

## Izstādes “Titāniks” nozīmīgums Maskavas priekšpilsētas iedzīvotāju uztverē

*Jeļena Budanceva, Jekaterina Bjerne*

*Ekonomikas un kultūras augstskola, Latvija*

**Ievads.** Kultūras patērēšana kā pētnieciskas intereses temats ir iegājusi socioloģijā kopš iepriekšējā gadsimta vidus ar Frankfurtes skolas pārstāvju pētījumiem mūzikas un kino industrijā. Mūsdienās tēmu klāsts, ko aplūko patērēšanas socioloģija kultūras jomā, aptver dažādu iedzīvotāju grupu patērēšanas kultūru un paradumus, pilsētas kā kultūras patērēšanas centrus un sniedzas līdz interneta lomai patērēšanā vai līdz kultūras un mākslas darbu tēlu ietekmei uz patērēšanu.

Aktuāls jautājums ir dažādu kultūras pasākumu joma cilvēka ikdienā, kā arī šādu kultūras pasākumu ietekme uz kādu iedzīvotāju grupu, teritoriālo vai interešu apvienību, to pašvērtējumu, labsajūtu un dzīves kvalitāti. Saistībā ar šo kultūras patērēšanas aspektu pētnieku interesi raisīja vērienīgas starptautiskās izstādes “Titāniks” (2015. gada maijā) izvietošana Maskavas priekšpilsētā – Rīgas rajonā ar diezgan sliktu reputāciju.

**Darba mērķis, materiāls un metodes.** Pētījuma mērķis bija noskaidrot Maskavas priekšpilsētas iedzīvotāju attieksmi pret izstādi “Titāniks”, informētību, apmeklējuma cēloni, kā arī izstādes vietu un nozīmīgumu Maskavas priekšpilsētas kultūras dzīvē un reputācijas veidošanā. Izstādes norises laikā Maskavas priekšpilsētā vairākās vietās un dažādos dienas laikos tika anketēti Rīgas iedzīvotāji. Kopumā pētījumā piedalījās 494 respondenti. Pētījuma mērķiem tika izmantota autoru veidota anketa – 22 dažāda tipa jautājumi.

**Rezultāti.** No pētījuma dalībniekiem 36,4% bija vīrieši un 63,6% – sievietes, no kuriem vairākums (53,8%) bija 26–60 gadu vecumā. 36,4% pētījuma dalībnieku pastāvīgi dzīvo Maskavas priekšpilsētā, un 19,6% regulāri uzturas šajā Rīgas rajonā. 29,8% respondentu ir augstākā izglītība.

Septiņdesmit pieci procenti aptaujāto bija informēti par to, ka Maskavas priekšpilsētā notiek izstāde “Titāniks” un jau bija apmeklējuši to. Tikai 12,7% apgalvoja, ka izstādi nav apmeklējuši un arī nākotnē neplāno to darīt. Uz jautājumu par to, kas patika izstādē, visbiežāk tika minēts izstādes izkārtojums un dizains (87,2%), eksponāti un skaidrojumi (76,7%), kā arī tirdzniecības centra “Mols” tuvums (69,3%). Savukārt tie respondenti, kas nebija apmeklējuši izstādi, kā iemeslu minēja augstu biļešu cenu (35,2%) un laika trūkumu (33,6%), bet 18,45% respondentu norādīja, ka viņus nepiesaistīja izstādes tēma. Atrašanās vieta kā traucēklis apmeklēt izstādi bija tikai 1,6% aptaujāto.

Vairākums respondentu atbildēja, ka kopumā izstāde rada pozitīvu Maskavas priekšpilsētas tēlu (49,7%) un sniedz finansiālu ieguvumu Maskavas priekšpilsētas vietējiem uzņēmumiem (39,6%). Tomēr izstāde neveicina Maskavas priekšpilsētas iedzīvotāju komunikāciju (44%) un neatbilst priekšpilsētas iedzīvotāju interesēm (40,2%). 57,2% respondentu uzskata, ka šāds notikums – izstāde “Titāniks” – ilgtermiņā spēj mainīt apkaimes negatīvo reputāciju un stereotipus. Savukārt, runājot par izstādes “Titāniks” ietekmi uz viedokli par Maskavas priekšpilsētu, tikai 19,8% respondentu atzina, ka šī izstāde ir pozitīvi ietekmējusi viņu viedokli par priekšpilsētu, bet 76,3% uzskata, ka nav ietekmējusi nemaz.

**Secinājumi.** Apmeklētāji izstādi “Titāniks” kopumā ir novērtējuši pozitīvi. Izstādes izvietošana Maskavas priekšpilsētā nebija šķērslis to apmeklēt – pat otrādi, apmeklētāji un priekšpilsētas iedzīvotāji pozitīvi novērtēja izstādes atrašanos tuvu tirdzniecības centram “Mols”. Respondenti apliecināja, ka ilgtermiņā gan šī izstāde, gan citi kultūras pasākumi rada pozitīvu priekšpilsētas tēlu, bet, runājot par saviem priekšstatiem, atzīmē, ka šī izstāde viņu viedokli par Maskavas priekšpilsētu nav ietekmējusi.