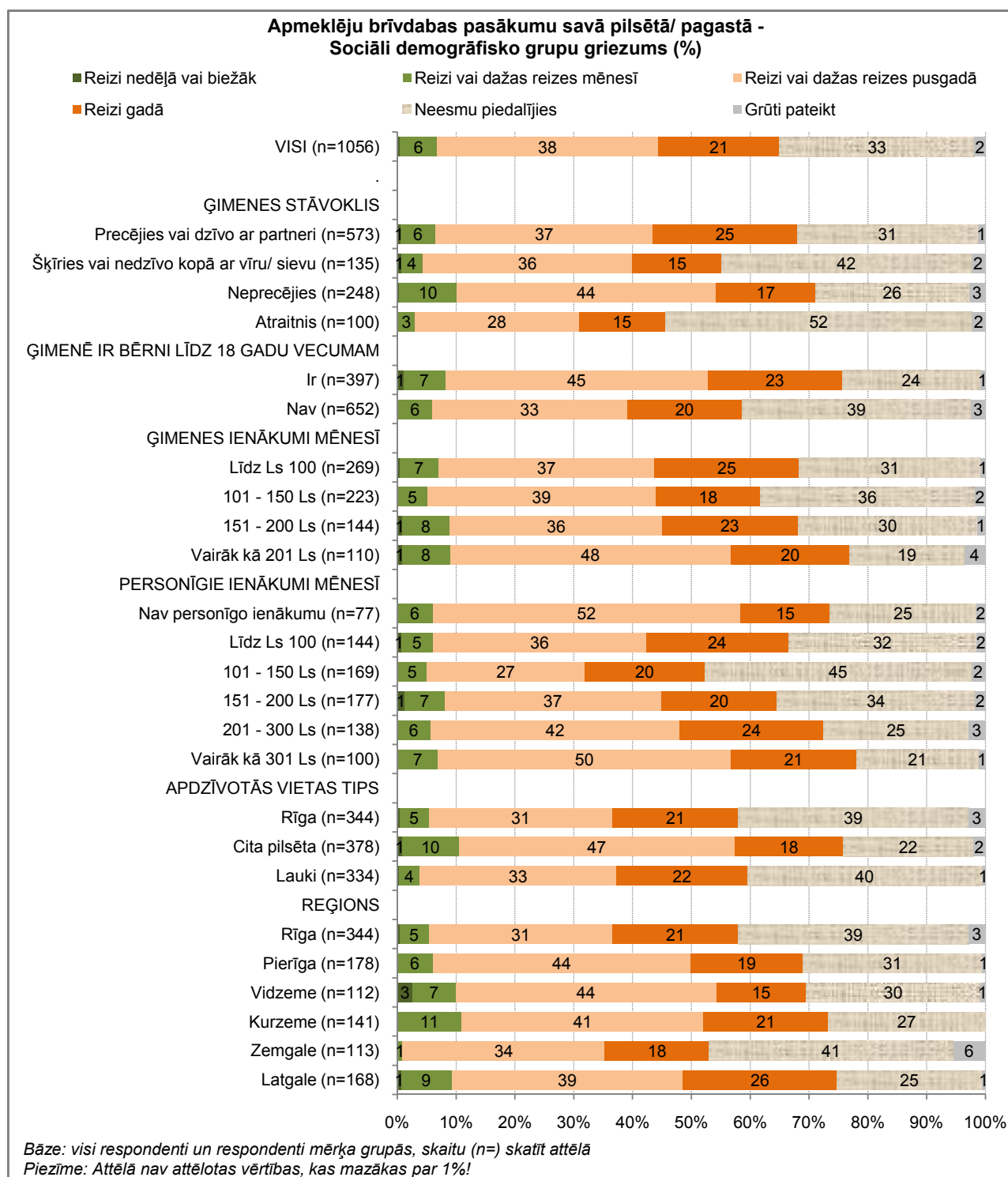
Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

4.3. Apmeklēju brīvdabas pasākumu savā pilsētā/ pagastā

Brīvdabas pasākumus savā pilsētā vai pagastā aktīvāk apmeklējuši 15-24 gadīgie, arī 35-44 gadīgie, latviešu valodā ikdienā ģimenē runājošie, augstāko vai nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, skolnieki un studenti, speciālisti un ierēdņi, tie, kuru ģimenēs ir bērni līdz 18 gadu vecumam, ar ģimenes ienākumiem virs 201 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, pilsētās, bet ne Rīgā, dzīvojošie, Kurzemes un Latgales iedzīvotāji.

Savukārt salīdzinoši retāki brīvdabas pasākumu apmeklētāji bijuši 55-74 gadīgie, ikdienā ģimenē valsts valodā nerunājošie, pamatzglītību ieguvušie, pensionāri, atraitņi, tie, kuri ir šķīrušies, Zemgalē dzīvojošie.

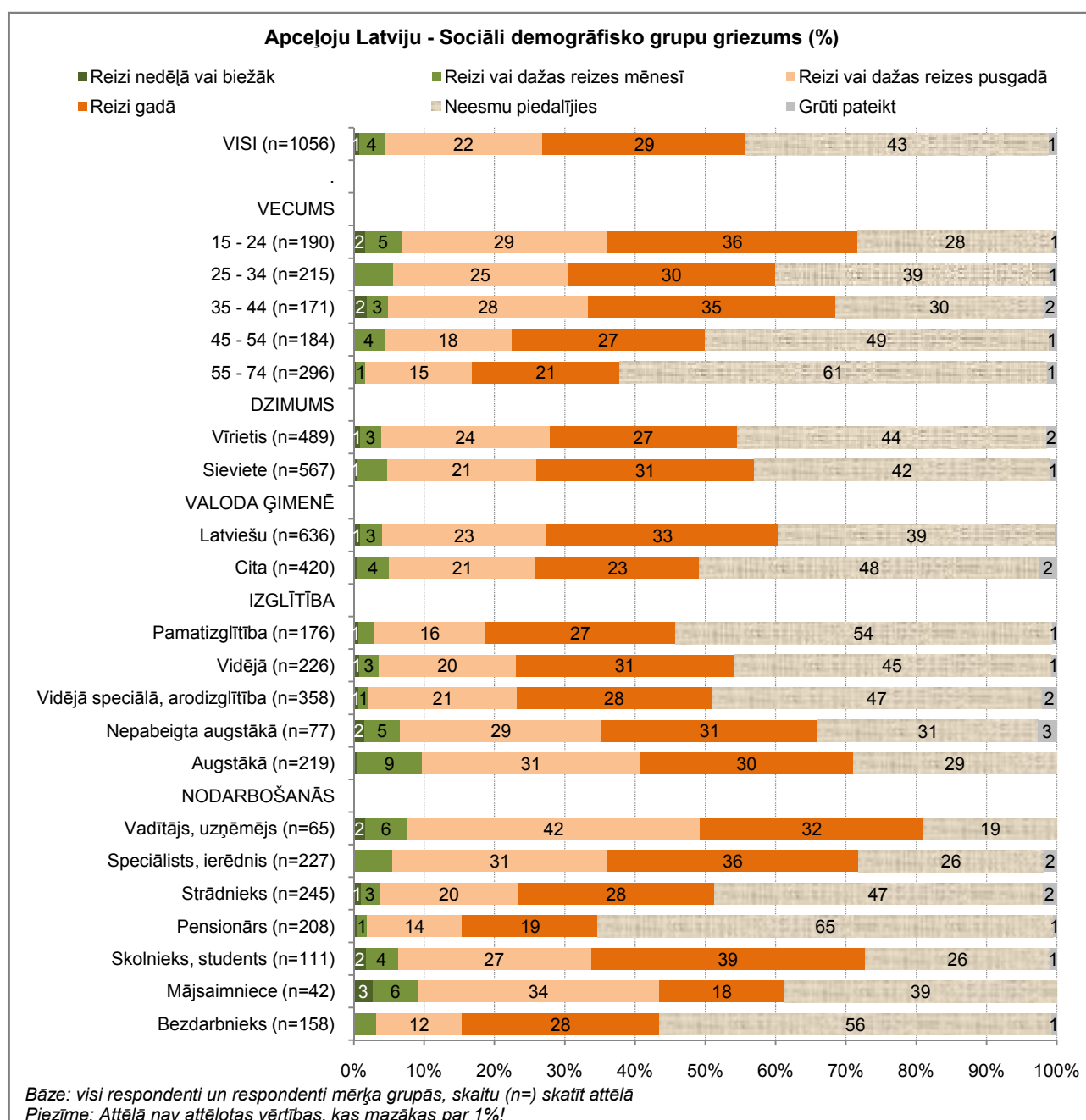




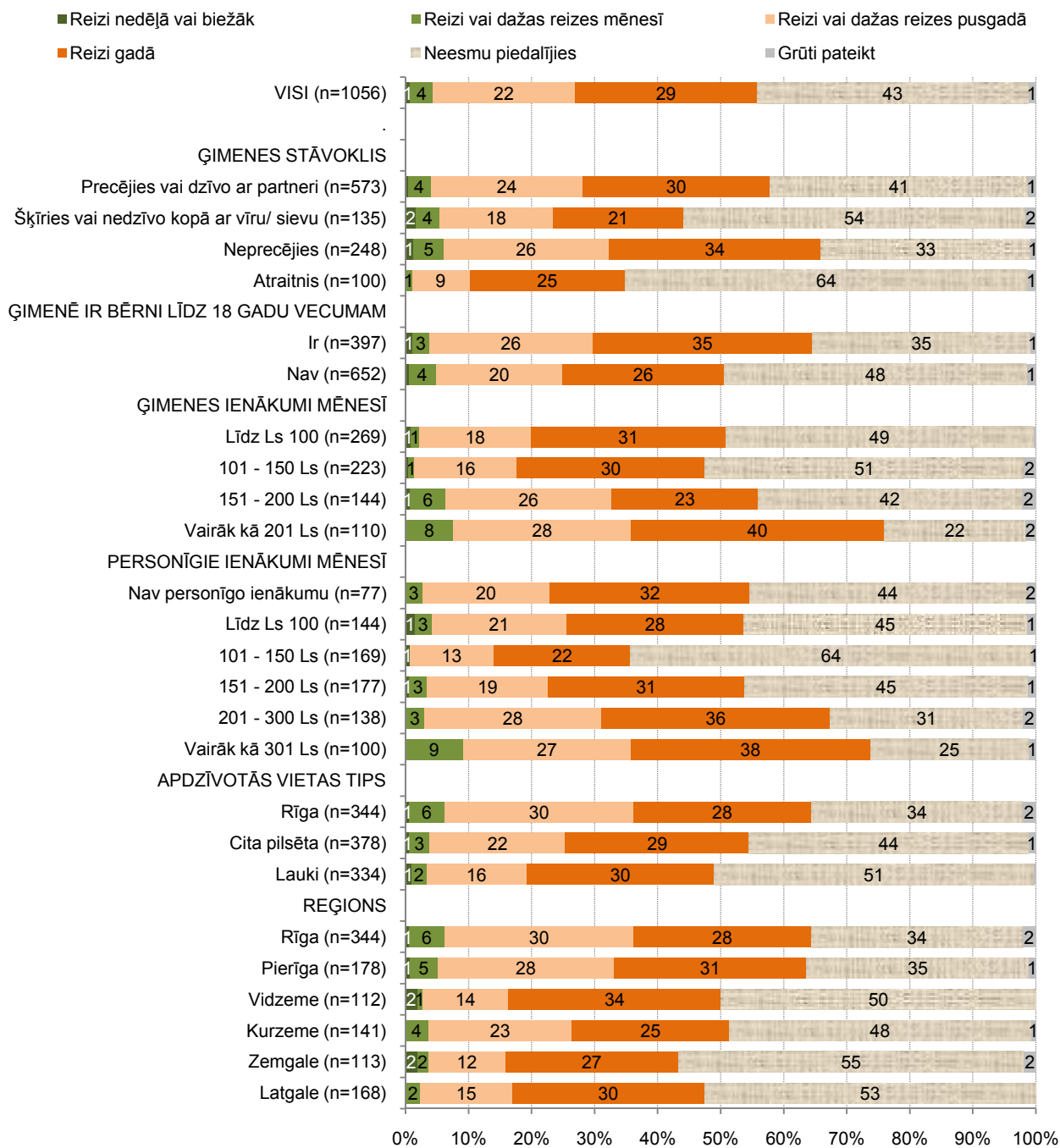
4.4. Apceļoju Latviju

Latvijas apceļošanā aktīvāki bijuši: 15-24 un 35-44 gadīgie, augstāko un nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, vadītāji un uzņēmēji, kā arī ierēdņi un speciālisti, skolnieki un studenti, arī mājsaimnieces, neprecējušies, kā arī tie, kuriem ģimenē ir bērni līdz 18 gadu vecumam, ar ienākumiem virs 201 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, Rīgā un Pierīgā dzīvojošie.

Retāk Latvijas apceļošanā devušies: 55-74 un arī 45-55 gadīgie, tie, kuri ģimenē ikdienā nerunā latviešu valodā, pamatzglītību ieguvušie, pensionāri un bezdarbnieki, atraitņi, tie, kuru ģimenes ienākumi nepārsniedz 150 Ls uz vienu ģimenes locekli, laukos dzīvojošie, Zemgales un Latgales iedzīvotāji.



Apceļoju Latviju - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



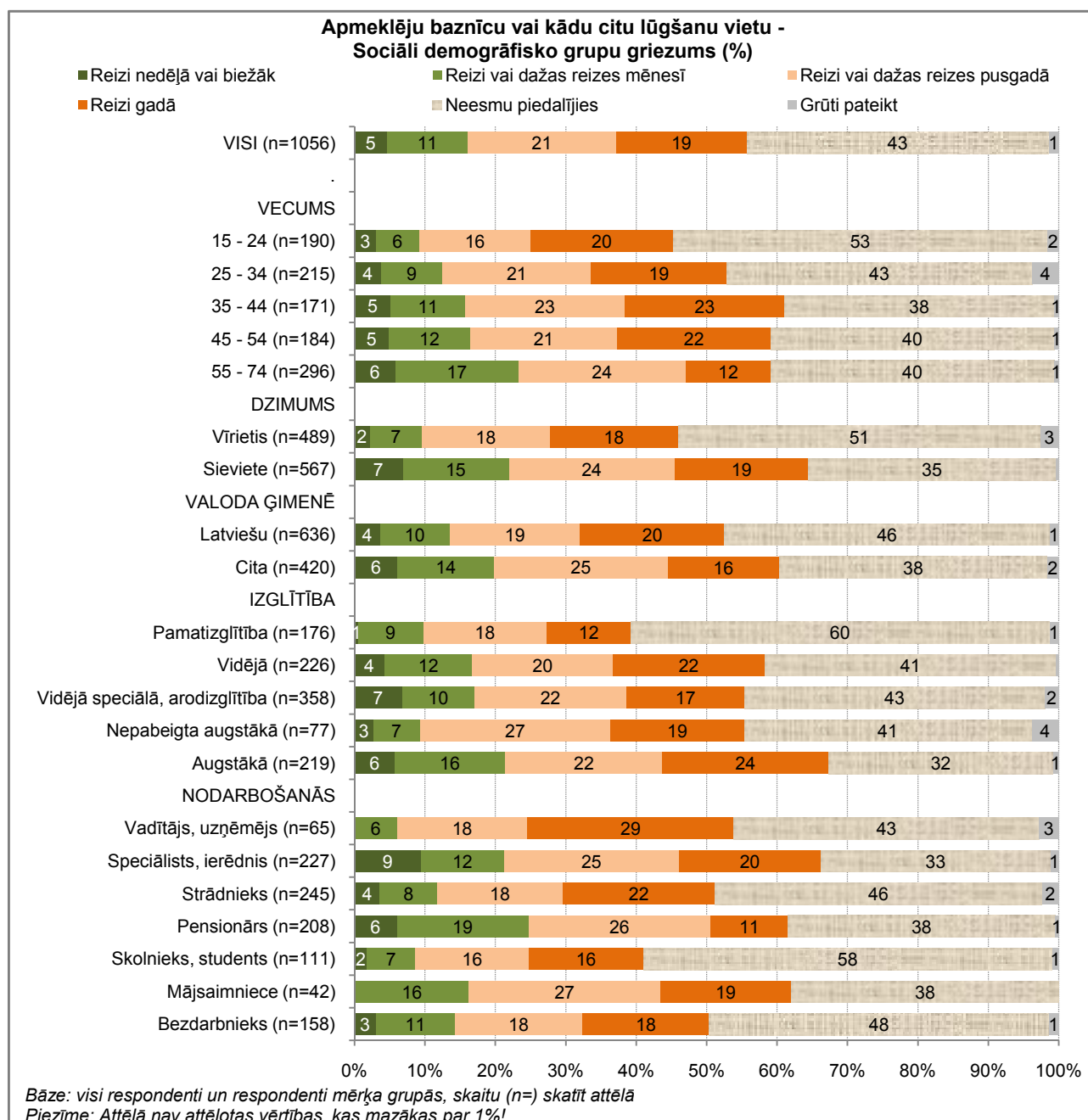
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

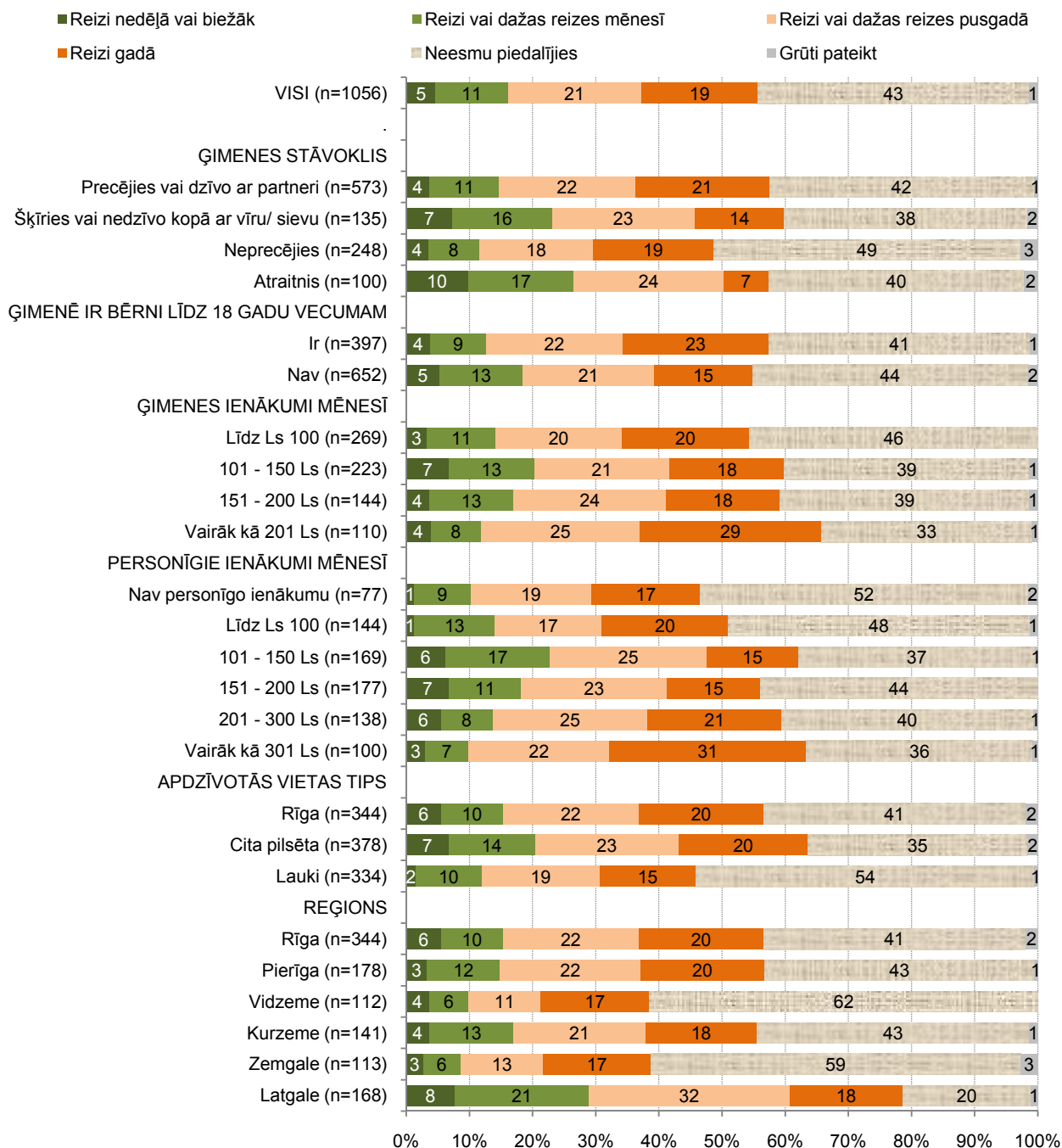
4.5. Apmeklēju baznīcu vai kādu citu lūgšanu vietu

Baznīcu vai citu lūgšanu vietu salīdzinoši biežāk apmeklējuši 35-44 gadīgie, arī 54-74 gadīgie, sievietes, ikdienā ģimenē valsts valodā nerunājošie, augstāko un vidējo izglītību ieguvušie, speciālisti un ierēdņi, pensionāri un māsaimnieces, tie, kuri ir šķīrušies, ar ienākumiem virs 201 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, pilsētās, bet ne galvaspilsētā, dzīvojošie, izteikti bieži Latgales iedzīvotāji.

Savukārt salīdzinoši retāk baznīcu apmeklējuši 15-24 gadīgie, vīrieši, pamatzglītību ieguvušie, skolnieki un studenti, neprecējušies, laukos dzīvojošie, Vidzemes un Zemgales iedzīvotāji.



Apmeklēju baznīcu vai kādu citu lūgšanu vietu - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



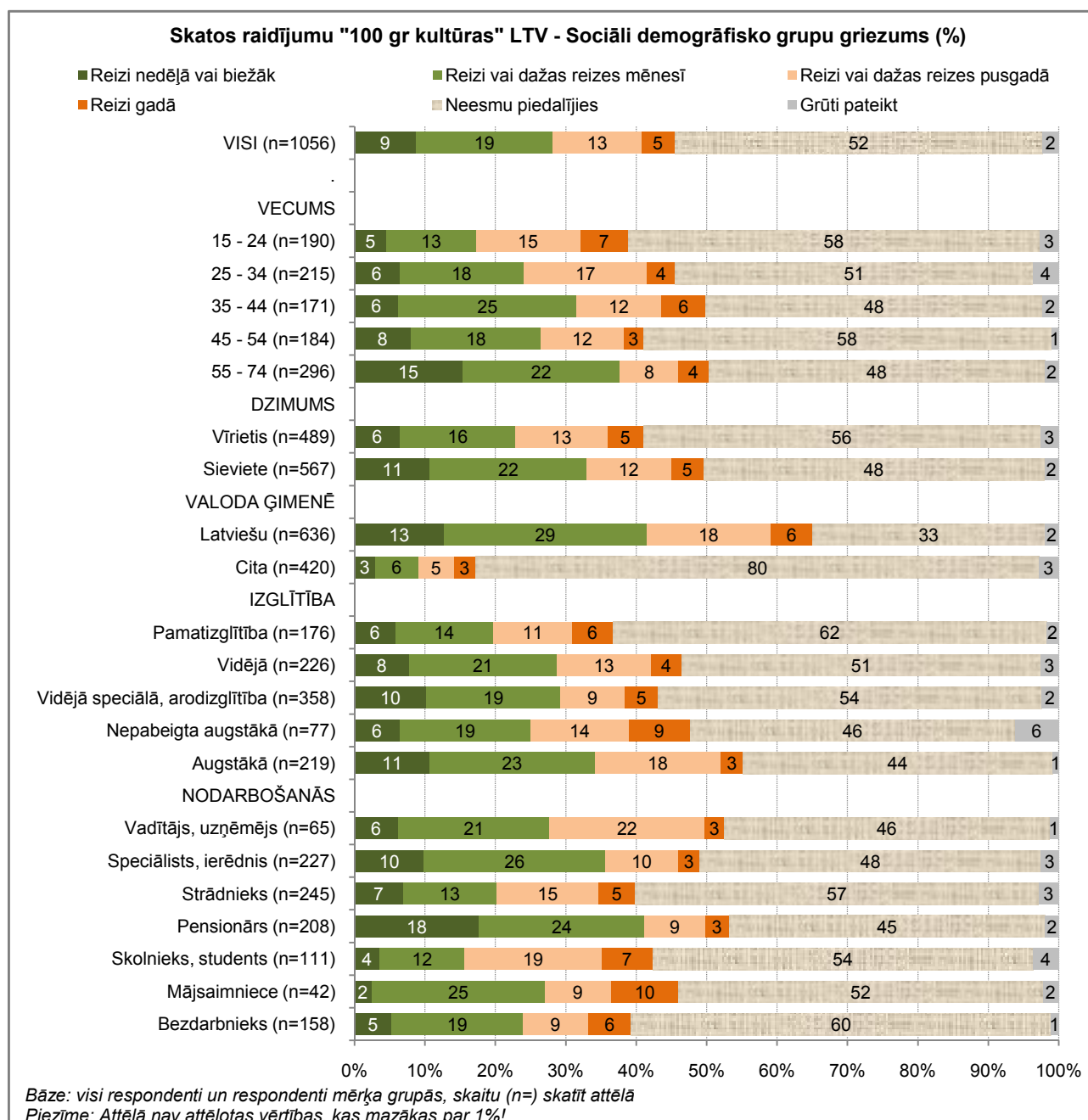
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

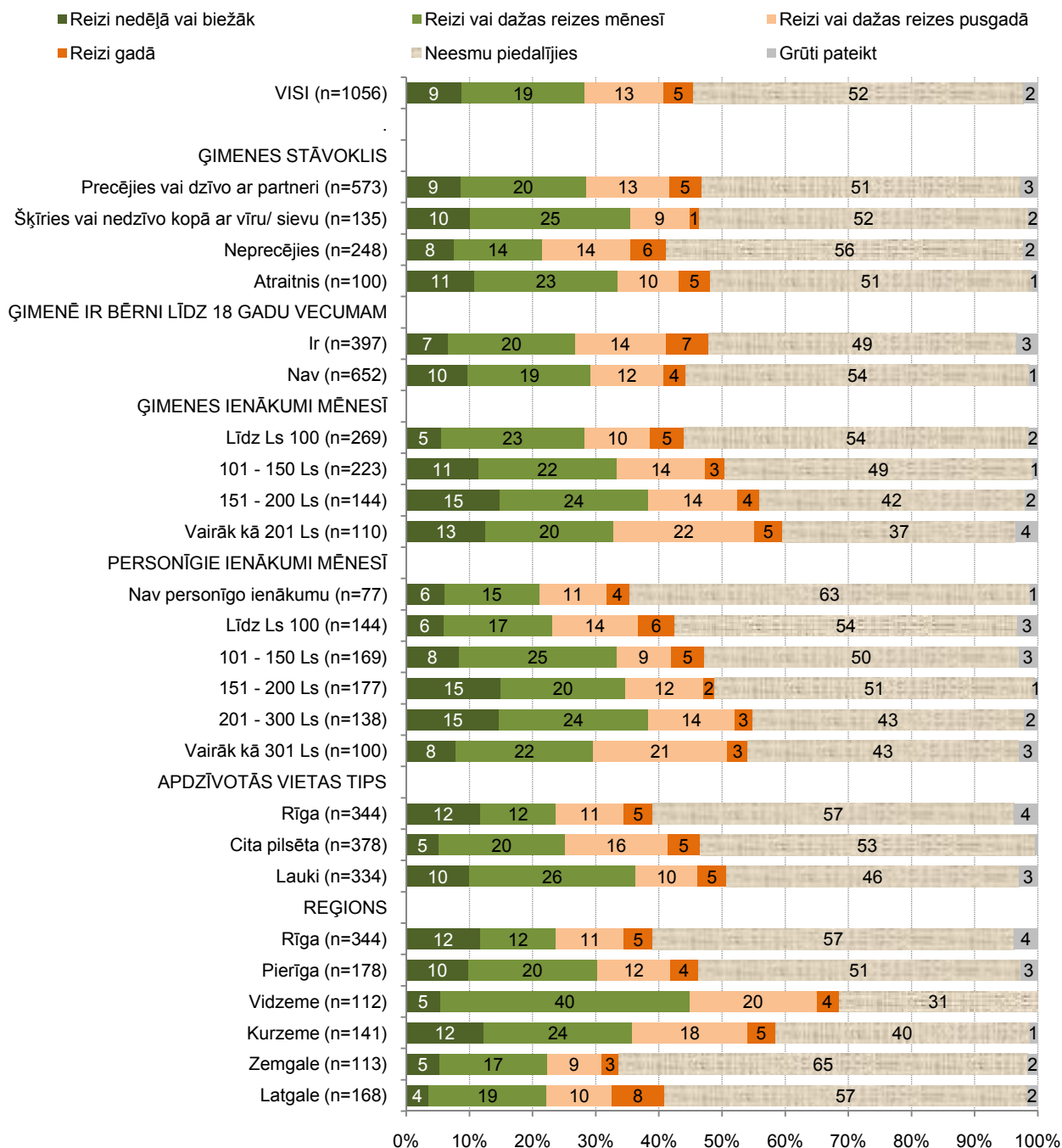
4.6. Skatos raidījumu „100g kultūras” Latvijas Televīzijā

Raidījuma „100 gr kultūras” aktīvāki skatītāji bijuši 35-44 un 55-74 gadīgie, sievietes, latviešu valodā ikdienā runājošie, augstāko izglītību ieguvušie, vadītāji un uzņēmēji, pensionāri, ar ienākumiem virs 151 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, laukos dzīvojošie, Vidzemes un Kurzemes iedzīvotāji.

Savukārt salīdzinoši retāk šo raidījumu skatījušies 15-24 gadīgie, arī 45-55 gadīgie, vīrieši, iedzīvotāji, kuri ikdienā ģimenē nerunā valsts valodā, pamatzglītību ieguvušie, strādnieki un bezdarbnieki, Rīgā un Zemgalē dzīvojošie.



Skatos raidījumu "100 gr kultūras" LTV - Sociāli demogrāfisko grupu griezumus (%)



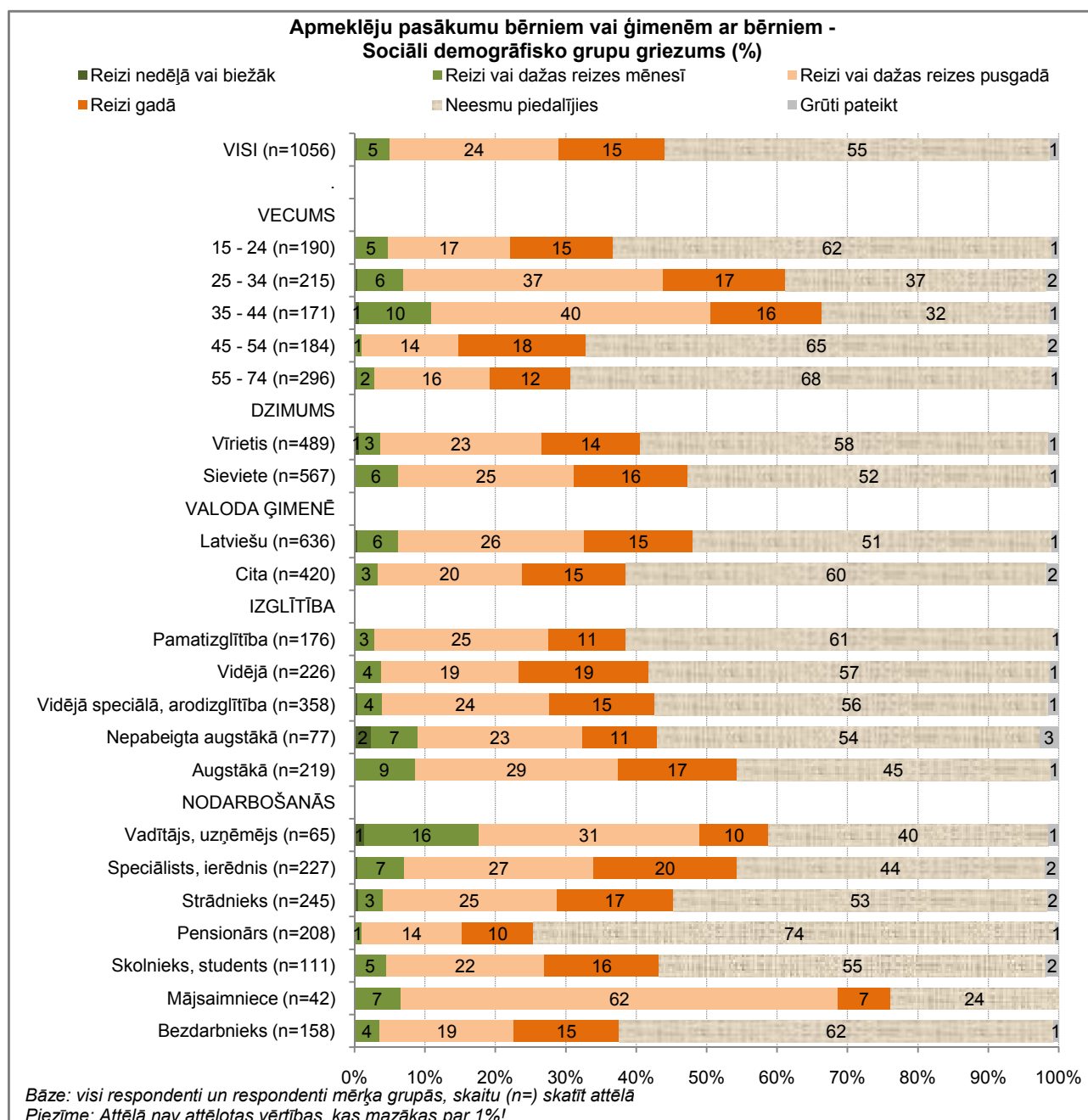
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

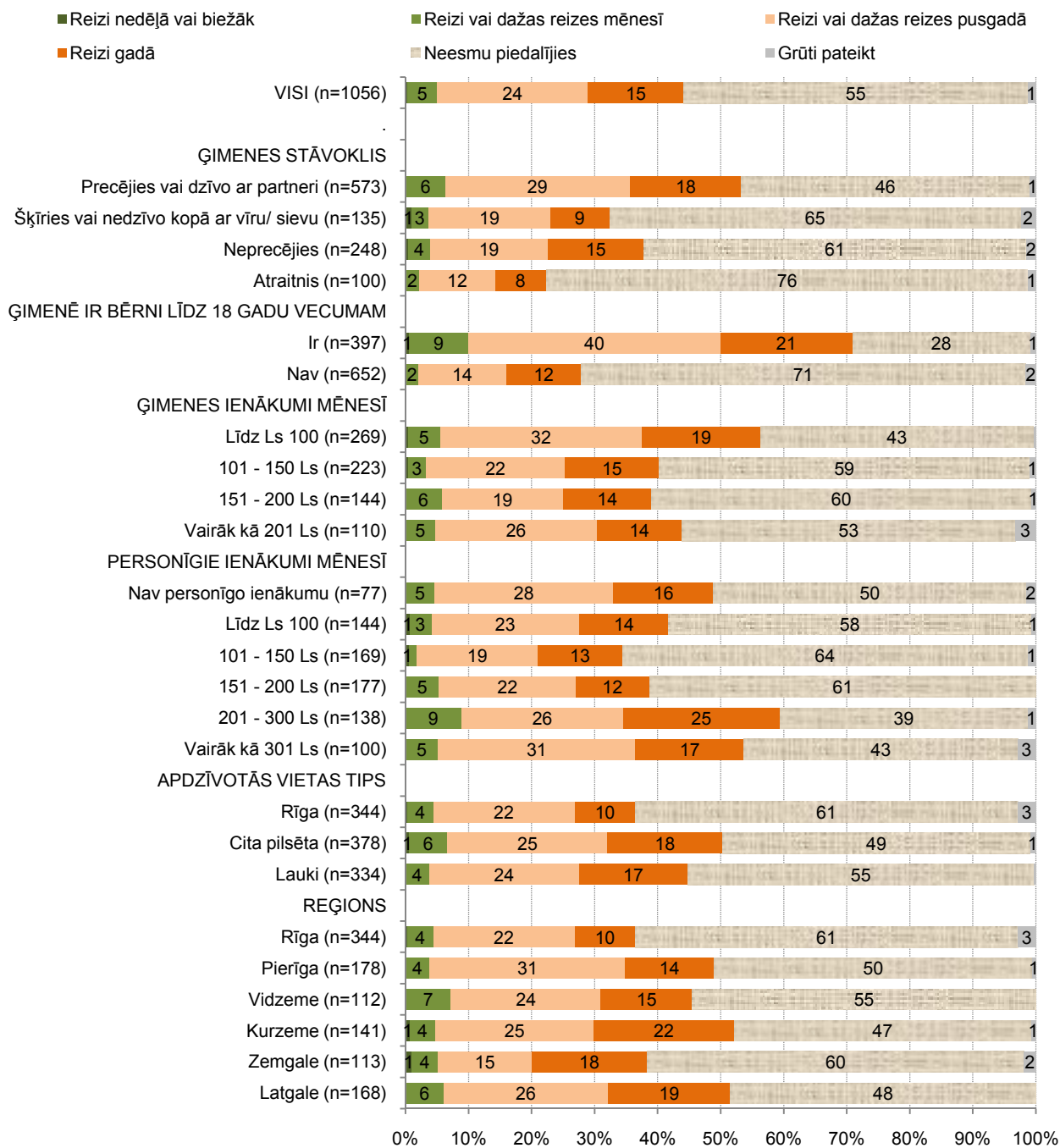
4.7. Apmeklēju pasākumu bērniem vai ģimenēm ar bērniem

Pasākumus bērniem vai ģimenēm ar bērniem izteikti biežāk apmeklējuši 25-44 gadīgie, augstāko izglītību ieguvušie, māsaimnieces, vadītāji un uzņēmēji, speciālisti un ierēdņi, tie, kuri ir precējušies vai dzīvo kopā ar partneri, tie, kuru ģimenēs ir bērni līdz 18 gadu vecumam, ar ienākumiem līdz 100 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Kurzemē un Latgalē dzīvojošie.

Uz ģimeņu un bērnu pasākumiem retāk devušies 55-74, bet arī 45-55 gadīgie, pamatzglītību ieguvušie, pensionāri un bezdarbnieki, atraitņi, kā arī tie, kuri ir šķīrušies, tie, kuru ģimenē nav bērnu līdz 18 gadu vecumam, Rīgā un Zemgalē dzīvojošie.



Apmeklēju pasākumu bērniem vai ģimenēm ar bērniem - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



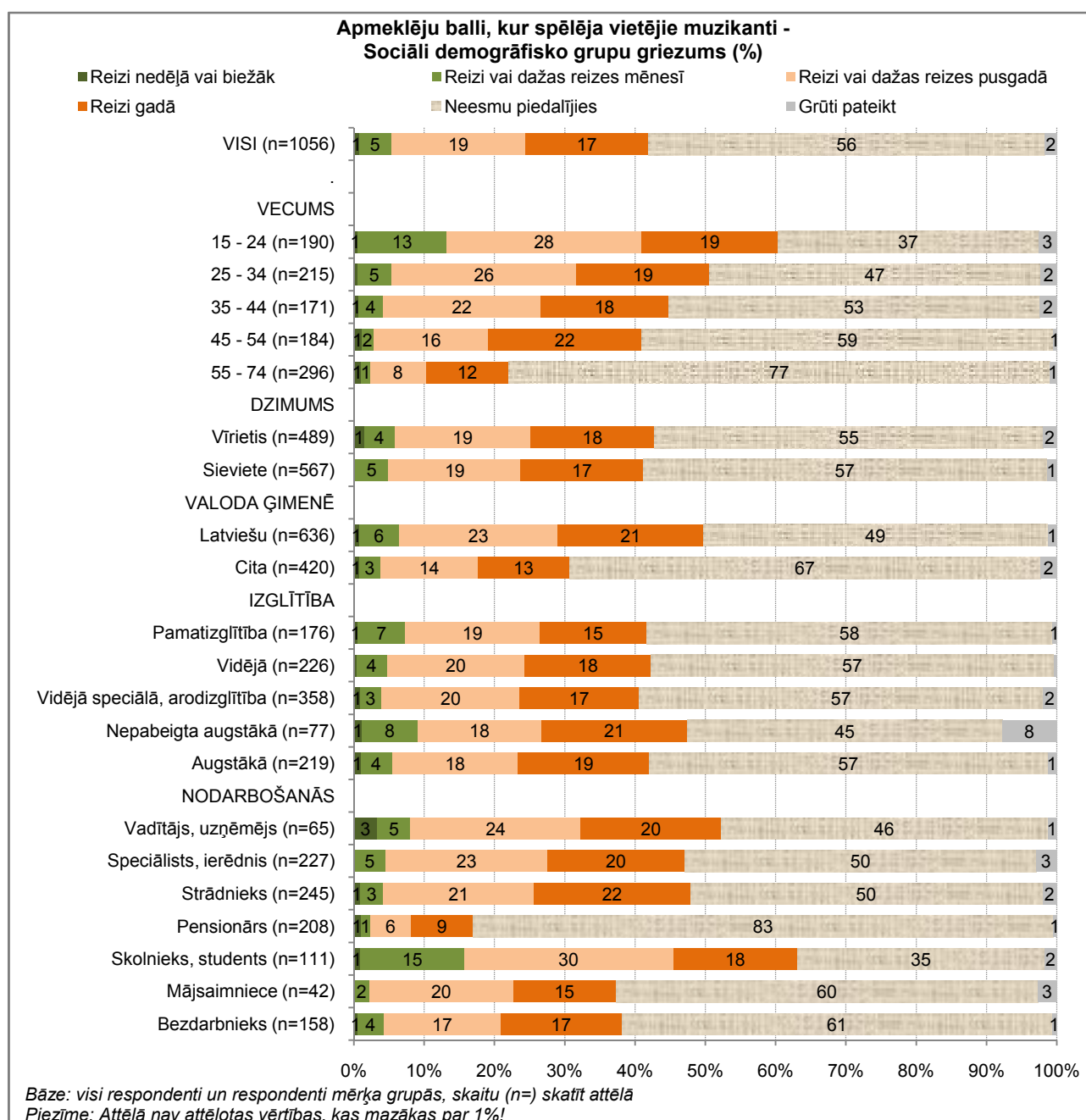
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

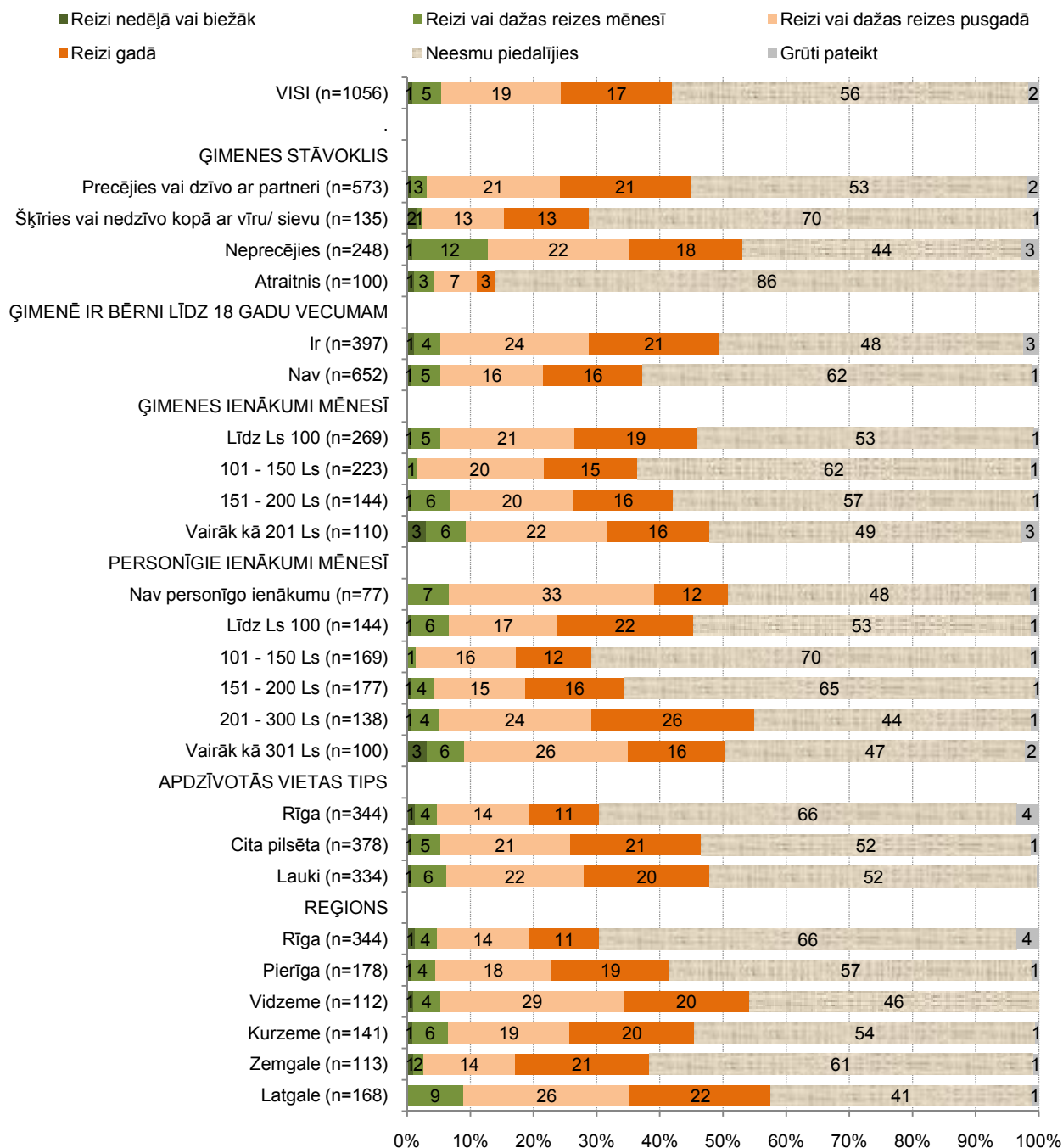
4.8. Apmeklēju balli, kur spēlēja vietējie muzikanti

Balles, kurās spēlējuši vietējie muzikanti, biežāk apmeklējuši 15-24 gadīgie un arī 25-34 gadīgie, latviešu valodā ikdienā ģimenē runājošie, nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, skolnieki un studenti, vadītāji un uzņēmēji, neprecējušies, tie, kuru ģimenēs ir bērni līdz 18 gadu vecumam, ar ienākumiem līdz 100 Ls un vairāk kā 201 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, laukos dzīvojošie, Vidzemes un Latgales iedzīvotāji.

Savukārt retāki vietējo ballu apmeklētāji bijuši 55-74 gadīgie, ikdienā ģimenē valsts valodā nerunājošie, pensionāri, mājsaimnieces un bezdarbnieki, atraitņi un tie, kuri ir šķīrušies, Rīgā un Zemgalē dzīvojošie.



Apmeklēju balli, kur spēlēja vietējie muzikanti - Sociāli demogrāfisko grupu griezumums (%)



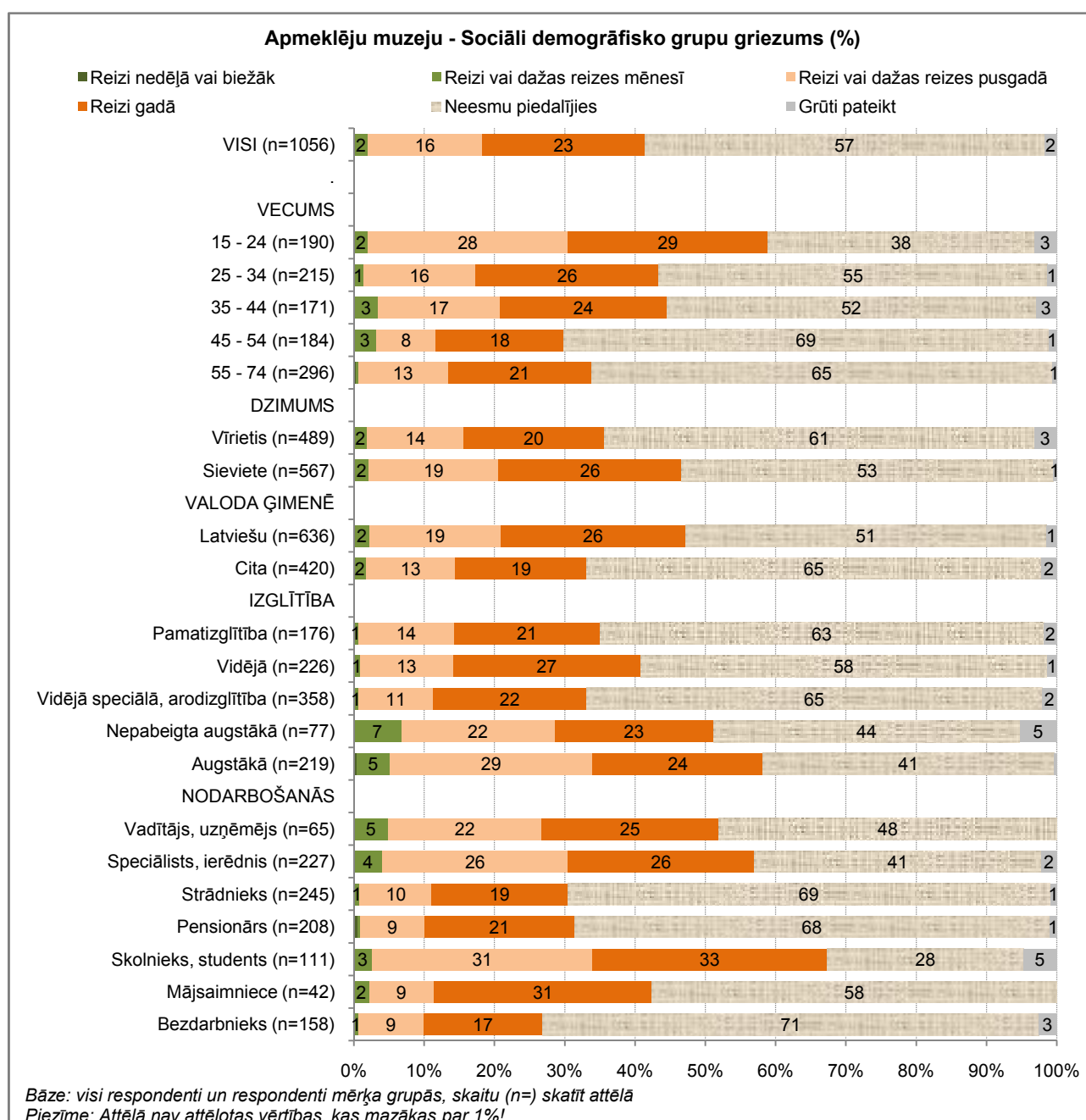
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

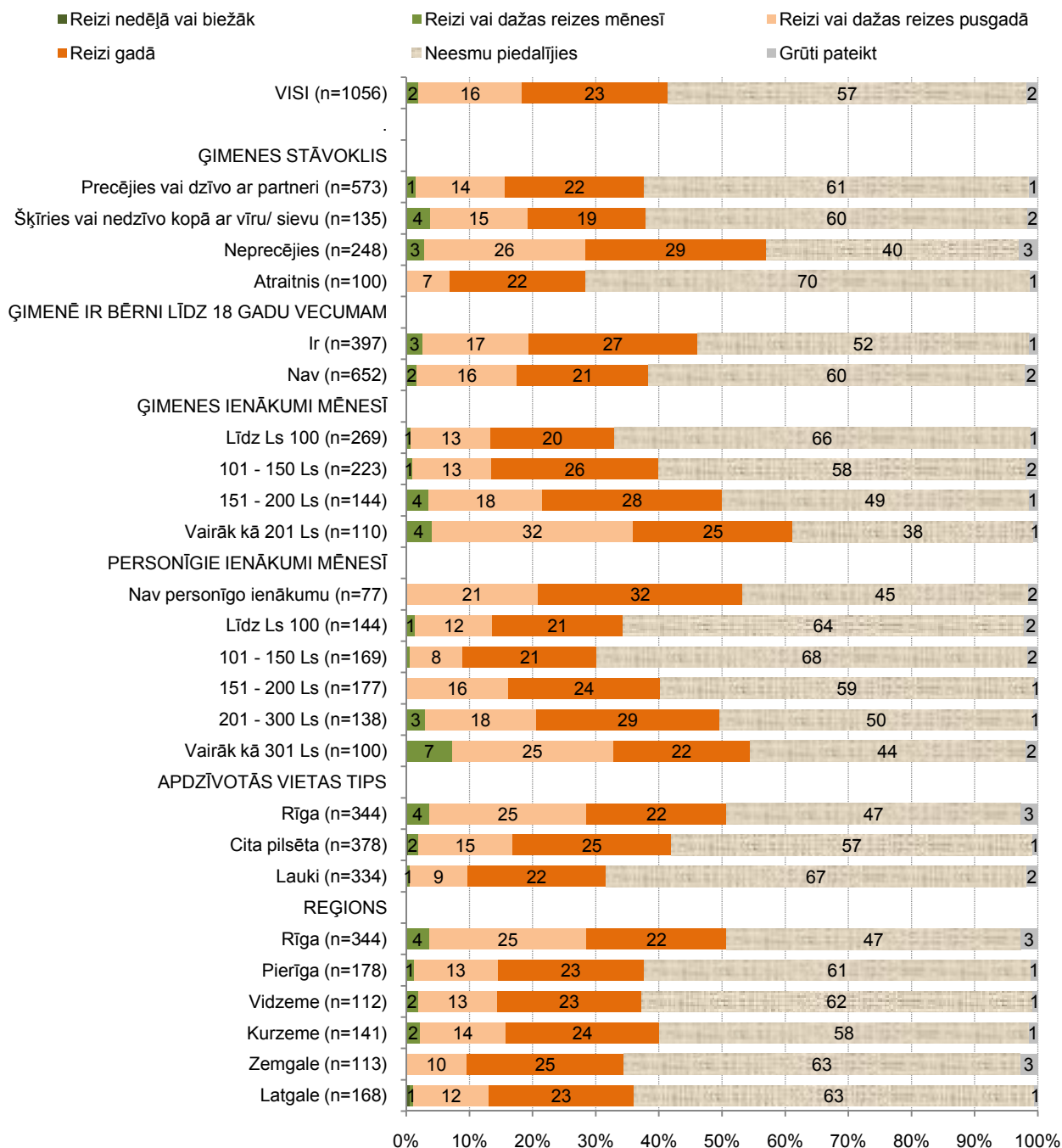
4.9. Apmeklēju muzeju

Muzeju apmeklēšanā aktīvāki bijuši: 15-24 gadīgie, sievietes, latviešu valodā ikdienā ģimenē runājošie, augstāko un nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, vadītāji un uzņēmēji, speciālisti un ierēdņi, skolnieki un studenti, tie, kuri ir neprecējušies, kā arī tie, kuru ģimenēs ir bērni līdz 18 gadu vecumam, tie, kuru ģimenes ienākumi pārsniedz 151 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Rīgā dzīvojošie.

Retāk uz muzejiem devušies: 45-54 un arī 55-74 gadīgie, vīrieši, tie, kuri ikdienā ģimenē nerunā valsts valodā, vidējo speciālo, arodizglītību, kā arī pamatzglītību ieguvušie, strādnieki, pensionāri un bezdarbnieki, atraitņi, tie, kuru ienākumi nepārsniedz 100 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, laukos dzīvojošie, Zemgales iedzīvotāji.



Apmeklēju muzeju - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



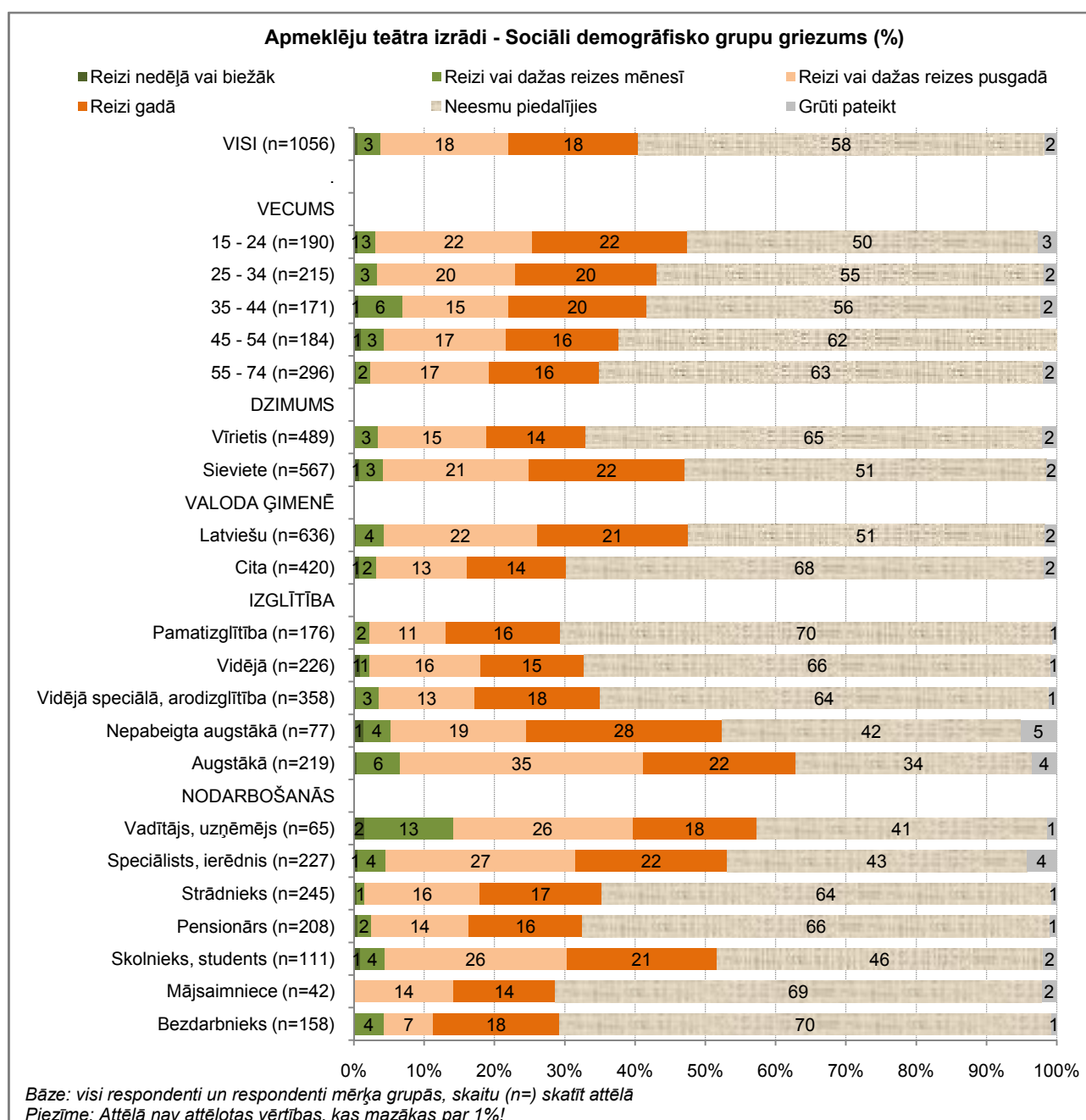
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

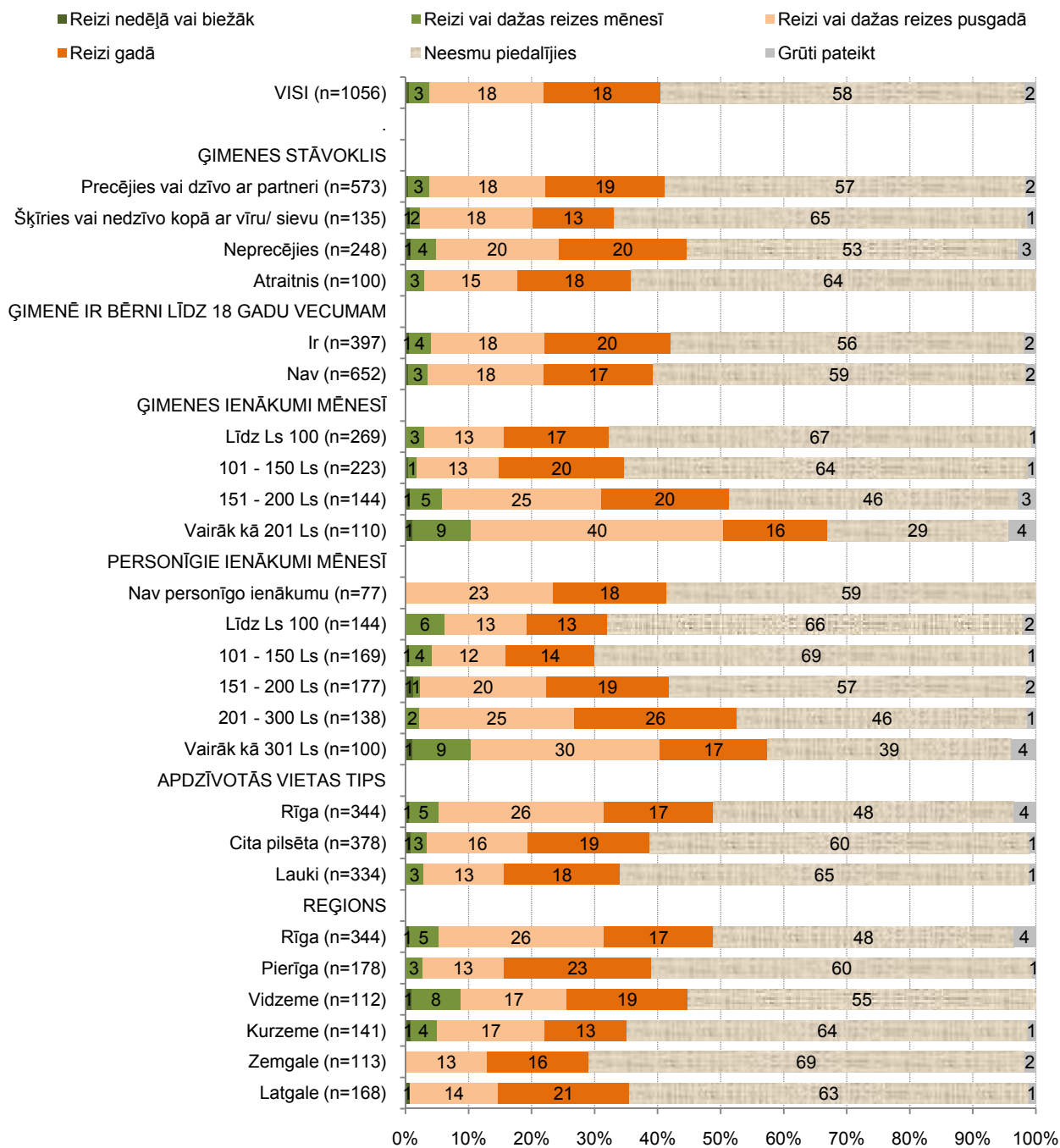
4.10. Apmeklēju teātra izrādi

Teātra izrādes aktīvāk apmeklējuši 15-24 gadīgie, bet arī 25-34 un 44-55 gadīgie, sievietes, latviešu valodā ikdienā ģimenē runājošie, augstāko vai nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, vadītāji un uzņēmēji, speciālisti un ierēdņi, skolnieki un studenti, neprecējušies, ar ienākumiem virs 151 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, Rīgā un Vidzemē dzīvojošie.

Savukārt salīdzinoši retāk uz teātri devušies 55-74 gadīgie, vīrieši, ģimenē valsts valodā nerunājošie, pamatzglītību un vidējo izglītību ieguvušie, māsaimnieces, bezdarbnieki, pensionāri un strādnieki, tie, kuri ir šķīrušies, ar ienākumiem līdz 150 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Zemgales iedzīvotāji.



Apmeklēju teātra izrādi - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



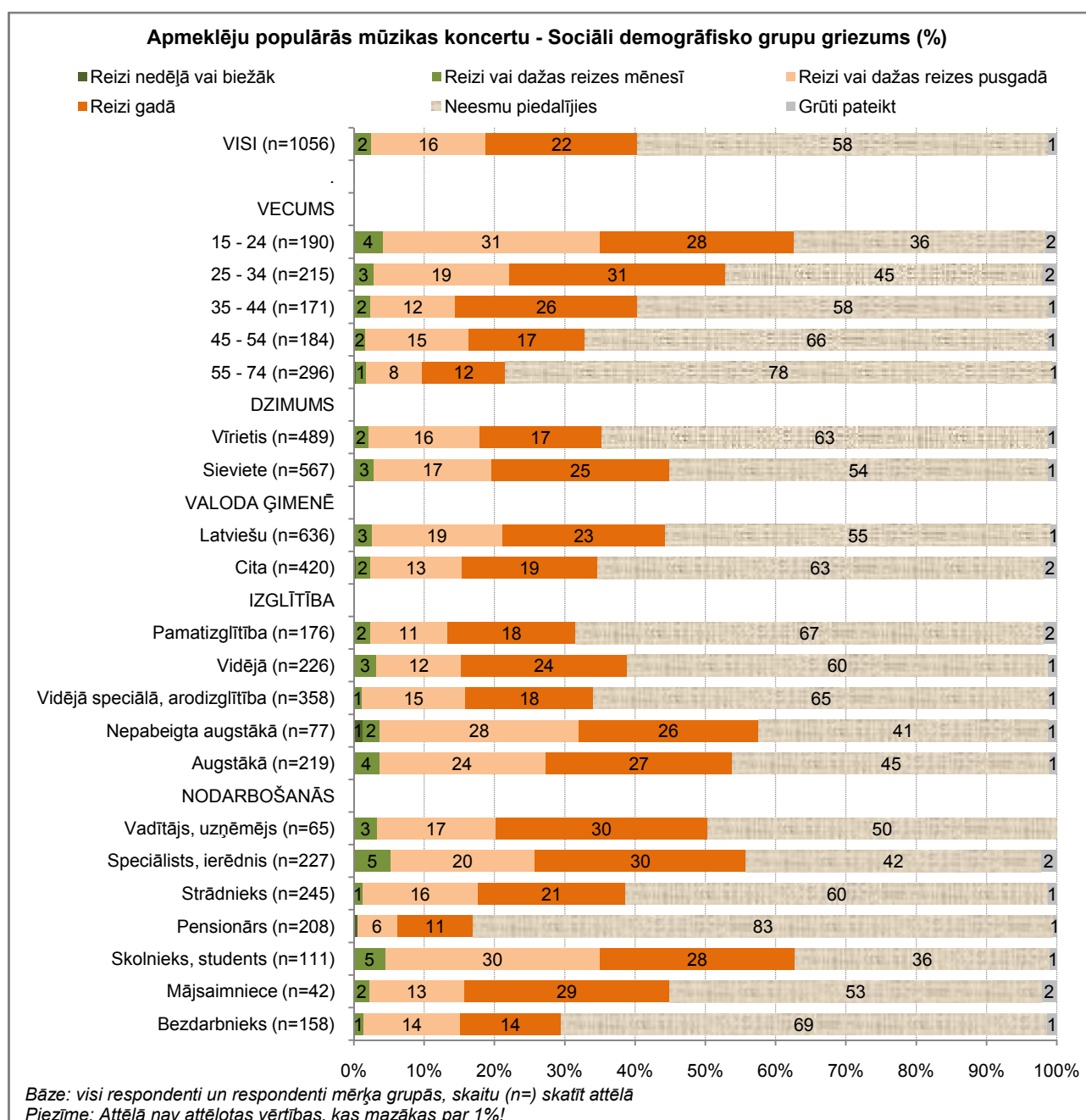
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

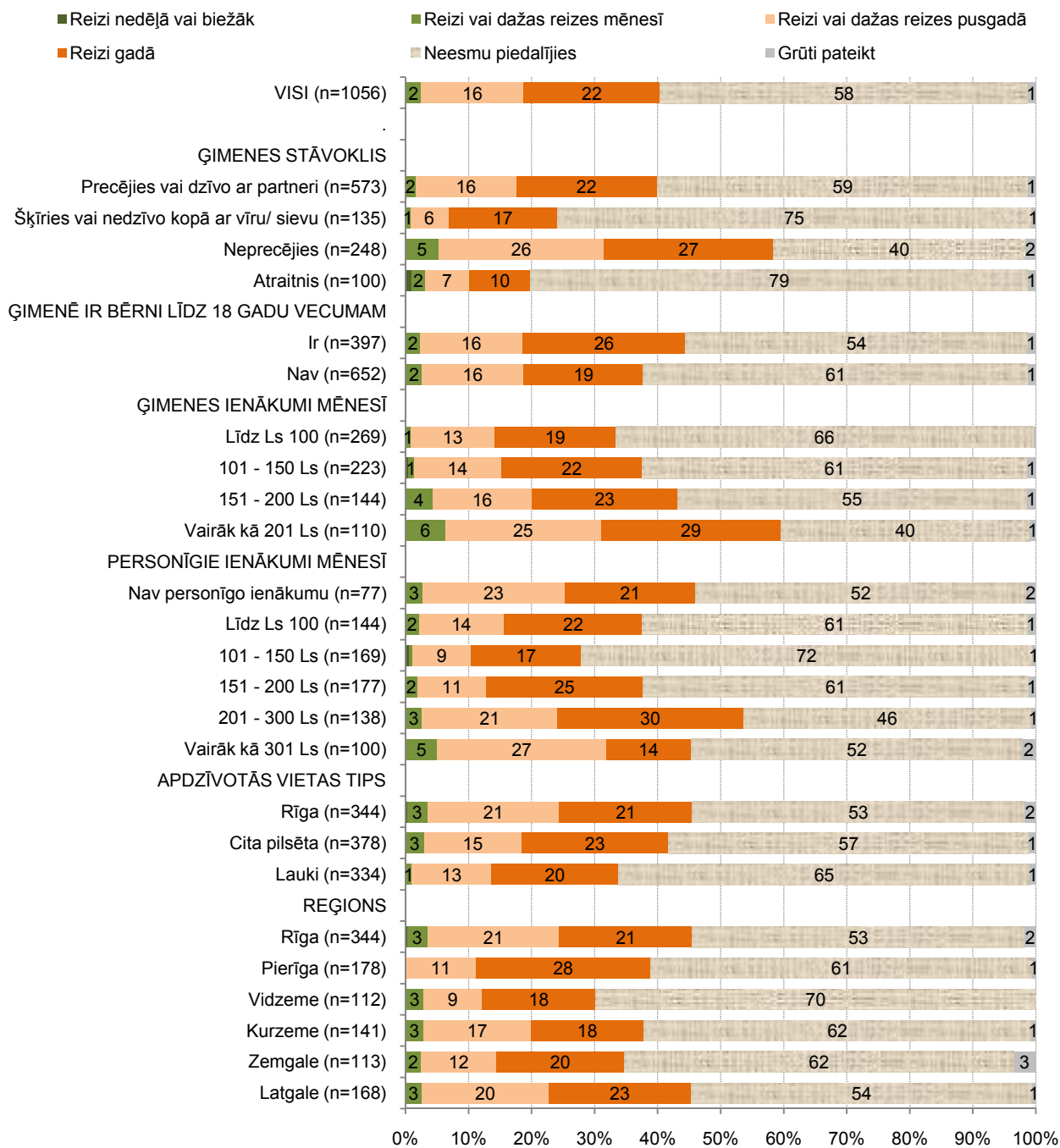
4.11. Apmeklēju populārās mūzikas koncertu

Populārās mūzikas koncertus izteikti biežāk apmeklējuši 15-34 gadīgie, sievietes, latviešu valodā ikdienā ģimenē runājošie, augstāko vai nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, skolnieki un studenti, vadītāji un uzņēmēji, speciālisti un ierēdņi, neprecējušies, tie, kuru ģimenes ienākumi ir virs 201 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, Rīgā, Pierīgā un Latgalē dzīvojošie.

Retāk populārās mūzikas koncertus apmeklējuši 55-74, arī 45-55 gadīgie, vīrieši, ikdienā ģimenē valsts valodā nerunājošie, pamatzglītību un vidējo speciālo, arodizglītību ieguvušie, pensionāri un bezdarbnieki, tie, kuri ir šķīrušies, atraitņi, ar ģimenes ienākumiem līdz 100 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, laukos dzīvojošie, Vidzemes un Zemgales iedzīvotāji.



Apmeklēju populārās mūzikas koncertu - Sociāli demogrāfisko grupu griezumus (%)



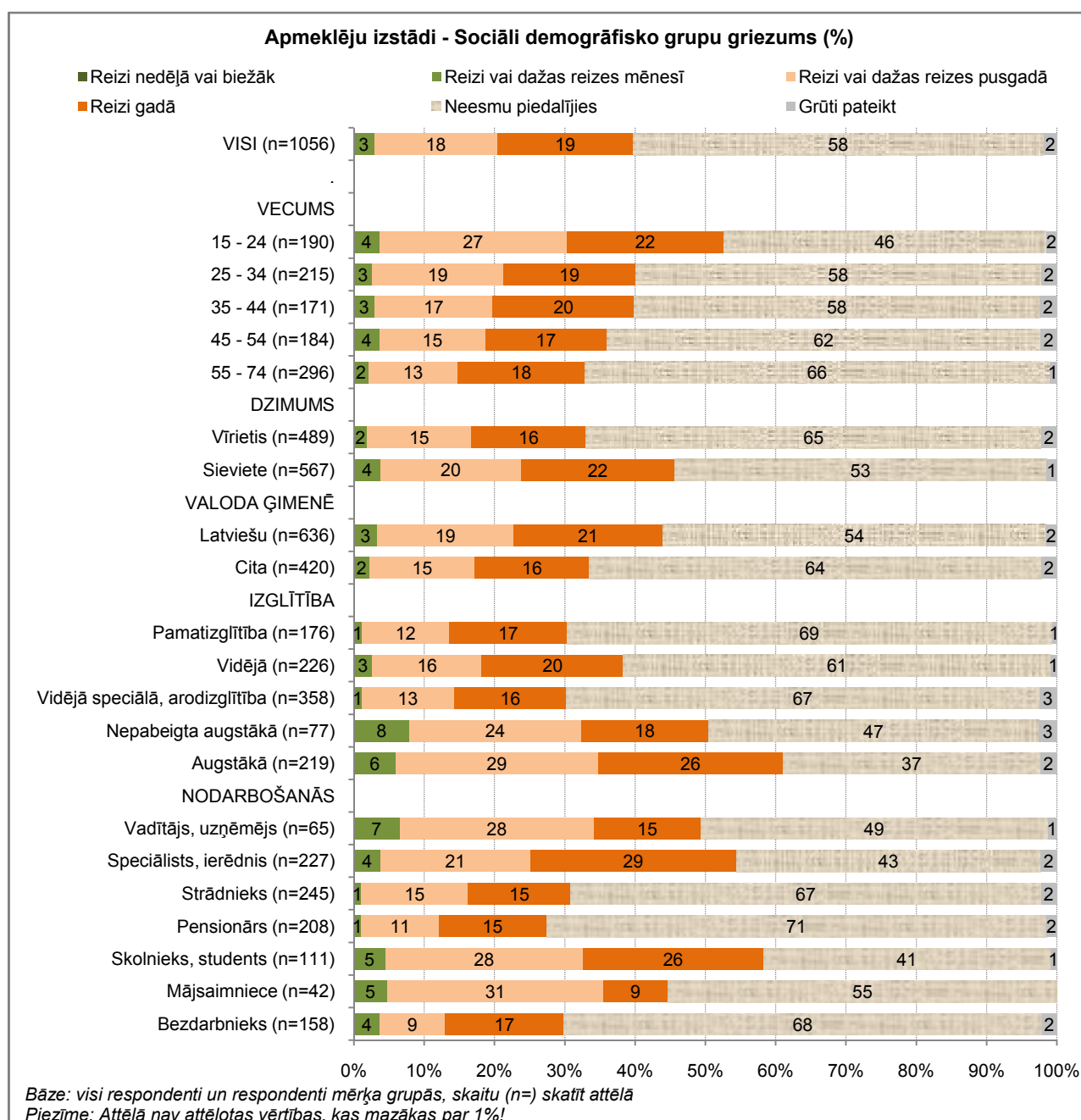
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

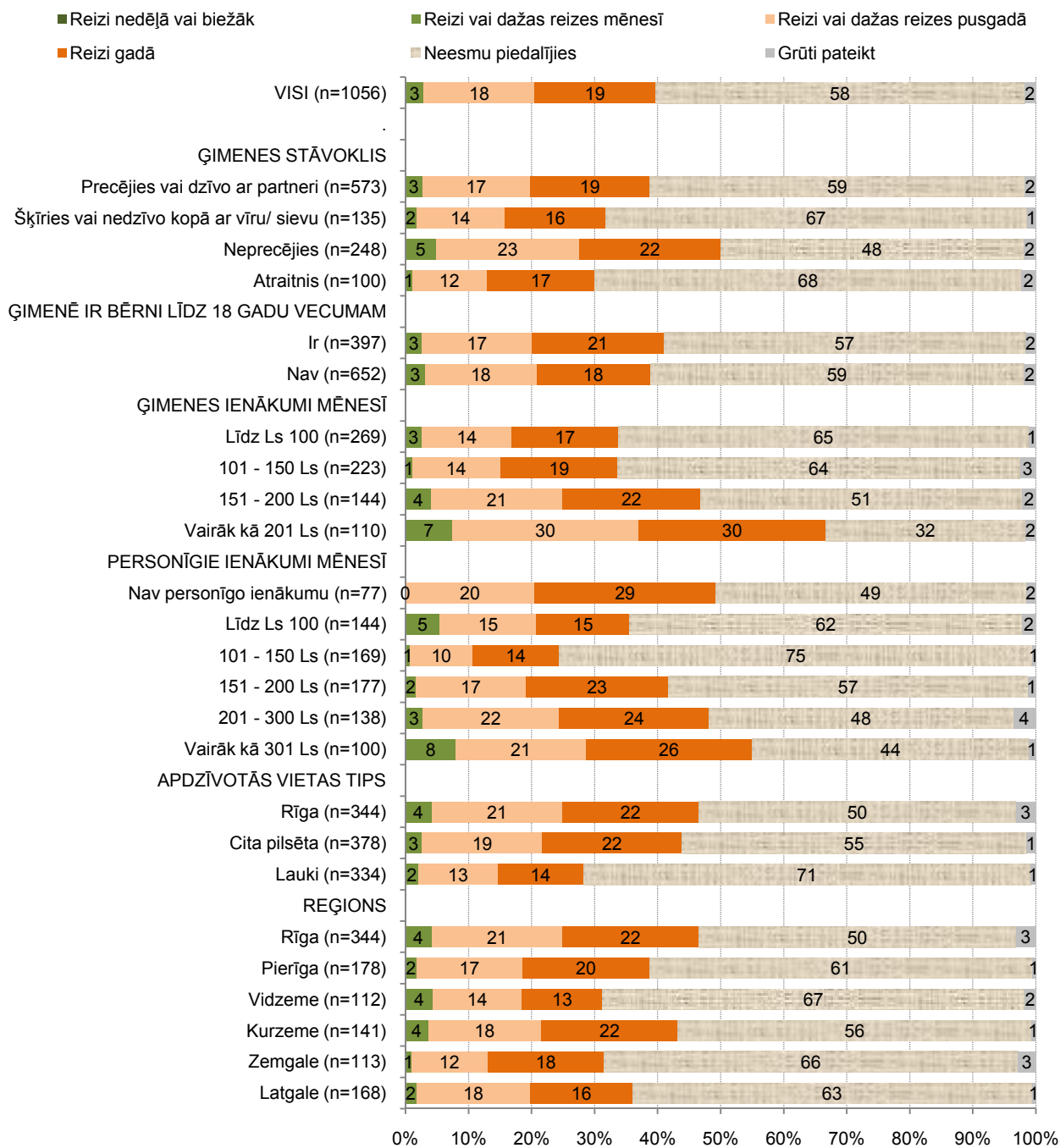
4.12. Apmeklēju izstādi

Izstādes pēdējā gada laikā salīdzinoši biežāk apmeklējuši 15-24 gadīgie, sievietes, latviešu valodā ģimenē runājošie, augstāko un nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, skolnieki un studenti, vadītāji un uzņēmēji, speciālisti un ierēdņi, neprecējušies, ar ģimenes ienākumiem virs 151 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, Rīgā un citās pilsētās dzīvojošie, Kurzēmē dzīvojošie.

Savukārt retāki izstāžu apmeklētāji bijuši 55-74 gadīgie, vīrieši, tie, kuri ikdienā ģimenē nerunā valsts valodā, pamatizglītību un vidējo speciālo, arodizglītību ieguvušie, pensionāri, strādnieki un bezdarbnieki, atraitņi un tie, kuri ir šķīrušies, ar ģimenes ienākumiem līdz 150 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, laukos dzīvojošie, Vidzemes iedzīvotāji.



Apmeklēju izstādi - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



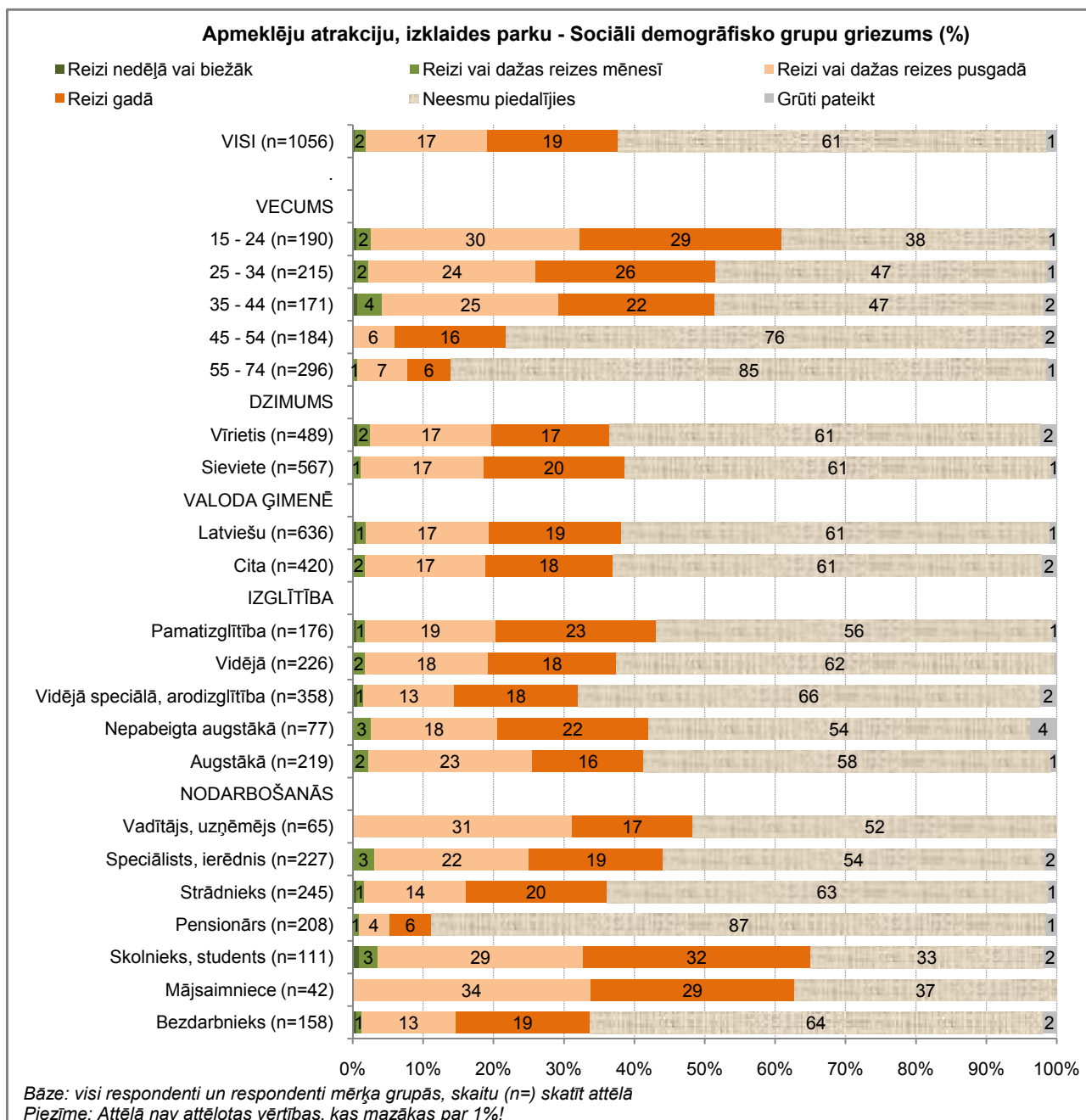
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

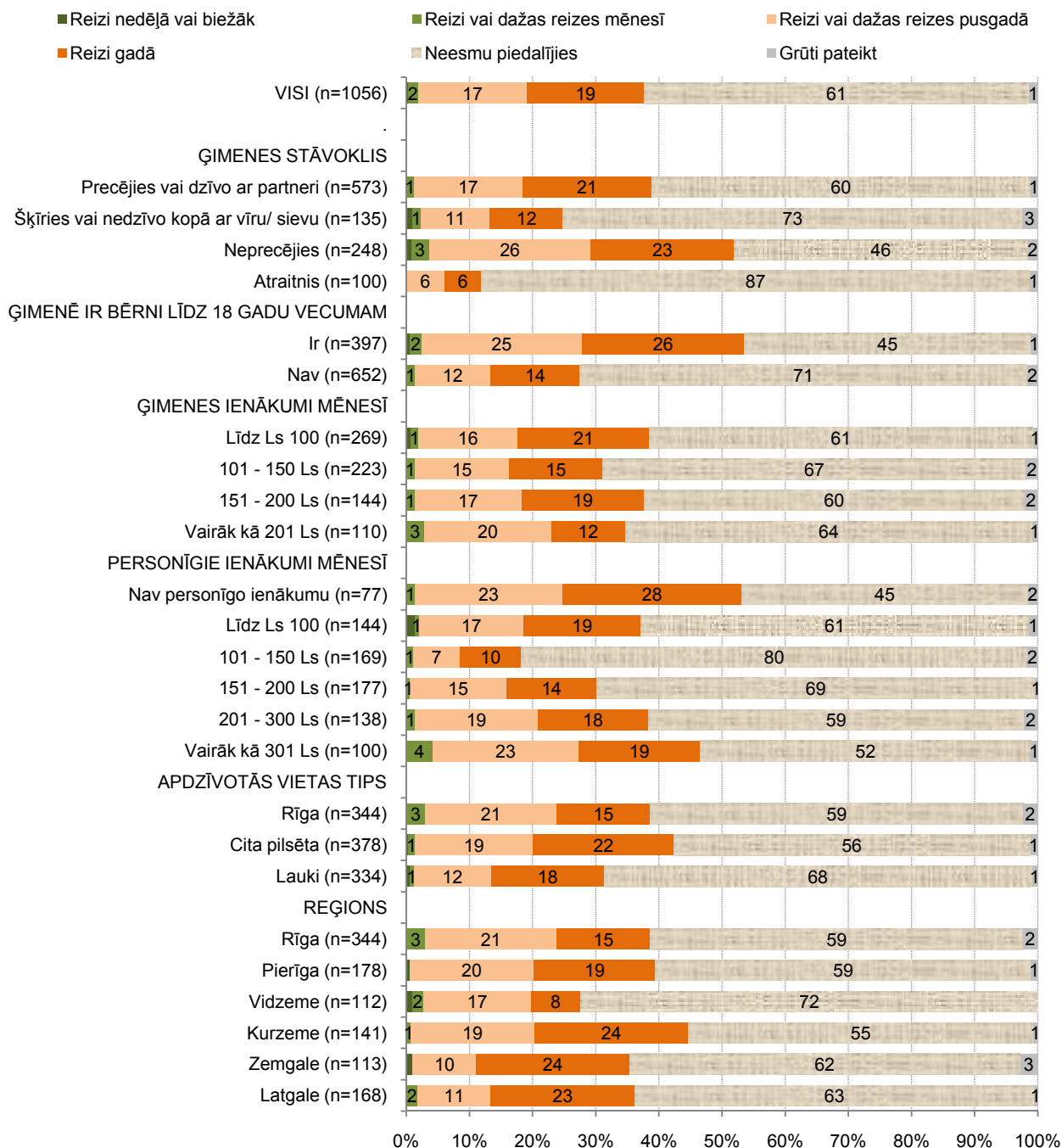
4.13. Apmeklēju atrakciju, izklaides parku

Atrakciju, izklaides parkus izteikti aktīvāk apmeklējuši 15-24, bet arī 25-44 gadīgie, pamatizglītību ieguvušie, arī augstāko vai nepabeigtu augstāko ieguvušie, skolēni un studenti, mājsaimnieces, bet arī uzņēmēji un vadītāji, ierēdņi un speciālisti, neprecējušies, tie, kuru ģimenēs ir bērni līdz 18 gadu vecumam, tie, kuri dzīvo pilsētās, bet ne Rīgā, Kurzemes iedzīvotāji.

Retāk uz izklaides un atrakciju parkiem devušies 55-74, arī 45-54 gadīgie, vidējo speciālo, arodizglītību ieguvušie, pensionāri un bezdarbnieki, tie, kuri ir šķīrušies, arī atraisīti, tie, kuru ģimenēs nav bērni līdz 18 gadu vecumam, Vidzemē dzīvojošie.



Apmeklēju atrakciju, izklaides parku - Sociāli demogrāfisko grupu griezumums (%)



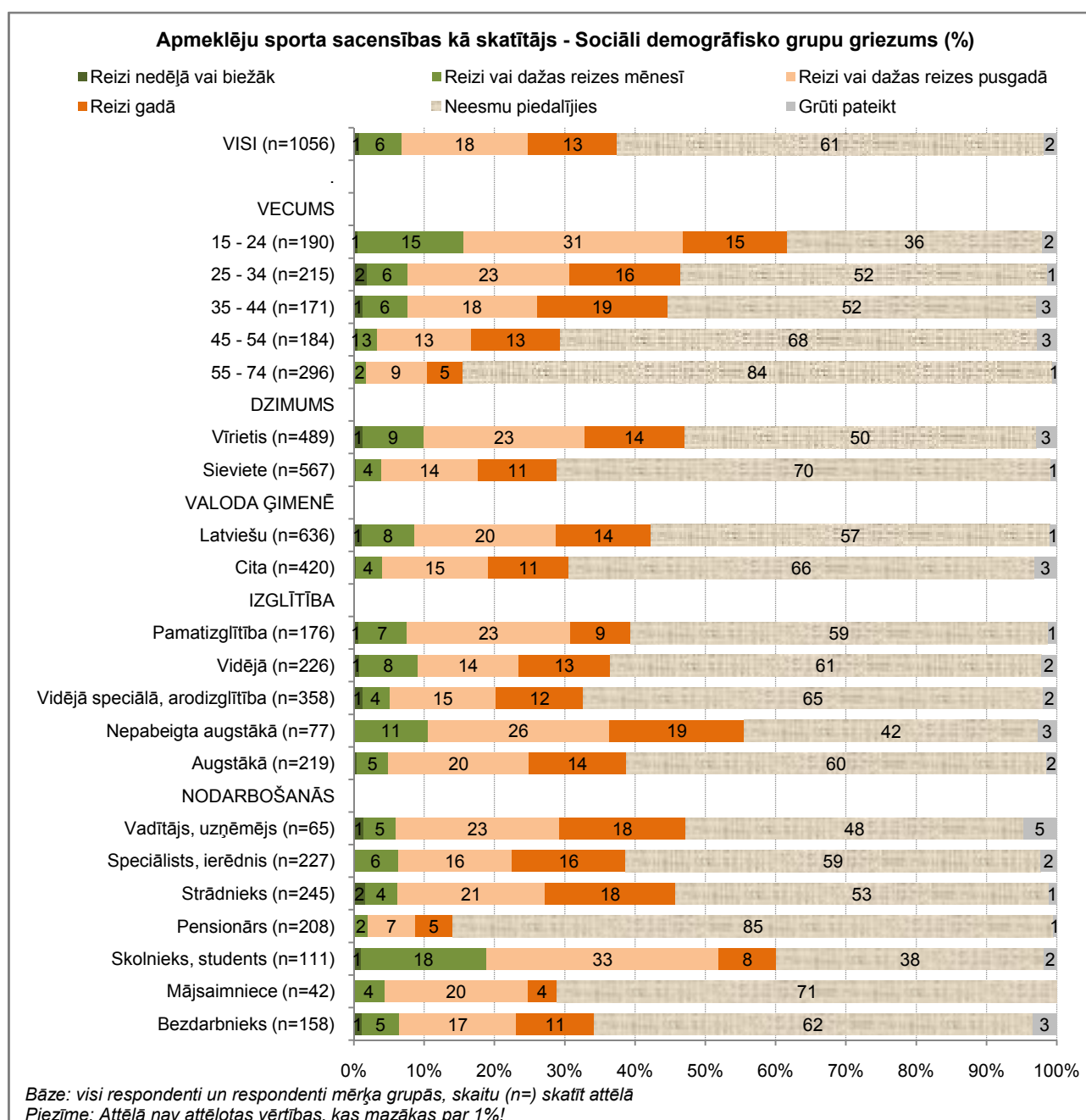
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

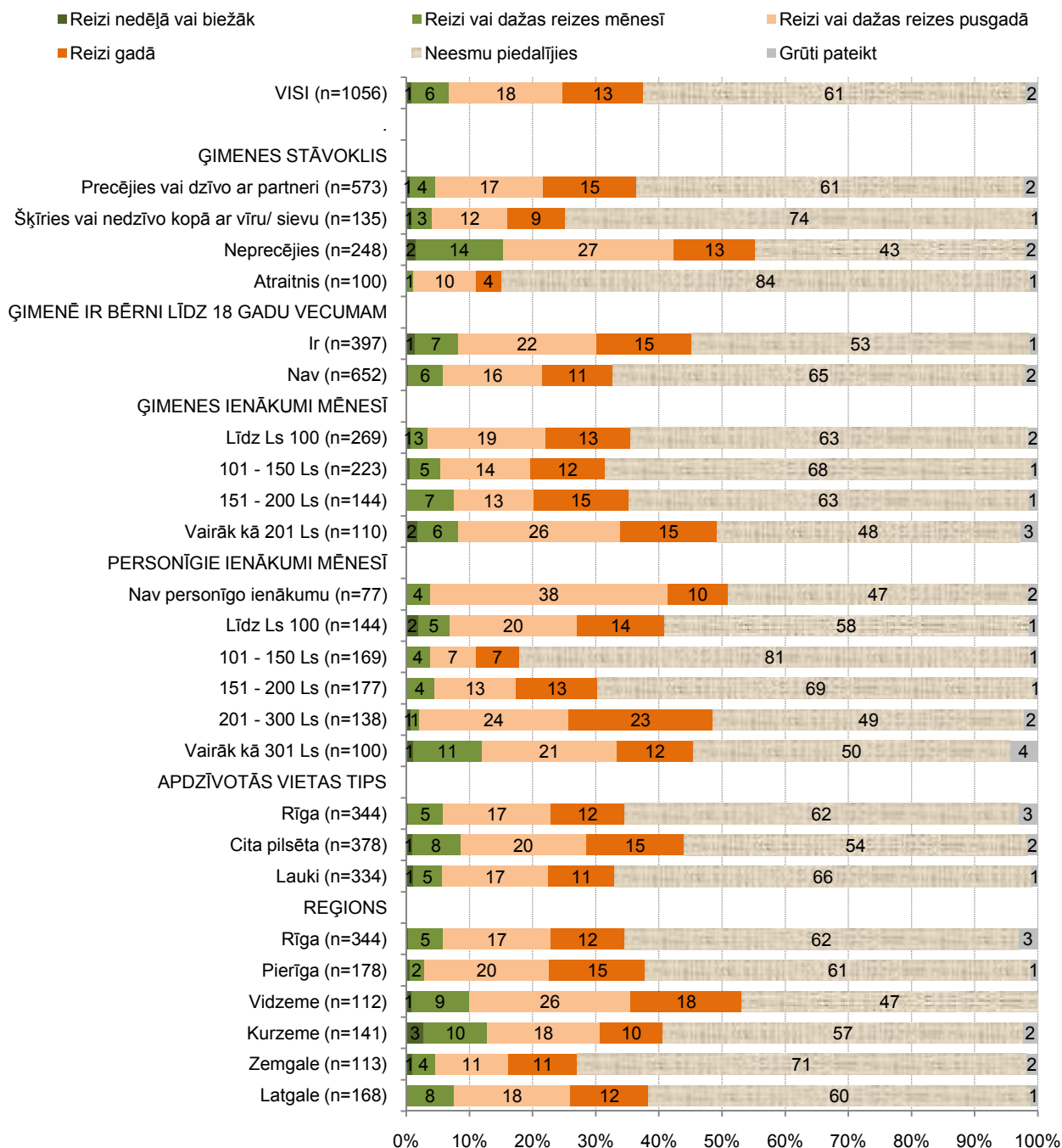
4.14. Apmeklēju sporta sacensības kā skatītājs

Sporta sacensības kā skatītāji izteikti biežāk apmeklējuši 15-24 gadīgie, arī 25-34 gadīgie, vīrieši, latviešu valodā ikdienā ģimenē runājošie, nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, skolnieki un studenti, vadītāji un uzņēmēji, strādnieki, neprecējušies, tie, kuru ģimenēs ir bērni līdz 18 gadu vecumam, ar ģimenes ienākumiem virs 201 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, pilsētās, bet ne Rīgā, dzīvojošie, Vidzemes un Kurzemes iedzīvotāji.

Savukārt retāk sporta sacensības apmeklējuši 55-74, arī 45-55 gadīgie, sievietes, tie, kuri ikdienā ģimenē nerunā valsts valodā, vidējo speciālo, arodizglītību ieguvušie, pensionāri un māsaimnieces, tie, kuri ir šķīrušies, arī atraitņi, Zemgalē dzīvojošie.



Apmeklēju sporta sacensības kā skatītājs - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



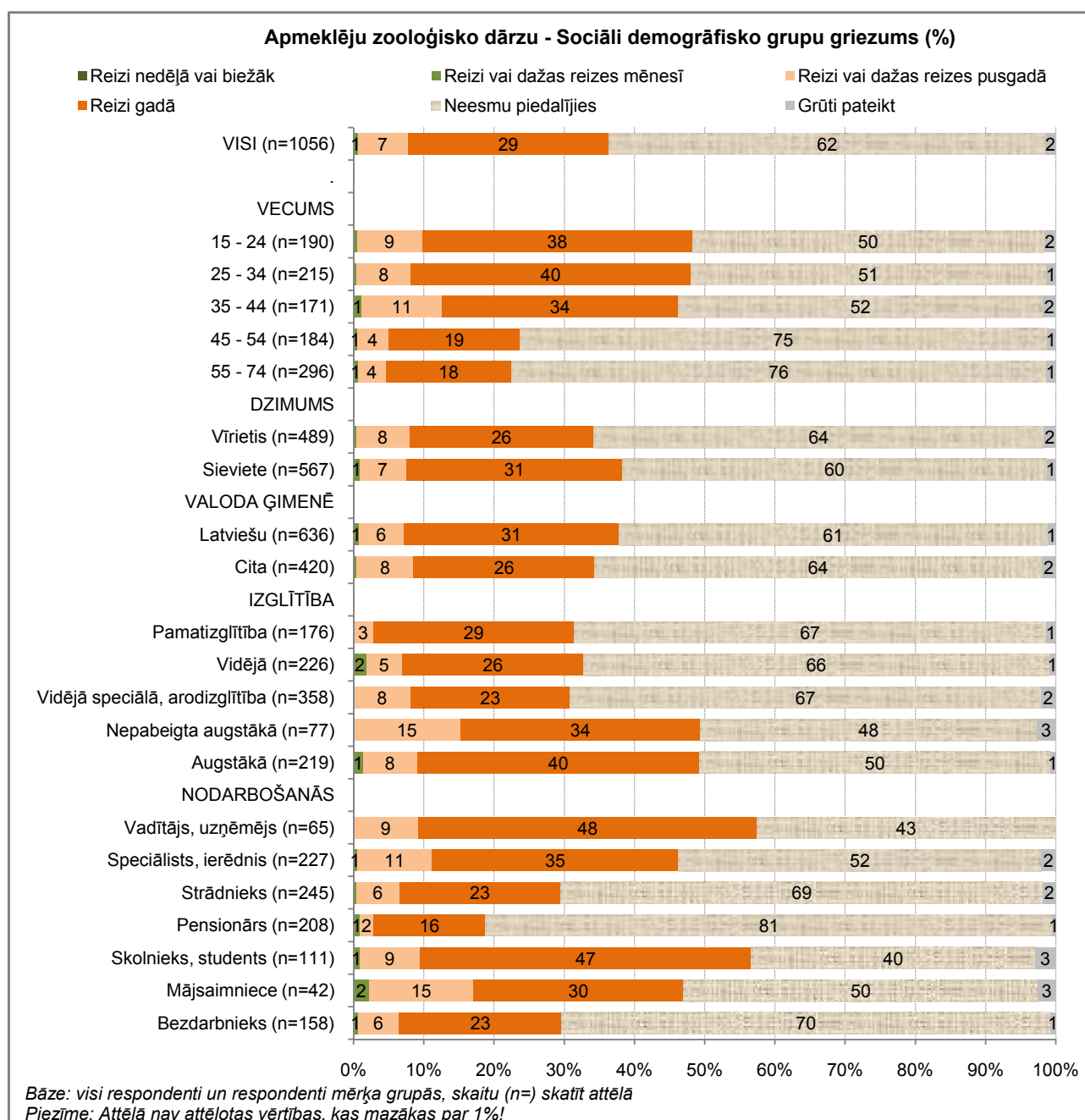
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

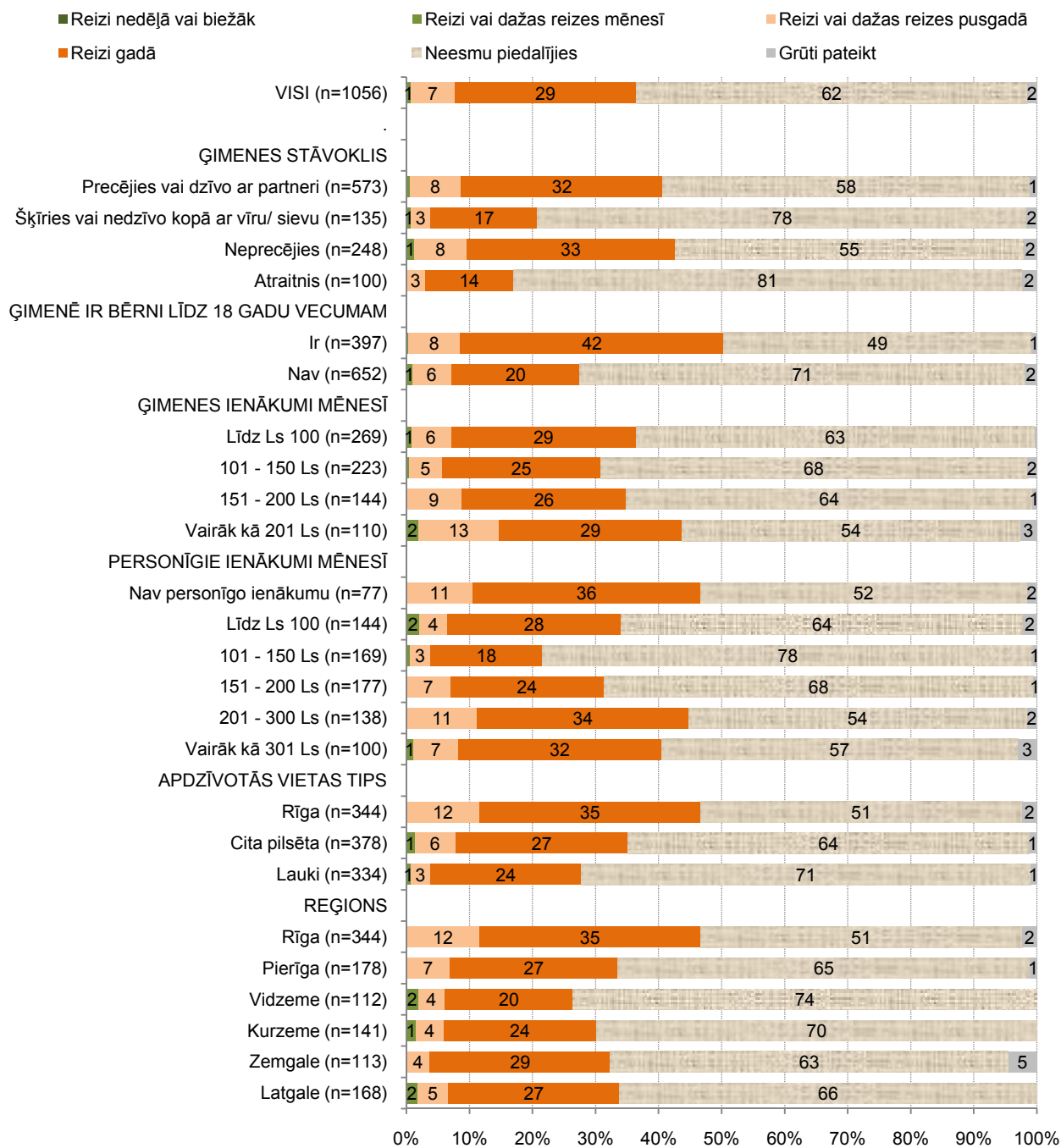
4.15. Apmeklēju zooloģisko dārzu

Zooloģisko dārzu salīdzinoši biežāk apmeklējuši: 15-44 gadīgie, augstāko vai nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, vadītāji un uzņēmēji, kā arī speciālisti un ierēdņi, skolnieki un studenti, māsasaimnieces, tie, kuri ir precējušies vai dzīvo kopā ar partneri, kuriem ģimenē ir bērni līdz 18 gadu vecumam, ar ienākumiem virs 201 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Rīgā dzīvojošie.

Retāk pēdējā gada laikā zooloģisko dārzu apmeklējuši 45-74 gadīgie, pensionāri, atraitņi, tie, kuri ir šķīrušies, kuru ģimenēs nav bērnu līdz 18 gadu vecumam, laukos dzīvojošie, Vidzemes iedzīvotāji.



Apmeklēju zooloģisko dārzu - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



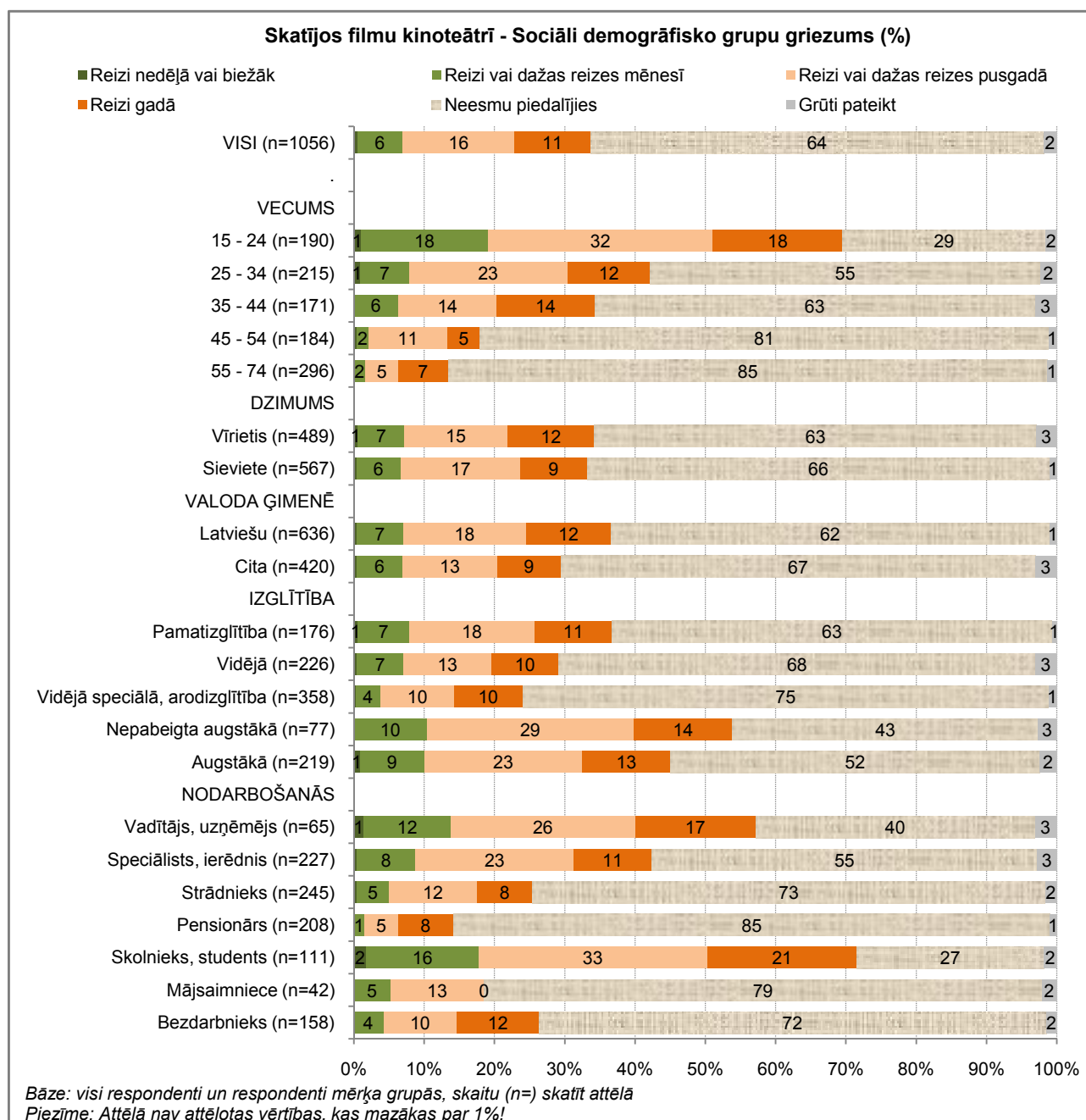
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

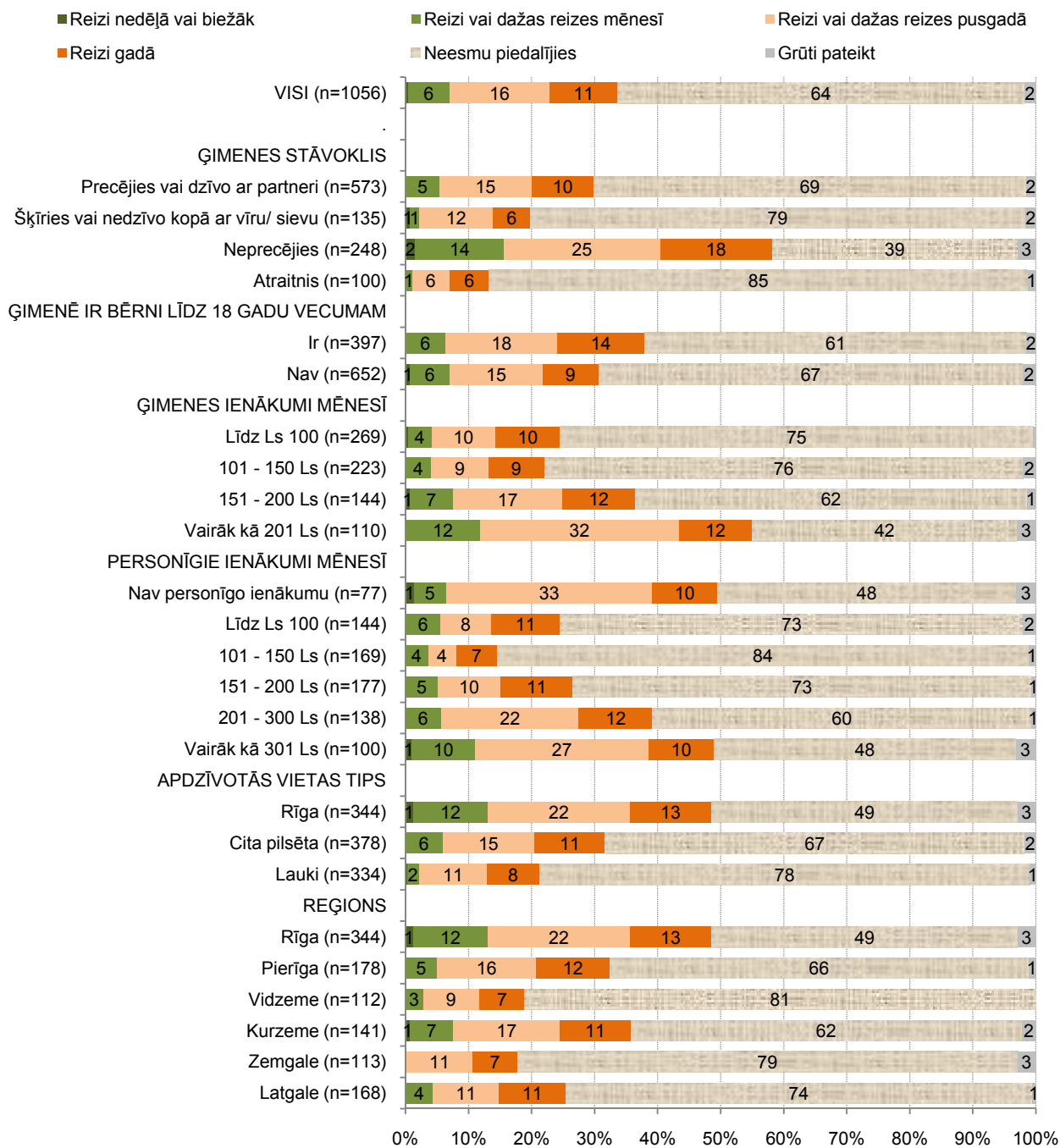
4.16. Skatījos filmu kinoteātrī

Uz kinoseansiem kinoteātros izteikti biežāk gājuši 15-24 gadīgie, arī 25-34 gadīgie, augstāko vai nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, skolnieki un studenti, vadītāji un uzņēmēji, speciālisti un ierēdņi, neprecējušies, ar ģimenes ienākumiem virs 201 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Rīgā dzīvojošie.

Izteikti retāki kinoapmeklētāji bijuši 55-74 un arī 45-55 gadīgie, vidējo speciālo, arodizglītību ieguvušie, pensionāri, strādnieki un bezdarbnieki, atraitņi un tie, kuri ir šķīrušies, ar ienākumiem līdz 150 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, laukos dzīvojošie, Vidzemes un Zemgales iedzīvotāji.



Skatījos filmu kinoteātrī - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



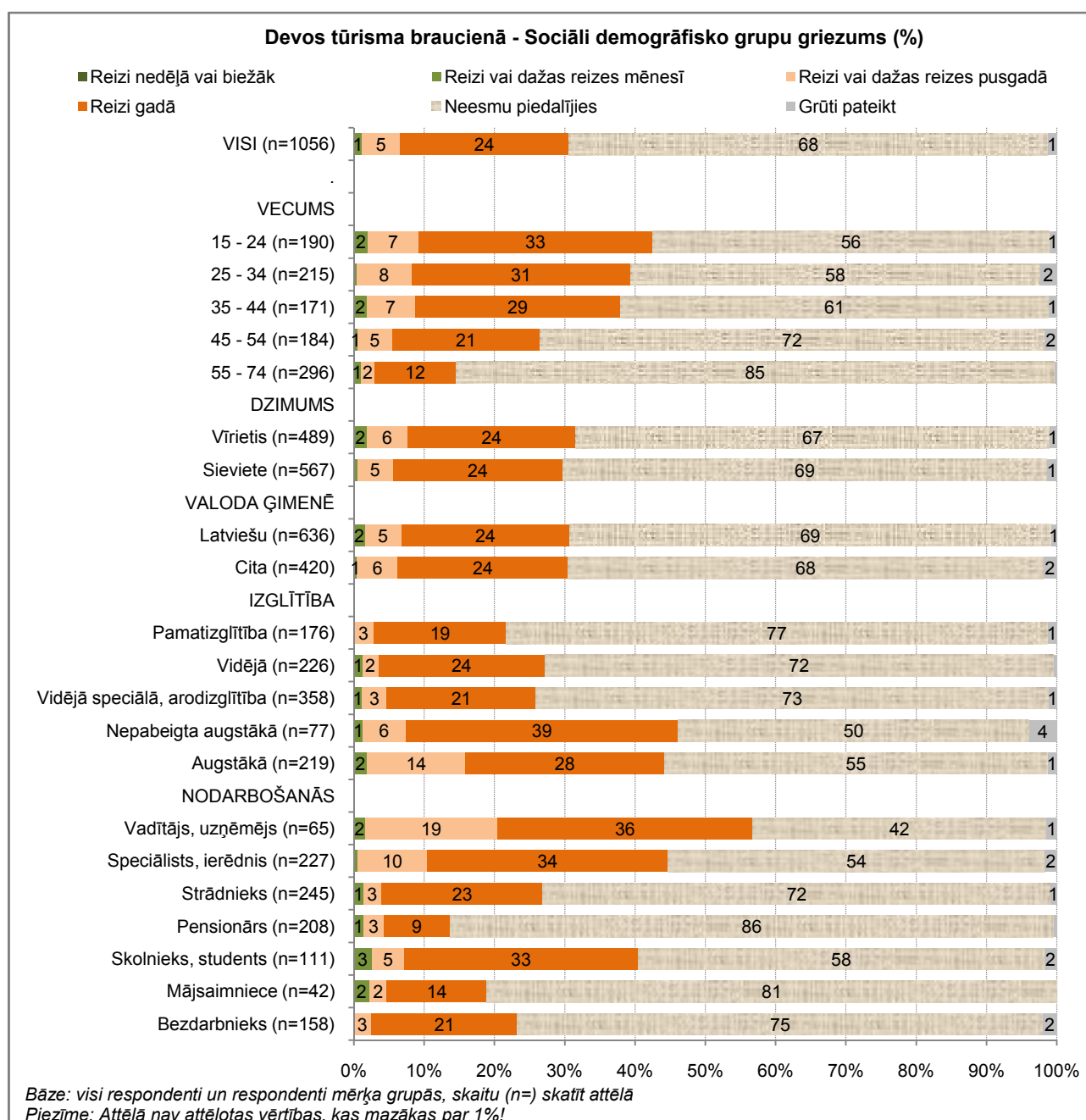
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

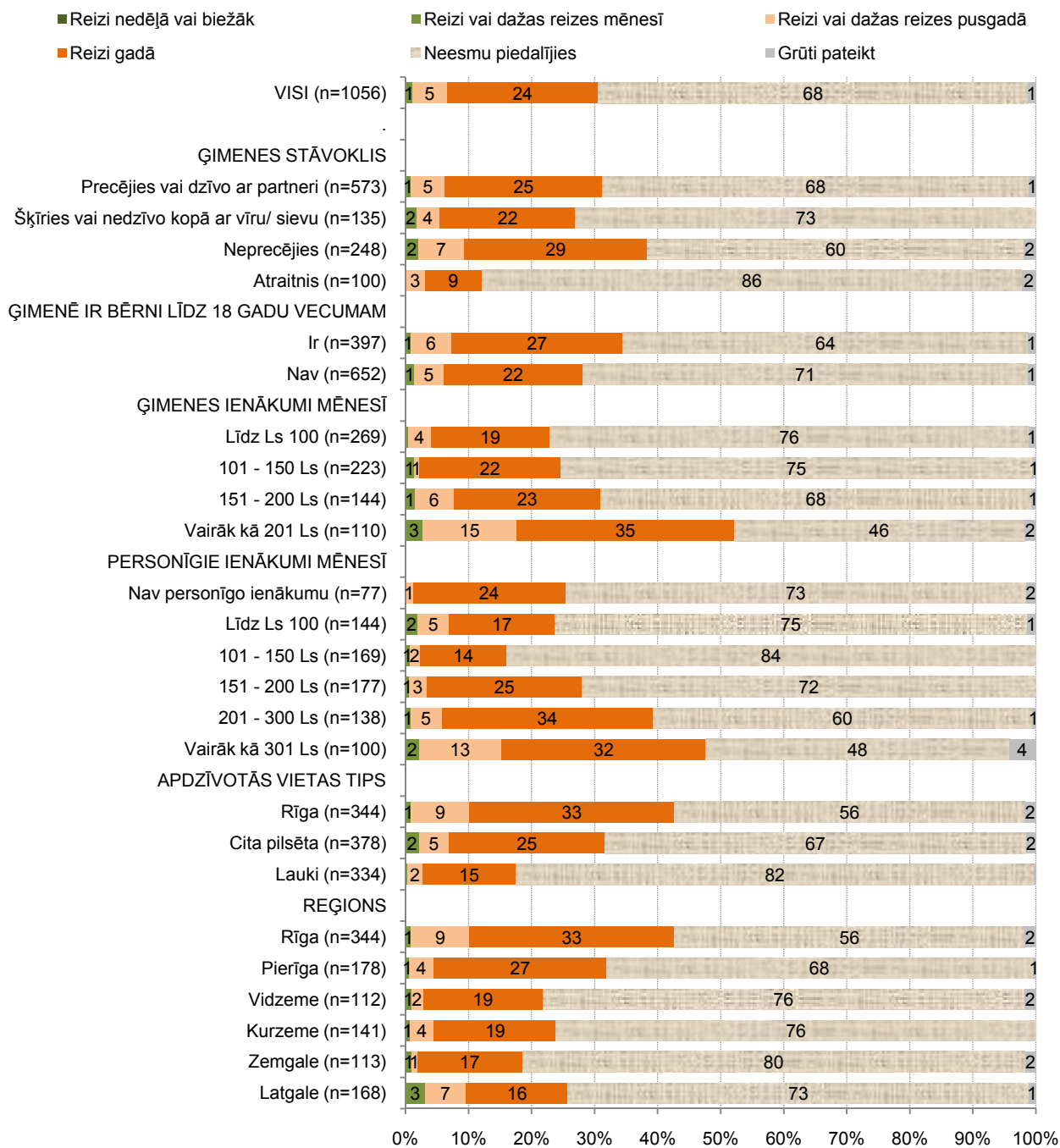
4.17. Devos uz citu valsti tūrisma braucienā

Tūrisma braucienos uz citām valstīm salīdzinoši biežāk devušies: 15-24 gadīgie, bet arī 25-34 gadīgie, augstāko un nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, vadītāji un uzņēmēji, arī speciālisti un ierēdņi, skolnieki un studenti, tie, kuri ir neprecējušies, arī tie, kuriem ģimenē ir bērni līdz 18 gadu vecumam, tie, kuru ģimenes ienākumi ir vairāk kā 201 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Rīgā un Pierīgā dzīvojošie.

Savukārt izteikti retāk tūrisma braucienos uz citām valstīm devušies: 55-74 gadīgie, pamatzglītību ieguvušie, pensionāri un māsaimnieces, atraitņi, tie, kuru ienākumi mēnesī nepārsniedz 100 Ls uz vienu ģimenes locekli, lauku iedzīvotāji, Zemgalē un Vidzemē dzīvojošie.



Devos tūrisma braucienā - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



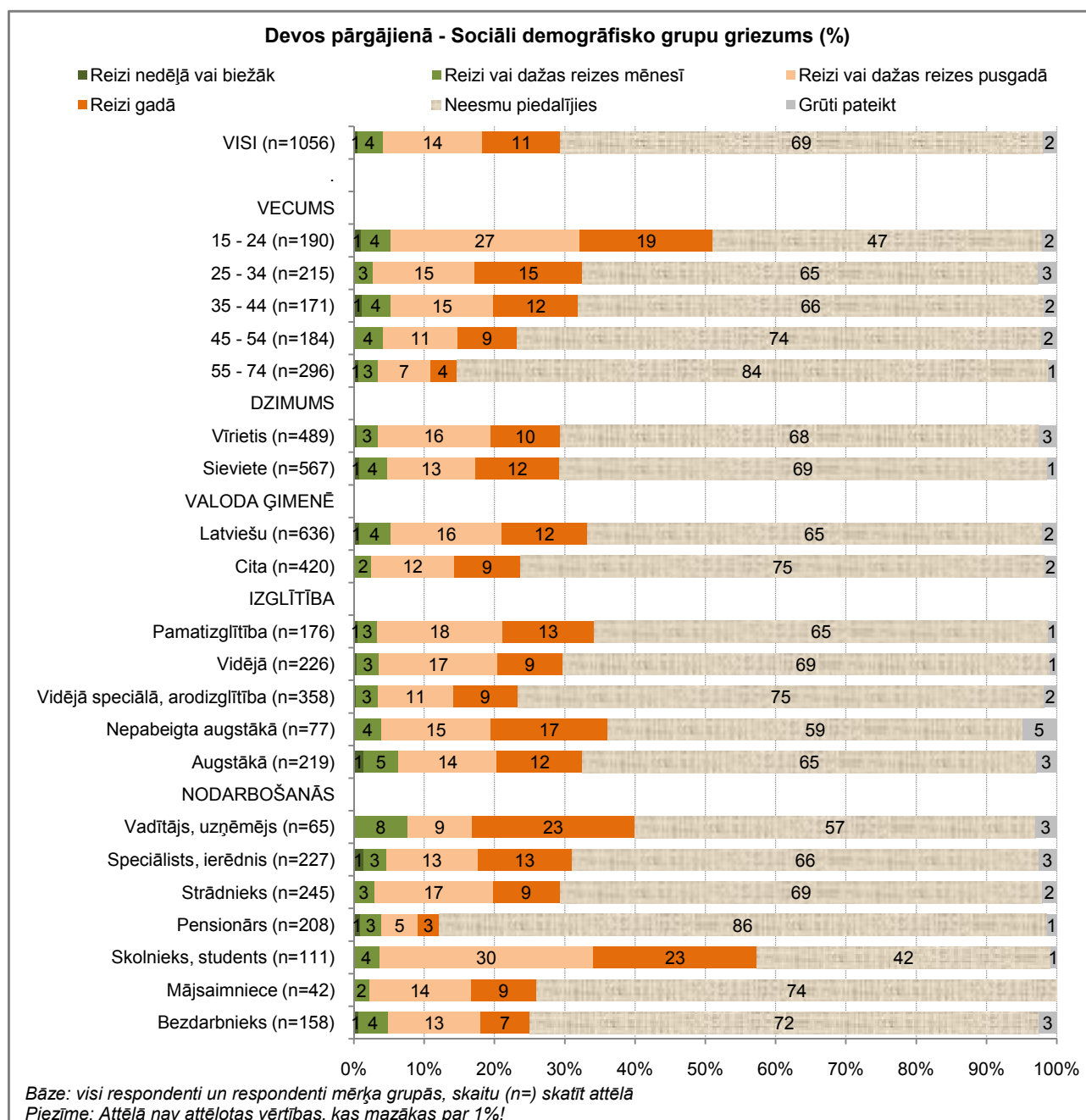
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

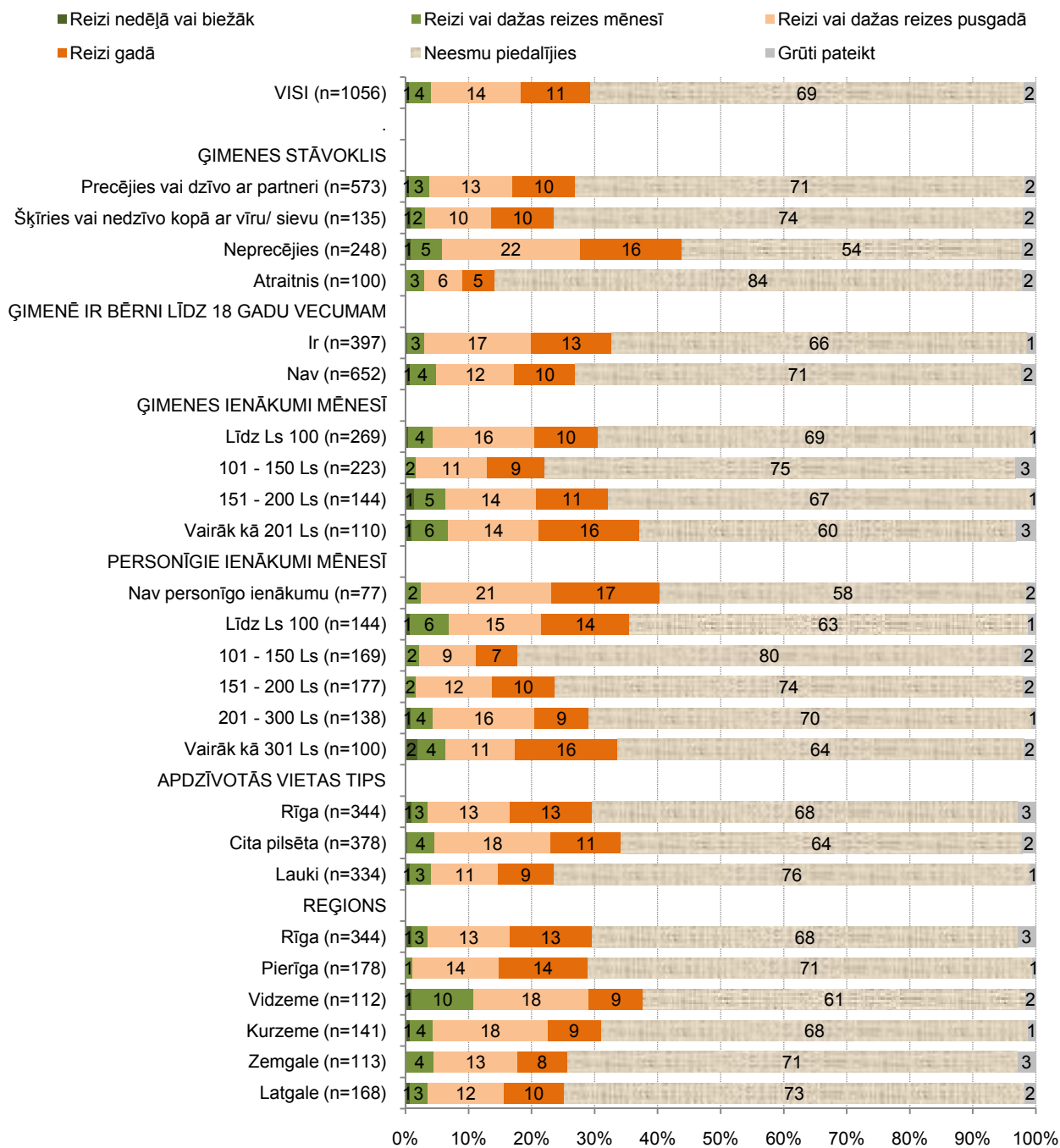
4.18. Devos pārgājienā

Pēdējā gada laikā pārgājienos salīdzinoši biežāk devušies 15-24 gadīgie, arī 25-34 gadīgie, latviešu valodā ģimenē runājošie, pamatzglītību un nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, skolnieki un studenti, vadītāji un uzņēmēji, neprecējušies, tie, kuru ģimenēs ir bērni līdz 18 gadu vecumam, ar ģimenes ienākumiem virs 151 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, pilsētās, bet ne Rīgā, dzīvojošie, Vidzemes iedzīvotāji.

Savukārt retāk pārgājienos devušies 55-74 gadīgie, vidējo speciālo, arodizglītību ieguvušie, pensionāri, atraitņi, ar ģimenes ienākumiem 101-150 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī.



Devos pārgājienā - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



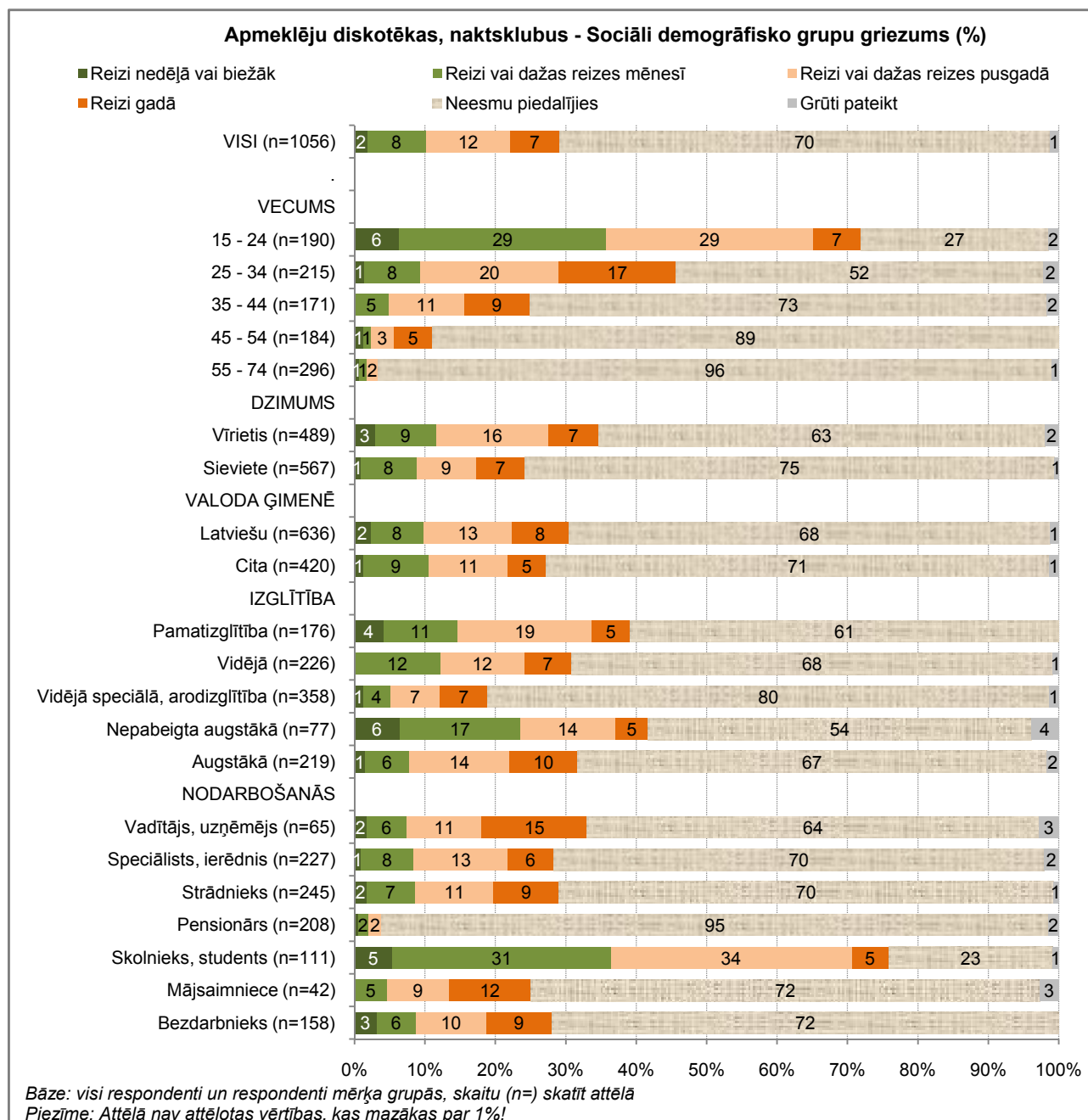
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

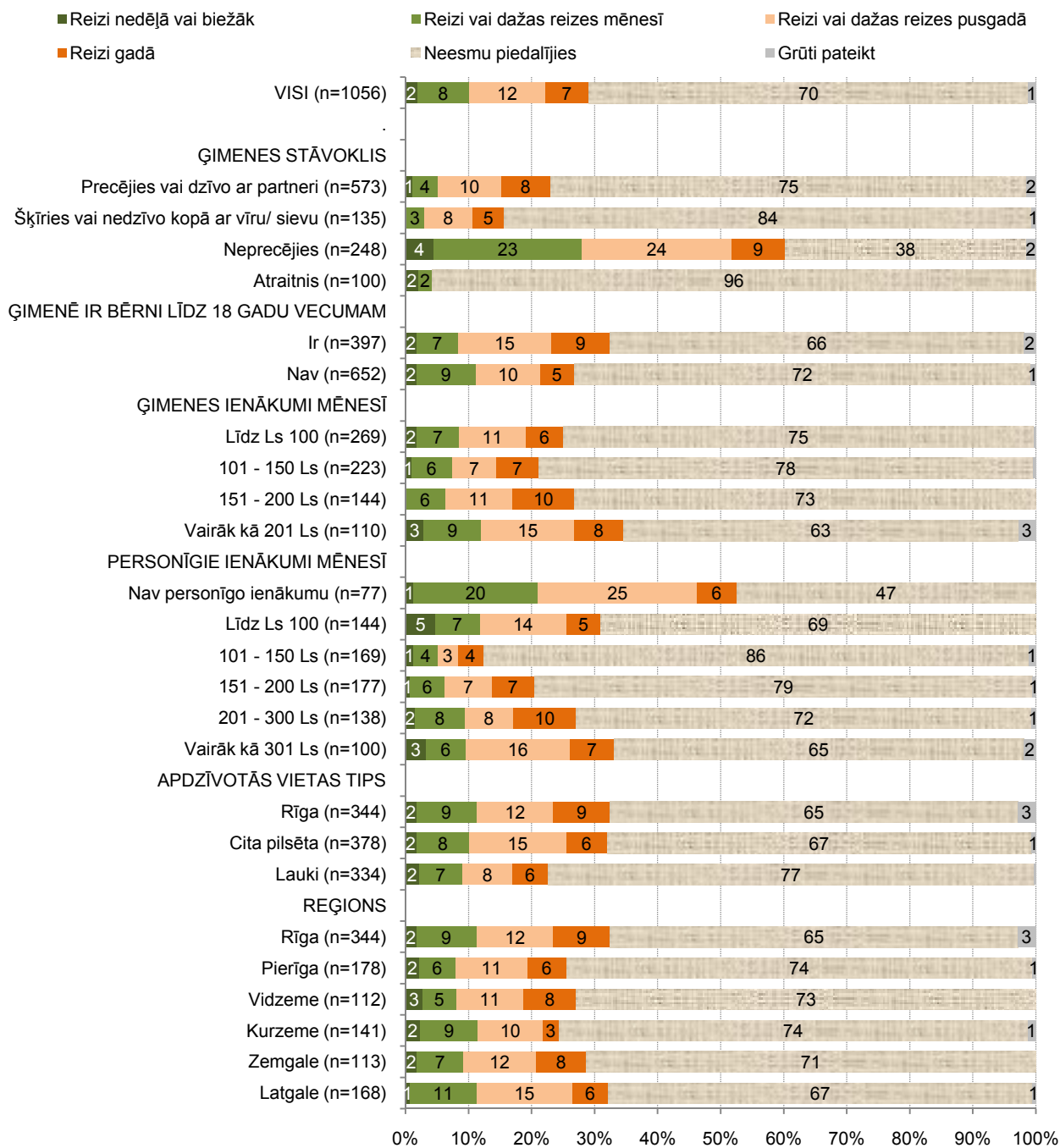
4.19. Apmeklēju diskotēkas, naktsklubus

Diskotēkas un naktsklubus izteikti biežāk apmeklējuši 15-24 gadīgie, retāk, bet arī salīdzinoši biežāk kā pārējie – 25-34 gadīgie, vīrieši, nepabeigtu augstāko un pamatizglītību ieguvušie, skolnieki un studenti, vadītāji un uzņēmēji, neprecējušies, ar ģimenes ienākumiem virs 201 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, Rīgā un citās pilsētās dzīvojošie, Latgales iedzīvotāji.

Savukārt retāki diskotēku un naktsklubu apmeklētāji bijuši 55-74 un 45-55 gadīgie, vidējo speciālo, arodizglītību ieguvušie, pensionāri, atraitņi un tie, kuri ir šķīrušies.



Apmeklēju diskotēkas, naktsklubus - Sociāli demogrāfisko grupu griezumus (%)



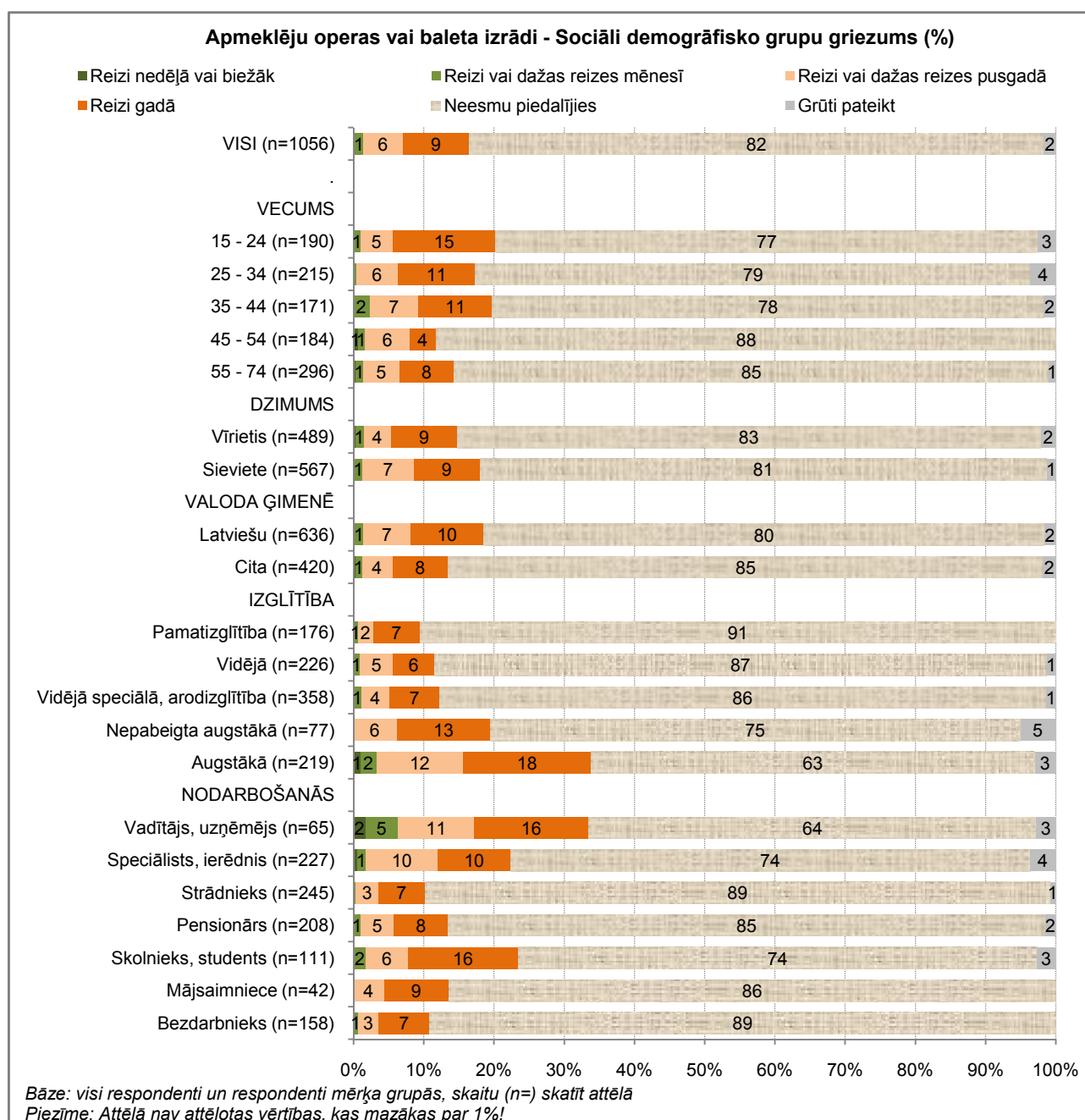
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

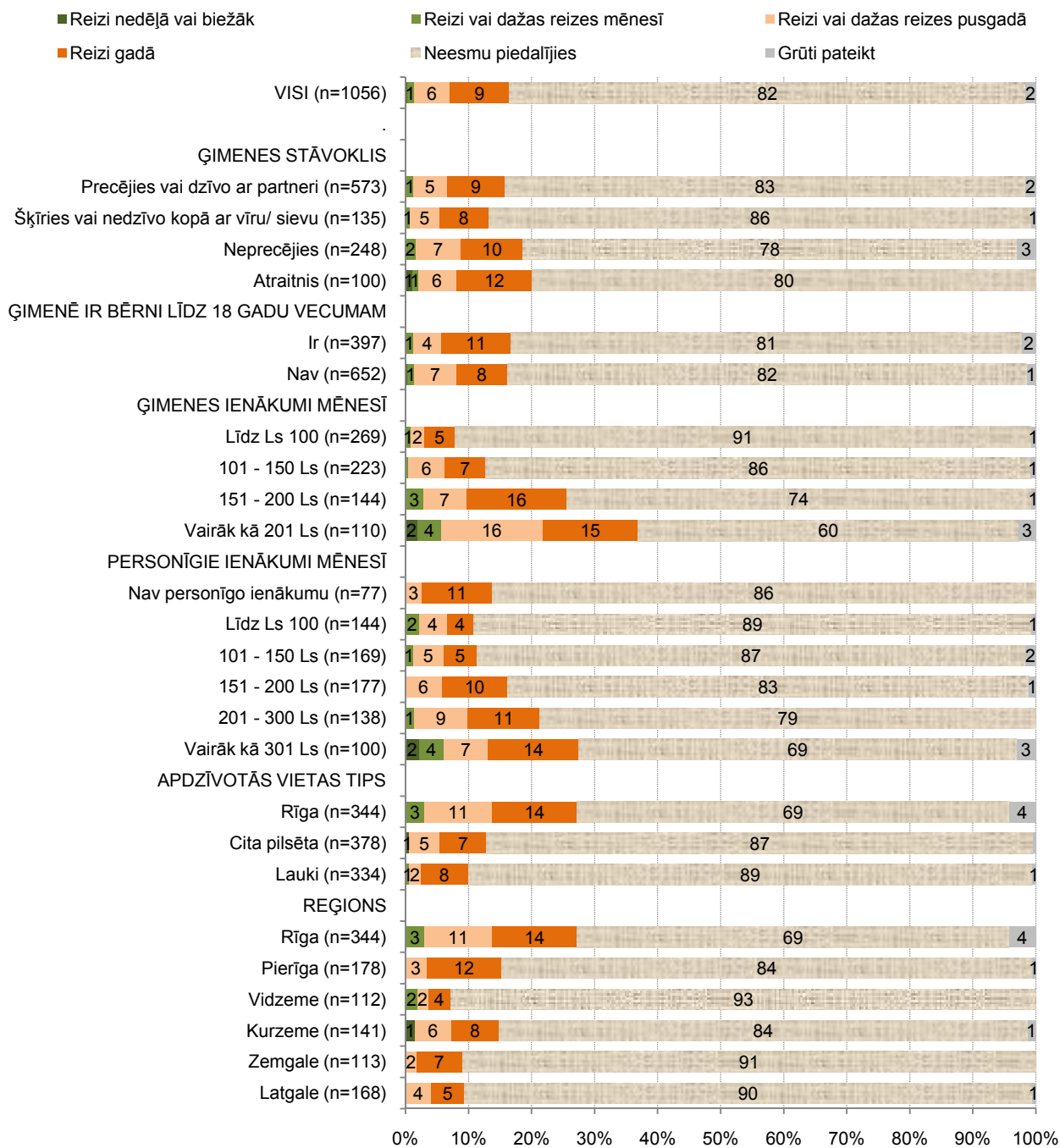
4.20. Apmeklēju operas vai baleta izrādi

Operas vai baleta izrādes salīdzinoši biežāk apmeklējuši 15-24 gadīgie, arī 35-44 gadīgie, augstāko izglītību ieguvušie, vadītāji un uzņēmēji, skolnieki un studenti, speciālisti un ierēdņi, atraitņi, iedzīvotāji ar ienākumiem virs 151 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Rīgā dzīvojošie.

Savukārt retāk operas un baleta izrādes apmeklējuši 45-54 gadīgie, pamatzglītību ieguvušie, strādnieki un bezdarbnieki, ar ienākumiem līdz 100 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, laukos dzīvojošie, Vidzemes, Zemgales un Latgales iedzīvotāji.



Apmeklēju operas vai baleta izrādi - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



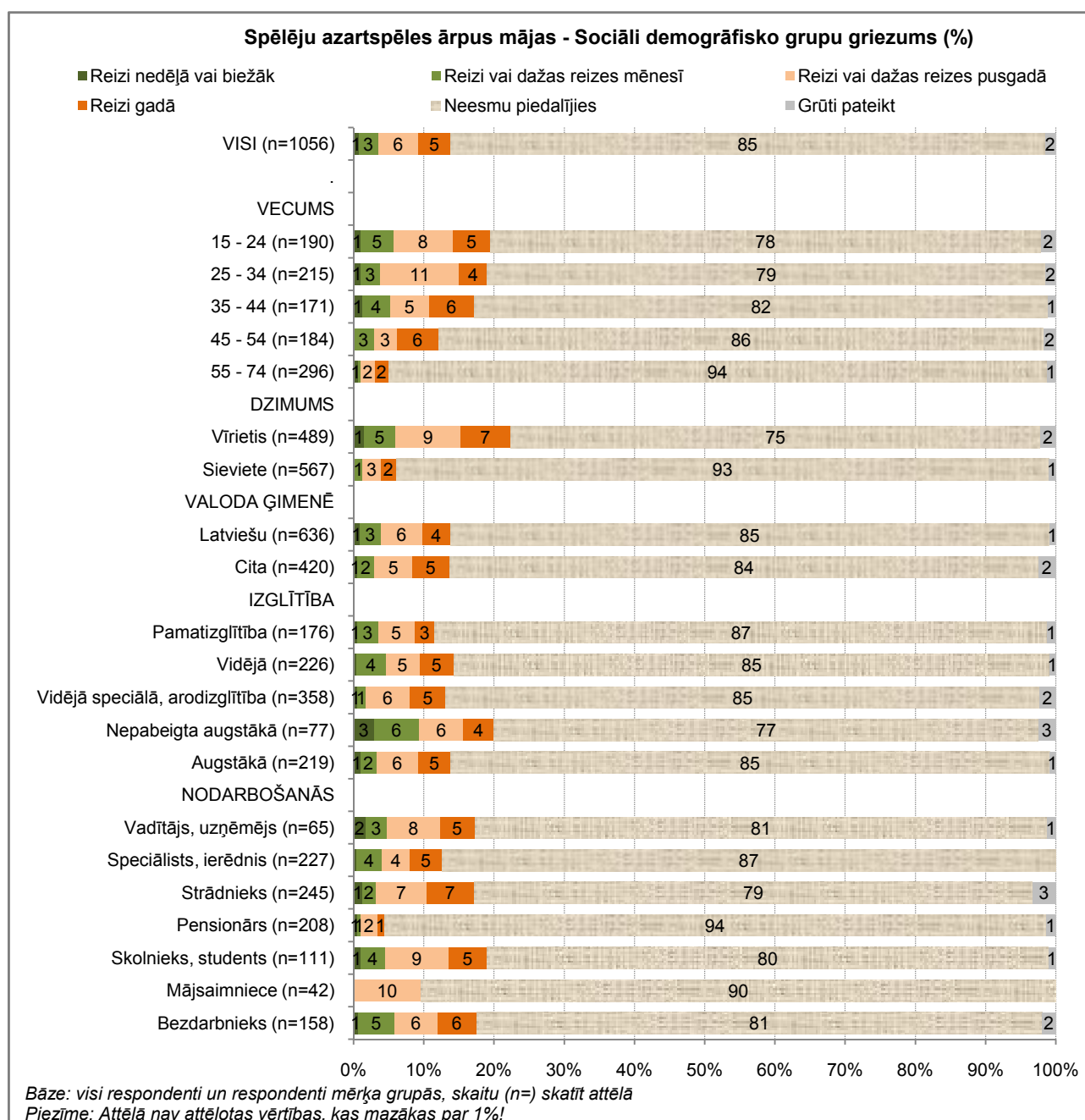
Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

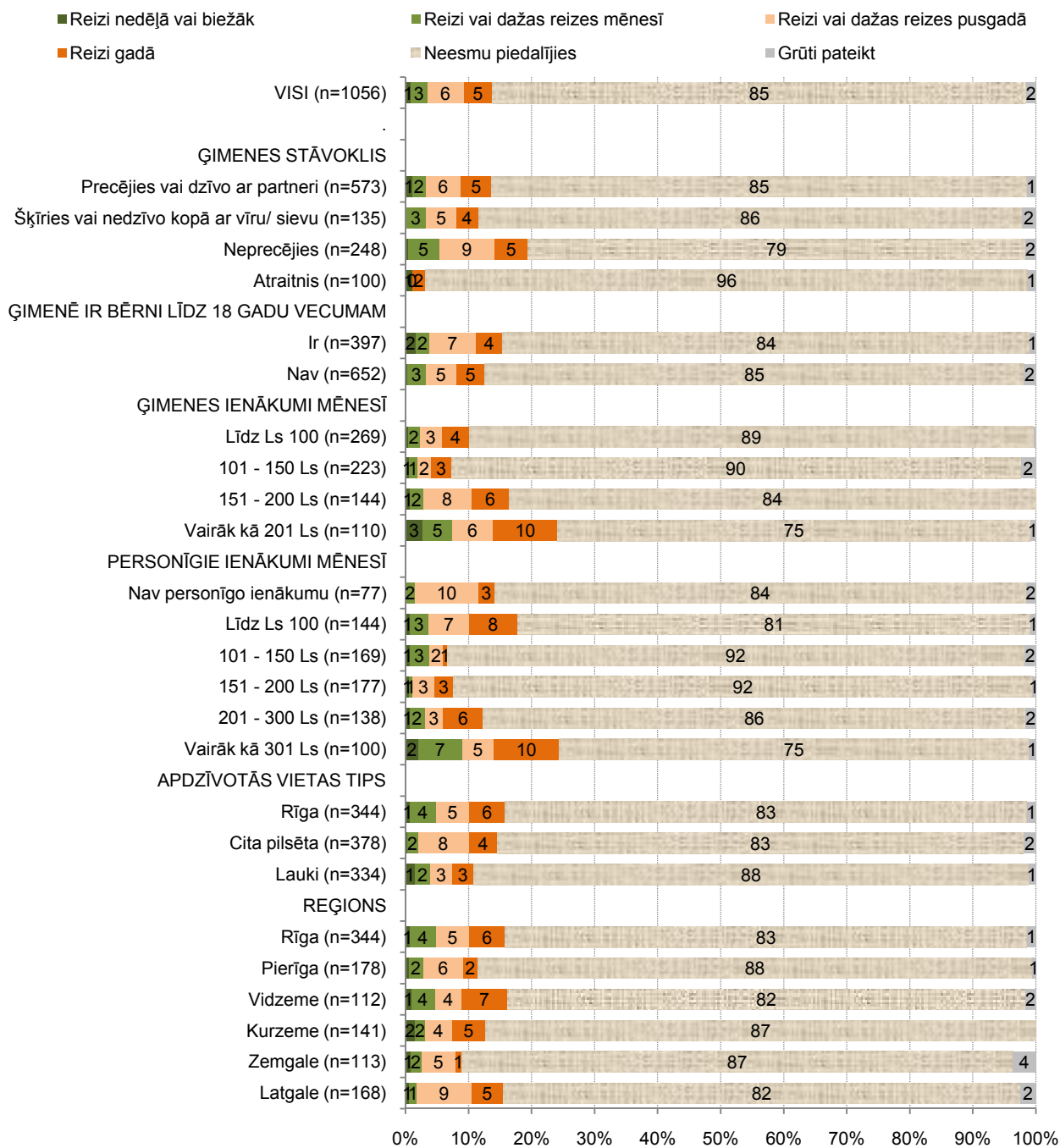
4.21. Spēlēju azartspēles ārpus mājas

Azartspēles ārpus mājas salīdzinoši biežāk spēlējuši 15-34 gadīgie, vīrieši, nepabeigtu augstāko izglītību ieguvušie, skolnieki un studenti, strādnieki, arī vadītāji un uzņēmēji, neprecējušies, ar ienākumiem virs 201 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Rīgā, Vidzemē un Latgalē dzīvojošie.

Salīdzinoši retāk azartspēles spēlējuši 55-74 gadīgie, sievietes, pensionāri, mājsaimnieces, atraitņi, tie, kuru ģimenes ienākumi nepārsniedz 150 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli, Zemgalē dzīvojošie.



Spēlēju azartspēles ārpus mājas - Sociāli demogrāfisko grupu griezumā (%)



Bāze: visi respondenti un respondenti mērķa grupās, skaitu (n=) skatīt attēlā

Piezīme: Attēlā nav attēlotas vērtības, kas mazākas par 1%!

5. LATVIJAS IEDZĪVOTĀJU SEGMENTĀCIJA PĒC KULTŪRAS PATĒRIŅA IERADUMIEM

5.1. Segmentācijas realizācijas process

Lai noteiktu, kādas kultūras un izklaides patērētāju grupas raksturo Latvijas iedzīvotājus, pētījuma ietvaros tika veikta iedzīvotāju kultūras patēriņa ieradumu segmentācija. Tās rezultātā tika iegūtas četras izteiktas kultūras un izklaides patērētāju grupas, segmenti, katru no kurām raksturo pietiekami atšķirīgs interešu un ieradumu loks, lai tās būtu iespējams pielietot iedzīvotāju raksturošanai.

Balstoties uz informāciju, kas iegūta pētījumā par Latvijas iedzīvotāju ieradumiem kultūras un izklaides patēriņā, precīzākai iedzīvotāju mērķa grupu definēšanai tika veikta segmentācija, lai iegūtu precīzu to mērķa grupu aprakstu, kuras iedzīvotāju vidū pārstāvētas visizteiktāk.

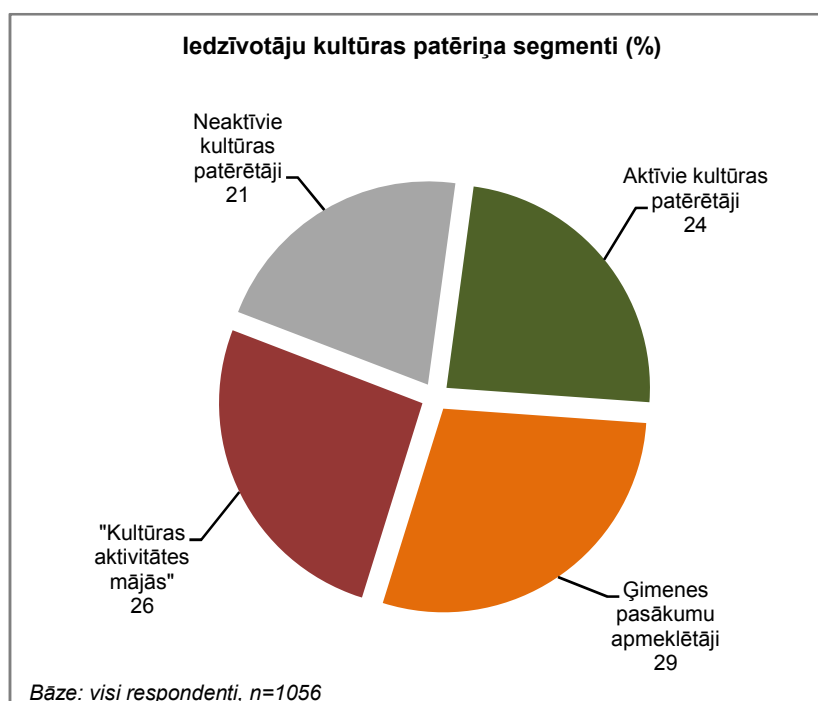
Patērētāju segmenti tika veidoti izmantojot divpakāpju statistisko datu apstrādi. Aptaujā tika iekļauta kopumā 21 kultūras patēriņa aktivitāte un respondenti tika lūgti novērtēt savu iesaistību tajās biežuma skalā (Reizi nedēļā vai biežāk/ Reizi vai dažas reizes mēnesī/ Reizi vai dažas reizes pusgadā/ Reizi gadā/ Neesmu piedalījies). Balstoties uz šiem datiem, tika veikta faktoranalīze, kas iegūtos iedzīvotāju iesaistības novērtējumus sadalīja četros savstarpēji neatkarīgos faktoros, iegūstot rādītājus par katram respondentam izteiktākiem un mazāk izteiktiem parametriem.

Otrajā datu apstrādes solī, balstoties uz faktoranalīzē iegūtajiem parametru izteiktības rādītājiem, tika veikta klāsteranalīze, kura visus respondentus sasegmentēja četros klāsteros. Pēdējā segmentācijas veikšanas solī šie klāsteri tika aprakstīti, tādējādi iegūstot četrus Latvijas iedzīvotājiem raksturīgākos kultūras un izklaides patēriņa segmentus.

5.2. Iedzīvotāju segmenti pēc kultūras patēriņa ieradumiem - kopsavilkums

Aprakstītā segmentācijas procesa rezultātā tika iegūtas četras, savstarpēji lielā mērā neatkarīgas Latvijas iedzīvotāju grupas – kultūras patēriņa ieradumu segmenti:

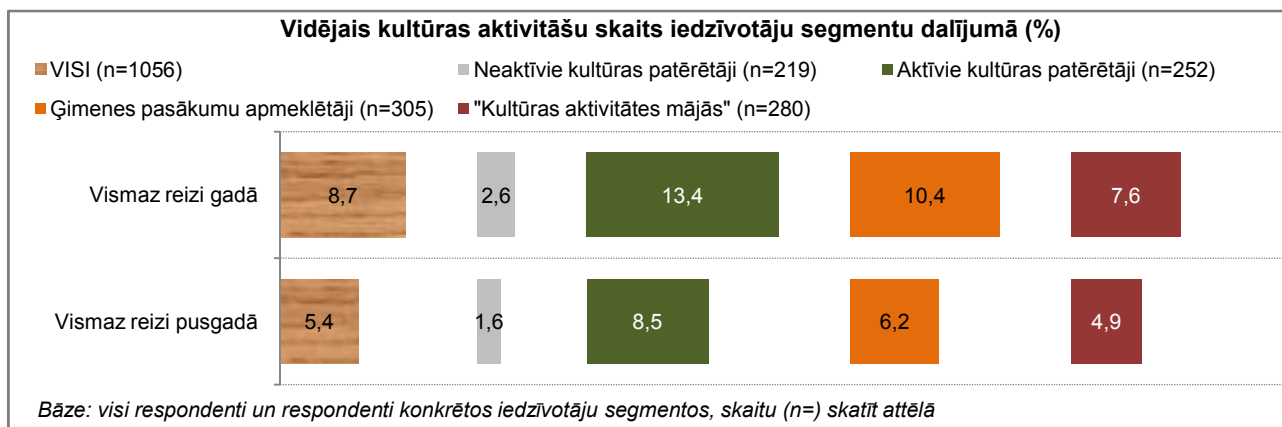
1. Aktīvie kultūras patērētāji – 24%.
2. Ģimenes pasākumu apmeklētāji – 29%.
3. „Kultūras aktivitātes mājās” segments – 26%.
4. Neaktīvie kultūras patērētāji – 21%.



Kā redzams, tad salīdzinoši lielākā (29%) iedzīvotāju kultūras patēriņa grupa ir ģimenes pasākumu apmeklētāji. Šī ir otra aktīvākā kultūras aktivitāšu patēriņa grupa – pēdējā gada laikā tās pārstāvji vidēji bijuši iesaistīti 10,4 kultūras aktivitātēs (pēdējā pusgada laikā – 6,2). Šajā segmentā pārstāvētie iedzīvotāji aktīvi bērnu un ģimeņu pasākumu apmeklētāji, brīvdabas pasākumu apmeklētāji savā pilsētā vai pagastā, baznīcas apmeklētāji, kultūras raidījumu televīzijā skatītāji, grāmatu lasītāji, kā arī Latvijas apceļotāji. Šī segmenta pārstāvji salīdzinoši retāk iesaistījušies tādās aktivitātēs kā operas un baleta izrāžu apmeklēšana, azartspēļu spēlēšana, diskotēku, naktsklubu apmeklēšana, kā arī filmu skatīšanās kinoteātrī.

Otrs salīdzinoši lielākais kultūras patēriņa segments ir „Kultūras aktivitātes mājās”, ko pārstāv 26% Latvijas iedzīvotāju. Šo segmentu pārstāvošie ir dažādu pasīvo kultūras aktivitāšu piekritēji – kultūras raidījumu skatīšanās televīzijā, grāmatu lasīšana, vietējo brīvdabas pasākumu

apmeklēšana, baznīcas apmeklēšana. Pārējās aktivitātēs iesaistīti mazāk kā 1/2 no šī segmenta pārstāvjiem. Kopumā novērojams, ka šī segmenta pārstāvji retāk kā Latvijas iedzīvotāji vidēji iesaistās dažādās kultūras aktivitātēs – pēdējā gada laikā vidēji katrs šajā segmentā pārstāvētais iedzīvotājs iesaistījies 7,6 kultūras aktivitātēs (pēdējā pusgada laikā – tikai 4,9).



Trešā salīdzinoši lielākā grupa ir aktīvie kultūras patērētāji, kādu kopumā Latvijā ir 24%. Šī segmenta pārstāvji pēdējā gada laikā bijuši iesaistīti vidēji 13,4 aktivitātēs katrs (pēdējā pusgada laikā – 8,5), kas ir ievērojami vairāk kā viens Latvijas iedzīvotājs vidēji kopumā. Šī segmenta pārstāvji ir aktīvi gandrīz visu anketā iekļauto aktivitāšu baudītāji, bet visbiežāk apmeklējuši diskotēkas, naktsklubus, skatījušies filmas kinoteātrī, apceļojuši Latviju, apmeklējuši brīvdabas pasākumus savā pagastā vai pilsētā, apmeklējuši sporta sacensības kā skatītāji, lasījuši grāmatas, apmeklējuši balles, kur spēlējuši vietējie muzikanti, kā arī apmeklējuši populārās mūzikas koncertus. Salīdzinoši retāk šī segmenta pārstāvji devušies uz operas vai baleta izrādēm, spēlējuši azartspēles ārpus mājas, skatījušies raidījumu „100 gr kultūras” LTV un apmeklējuši pasākumus bērniem vai ģimenēm ar bērniem.

21% Latvijas iedzīvotāju uzskatāmi par neaktīvajiem kultūras patērētājiem – pēdējā gada laikā šī segmenta pārstāvji bijuši iesaistīti vidēji tikai 2,6 kultūras aktivitātēs (pēdējā pusgada laikā – 1,6), kas ir ievērojami mazāk kā vidējie Latvijas iedzīvotāju kopējie rādītāji. Dažādās kultūras aktivitātēs piedalījušies ne vairāk kā 1/2 šī segmenta pārstāvju. Salīdzinoši visbiežāk tās bijušas – grāmatu lasīšana, baznīcas apmeklēšana un kultūras raidījumu televīzijā skatīšanās. Pārējās aktivitātēs iesaistījušies ne vairāk kā 1/4 šī segmenta pārstāvju.

Iedzīvotāju segmentu raksturojums pēc kultūras aktivitātēm (%)

■ VISI (n=1056) ■ Neaktīvie kultūras patērētāji (n=219) ■ Aktīvie kultūras patērētāji (n=252)
 ■ Ģimenes pasākumu apmeklētāji (n=305) ■ "Kultūras aktivitātes mājās" (n=280)

Skatos televīzijā kultūras raidījumus	70	29	69	74	100
Pabeidzu lasīt grāmatu	69	40	74	72	87
Apmeklēju brīvdabas pasākumu savā pilsētā/ pagastā	65	23	80	87	61
Apceļoju Latviju	56	19	81	69	48
Apmeklēju baznīcu vai kādu citu lūgšanu vietu	56	34	48	78	56
Skatos raidījumu 100g kultūras LTV	46	2	45	46	81
Apmeklēju pasākumu bērniem vai ģimenēm ar bērniem	44	9	45	95	16
Apmeklēju balli, kur spēlēja vietējie muzikanti	42	6	71	49	36
Apmeklēju muzeju	41	9	62	53	37
Apmeklēju teātra izrādi	40	9	57	45	46
Apmeklēju populārās mūzikas koncertu	40	6	70	49	32
Apmeklēju izstādi	40	6	60	49	39
Apmeklēju atrakciju, izklaides parku	38	5	68	62	9
Apmeklēju sporta sacensības kā skatītājs	37	8	76	41	22
Apmeklēju zooloģisko dārzu	36	10	59	60	11
Skatījos filmu kinoteātrī	34	8	81	24	21
Devos uz citu valsti tūrisma braucienā	31	13	62	30	17
Devos pārgājienā	29	6	62	29	18
Apmeklēju diskotēkas, naktsklubus	29	12	87	14	7
Apmeklēju operas vai baleta izrādi	16	2	39	8	16
Spēlēju azartspēles ārpus mājas	14	5	43	6	3

Bāze: visi respondenti un respondenti konkrētos iedzīvotāju segmentos, skaitu (n=) skatīt attēlā

5.3. Iedzīvotāju segmentu raksturojums pēc sociāli demogrāfiskiem parametriem

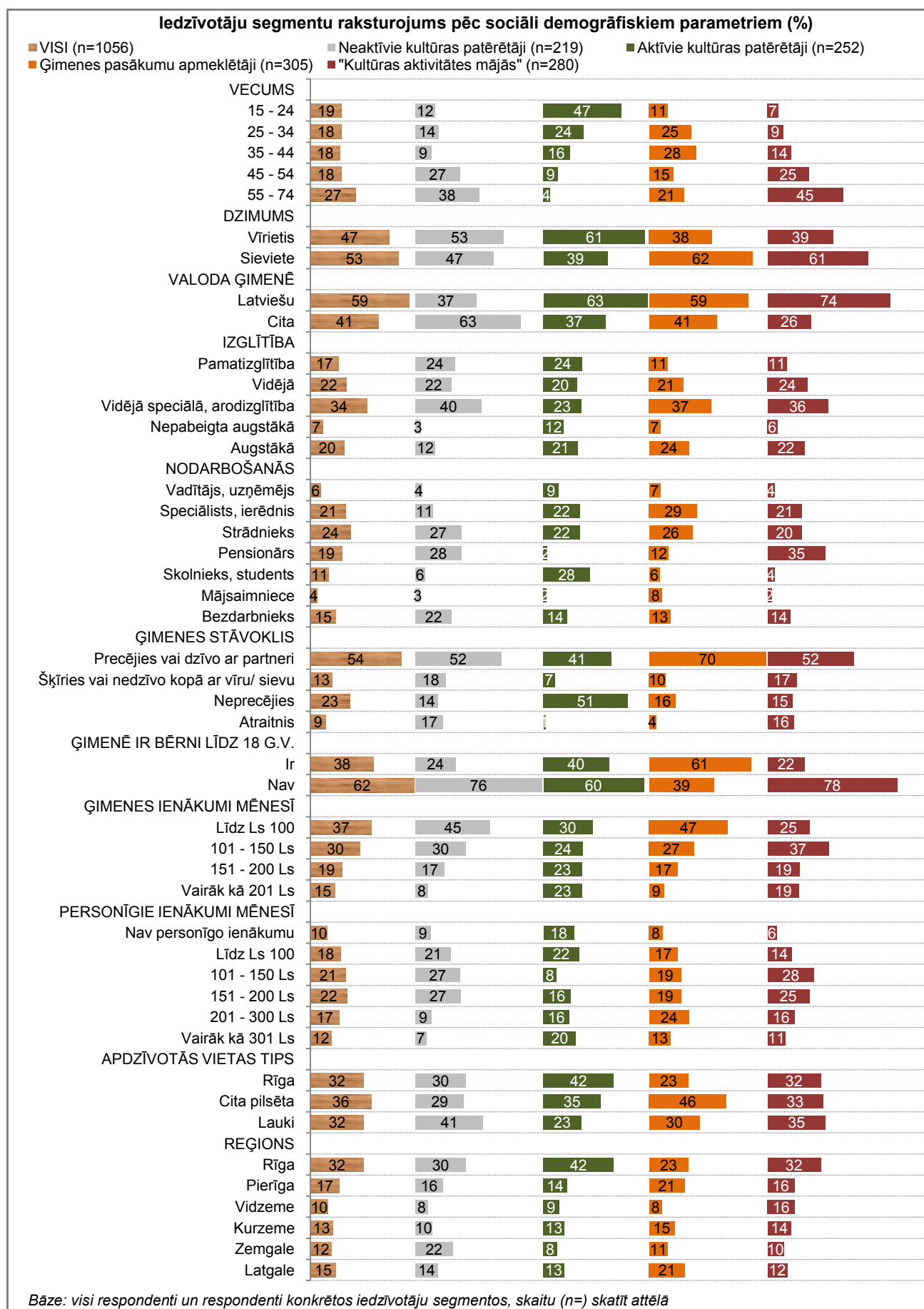
Ģimenes pasākumu apmeklētāju segmentā salīdzinoši biežāk (salīdzinot ar Latvijas iedzīvotāju raksturojumu kopumā) pārstāvēti 25-44 gadīgie, sievietes, augstāko izglītību ieguvušie, speciālisti un ierēdņi, mājsaimnieces, tie, kuri ir precējušies vai dzīvo kopā ar partneri un kuru ģimenēs ir bērni līdz 18 gadu vecumam, ar ienākumiem līdz 100 Ls mēnesī uz vienu ģimenes locekli un personīgiem ienākumiem 201-300 Ls mēnesī, pilsētās, bet ne Rīgā, dzīvojošie, Pierīgas un Latgales iedzīvotāji.

Segmentā „Kultūras aktivitātes mājās” salīdzinoši biežāk pārstāvēti 55-74 gadīgie un arī 44-55 gadīgie, sievietes, latviešu valodā runājošie, pensionāri, atraitņi, tie, kuru ģimenēs nav bērnu līdz 18 gadu vecumam, ar ģimenes ienākumiem 101-150 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Vidzemē dzīvojošie.

Aktīvo kultūras patērētāju segmentā salīdzinoši biežāk sastopami 15-34 gadīgie, vīrieši, latviešu valodā ikdienā ģimenē runājošie, pamatizglītību un nepabeigtu augstāko ieguvušie, skolnieki un studenti, neprecējušies, ar ģimenes ienākumiem virs 151 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, Rīgā dzīvojošie.

Neaktīvo kultūras patērētāju vidū savukārt salīdzinoši biežāk pārstāvēti 45-74 gadīgie, vīrieši, ģimenē ne valsts valodā runājošie, pamatizglītību un vidējo speciālo, arodizglītību ieguvušie, strādnieki, pensionāri un bezdarbnieki, atraitņi un tie, kuri ir šķīrušies, kuru ģimenēs nav bērnu līdz 18 gadu vecumam, ar ienākumiem līdz 100 Ls uz vienu ģimenes locekli mēnesī, laukos dzīvojošie, Zemgales iedzīvotāji.

Kultūras patēriņš/ Latvijas iedzīvotāju aptauja 2009



PIELIKUMI

Rezultātu precizitāte

Pētījuma rezultātos vienmēr pastāv zināma statistiskās kļūdas varbūtība. Analizējot un interpretējot pētījumā iegūtos rezultātus, to jāņem vērā. Tās atšķirības, kuras iekļaujas statistiskās kļūdas robežās jeb ir mazākas par to, var uzskatīt par nenozīmīgām.

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

Statistiskā kļūda tiek aprēķināta pēc sekojošās formulas: $SK = q \times \sqrt{\pi \times (100 - \pi) / n}$

kur :

SK - statistiskā kļūda

q - koeficients, kas pie 95% varbūtības ir vienāds ar 1.96

π - pētījumā iegūtais respondentu atbilžu procentuālais sadalījums

n - respondentu skaits

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

Atbilžu sadalījums %	Respondentu skaits (n=)											
	50	75	100	200	300	400	500	600	700	800	1000	1200
2 vai 98	3,9	3,2	2,7	1,9	1,6	1,4	1,2	1,1	1,0	1,0	0,9	0,8
4 vai 96	5,4	4,5	3,8	2,7	2,2	1,9	1,7	1,6	1,5	1,4	1,3	1,1
6 vai 94	6,6	5,4	4,7	3,3	2,7	2,3	2,0	1,9	1,8	1,7	1,5	1,4
8 vai 92	7,5	6,1	5,3	3,8	3,1	2,7	2,4	2,2	2,0	1,9	1,7	1,6
10 vai 90	8,3	6,8	5,9	4,2	3,4	2,9	2,6	2,4	2,2	2,1	1,9	1,7
12 vai 88	9,0	7,4	6,4	4,5	3,7	3,2	2,9	2,6	2,4	2,3	2,1	1,9
15 vai 85	9,9	8,0	7,0	5,0	4,0	3,5	3,1	2,9	2,6	2,5	2,3	2,1
20 vai 80	11,1	9,1	7,8	5,5	4,5	3,9	3,5	3,2	3,0	2,8	2,5	2,3
25 vai 75	12,0	9,8	8,5	6,0	4,9	4,2	3,8	3,5	3,2	3,0	2,8	2,5
30 vai 70	12,7	10,4	9,0	6,4	5,2	4,5	4,0	3,7	3,4	3,2	2,9	2,6
35 vai 65	13,2	10,8	9,4	6,6	5,4	4,7	4,2	3,8	3,5	3,3	3,1	2,8
40 vai 60	13,6	11,1	9,6	6,8	5,5	4,8	4,3	3,9	3,6	3,4	3,1	2,8
45 vai 55	13,8	11,3	9,8	6,9	5,6	4,9	4,4	4,0	3,7	3,5	3,2	2,9
50 vai 50	13,9	11,3	9,8	6,9	5,7	4,9	4,4	4,0	3,7	3,5	3,2	2,9

Piemēram: ja no visiem aptaujātajiem respondentiem (respondentu skaits ir n=1056) tiek iegūts sadalījums 41%, kuri pēdējo divpadsmit mēnešu laikā ir apmeklējuši muzeju, tad ar 95% varbūtību var teikt, ka rezultātu precizitātes intervāls ir +/-3,1%. Tas nozīmē, ka grupas lielums, kuri pēdējo divpadsmit mēnešu laikā ir apmeklējuši muzeju, ir no 37,9% līdz 44,1%.

Aptaujas anketa

Q1	Tagad es Jums nolasīšu dažāda veida aktivitātes, kurās, iespējams, Jūs personīgi esat piedalījies/-usies. Par katru no minētajām aktivitātēs, lūdzu, pasakiet man cik bieži pēdējo 12 mēnešu laikā Jūs pats/-i esat tajā piedalījies/-usies.	Reizi nedēļā vai biežāk	Reizi vai dažas reizes mēnesī	Reizi vai dažas reizes pusgadā	Reizi gadā	Neesmu piedalījies
01	Devos uz citu valsti tūrisma braucienā	1	2	3	4	5
02	Apceļoju Latviju	1	2	3	4	5
03	Apmeklēju atrakciju, izklaides parku	1	2	3	4	5
04	Apmeklēju muzeju	1	2	3	4	5
05	Apmeklēju zoologisko dārzu	1	2	3	4	5
06	Apmeklēju pasākumu bērniem vai ģimenēm ar bērniem	1	2	3	4	5
07	Apmeklēju populārās mūzikas koncertu	1	2	3	4	5
08	Apmeklēju baznīcu vai kādu citu lūgšanu vietu	1	2	3	4	5
09	Apmeklēju sporta sacensības kā skatītājs	1	2	3	4	5
10	Skatījos filmu kinoteātrī	1	2	3	4	5
11	Pabeidzu lasīt grāmatu	1	2	3	4	5
12	Apmeklēju brīvdabas pasākumu savā pilsētā/ pagastā	1	2	3	4	5
13	Spēlēju azartspēles ārpus mājas	1	2	3	4	5
14	Devos pārgājienā	1	2	3	4	5
15	Apmeklēju izstādi	1	2	3	4	5
16	Apmeklēju teātra izrādi	1	2	3	4	5
17	Skatos televīzijā kultūras raidījumus	1	2	3	4	5
18	Skatos raidījumu 100g kultūras Latvijas Televīzijā	1	2	3	4	5
19	Apmeklēju balli, kur spēlēja vietējie muzikanti	1	2	3	4	5
20	Apmeklēju diskotēkas, naktsklubus	1	2	3	4	5
21	Apmeklēju operas vai baleta izrādi	1	2	3	4	5