

## MŪSDIENU ARHITEKTŪRAS UN INTERJERA DIZAINA LOMA LATVIJAS TĒLA VEIDOŠANĀ

### The role of modern architecture and interior design in the Latvian branding

Andra Irbīte

Latvijas Universitāte, Pedagoģijas, psiholoģijas un mākslas fakultāte, Jūrmalas gatve 74/76,  
Rīga, Latvija, e-pasts: andra.irbite@lu.lv

**Abstract.** *The national identity or the originality of expression of a nation's culture is an important factor that is confining identification of a numerically and geographically small country in the age of globalization, with an inestimable role in the nation's self-maintenance. The respect for cultural heritage and valuable contemporary architecture and interior design have invaluable importance in forming national identity. The main issues of Architecture and design about the functional and aesthetic, form and materials, arrangement and integrity have always been and currently are important. Each successive step is the continuation of previous experience. Then the language of Architecture and interior design semantics, which is the visible consequence of certain functions, exposed in a spatial form, is revealed both in the structural level and in the overall environmental quality of the conceptual context – global semantic level. Latvian contemporary architecture and interior design are not considered in isolation from the processes in the world, so the purpose of this research is to identify and analyze the examples characterized by the spatial quality as well as the objects that claim to have a semantic message: the state culture signs, with the assumption, that the cultural tourism in Latvia could be entertaining both for people who live in Latvia and for guests of the country. Analysis of selected examples demonstrates that in both urban and rural areas in Latvia are buildings, their interiors and arranged environment, that might be interesting for travelers.*

**Keywords:** *architecture, culture, interior design, national identity, Latvia, state branding, tourism.*

### Ievads

Mūsdienās konkurētspējīga valsts identitātes stratēģija ir nepieciešama vairāk nekā jebkad agrāk: tas ir veids, kā veicināt eksportu, piesaistīt investīcijas un talantus, sekmēt tūrisma nozares attīstību. Valsts zīmols ir simbolisks vēstījums, kurā tiek atpoģotas tautas vērtības: identitāte, unikalitāte un sasniegumi.

Valsts zīmols liecina arī par to, kā tiek uztverta mērķauditorija (Ursache, 2002). Lielākajā daļā valstu tēla veidošana ir vērsta uz citu valstu iedzīvotāju piesaisti, mazāk domājot par savas valsts pilsoņiem. M. Ursachs uzsver, ka ir svarīgi veidot tādas stratēģijas, kuru mērķauditorija būtu arī savas tautas piederīgie, jo valsts tiek asociēta ar cilvēkiem, kuri tajā dzīvo un nes savas zemes vārdu pasaulē. Valsts zīmolu veido tauta: cilvēku izglītība, temperaments, centieni un apmierinātība ar dzīvi (Ursache, 2002).

Jau kopš 20. gadsimta beigām pasaulē kļuvis aktuāli runāt par laimi un censties izmērīt iedzīvotāju laimes līmeni. Tiek uzskatīts, ka attīstīto valstu iedzīvotājiem laime asociējas ar materiālu labklājību. Arī ekonomisti cilvēku apmierinātību ar dzīvi saista ar IKP apjomu, taču mazā Butānas karaliste Himalajos cenšas attīstīt citu modeli. 1972. gadā karalis viņa augstība Džigme Singje Vangčuks vērojot, kā citas jaunattīstības valstis fokusējas tikai uz ekonomisku izaugsmi, nolēma censties paaugstināt ne tikai Butānas IKP, bet arī NGH (National Gross Happiness). Viņš uzskata, ka valsts iedzīvotāji nedrīkst zaudēt savu kultūru, garīgumu un savu laimi (Revkin, 2005). S. Anholts Latvijas institūta pasūtītajā Latvijas konkurētspējīgas identitātes meklējumiem veltītajā pētījumā netieši norāda uz, autoraprāt, Latvijas un Butānas situāciju līdzību globālās ekonomikas kontekstā. Viņš akcentē īstermiņa un vidēja termiņa investīciju nozīmi galvenajās reputāciju veidojošajās jomās:

1. Kultūrā – parāda valsts cilvēkus un viņu vērtības.
2. Tehnoloģiju sasniegumos – norāda uz progresīvu ekonomiku un labi izglītotiem cilvēkiem.

3. Tūrismā – valsts popularizē sevi pasaulē, to iemīl personiski.

4. Ekoloģijā – demonstrē valsti kā atbildīgu, pasaules notikumos iesaistītu partneri.

Kā ilgspējīgāko autors min „vietas dabu” – faktu, ka Latvija ir līdzīga neskartai teritorijai blīvi apdzīvotā kontinentā (Anholt, 2007).

Šobrīd Latvijas zīmola elementi, kas identificēti balstoties uz pētījumu rezultātiem, konsultāciju un diskusiju secinājumiem, valsts politikas plānošanas dokumentiem, kā arī sabiedrības vērtībām, ir kultūra, vide un ekoloģija, inovācijas, Rīga un tūrisms (Latvijas Institūts).

Nacionālās kultūras izpausmes ir nozīmīgs skaitliski un teritoriāli mazas valsts identitāti apliecināošs faktors globalizācijas laikmetā, kam ir nepārvērtējama loma arī nācijas pašapziņas uzturēšanā. Nozīmīga vieta valsts identitātes veidošanā ir materiālās kultūras mantojuma respektēšanai un saglabāšanai, augstvērtīgai mūsdienu arhitektūrai un interjera dizainam. Latvijas pilsētās, īpaši Rīgā un citos satiksmes mezglos, vairāk koncentrējas valsts rūpnieciskie, vēstures, intelektuālie un kultūras resursi, tādēļ tās ir pateicīgākas identitātes veidošanai, nekā visa Latvijas teritorija kopumā un varētu kalpot kā kultūras tūrisma galamērķi. Tomēr Latvijas dabas bagātības šķiet pievilcīgas arvien lielākam skaitam tūristu. Lauku vide, kas, salīdzinājumā ar citām vietām pasaulē, ir tīra un nepiesārņota, ir liela vērtība pati par sevi. Dzīves temps, kas ir nesalīdzināmi lēnāks, nekā pilsētās, sakņojas dabas ritmos. Rietumu pasaule ir vīlusies „ātrajās” vērtībās, tādēļ vārds „lēns” ieguvis citu nozīmi, apzīmējot progresīvu domāšanas un dzīves veidu. Kā liecina valsts zīmolu stratēģiju izstrādes speciālistu Bloom Consulting dati, Latvija 2012. gada tūrisma vērtējumu tabulā ieņem 87. vietu 161 valsts vidū (Bloom Consulting, 2013). Lauku tūrisms 2012. gadā, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, pieaudzis par 10 % (Ziemele, 2012), tādēļ lauku ainavas saglabāšanas un veidošanas centieni ir apsveicami. Nevajadzētu novērtēt par zemu arī pēdējos gadu desmitos vērojamo koka būvniecības kā šīs ainavas sastāvdaļas atdzimšanu, lai gan pozitīvu piemēru nav pārāk daudz.

S. Anholts uzskata, ka valsts zīmola veidošanas koncepcija ir aizgūta no mārketinga. Mārketingi ietver zinātnisku domas skaidrību un empīriskus novērojumus, tas sasaista komerciju un kultūru (Anholt, 2010). Tomēr autors arī norāda, ka valsts tēla zīmološana, šķiet, neliekas pievilcīga pašiem valsts iedzīvotājiem, kuri vienkārši vēlas apzināties savas saknes, justies labi savā teritorijā. Informēta un izglītota sabiedrība ir valsts tēla daļa, tādēļ turpmākais pētījums veltīts tādu arhitektūras un vides objektu piemēru analīzei, kas varētu ietilpt ne tikai ārvalstu tūristu, bet arī Latvijas iedzīvotāju kultūras kartē, jo „tieši Latvijas iedzīvotāji vienmēr visaugstāk novērtēs savu zemi, savu valsti. Emocionālās un garīgās saites ar savu zemi ir liela priekšrocība, lai gūtu ievērību starptautiskajā arēnā.” (Anholt, 2007).

Arhitektūras un dizaina pamatjautājumi par funkcionālo un estētisko, formu un materiālu, sakārtojumu un viengabalainību bijuši un ir aktuāli un katrs nākošais solis ir iepriekšējās pieredzes turpinājums. Arhitektūras un interjera semantikas valoda, kuras redzamais rezultāts ir noteiktām funkcijām pakļauta telpiskā forma, atklājas gan strukturālajā līmenī, gan vides kopējās jēdzieniskās kvalitātes kontekstā – globālās semantikas līmenī. Latvijas mūsdienu arhitektūra un interjera dizains nav aplūkojami atrauti no procesiem pasaulē. Pētījuma mērķis ir apzināt un analizēt atsevišķus piemērus, kam piemīt arhitektoniski telpiskas kvalitātes un izteikts autora rokraksts, kā arī objektus, kas pretendē uz kādu semantisku vēstījumu: Latvijas kultūras zīmes.

### **Materiāls un metodes**

Arhitektūras un interjera piemēru analīzes veikšanai izmantotas kvalitatīvās pētījumu metodes: pieejamās informācijas interneta resursos analīze, gadījuma studijas un novērojumi izvirzot informācijas analīzes kritērijus:

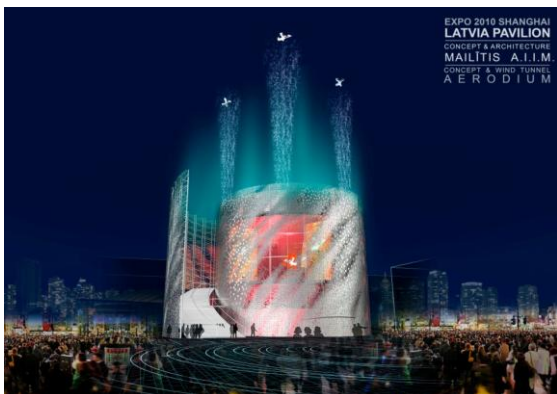
1. Objekta arhitektoniskās un telpiskās kvalitātes.
  2. Konceptijas unikalitāte.
  3. Konteksts.
- Datu apstrādei izmantota analītiskās indukcijas metode.

### Latvijas simboli

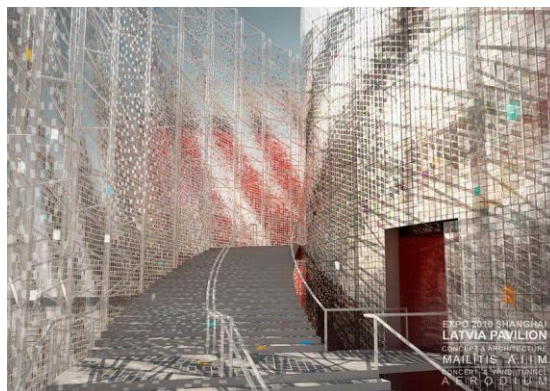
Par veiksmīgu piemēru valsts tēla veidošanā un liecību tam, ka ekspertu ieteikumi tikuši ņemti vērā, kļuvis **Latvijas paviljons izstādē EXPO 2010 Šanhajā**, kura koncepcijas un arhitektoniskā risinājuma autori ir Austris un Ivars Mailīši.

Tēma, ko Latvija bija izvēlējusies dalībai, ir „Zinātnes un tehnoloģiju inovācijas pilsētā”. Koncepcijas pamatā bija cilvēka lidojums vēja tunelī. SIA “Aerodium”, kam tika uzticēta koncepcijas izstrāde un realizācija, radīja saukli “Laiques tehnoloģija”. Laime ir stāvoklis, pēc kura tiecas katrs cilvēks, lidojums vēja tunelī piedāvāja aizraujošu stāstu un tā atrisinājumu (Latvijas Institūts, 2010). Latvijas paviljona tēls un filozofija „Cilvēka ceļš uz laimi caur dabas un tehnoloģiju harmoniju” prezentēja Latvijas iedzīvotāju attieksmi pret dabu, kultūru, tehnoloģiskos sasniegumus un veiksmīgu biznesa stāstu (BBQ, 2010).

Paviljona arhitektonisko risinājumu noteica vēja tuneļa forma un gabarīti. Par arhitektu veiksmi uzskatāma paviljona spirālveida forma: attīstības simbols (skat. 1. att.), kā arī fasāde, kas sastāvēja no tūkstošiem puscaurspīdīgu, gan pelēku, gan krāsainu, kustīgu plāksnīšu (skat. 2. att.). Paviljona koncepcija, dinamiskais tēls un iespēja laimēt lidojumu „laimes tunelī” piesaistīja daudzu apmeklētāju un ārvalstu mediju uzmanību, nesot Latvijas vārdu pasaulē.



1. attēls. Latvijas paviljons izstādē EXPO 2010  
(Mailītis, A., Mailītis, I., 2010)



2. attēls. Paviljona dubultā fasāde  
(Mailītis, A., Mailītis, I., 2010)

**Latvijas nacionālās bibliotēkas**, „Gaismas pils”, ēkas ideja ir tapusi 20. gadsimta astoņdesmito gadu nogalē, laika gaitā tā tikusi dažādi interpretēta. Tās arhitekts Gunārs Birkerts intervijā laikrakstam „Diena” raksturo ēkas arhitektoniskā veidola koncepcijas tapšanas laiku.

“D. Jūs sacījāt, ka, projektējot Nacionālo bibliotēku šodien, jums būtu grūti tai atrast metaforu, jo nacionālā ideja nav klātesoša. Bet šodien jau šī ideja nav mazāk aktuāla.

G. B. Tā ir vajadzīga, taču 90. gadu sākumā tā ideja bija visapkārt. Nacionālā bibliotēka ir kā simbols, jo tās formā ir tās vēlēšanās un cerības, ticība savai pagātnei un tautai, kas toreiz bija jūtama. Šodien arhitekti vairāk meklē un šaubās. Es atbildēju, ka man nav metaforas šodienai, jo man tās nav” (Gailītis, 2010).

Tomēr Latvijas nacionālā bibliotēkas ēka ir vēstījums nākošajām paaudzēm, simbols, kura veidols izaudzis no Latvijas vēstures, vides un kultūras (skat. 3. att.). Šī arhitektūra stāsta par „lēni plūstošām, tumšām, sapņainām upēm, par tumšiem priežu mežiem un baltām bērzu birtalām. Tā stāsta par visur klātesošo folkloru, par cilvēku pārdzīvojumiem, kuri izteikti

tautas dziesmās un teikās. Teikās par apņēmību, kura no tumšajiem ūdeņiem liks pacelties mirdzošai pilij.

Uzlūkojot ietekmes, kuru iespaidā tapis ēkas veidols, mēs atpazīstam lauku viensētu būvniecību, kurai uzslāņotas vēsturiskās Rīgas arhitektoniskās izpausmes” (Latvijas Nacionālā bibliotēka).

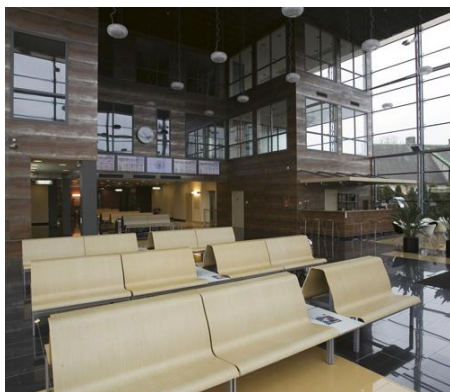


3. attēls. Latvijas Nacionālās bibliotēkas ēka (Birkerts<sup>1</sup>, 1999-2001)

Nama, kas plūstoši turpina viļņa formu saspēlē ar Rīgas siluetu otrā Daugavas krastā simboliskais vēstījums ir saprotams ne tikai katram pieaugušam latvietim, bet, iespējams, rosina pārdomas un asociācijas arī tam, kurš neko nezina par ēkas silueta zemtekstu un projekta tapšanas vēsturisko situāciju.

Neraugoties uz ilgo un sarežģīto projekta realizācijas gaitu, neapšaubāmas ir projekta arhitektoniskās kvalitātes, kā arī ēkas veidolā ietvertais kultūras kods. Ēkas interjeros dominē sabalansēta toņu gamma un materiālu kārtojums, vērojamas atsauces uz etnogrāfiskiem elementiem.

**Ventspils brīvostas prāmju termināla kompleksa** interjera dizainers ir Vilmārs Terbets. 2007. gadā tas ieguva LAS gada balvu iekštelpu dizaina kategorijā. Ventspils brīvostas prāmju termināla vietā atradās vēsturiska ēka, kura dažādos laikos kalpojusi atšķirīgām funkcijām.



4. attēls. Ventspils brīvostas prāmju termināla interjers (Terbets, 2009)



5. attēls. Termināla kafējnīca (Terbets, 2009)

Termināla arhitektūra vienlaikus ir gan vecā un jaunā sintēze, gan to pretmets. Vecajai ēkai plašie stiklojumi piešķir mūsdienīgu akcentu, taču tas liek rēķināties ar ārtelpu – vēsturisko vidi un dabu arī ēkas interjerā (skat. 4. att.). Ārtelpa daļēji kļūst par iekštelpas daļu, dizainers to panāk izmantojot sabalansētu kolorītu, lakonisku formu mēbeles un gaismas ķermeņus. Krāsu, faktūru un apjomu kontrasti: piesātināti brūnās sienas, spožais grīdas flīžu

segums, interjera elementu materiālu toņi un mēbeļu vieglās konstrukcijas atdzīvina interjeru (skat. 5. att.).

„Ventspils brīvosta ir viens no mūsu valsts robežpunktiem, un šī robeža terminālī ir iezīmēta arī semantiski. Vietas, telpas, formas, faktūras un krāsas izjūtā notiek simboliska atgriešanās pie ziemeļu mentalitātes, kura, pāri klājoties daudzām un dažādām ietekmēm, mūsu zemē jau likās izšķīdusi.” (Martinsons, 2009).

### Apkārtojās ainavas un apbūves īpatnību saglabāšanas nozīmes izpratne

**Viesnīcas „Rožmalas”** (arhitekts: Artūrs Martinsons, interjers SIA „Stendera sabiedrība”, 2006. gada labākās ēkas tituls nominācijā *Jaunbūves*) komplekss, kas sastāv no vairākiem būvapjomiem un kura centrā atrodas etnogrāfisks elements – Ribes vējdzirnavas, sākotnēji saukts par Četru spārnu viesnīcu, atrodas netālu no Bauskas, tuvu Latvijas un Lietuvas robežai. “Šķūņu arhitektūra”, kā to mēdz dēvēt speciālistu aprindās – guļamistabu bloks ar pirti pirmajā stāvā vienā būvapjomā un pasākumu telpas, bārs, kafējnīca un virtuve otrā (skat. 6. att.).

Viesnīcā pieejami gan vienkārtā, gan divkārtā numuriņi. Interjerā vērojamas Stendera ziepju fabrikas korporatīvajam stilam raksturīgas iezīmes: apdarē dominē betons, koks un gaišs sienu krāsojums, metāla detaļu un interjera objektu virsmas kontrastē ar telpu plakņu faktūrām atsvaidzinot interjeru (skat. 7. att.). Komplekss ir apskatāms no ārpuses arī tad, ja viesnīca nefunkcionē.



6. attēls. Viesnīcas „Rožmalas” komplekss  
(Martinsons, 2007)

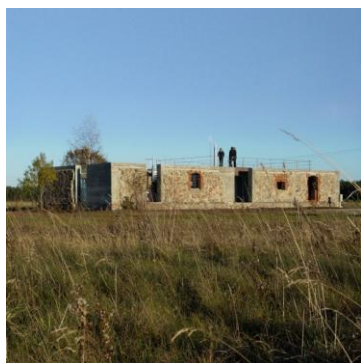


7. attēls. Viesnīcas „Rožmalas” kafējnīca  
(Foto: Andras Irbītes p.a.)

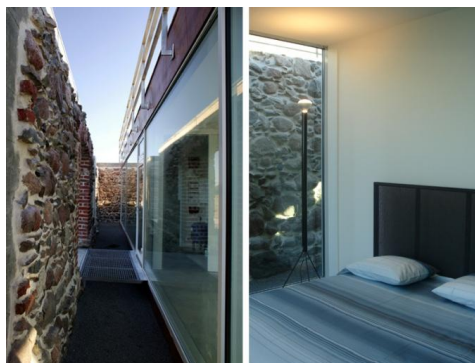
**„Drupu māja” Pāvilostā** (arhitekti: Uldis Lukševics un Mārtiņš Ošāns, Latvijas arhitektūras Lielā balva 2005). Šī ģimenes atpūtas māja ir uzskatāma par unikālu parādību Latvijas arhitektūrā – akmens mūris nav ticis nojaukts vai atjaunots un pārsegts ar jumtu: nostiprinātu mūru drupu čaula sargā jaunu ēku ar stiklotām sienām (skat. 8. att.). Arī tik ilgi visiem dabas spēkiem par spīti izdzīvojušam mūrim ir vērtība, jo retais amatnieks mūsdienās spēj veikt ko līdzīgu.

Kopējo ansambļa 200 m<sup>2</sup> platību veido 80 m<sup>2</sup> plaša viena stāva apjoma ēka, kurā izvietota gan virtuves zona un viesistaba, gan sanitārais mezgls un guļamistabas, gan tikpat plaša terase. Telpa starp veco mūri un stikloto dzīvojamās mājas apjomu ļauj veidoties gaismas un faktūru spēlēm, kā arī nodrošina ēkai piekļuvi no ārpuses (skat. 9. att.). Viens no projekta „Drupu mājas” projektēšanas principiem ir kontrasti: starp veco un moderno, starp raupjo akmeni un gludo stiklu, starp vēju aiz mūra un pasargātības sajūtu iekštelpās.

„Īpašnieks uzsver, ka "Drupu māju" viņš nepopularizē kā tūrisma objektu, taču pa šiem gadiem divi, trīs tūkstoši cilvēku to būšot apskatījuši. Tā esot brīvi pieejama aplūkošanai no ārpuses.” (Šķietniece, 2010).



8. attēls. „Drupu mājas” ārskats  
(Lukševics, Ošāns, 2005)



9. attēls. Ēkas eksterjers un interjers  
(Lukševics, Ošāns, 2005)



10. attēls. Amatciems, plānojums  
(Amatciems<sup>2</sup>, 2013)



11. attēls. Dzīvojamās ēkas interjers  
(Amatciems<sup>2</sup>, 2013)

**Amatciems** (konceptija: Aivars Zvirbulis, arhitekts: Sarmīte Bumbiere). Par to var diskutēt, bet īpaša ir ideja. Privātmāju ciematā tiek piedāvāta atšķirīga plānojuma koncepcija: atsevišķas ēkas un izkļiedētas māju grupas, kas izvietotas mākslīgi veidotā ainavā, dzīvi viensētās, kuras nav norobežotas ar žogiem (skat. 10. att.).

Amatciema apbūvē nav divu vienādu namu, ēku izvietojums iekļaujas kopējā ainavā, tajā pašā laikā norobežojoties no kaimiņiem. Māju piedāvājumā ir vairāki tipveida projekti, vienojoties ar attīstītāju, iespējams būvēt arī oriģinālprojektu. „Ēku konstrukcijas ir optimāli unificētas, mūsdienīgākajā variantā virs betona pamatiem tiek veidots stāvs metāla karkasā ar vitrīnu logiem, bet augšējais stāvs ir guļbūve. Tradicionālajā variantā virs betona pamatiem – koka guļbūve, virs kuras – koka stāvbūve jeb karkasa konstrukcija” (Lejnieks, 2006). Ēku konstruktīvais risinājums parādās arī iekštelpās, veidojot to raksturu un paverot plašas interjera veidošanas iespējas (skat. 11. att.). Interjera iekārtošanai tiek piedāvātas gan standarta, gan pēc individuāla projekta izgatavotas mēbeles (Amatciems<sup>1</sup>, 2013).

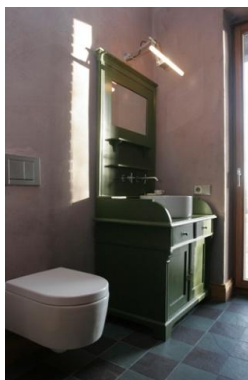
Visām ciemata mājām ir centralizēta ūdensapgāde, kanalizācija, nodrošināts pieslēgums telekomunikāciju un energoapgādes tīklam (Amatciems<sup>1</sup>, 2013). Tas rada iespēju strādāt mājās cilvēkiem, kuriem darba vietā ikdienā uzturēties nav nepieciešams. Šāds dzīves modelis ir alternatīva pilsētas ikdienas intensīvajam ritmam, tam ir un būs savi piekritēji.

**Viensēta „Pūcītes”** (arhitektes Andra Šulca, Liene Griezīte, galvenā balva konkursā „Latvijas koka arhitektūras Gada balva 2006-2007”). Šis objekts ir veiksmīgs piemērs tam, kā, balstoties uz tradīcijām, tiek projektēta mūsdienīga vide. Projekta koncepcijas pamatā ir tradicionālās Latvijas lauku sētas plānojuma princips – katrai funkcijai paredzēta atsevišķa ēka: garāža un saimniecības ēka, viesu māja, mākslinieka darbnīca, dzīvojamā māja. Ēku būvniecībai izmantoti ekoloģiski celtniecības materiāli: ar dēļiem apšūto ēku konstruktīvie elementi ir no koka; ēkas, kas apšūtas ar ķieģeļiem, ir būvētas no blokiem, jumtu segumam ir izmantoti dēļi vai titāncinks, ēkām ir koka logi un durvis, tās ir siltinātas ar ekovāti un fibrolītu un tiek apsildītas, izmantojot zemes siltumsūkni. Iekštelpu apdarē izmantots koks,

kaļķa apmetums, lineļlas krāsas (A4D, 2008). Būves, kurās apvienotas koka arhitektūras tradīcijas un modernā arhitektūra, organiski iekļaujas Gaujas Nacionālā parka ainavā (skat. 12. att.). Vēsturiskā mantojuma un mūsdienu stilistikas apvienojums izmantots arī interjerā (skat. 13., 14. att.).



12. attēls. Pirts/garāža  
(Šulca, Griezīte, 2008)



13. attēls. Sanitārais mezgls  
(Šulca, Griezīte, 2008)



14. attēls. Dzīvojamās mājas interjers  
(Šulca, Griezīte, 2008)

### Secinājumi

1. Ilgtspējīgai valsts tēla veidošanas stratēģijai jābūt vērstai gan uz citu valstu iedzīvotāju uzmanības piesaisti, gan savas tautas piederīgo informēšanu, izglītošanu un pašapziņas celšanu.
2. Vērienīgākais Latvijas tēla veidošanas piemērs ārpus valsts robežām ir Latvijas paviljona koncepcija un tās realizācija izstādē EXPO 2010.
3. Analizētie piemēri pierāda, ka gan Latvijas pilsētās, gan lauku teritorijā ir sakārtota vide, ēkas un to interjeri, kurus raksturo augsta arhitektoniskā un telpiskā kvalitāte, to semantiskais vēstījums ir uztverams jebkuras nācijas pārstāvim.
4. Kultūras un lauku tūrisms Latvijas teritorijā var būt saistošs gan Latvijas, gan citu valstu iedzīvotājiem.

### Literatūra un avoti

1. A4D (2008). *Tradicionālās viensētas laikmetīgā būve – Pūcītes*. Skatīts 26.06.2013. [http://www.a4d.lv/lv/bildes/tradicionalas\\_viensetas\\_laikmetiga\\_buve\\_pucites/](http://www.a4d.lv/lv/bildes/tradicionalas_viensetas_laikmetiga_buve_pucites/).
2. *Amatciems* (2013)<sup>1</sup>. Skatīts 26.06.2013. <http://www.amatciems.lv/lat/vide.html>.
3. *Amatciems* (2013)<sup>2</sup>. Skatīts 26.06.2013. <http://www.amatciems.lv/lat/galerija/interjers.html>.
4. Anholt, S. (2007). *Latvija: konkurētspējīgas identitātes meklējumos*. Delfi. Skatīts 26.06.2013. <http://g4.delphi.lv/doc/Latvija-Konkuretspejiga-Identitate.pdf>.
5. Anholt, S. (2004). *Editor's foreword to the first issue*. Place Branding Vol. 1, 1, 4–11. Henry Stewart Publications 1744–070X . Skatīts 26.06.2013. <http://www.simonanholt.com/Publications/publications-other-articles.aspx>.
6. Anholt, S. (2010). *What aid does to a country's image*. New African, August/September (pp. 95). Skatīts 26.06.2013. <http://www.simonanholt.com/Publications/publications-other-articles.aspx>.
7. Birkerts, G.<sup>1</sup> (1999-2001). *Latvijas nacionālās bibliotēkas ēka*. Skatīts 26.06.2013. <http://www.komunikacijas.lv/lv/news/LNB.html>.
8. Bloom Consulting (2013). *Country Brand Ranking, Tourism Edition 2012* (pp. 11). Skatīts 26.06.2013. [www.bloom-consulting.com/en/country-brands-ranking](http://www.bloom-consulting.com/en/country-brands-ranking).
9. Gailītis V. (2010). *No funkcijas uz metaforu*. A4D. Skatīts 26.06.2013. <http://www.a4d.lv/lv/raksti/no-funkcijas-uz-metaforu/>.
10. Latvijas Institūts (2010). *Latvija EXPO 2010*. Skatīts 26.06.2013. [http://latinst.lv/wp-content/uploads/2012/01/2010\\_03\\_18\\_-A\\_-Egle-Aerodium-EXPO-2010.pdf](http://latinst.lv/wp-content/uploads/2012/01/2010_03_18_-A_-Egle-Aerodium-EXPO-2010.pdf).
11. *Latvijas Nacionālā bibliotēka*. Gunārs Birkerts: Latvijas Nacionālā bibliotēka: projekta ideja. Skatīts 26.06.2013. <http://www.lnb.lv/lv/jauna-lnb-eka/gunars-birkerts-latvijas-nacionala-biblioteka-projekta-ideja>.

12. Lejnietis, J. (2006). *"Pie Čira". Utopija jeb ideāls latvieša mājoklis*. Skatīts 26.06.2013. [http://vet-line-sia.abclv-raksts.zl.lv/pie\\_cira\\_utopija\\_jeb\\_ideals\\_latviesa\\_majoklis/](http://vet-line-sia.abclv-raksts.zl.lv/pie_cira_utopija_jeb_ideals_latviesa_majoklis/).
13. Lukševics, U., Ošāns, M. (2005). *„Drupu māja”*. Skatīts 26.06.2013. <http://www.nrja.lv/index.php?id=28>, [http://www.a4d.lv/lv/notikumi/labakie\\_latvijas\\_arhitektura\\_2005/](http://www.a4d.lv/lv/notikumi/labakie_latvijas_arhitektura_2005/).
14. Mailītis, A., Mailītis, I. (2010). *Latvijas paviljons EXPO 2010*. Skatīts 26.06.2013. <http://www.a4d.lv/lv/projekti/latvijas-paviljons-expo-2010/>.
15. Martinsons, I. (2009). *Labākais gada interjers – Ventspils prāmju pasažieru termināļa ēkā*. Skatīts 26.06.2013. [http://www.abc.lv/?article=ventspils\\_terminalis](http://www.abc.lv/?article=ventspils_terminalis).
16. Martinsons, A. (2007). *4 spārnu viesnīca*. Foto: Andras Irbītes p.a.
17. Ursache, M. (2002). *Can a nation be branded?* Skatīts 26.06.2013. <http://www.logolounge.com/article.asp?aid=ogR#.Ucq7Mkrj9Fo>.
18. Revkin, A. C. (2005). *A New Measure of Well-being from a Happy Little Kingdom*. The New York Times. Skatīts 26.06.2013. <http://www.nytimes.com/2005/10/04/science/04happ.html?pagewanted=all&r=0>.
19. Šķietniece, I. (2010). *„Dupu māju” atkal atzīst par labāko. Kurzemes vārds*, 19.03.2010. Skatīts 26.06.2013. <http://www.liepajniekiem.lv/zinas/novados/drupu-maju-atkal-atzist-par-labako-38990>.
20. Šulca, A., Griezīte, L. (2008). *Viensēta „Pūcītes”*. Foto Andra Šulca un Ansis Starks. Skatīts 26.06.2013. [http://www.a4d.lv/lv/bildes/tradicionalas\\_viensetas\\_laikmetiga\\_buve\\_\\_pucites/](http://www.a4d.lv/lv/bildes/tradicionalas_viensetas_laikmetiga_buve__pucites/). [http://www.abc.lv/?article=pucites\\_laureati](http://www.abc.lv/?article=pucites_laureati).
21. Terbets, V. (2009). *Ventspils prāmju pasažieru termināļa ēkas interjers*. Foto: Chilli arhīvs.
22. Ziemele, A. (2012). *Lauku tūristu skaits šā gada vasarā pieaudzis par aptuveni 10 %*. Skatīts 26.06.2013. <http://news.frut.lv/lv/travel/lvtravel/134687>.