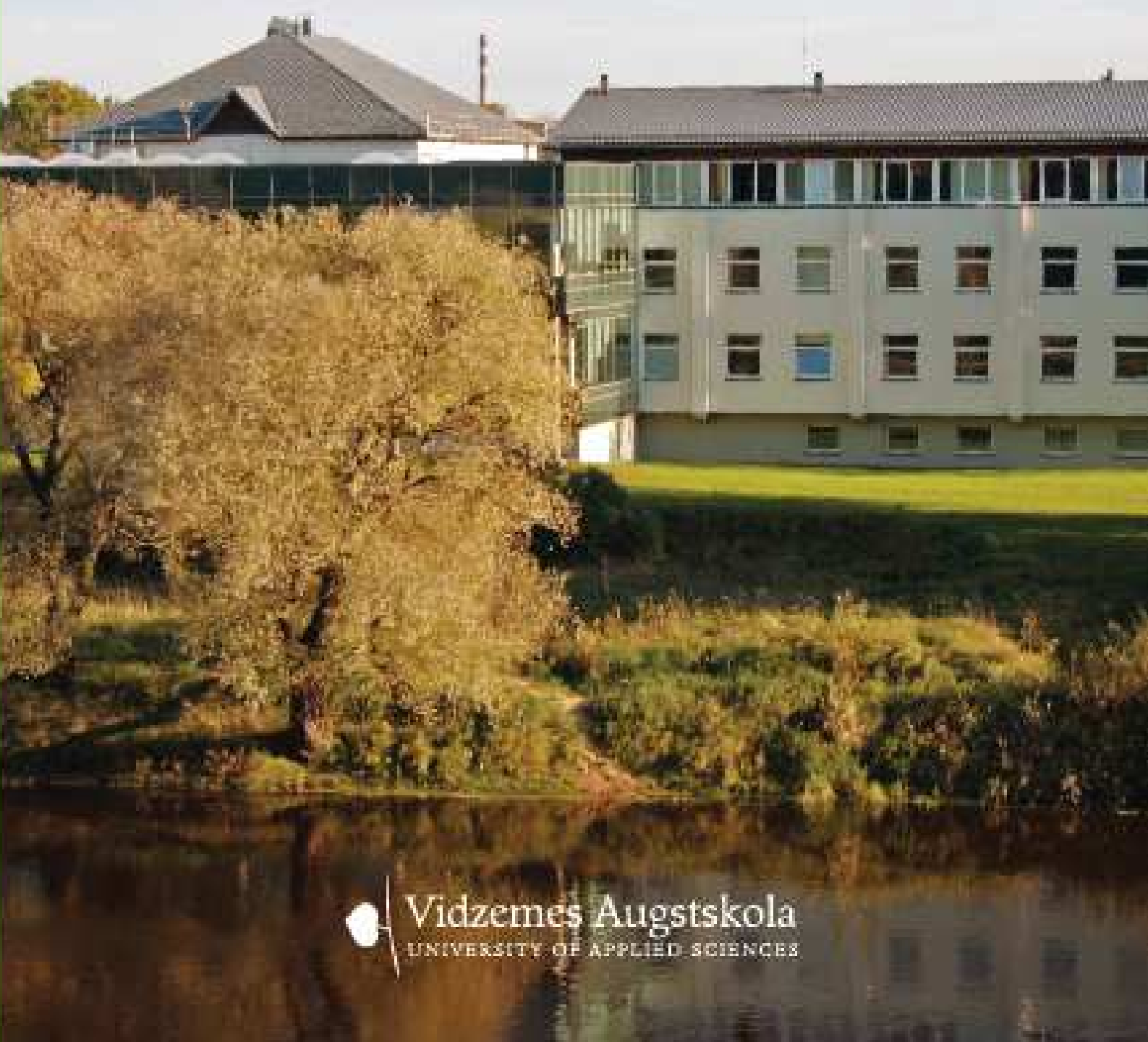


Vidzemes Augstskolas

8. Studentu pētniecisko darbu konferences zinātnisko rakstu krājums



Vidzemes Augstskola
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Vidzemes Augstskolas
8.Studentu pētniecisko darbu
konferences zinātnisko rakstu krājums

Vidzemes Augstskolas 8.Studentu pētniecisko darbu konferences zinātnisko rakstu krājums.
Valmiera: Vidzemes Augstskola, 2014, 154 lpp.

Organizatoriskā komiteja:

Dr.sc.ing. Ginta Štāle

Dr.sc.ing. Arnis Cīrulis

Dr.oec. Maira Leščevica

Mg.sc.pol. Anna Broka

Mg.psych., Mg.math. Vineta Silkāne

Mg.geogr. Ilgvars Ābols

Tehniskā redaktore – Mg.sc.soc. Agnese Lapetrova

Latviešu valodas tekstu literārā redaktore – Mg.paed. Zane Bērziņa

Angļu valodas tekstu literārā redaktore – Mg.philol. Līga Cvetkova

Recenzenti:

Dr.sc.pol. Feliciana Rajevska

Dr.sc.pol. Visvaldis Valtenbergs

Dr.oec. Maira Leščevica

Dr.art. Jānis Kalnačs

Dr.sc.ing. Arnis Cīrulis

Mg.geogr. Iveta Druva – Druvaskalne

Mg.math.ing., Mg.iur. Ojārs Bāliņš

Mg.sc.soc. Dace Jansone

Mg.sc.soc. Ieva Kukule

Mg.sc.soc. Ilze Grīnfelde

Mg.psych, Mg.math. Vineta Silkāne

Mg.sc.pol. Anna Broka

Mg.oec. Maira Ore

Mg.paed. Vija Melbārde

Vāka dizaina un teksta maketa autors Gatis Blūms

Krājumā apkopoti 2014.gada oktobrī Vidzemes Augstskolas organizētās 8.Studentu pētniecisko darbu konferences zinātniskie raksti.

ISBN 978-9984-633-33-6

Izdevējs: Vidzemes Augstskola

SATURA RĀDĪTĀJS

SATURA RĀDĪTĀJS	4
PRIEKŠVārds	6
BIZNESA VIDE UN TEHNOLOĢIJAS	7
Latvijas preču eksporta konkurētspējas analīze	
<i>Anastasija Zolotare</i>	7
Tipiskie uzbrukumu veidi tīmekļa aplikācijām	
<i>Salvis Blūzma</i>	13
Radio un radio reklāmas popularitāte Vidzemes reģionā	
<i>Santa Niedola</i>	20
A/S „Valmieras piens” finanšu darbības analīze	
<i>Evija Pola</i>	26
Trīsdimensionālas ēkas stereoskopiska demonstrācija ar interaktivitātes elementiem un modeļa integrēšana tiešsaistes kartē	
<i>Līga Rostoka</i>	33
Pārdomas pēc mēģinājuma re-implementētēt KWin 4 logu flīzēšanu	
<i>Niklāvs Koļesņikovs</i>	40
TŪRISMS	47
Sadarbības attīstība starp gastronomiskā tūrisma uzņēmumiem Vidzemē. Labās prakses piemēri....	
<i>Jevgeņijs Klimanovičs</i>	47
Latvijas iedzīvotāji kā tūrisma informācijas sniedzēji tripadvisor.com diskusiju forumā	
<i>Malvīne Venera</i>	52
Lībiešu kultūras fenomena izmantošana tūrismā, veidojot Mazirbes tēlu	
<i>Antra Bērziņa</i>	59
Tūrisma maršruti – šaursliežu dzelzceļa līnijas Valka – Pērnavas daļa Valkas un Rūjienas akārtņē	
<i>Jānis Siliņš</i>	64
Pārgājiena maršruts „Kalpaka bataljonam pa pēdām 1919. gada 3. – 6. marts”	
<i>Atis Everss</i>	70
PĀRVALDĪBA	77
Ķīnas maigās varas izpausmes „CCTV News” atspoguļojumā	
<i>Toms Žagars</i>	77
Pirmsskolas vecuma bērnu atbalsta politika Vidzemes reģionā no 2009. līdz 2013. gadam: gadījumu analīze	
<i>Katrīne Reima</i>	83

Protektīvās un attīstības demokrātijas modeļu aspektu izpausmes vidusskolēnu rakstiski paustajās attieksmēs	
<i>Ieva Apīne</i>	92
Kritēriju noteikšana prioritāri atbalstāmajiem tautas sporta veidiem Latvijas sporta politikā	
<i>Pēteris Rakuls</i>	99
Jauniešu iesaistīšana sporta aktivitātēs: Kocēnu un Beverīnas novadu pieredzes analīze 2009. – 2013.	
<i>Linda Līce</i>	107
KOMUNIKĀCIJA UN MEDIJI	113
Latvijas mediju īpašnieku caurskatāmības tiesiskā regulējuma izvērtējums un tā uzlabošanas iespējas	
<i>Ilze Krilova</i>	113
Eiro ieviešanas atspoguļojums Latvijas televīzijas raidījumos un laika posmā no 2013. gada 1. janvāra līdz 2014. gada 1. janvārim	
<i>Vita Anstrate</i>	119
Reputācijas vadība krīžu komunikācijā: atbildība krīzes situācijās. Zolitūdes traģēdijas gadījuma analīze	
<i>Inga Zemeša</i>	125
NMPD īstenoto komunikācijas aktivitāšu loma sekundāro izsaukumu īpatsvara mazināšanā	
<i>Zaiga Puškina</i>	130
Radošās pašefektivitātes un uztvertā atbalsta saistība ar individuālo radošumu	
<i>Guna Dātava</i>	136
Vidzemes Augstskolas un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību sadarbība un tās attīstības iespējas	
<i>Inga Špūle</i>	142
Mazsalacas novada gatavība kļūt par attālinātam darbam atbilstošu vietu	
<i>Baiba Norberte</i>	148

PRIEKŠVĀRDS

Iznācis 8. Studentu pētniecisko darbu konferences rakstu krājums, kurā studenti un absolventi iepazīstina plašāku lasītāju loku ar izstrādātajiem pētījumiem. Šī gada publikācijas varētu sadalīt trīs tematiskajos lokos.

Pirmajā lokā "Tūrisms. Tradīciju un mūsdienu tehnoloģiju sinerģija" iekļauti vairāki pētnieciskie darbi, kuros autori pievērsušies tūrisma objektiem un maršrutiem. Nozīmīgs šos darbus vienojošs elements ir pieaugošā nepieciešamība pēc kvalitatīvas un izpētē balstītas informācijas un tās izplatīšanas ar informācijas tehnoloģiju palīdzību. To pašu varētu teikt arī par publikācijām tematiskajā lokā „Biznesa vide un tehnoloģijas”, kurā autori pievērsušies specifiskiem tehnoloģiskajiem risinājumiem, kas vērsti uz reģiona ekonomikas pievienotās vērtības palielināšanu. Neiztrūkst arī uzņēmējdarbības vides un uzņēmumu attīstības analīze. Sadaļā „Radoši par globālo un lokālo” apkopoti darbi pārvaldības, komunikācijas un mediju studiju jomā.

Publikācijas tapušas dažādās disciplīnās, taču to kopsaucējs ir lokālā un globālā mēroga mijiedarbe. Šajā rakstu krājumā apkopoti pētījumi gan ar lietišķu, gan teorētisku ievirzi. Lietišķie pētījumi ir saistīti ar konkrētu gadījumu studijām un risinājumiem. Teorētiskie pētījumi, savukārt, pretendē uz paplašinātu izpratni un mainītu perspektīvu, aprobējot noteiktus jēdzienus vai pieņēmumus un kontrastējot tos ar dzīvē sastopamajiem piemēriem.

Studentu pētniecisko darbu konferences rakstu krājums ir motivējošs elements studējošo radošo spēju un profesionālās izaugsmes veicināšanā. Tas ir arī līdzeklis, kā augstskola var sekmēt zināšanu pārnesi nozaru, industrijas pārstāvjiem, valsts un pašvaldību iestāžu darbiniekiem, pedagogiem. Ar rakstu krājumu ikviens var iepazīties elektroniskā veidā, lejuplādējot to Vidzemes Augstskolas mājas lapā. Izsaku pateicību autoriem un visiem rakstu krājumā tapšanā iesaistītajiem par ieguldījumu oriģinālas un pielietojamas izpētes tradīcijas attīstībā, ar kuru Vidzemes Augstskola ir izsenis pazīstama.

Vidzemes Augstskolas
Akadēmiskais un zinātņu prorektors
Dr.sc.pol. Visvaldis Valtenbergs

BIZNESA VIDE UN TEHNOLOĢIJAS

Latvijas preču eksporta konkurētspējas analīze

Competitive Analysis of Latvian Commodity Exports

Autore: Anastasija Zolotare, Latvijas Universitāte, sociālo zinātņu bakalaura grāds ekonomikā

Darba zinātniskais vadītājs: Rita Freimane, Mg. math.

Kopsavilkums

Eksportam un tā konkurētspējai ir liela nozīme valsts ekonomiskajā attīstībā un labklājības līmeņa celšanā ilgtermiņā, jo tie stimulē produktivitātes paaugstināšanos un inovācijas ražošanā. Pētījuma mērķis bija, pamatojoties uz starptautiskās tirdzniecības datiem, novērtēt Latvijas preču eksporta konkurētspēju un strukturālās transformācijas potenciālās iespējas, lai izteiktu priekšlikumus ekonomikas politikas pilnveidošanai.

Izpētes rezultāti liecina, ka Latvijas ražotāji ir konkurētspējīgi koksnes un tās izstrādājumu, dzērienu, graudaugu kultūru, piena produktu, kā arī gaļas, zivju un atsevišķu tekstilizstrādājumu eksportā. Latvijai ir raksturīga intensīva tirdzniecība dzelzs, tērauda un cinka izstrādājumu, mēbeļu, kā arī organisko ķīmisko savienojumu nozaru ietvaros, kas stimulē inovācijas un veicina eksporta diversifikāciju.

Abstract

Export and its competitiveness are very significant in the context of the economic development of the country and the growth of welfare in the long run because both of them promote higher level of productivity and innovation in production. Using data on international trade, this research estimates competitiveness of Latvian commodity exports and the potential possibility for structural changes in order to suggest economic policy improvements.

Study finds that Latvian producers are competitive in exports of wood and articles of wood, beverages, cereals, dairy products, as well as meat, fish and certain textile fabrics. High level of intra-industry trade is common for Latvian iron, steel, zinc and articles thereof, as well as sectors of organic chemicals production. That stimulates innovation and promotes export diversification.

Atslēgas vārdi: eksporta konkurētspēja, salīdzinošā priekšrocība, Grubel-Lloyd indekss, strukturālā transformācija, eksporta komplicētība.

Ievads

Nemot vērā, ka Latvijas tautsaimniecība ir ļoti atvērta, bet pati valsts maza, eksports tiek uzskatīts par galveno ilgtermiņa ekonomiskās izaugsmes avotu. Turklāt, neskatoties uz augošu pakalpojumu sektora īpatsvaru gan Latvijas iekšzemes kopproduktā (IKP), gan eksportā, ražošanas loma tautsaimniecībā ir neapšaubāma. Dotajā kontekstā valsts ražotāju spēja realizēt savu produkciju starptautiskajos tirgos, kas šī darba ietvaros tiek saukta par konkurētspēju, kļūst par tautsaimniecības attīstību noteicošu faktoru.

Latvijā konkurētspējas un tās dažādu aspektu izpētei ir veltīti daudzu zinātnieku darbi (Dāvidsons 2005, 39; Kaņepājs, Dāvidsons 2009, 17; Beņkovskis 2012, 35), tomēr daļa minēto pētījumu jau ir novecojuši, jo pārsvarā balstās uz Latvijas ārējās tirdzniecības datiem

pirms krīzes, vai ir nepilnīgi, tāpēc, ka iekļauj tikai vienkāršu statistisko datu analīzi un salīdzināšanu ar citām pasaules valstīm. Turklāt Latvijā nav veikti pētījumi, kas apvienotu eksporta preču telpas analīzi un konkurētspējas novērtējumu, kas ir divi saistīti jautājumi un ļauj noteikt valsts potenciālu celt labklājības līmeni ilgtermiņā.

Šī darba mērķis bija, pamatojoties uz starptautiskās tirdzniecības datiem, novērtēt Latvijas preču eksporta konkurētspēju un strukturālās transformācijas potenciālās iespējas, lai izteiktu priekšlikumus ekonomikas politikas pilnveidošanai.

Metode

Lai novērtētu Latvijas preču eksporta konkurētspēju, tika izmantots atklātās salīdzinošās priekšrocības indekss (revealed comparative advantage, turpmāk tekstā – RCA), kas atspoguļo attiecību starp kādas preces īpatsvaru kopējā valsts eksportā un tās īpatsvaru visu pasaules valstu (vai kāda reģiona) eksportā. Indekss ļauj novērtēt valsts konkurētspēju konkrēta produkta eksportēšanā gan visā pasaulē, gan kādas izvēlētas valstu grupas ietvaros (piemēram, ES 15, ES 27, OECD utt.).

Tirdzniecība nozaru ietvaros (intra-industry trade) izpaužas kā valstu apmaiņa ar lielā mērā līdzīgiem produktiem. Tās intensitāti raksturo indekss, ko 1975. gadā izstrādāja Grūbels un Loids un kas ir nosaukts pētnieku vārdā (turpmāk tekstā – GL indekss) (Grubel, Lloyd 1971, 496). Indekss mēra proporciju kopējā preču plūsmā starp pētāmo valsti un tās tirdzniecības partneriem. Saskaņā ar teoriju, tirdzniecība nozaru ietvaros dominē galvenokārt starp valstīm, kas sasniegušas līdzīgus ekonomiskās attīstības līmeņus.

Pētījumā, līdzīgi kā Latvijas Bankas speciālistu rakstos par preču telpas analīzi un prioritāro nozaru noteikšanu (Vītola, Dāvidsons 2008, 26; Beņkovskis et al. 2008, 50; Beņkovskis et al. 2011, 55), ir izmantota metodoloģija, kuru izstrādāja un ieviesa R. Hausmans, Dž. Hvangs, D. Rodriks un B. Klingers (Hausmann et al. 2005, 23; Hausmann, Klinger 2006, 35). Tā sniedz iespēju novērtēt, vai valsts ražo pietiekamu tādas produkcijas daudzumu, kas ļauj nākotnē salīdzinoši viegli pāriet uz preču ar augstāku pievienoto vērtību ražošanu.

Analīzei izmantot datu apraksts

Darbā tika izmantoti Starptautiskā tirdzniecības centra (International Trade Centre, turpmāk tekstā - STC) eksporta dati, klasificēti pēc harmonizētās preču apraksta un kodēšanas sistēmas 2 zīmju līmenī (veido 97 preču grupas) par periodu no 2001. līdz 2012. gadam, kas bija jaunākā pieejamā un ticama informācija pētījuma veikšanas brīdī. Savukārt valstu IKP uz vienu iedzīvotāju pēc pirktspējas paritātes par attiecīgu periodu bija iegūts Pasaules Bankas datubāzē. Aprēķinos tika iekļautas 98 valstis, kurām bija pieejama ticama visu preču grupu eksporta statistika.

Rezultāti un analīze

Latvijas preču eksportu salīdzinošās priekšrocības novērtēšanas rezultāti

1.tabulā ir apkopotas 7 preču grupas ar augstāku salīdzinošo priekšrocību un to īpatsvars Latvija kopējā preču eksportā 2012. gadā.

1. Tabula. 7 konkurētspējīgākas preču grupas un to īpatsvari Latvijas kopējā eksportā 2012. gadā

Kods	Preču grupas nosaukums	RCA	Īpatsvars
'44	Koksne un tās izstrādājumi	22.64	14.85%
'22	Alkoholiskie un bezalkoholiskie dzērieni; etiķis	7.98	4.68%
'10	Graudaugu kultūras	6.26	4.11%
'04	Piens un piena produkti; olas; dabīgais medus	5.10	2.25%
'16	Gaļas, zivju, vēžveidīgo, molusku un citu ūdens bezmugurkaulnieku izstrādājumi	4.56	1.19%
'72	Dzelzs un tērauds	3.58	8.40%
'01	Dzīvī dzīvnieki	3.44	0.40%

Avots: autores veidota tabula pēc STC datiem.

Rezultāti liecina, ka koksnes un tās izstrādājumi, alkoholisko un bezalkoholisko dzērienu, etiķa, graudaugu kultūru, piena un piena produktu un citu preču ražošana un eksports Latvijā ir salīdzinoši svarīgāks nekā citās valstīs.

Konkurētspējīgāko preču eksportā uz ES 27 sarakstā, atšķirībā no 1. tabulā redzamā rezultāta, ietilpst zivis un vēžveidīgie, moluski un citi ūdens bezmugurkaulnieki, trikotāžas drāna, kā arī sāls, sērs, zemes un akmens, kaļķi un cements.

Latvijas preču tirdzniecības nozaru ietvaros intensitātes rādītāji

Vidējā GL indeksa vērtība Latvijas tirdzniecībā ar pārējo pasauli 2012. gadā bija 0.61, savukārt tirdzniecībā ar ES 27 valstīm - 0.57, kas ir nedaudz zemāks rādītājs.

Dati liecina, ka dzelzs un tērauda izstrādājumi, cinks un tā izstrādājumi, mēbeles, gultas piederumi, apgaismošanas ierīces, organiskie ķīmiskie savienojumi, sāls, sērs, zemes un akmens, kaļķi un cements, alumīnijs un tā izstrādājumi, kā arī citas preču grupas ir cieši iesaistītas tirdzniecībā nozaru ietvaros ar citām pasaules valstīm un īpaši ES dalībvalstīm (GL indeksa vērtība ir tuvu 1). Tas ir svarīgi starptautiskās konkurētspējas kontekstā un parāda, ka produkcija ir diferencēta un pielāgota ārvalstu pieprasījumam. Intensīvu tirdzniecību nozaru ietvaros, ko raksturo augstas GL indeksa vērtības, bieži saista arī ar dažiem valsts specifiskiem faktoriem, ieskaitot galveno tirdzniecības partnervalstu ģeogrāfisko tuvumu, pietuvinātu attīstības līmeni, līdzīgas patērētāju gaumes un kultūru, kā arī institucionālus, politiskus un transporta sakarus.

Latvijas preču telpas strukturālās transformācijas potenciālo iespēju analīzes rezultāti pasaules līmenī

Aprēķinu rezultāti liecina, ka Latvijā ražotas preču grupas, kurām 2012. gadā nebija salīdzinošās priekšrocības ($RCA < 1$), bet ir vislielākā varbūtība kļūt konkurētspējīgām ārvalstu tirgos tuvākajā nākotnē pasīvas valdības politikas gadījumā, ir dzīvnieku un augu tauki un eļļas, svins un tā izstrādājumi, dārzeņi, plastmasa un tās izstrādājumi, kā arī dzīvnieku izcelsmes produkti. Tās ir preces, kuras Latvija, iespējams, ražos un eksportēs, izmantojot pašreizējo ražošanas faktoru struktūru. Taču gandrīz visām preču grupu vērtība ir mazāka par esošās eksporta struktūras vidējo svērto rādītāju. Tas nozīmē, ka šo produktu īpatsvara pieaugums Latvijas eksportā nelabvēlīgi ietekmētu valsts ienākumu līmeni nākotnē.

2. tabulā ir sniegtas 10 preču grupas ar augstāko potenciālo devumu Latvijas eksporta komplicētībā, kas 2012. gadā vēl nebija konkurētspējīgas pasaules tirgos.

2. Tabula. 10 preču grupas ar vislielāko potenciālo devumu Latvijas eksporta komplicētībā un to blīvumi 2012. gadā

Kods	Preču grupas nosaukums	Blīvums	PRODY-EXPY
'59	Tekstilmateriāli (piesūcināti, dublēti u.c.)	0.418	20 752
'91	Pulksteņi; to daļas	0.362	19 637
'97	Mākslas un antikvārie priekšmeti	0.307	15 870
'37	Foto un kino preces	0.319	13 554
'29	Organiskie ķīmiskie savienojumi	0.358	13 010
'56	Vate; neaustie materiāli, auklas, tauvas, virves	0.511	11 207
'35	Olbumvielas, līmes, fermenti	0.471	9 061
'90	Optiskās ierīces, foto- un kinoaparāti, mēraparāti, medicīniskie aparāti	0.386	8 492
'84	Mehānismi un mehāniskās ierīces	0.389	8 009
'88	Lidaparāti; to daļas	0.389	8 009

Avots: autores veidota tabula pēc STC datiem.

Rezultātu salīdzinājums ļauj secināt, ka pasaules eksporta preces ar vislielāko ietverto ienākumu līmeni ir daudz vērtīgākas par Latvijas produktiem, kuru ražošanu un eksportu varētu attīstīt pasīvās stratēģijas gadījumā. Taču „vērtīgo” preču grupu blīvumi (produkta tuvums esošai eksporta struktūrai) ir salīdzinoši zemi, kas izraisa dažu ekonomistu bažas, vai konkurētspēja šajās grupās attīstīsies bez papildu veicinošiem pasākumiem no valsts puses (Beņkovskis et al. 2008, 50).

Saskaņā ar aprēķiniem visvērtīgākās preču grupas pasaules tirdzniecībā 2012. gadā bija piesūcināti un dublēti tekstilmateriāli, pulksteņi un to daļas, mākslas un antikvārie priekšmeti, kā arī foto un kino preces. Domājot par Latvijas ražošanas attīstību, jāpievērš uzmanība arī tādām produkcijas grupām kā: organiskie ķīmiskie savienojumi; vate, neaustie materiāli, auklas, tauvas, virves; olbumvielas, līmes, fermenti; optiskās ierīces, mēraparāti, medicīniskie aparāti; metālu instrumenti; elektroierīces un elektroiekārtas.

Latvijas preču telpas strukturālās transformācijas potenciālo iespēju analīzes rezultāti Eiropas Savienības līmenī

Nemot vērā, ka tirdzniecībai ar Eiropas Savienības (ES) dalībvalstīm ir galvenā loma Latvijas preču eksporta attīstībā, ir būtiski novērtēt - pārorientēšanās uz kādu produktu ražošanu un konkurētspējas attīstību ir iespējama un būtu vēlama tuvākajā nākotnē. Analīze liecina, ka vislielākā varbūtība kļūt konkurētspējīgam ES 27 valstu tirgos tuvākajā nākotnē pasīvas valdības politikas gadījumā ir koku, augu, ziedu un dekoratīvo zaļumu eksportam, foto un kino precēm, dārzeņiem, kā arī (īpaši svarīgi) farmācijas un pārējiem ķīmiskiem produktiem, niķelim un tā izstrādājumiem.

Interesanta doto rezultātu atšķirība no analīzes vispasaules griezumā ir lielākoties pozitīvs potenciālais devums valsts eksporta komplicētībā. Tikai trīs preču grupas ietver zemāku ienākumu līmeni nekā Latvijas esošās eksporta struktūras vidējais svērtais rādītājs: dārzeņi, citur neminēti augu izcelsmes produkti, kā arī augļu, riekstu, dārzeņu pārstrādes produkti.

Secinājumi

1. Latvijai 2012. gadā bija atklātā salīdzinošā priekšrocība koksnes un tās izstrādājumu, alkoholisko un bezalkoholisko dzērienu, etiķa, graudaugu kultūru, piena un piena produktu eksportā uz citām pasaules valstīm. Savukārt zivis un vēžveidīgos, moluskus un citus ūdens bezmugurkaulniekus, trikotāžas drānu, kā arī sāli, sēru, zemes un akmeni, kaļķi un cementu Latvija eksportēja relatīvi vairāk nekā pārējās ES 27 valstis.
2. Laika posmā no 2001. līdz 2012. gadam Latvijas ražotāji attīstīja dzīvu dzīvnieku, koku, augu, ziedu un dekoratīvo zaļumu, eļļas augu sēklu un dažādu graudu, pārējo ķīmisko produktu, kā arī graudaugu kultūras eksporta salīdzinošo priekšrocību. Savukārt niķelis, svins un to izstrādājumi, pārējās augu tekstilšķiedras, kokvilna, vilna un mēslojumi norādītajā periodā visstraujāk zaudēja konkurētspēju starptautiskajos tirgos.
3. Latvijai ir raksturīga intensīva tirdzniecība dzelzs un tērauda izstrādājumu, cinka un tā izstrādājumu, mēbeļu, gultas piederumu, apgaismošanas ierīču, organisko ķīmisko savienojumu, sāls, sēra, zemes un akmens, kaļķu un cementa, alumīnija un tā izstrādājumu nozaru ietvaros. Savukārt ar ES 27 valstīm Latvija vēl īsteno zivju, vēžveidīgo, molusku un citu ūdens bezmugurkaulnieku izstrādājumu, citur neminētu augu izcelsmes produktu, materiālu pīšanai, kā arī stikla un tā izstrādājumu abpusējo apmaiņu.
4. Pie 2012. gadā pastāvējušās ražošanas faktoru struktūras un pasīvas valdības politikas gadījumā, Latvijai ir liela varbūtība attīstīt dzīvnieku un augu tauku un eļļu, svina un tā izstrādājumu, dārzeņu, plastmasas un tās izstrādājumu, kā arī dzīvnieku izcelsmes produktu ražošanu un eksportu uz citām pasaules valstīm. Savukārt ES 27 grupā Latvija varētu kļūt konkurētspējīga koku, augu, ziedu un dekoratīvo zaļumu, foto un kino preču, dārzeņu, kā arī farmācijas un pārējo ķīmisko produktu, niķeļa un tā izstrādājumu eksportā.
5. No eksporta komplicētības attīstības aspekta Eiropas Savienības ietvaros gandrīz visu preču grupu eksports ir spējīgs pozitīvi ietekmēt valsts ienākumu līmeni ilgā laikā. Tomēr konkurētspējas uzlabošanai globālajā tirgū kopumā Latvijas ražotājiem būtu jāpievērš īpaša uzmanība piesūcinātu un dublētu tekstilmateriālu, vates, neausto materiālu, auklu, tauvu, virvju, organisko ķīmisko savienojumu, kā arī olbaltumvielu, līmju un fermentu eksporta veicināšanai.

Priekšlikumi

Institūcijām, kas nodarbojas ar Latvijas tautsaimniecības struktūrpolitiku (tajā skaitā, Ekonomikas ministrijai):

1. Lai samazinātu nekorekta rīcības plāna un neatbilstošo instrumentu izvēlēs gadījumā iespējamus sabiedrības zaudējumus, ir jāizvērtē prioritāro preču grupu noteikšanas un atbalsta sniegšanas potenciālās sekas un ietekme gan uz tautsaimniecību kopumā, gan uz katru atsevišķu nozari.
2. Jāveicina labvēlīgas uzņēmējdarbības vides izveide un jāattīsta infrastruktūra jau konkurētspējīgo preču grupu saskarnozarēs, palielinot kokapstrādes, metālapstrādes, ķīmiskās rūpniecības un mašīnbūves apakšsektoru īpatsvaru apstrādes rūpniecībā un Latvijas eksportā. Tas gan stimulētu uzņēmējdarbības attīstību, gan sekmētu Latvijas konkurētspējas attīstību globālajā kontekstā.

Latvijas ražotājiem:

1. Lai veicinātu inovācijas un augstākas pievienotās vērtības preču ražošanas attīstību, uzņēmējiem jāsadarbojas ar zinātniekiem un jāveic investīcijas pētniecībā un attīstībā.
2. Tā kā Latvijas ražotājiem ir ierobežotas iespējas izmantot uz zemām izmaksām balstītu konkurētspēju, ir nepieciešams attīstīt specifiskas kvalitatīvas augstas pievienotās vērtības produkcijas, piemēram, organisko ķīmisko savienojumu, optisko ierīču, mēraparātu, medicīnisko aparātu, metālu instrumentu, elektroierīču un elektroiekārtu ražošanu. Tas nodrošinātu uzņēmumu konkurētspēju un atpazīstamību starptautiskajā tirgū, veicinātu atsevišķu komercsabiedrību attīstību, kā arī sekmētu kopējā labklājības līmeņa celšanos.

Avotu saraksts

1. Beņkovskis, K. (2012). *Latvijas eksportētāju konkurētspēja*. Latvijas Banka, pētījums 3/2012, 35 lpp.
2. Beņkovskis, K., Bitāns, M., Krasnopjorovs, O. (2011). *Padziļinātais pētījums preču telpas analīze un strukturālās transformācijas iespējas Latvijā*. Padziļinātais pētījums projekta "Atbalsts strukturālo reformu ieviešanai valsts pārvaldē" 3.1. aktivitātes "Valsts konkurētspējas novērtējums" ietvaros, 55 lpp.
3. Beņkovskis, K., Rutkaste, U., Vītola, K. (2008). *Pētījuma par prioritāro nozaru noteikšanu gala ziņojums*. Latvijas Valsts prezidenta Stratēģiskās analīzes komisija. Rīga, 50 lpp.
4. Dāvidsons, G. (2005). *Latvijas ilgtermiņa konkurētspējas modelēšana*. Rīga: Latvijas Banka, pētījums 2/2005, 39. lpp.
5. Grubel, H.G., Lloyd, P.J. (1971). *The Empirical Measurement of Intra Industry Trade*. Economic Record Volume 47, Issue 4, pp. 494–517.
6. Hausmann, R., Hwang, J., Rodrik, D. (2005). *What You Export Matters*. NBER Working Paper No. 11905, 23 p.
7. Kaņepājs, A., Dāvidsons, G. (2009). *Latvijas eksporta konkurētspējas analīze, izmantojot relatīvo vienību vērtību*. Rīga: Latvijas Banka, 17 lpp.
8. Vītola, K., Dāvidsons, G. (2008). *Eksporta strukturālā transformācija preču telpas modelī*. Rīga: Latvijas Banka, pētījums 4/2008, 26 lpp.

Tipiskie uzbrukumu veidi tīmekļa aplikācijām

Most Typical Security Threats for Web Applications

Autors: Salvis Blūzma, Rēzeknes Augstskola, akadēmiskā maģistra studiju grāds programmā „Elektroniskās komercijas informācijas sistēmas”

Darba zinātniskais vadītājs: Aleksejs Zorins, Mg.sc.ing.

Kopsavilkums

Tīmekļa aplikāciju drošībai ir ārkārtīgi svarīga nozīme. Vājai drošības sistēmai var būt nopietnas sekas – nozagts intelektuālais īpašums, sistēmas dīkstāve, veikspējas samazināšanās, kaitējums biznesa reputācijai, klientu uzticības zaudēšana, finanšu apdraudējumi. Pētījumā aplūkota drošības apdraudējumu klasifikācija un pētīti tipiskākie uzbrukumu veidi tīmekļa aplikācijām, kādi novēroti piecu gadu periodā no 2010. līdz 2014. gadam. Pētījumā izmantoti ziņojumi un pārskati no organizācijām - Cenzic, HP, kā arī Atvērtā Tīmekļa Aplikāciju Drošības projekta ziņojumi. Tipiskākie uzbrukumu veidi ir starpvietņu skriptēšana, SQL un OS injekcijas, nepilnības autentificēšanā un sesiju pārvaldībā.

Abstract

Web application security is extremely important. Weak security system can have serious consequences – stolen intellectual property, system downtime, reduced performance, damage to the business reputation, loss of consumer trust and financial threats. The research examined the classification of safety threats and the most typical forms of attack on web applications observed during a five year period from 2010 to 2014. The study used reviews and reports from such organizations as Cenzic, HP, as well as the Open Web Application Security Project reports. The most typical types of attacks include cross-site scripting, SQL/OS injections, gaps in authentication and session management.

Atslēgas vārdi: tīmekļa aplikāciju izstrāde, drošības apdraudējumi.

Ievads

Mūsdienās lietotņu drošības svarīgumu var raksturot ar aizvien pieaugošajiem datorsistēmu un tīklu apdraudējumiem. Tiek izvirzītas paaugstinātas prasības drošam lietotņu darbam datorsistēmās un Internet tīkla vidē. Vājai drošības sistēmai var būt dramatiskas sekas – nozagts intelektuālais īpašums, sistēmas dīkstāve, veikspējas samazināšanās, kaitējums biznesa reputācijai, klientu uzticības zaudēšana, finanšu apdraudējumi.

Saskaņā ar P. Grabustu [3], lietotņu apdraudējumi tiek iedalīti 7 galvenajās kategorijās. Vispārīgie lietotņu drošības apdraudējumi atspoguļoti 1. tabulā.

1. Tabula. Lietotņu drošības apdraudējumi un to iedalījums.

Kategorija	Apdraudējums
Nepārbaudīti ievaddati (nonvalidated data)	Bufera pārpilde (buffer overrun) SQL injekcija (SQL injection) Starpvietņu skriptēšana (cross-site scripting) Kanonizēšana (canonicalization)
Pārkāpta autentificēšana (broken authentication)	Pārtveršana tīklā (network eavesdropping) Rupja spēka uzbrukumi (brute-force attack) Sīkdatņu atkārtota parādīšana (cookie replay)
Pārkāpta pilnvarošana (broken authorization)	Privilēģiju paaugstināšana (elevation of privilege) Konfidencialu datu atklāšana (disclosure of confidential data) Datu falsifikācija (data tampering)
Nedroša konfigurācijas pārvaldība (insecure configuration management)	Nepilnvarota piekļuve administrēšanas resursiem (unauthorized access to administration interfaces)
Manipulācijas ar parametriem (parameter manipulation)	Manipulācijas ar vaicājumu rindām (query string manipulation) Manipulācijas ar formu laukiem (form field manipulation)
Nepiemērota izņēmumu apstrāde (improper exception management)	Informācijas atklāšana (information disclosure) Pakalpojumu atteikums (denial of service)
Slikta auditēšana un žurnālu vadība (poor auditing and logging)	Lietotāja darbību atteikums (user denies performing an operation)

Avots: autora veidota tabula pēc Grabusts 2011.

Referāts var tikt izmantots, lai izglītotu un informētu izstrādātājus, lai palīdzētu novērst iespējamās ievainojamības riskus, kuri kaitē programmatūras izstrādes industrijai. Iepazīšanās ar tipiskākajiem uzbrukumu veidiem ļauj apzināt un laikus, pirms programmatūras palaišanas darbībā, novērst visbiežāk pieļautās kļūdas. Programmatūras pasūtītāji var izmantot šo pašu sarakstu, lai pieprasītu izstrādātājiem drošāku programmatūru. Pētnieki programmatūras drošības jomā var izvēlēties kādu no drošības riskiem un koncentrēties uz šauru, bet svarīgu drošības apdraudējumu apakškopu.

Metode

Tipiskāko uzbrukumu veidu noskaidrošanai tika izmantota dokumentu – saistīto ziņojumu un pārskatu – analīze. Pārskatu analīze sniedz priekšstatu par biežākajiem apdraudējumiem, kas vērsti pret tīmekļa aplikācijām. Mērķis bija apkopot biežāk sastopamos uzbrukumu veidus pagadiem, analizējot piecu gadu periodā no 2010. līdz 2014. gadam, un no pārskatos sniegtajiem datiem noskaidrot, kuri uzbrukumu veidi tiek uzskatīti par būtiskākajiem apdraudējumiem.

Rezultāti

Saskaņā ar Cenzic 2014. gada pārskatā sniegto informāciju, 96% no visām pārbaudītajām aplikācijām tika konstatētas ievainojamības un vidējais ievainojamību skaits ir bijis 14 ievainojamības uz vienu aplikāciju [1].

Apkopojot datus no pētījumā izmantotajiem pārskatiem tika noskaidrots, ka tipiskākie uzbrukumu veidi ir starpvietņu skriptēšana, SQL un OS injekcijas, nepilnības autentificēšanā un sesiju pārvaldībā. Visi augstāk minētie uzbrukumu veidi atkārtotas pilnīgi visos drošības

apdraudējumu pārskatos, visu piecu gadu periodā un vairumā gadījumu ieņem augstākās pozīcijas pēc iestāšanās biežuma.

Citi bieži sastopami drošības riski ietver – nepilnības sensitīvu datu šifrēšanā, sensitīvu datu atklāšana un starpvietņu pieprasījuma viltojumus.

Analīze

Tipiskākie uzbrukumu veidi četru gadu periodā

Analīzē izmantoti - atvērtā tīmekļa aplikāciju drošības projekta (The Open Web Application Security Project) ziņojumi [5,6], programmatūrās visbiežāk sastopamo nepilnību uzskaitījums (tīmekļa vietnē <http://cwe.mitre.org/top25/>) [2], HP kibernoziegumu risku ziņojums [4], Cenzic ziņojums par aplikāciju ievainojamības tendencēm [1]. Ziņojumos sniegtie dati apkopototi 2.tabulā.

Starpvietņu skriptēšana tiek minēta kā lielākais drauds. 2012. gada pārskata dati liecina, ka ievainojamības attiecībā uz starpvietņu skriptēšanu sastopamas 44% no pārbaudītajām aplikācijām[4]. Starpvietņu skriptēšana kā lielākais drauds tiek uzrādīts arī 2014. gadā.

2. Tabula. Tipiskākie tīmekļa aplikāciju drošības riski piecu gadu griezumā.

	2010	2011	2012	2013	2014
1.	SQL un OS injekcijas	SQL injekcijas	Starpvietņu skriptēšana (45%)	SQL un OS injekcijas	Starpvietņu skriptēšana (25%)
2.	Starpvietņu skriptēšana	OS injekcijas	Nepietiekama transporta slāņa aizsardzība (26%)	Nepilnības autentificēšanā un sesiju pārvaldībā	Informācijas nopludināšana (23%)
3.	Nepilnības autentificēšanā un sesiju pārvaldībā	Tipiska bufera pārpilde	Nepilnības drošības konfigurācijā (25%)	Starpvietņu skriptēšana	Nepilnības autentificēšana un pilnvarošana (15%)
4.	Nepārbaudīta, tieša pieeja objekta atsaucei	Starpvietņu skriptēšana	Nepilnības autentificēšanā un sesiju pārvaldībā (13%)	Nepārbaudīta, tieša pieeja objekta atsaucei	Nepilnības sesiju pārvaldība (13%)
5.	Starpvietņu pieprasījumu viltojums	Trūkst autentificēšana kritisku funkciju izpildei	Injekcijas (9%)	Nepilnības drošības konfigurācijā	SQL injekcijas (7%)
6.	Nepilnības drošības konfigurācijā	Trūkst pilnvarošana	-	Sensitīvu datu pieejamība	Starpvietņu pieprasījumu viltojums (6%)
7.	Nepilnības sensitīvu datu šifrēšanā	Iekodētu akreditācijas datu pielietojums	-	Trūkst funkciju līmeņa pieeju kontrole	Tīmekļa servera versija (< 11%)
8.	Nespēja ierobežot URL piekļuvi	Trūkst sensitīvu datu šifrēšana	-	Starpvietņu pieprasījumu viltojums	Attālināta koda izpilde (< 11%)
9.	Nepietiekama transporta slāņa aizsardzība	Neierobežota datņu augšupielāde ar bīstamu tipu	-	Sastāvdaļu izmantošana ar iespējamiem ievainojumiem	Tīmekļa servera konfigurācija (< 11%)
10.	Neapstiprināta novirzīšana uz citiem resursiem	Paļaušanās uz neuzticamiem ievaddatiem	-	Neapstiprināta novirzīšana uz citiem resursiem	Neautorizēta pieeja direktorijām (<11%)

Avots: autora veidota tabula pēc pārskata ziņojumu datiem.

SQL injekcijas, lai arī labi zināma un atpazīstama ievainojamība, vēl joprojām veido ievērojamu novēroto nepilnību daļu, 2010. un 2011. gadā ieņemot pirmo, bet 2012. un 2013. gadā - attiecīgi piekto un pirmo vietu. Mazākā mērā SQL injekcijas atklātas 2014. gadā. Citi bieži sastopami ievainojamību riski apkopoti 2. tabulā. Riski sakārtoti secībā pēc to iestāšanās biežuma katrā no gadiem. Pārskatu datiem, kuros bija pieejama kvantitatīvā informācija,

iekavās aiz uzbrukuma veida nosaukuma norādīts procentuālais riska sastopamības biežums apsektajās vietnēs. Starp riskiem tiek minēti tādi uzbrukumu veidi kā nepilnības autentificēšanā un pilnvarošanā, sesiju pārvaldībā, tīmekļa servera konfigurācijā, nepietiekama transporta slāņa aizsardzība, netiek veikta sensitīvu datu šifrēšana u.c. drošības riski.

Tipiskāko uzbrukumu veidu apraksts

SQL injekcijas

Injekcijas norisinās brīdī, kad neuzticami dati tiek nosūtīti programmai kopā ar pieprasījumu. Uzbrucēja pievienotie dati tiek izpildīti bez atbilstošas autorizācijas. Uzbrucējs ievades laukos ievada SQL komandu rindas ar mērķi:

- atklāt un izvadīt datus;
- iznīcināt datus;
- veikt datu manipulācijas un pievienot kaitīgus datus;
- izvadīt datubāzes infrastruktūras informāciju;
- dzēst datubāzes tabulas;
- dzēst lietotājus;
- nodzēst pilnībā visu datubāzi.

Tipiskākie uzbrukumu veidi ietver ievades laukos [7]:

- ievadītus neatbilstošus datu tipus;
- ievadītu neatbilstošu datu apjomu;
- izpildītu tādu datu ievadi, kura satur speciālus simbolus (‘, ‘’, ; , \).

Starpvietņu skriptēšana

Sastopama gadījumos, kad aplikācija bez atbilstošas validācijas ielādē neuzticamus datus. Starpvietņu skriptēšana ļauj uzbrucējiem izpildīt skriptus upura pārlūkprogrammā un ar šo skriptu palīdzību pārtvert sesijas, sabojāt tīmekļa lapas vai novirzīt lietotājus uz kaitīgām tīmekļa vietnēm [6].

Izdala divās galvenās kategorijas [7]:

- 1) Skriptēšana no attālinātas vietnes uz aplikācijas vietni. Uzbrukums tiek veikts upura e-pastā vai citā tīmekļa vietnē. Uzbrucējs cenšas panākt lietotāja darbību – klikšķis uz saites, attēla ielādēšana, formas nosūtīšana u.c. Šāda uzbrukuma gadījumā uzbrucējs parasti cer uz aktīvu sesiju upura tīmekļa vietnē;
- 2) Skriptēšana aplikācijas vietnē uz to pašu vai attālinātu vietni. Uzbrukums tiek veikts aplikācijās vietnē. Uzbrucējs ievieto kaitīgo kodu komentārā vai citā ievades laukā, kas ļauj saglabāt tekstu.

Nepilnības sesiju pārvaldībā

Kļūdas sesiju implementācijā ļauj uzbrucējiem identificēt sevi kā pilnvērtīgus vietnes lietotājus un pārtvert paroles, atslēgas un sesijas mainīgos vai, izmantojot citas nepilnības, nozagt citu lietotāju identitātes [1].

Autentificēšana un pilnvarošana

Servera pusē netiek izpildīta pilnvarota pieeja datiem un funkcionālajām iespējām. Uzmanība jāvērs uz informācijas šifrēšanas īstenošanu, pieejas paroli standartu ieviešanu un ievērošanu, funkciju un datu piekļuves kontroles izpildi.

Bieži, lai arī tīmekļa aplikācijā tiek veikta funkciju līmeņa pieejas pārbaude pirms funkcionalitātes izvadīšanas lietotāja saskarnē, tomēr ir nepieciešams šādu pat pārbaudi veikt servera pusē, pirms katras funkcijas izpildīšanas. Ja pieprasījumi netiek pārbaudīti, uzbrucējiem būs iespēja manipulēt ar pieprasījumiem un piekļūt funkcionalitātei bez atbilstošas autorizācijas.

Nepieciešams ievērot uz lomām bāzētu aizsardzību (role-based security). Uz lomām bāzēta aizsardzība, tā ir lietotāju autentificēšanas un pilnvarošanas process, kas nosaka to, kādus resursus lietotājs ir pilnvarots izmantot. Loma definē darba funkcijas, kas tiek noteiktas pilnvarošanas procesā[3].

Secinājumi

1. Lai arī tipiskāko uzbrukumu sadalījums pēc iestāšanās biežuma pa gadiem mainās, tomēr ir izveidojies visbiežāk sastopamo uzbrukumu kodols, kas ietver – **SQL** injekcijas, starpvietņu skriptēšanu, nepilnības autentificēšanā un sesiju pārvaldībā. Šo uzbrukumu atkārtota parādīšanās tīmekļa aplikāciju ievainojamību augšgalā liek uzskatīt, ka pienācīgs risinājums šiem uzbrukumiem nav atrasts.
2. Analizējot datus par 2014. gadu redzams, ka **SQL** injekcijas pirmo reizi četru gadu periodā neatrodas starp pirmajiem pieciem izplatītākajiem uzbrukumiem. Lai arī šī tendence norāda uz pastiprinātu izstrādātāju koncentrēšanos, ieviešot papildu drošības risinājumus attiecībā uz **SQL** injekcijām, tiek prognozēts, ka injekcijām parādīsies jaunas izpausmes.
3. Aplikāciju ievainojamību līmenis ir ārkārtīgi augsts, līdz pat 96% no visām pārbaudītajām aplikācijām ir atrodamas nepilnības (2014.g.). Apzinoties kaitējumus, kādus vāja drošības sistēma var atstāt uz biznesa procesiem, drošības apsvērumi ieņems aizvien nozīmīgāku lomu un pieaugs pieprasījums pēc augsta līmeņa speciālistiem šajā jomā.

Priekšlikumi

1. Nepieciešama pastiprināta izstrādātāju un vadības izpratnes veidošana uzņēmumos attiecībā uz izplatītākajiem ievainojamības riskiem un ietekmi, kādu tie var atstāt uz biznesa procesiem (kaitējums biznesa reputācijai, klientu uzticības zaudēšana, finanšu apdraudējumi u.c.).
2. Jāpanāk saskaņa starp izstrādātājiem un vadību, jo bieži nepilnības aplikāciju drošībā rodas strikto izstrādes termiņu dēļ, kuros izstrādātājiem ir jāiekļaujas. Un izstrādātāju darbs bieži vien tiek novērtēts attiecībā uz izstrādātajām prasībām (funkcionalitāti), nevis drošības risku samazināšanu.
3. Būtu nepieciešams standartizēt drošības apsvērumu ieviešanu aplikāciju izstrādes procesā. Standartos būtu jāiekļauj prakse, kas jau veiksmīgi tiek realizēta, risinot aplikāciju drošības jautājumus. Šāds standarts varētu kalpot par kontrolsarakstu drošības sistēmas ieviešanā.
4. No jau esošajiem standartiem, kuri adresē drošības apsvērumus, var tikt izmantoti Latvijas Valsts Standarta publicētos standarti - LVS ISO/IEC 17799:2007, LVS ISO/IEC TR 13335-(1-5):2003 sērijas, LVS ISO/IEC 15408-(1-3):2003 sērijas.

Avotu saraksts

1. Cenzic. (2014). *Application Vulnerability Trends Report*. Cenzic.
2. Common Weakness Enumeration (CWE). (2011). *CWE/SANS Top 25 Most Dangerous Software Errors*. Pieeja: <http://cwe.mitre.org/top25/>
3. Grabusts P.(2011). *Lietotņu drošība. Rēzeknes Augstskolas Izdevniecība*, 190 lpp.
4. HP. (2012). *Cyber Risk Report*.
5. The Open Web Application Security Project. (2010) *The Ten Most Critical Web Application Security Risks*. Creative Commons.
6. The Open Web Application Security Project. (2013). *The Ten Most Critical Web Application Security Risks*. Creative Commons.
7. Snyder C., Myer T., Southwell M.(2010). *Pro PHP Security*. Apress, pp. 349.

Radio un radio reklāmas popularitāte Vidzemes reģionā

Popularity of Radio and Radio Advertising in the Vidzeme Region

Autore: Santa Niedola, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma „Biznesa vadība”

Darba zinātniskā vadītāja: Vija Melbārde, Mg.paed.

Kopsavilkums

Tirdzniecības centrs (T/C) „Valleta” līdz šim savu produktu un pakalpojumu virzīšanai tirgū un popularizēšanai ir raidījusi reklāmas divās radiostacijās – „Radio Tev” un „Radio Skonto Vidzeme”, tomēr nav pētīti Vidzemes reģiona iedzīvotāju radio klausīšanās paradumi, lai noteiktu iespējami precīzāko radio reklāmu izvietojuma laiku.

Pētījuma mērķis ir apzināt radio tirgu Latvijā un Vidzemē un noskaidrot Vidzemes reģiona iedzīvotāju radio klausīšanās paradumus, lai izstrādātu priekšlikumus T/C „Valleta” mārketinga aktivitāšu pilnveidošanai - radio reklāmu izvietojumam.

Pētījumā ir apkopoti Vidzemes reģiona iedzīvotāju klausīšanās paradumi, kā arī ekspertu viedokļi par radio reklāmu veidošanu, izmantošanu un popularitāti. Darba nobeigumā ir izdarīti secinājumi un sniegti priekšlikumi T/C „Valleta” mārketinga aktivitāšu pilnveidošanai.

Abstract

For sales and popularity promotion of the products and services, the shopping centre "Valleta" broadcasts radio advertising on two radio stations – "Radio Tev" and "Radio Skoto Vidzeme"; however, there has not been a study about the radio listening habits of the residents of the Vidzeme region to determine the best radio advertising time.

The aim of the research is to explore the radio market of Latvia and the Vidzeme region, and to clarify radio listening habits of the residents of the Vidzeme region, to develop proposals for improvement of marketing activities of the shopping centre "Valleta".

The research summarizes radio listening habits of the residents of the Vidzeme region and expert opinions on the development, use, and popularity of radio advertisements. In the end, conclusions and proposals have been developed for the improvement of marketing activities of the shopping centre "Valleta".

Atslēgas vārdi: radio, reklāma, paradumi, Vidzemes reģions, T/C „Valleta”.

Ievads

Visā pasaulē, tostarp arī Latvijā, ar katru gadu pieaug skaitā uzņēmumi un indivīdi - preču ražotāji un tirgotāji, pakalpojumu sniedzēji - , kā arī dažādas organizācijas un iestādes, kurām ir nepieciešams pavēstīt par savu esamību apkārtējiem. Lai sevis ražotajai precei vai pakalpojumam iegūtu atpazīstamību, jau sākotnēji tam ir jāveido reklāma, ar kuras palīdzību par to pavēstīt potenciālajiem pircējiem un patērētājiem.

Arī pēc tam, kad produkts vai pakalpojums ir veiksmīgi palaists tirgū, tas ir jāturpina reklamēt un popularizēt, lai nostiprinātu savas pozīcijas tirgū, atgādinātu potenciālajiem pircējiem par sava produkta esamību, unikalitāti vai priekšrocībām, iepazīstinātu ar produkta vai pakalpojuma uzlabojumiem, kā arī, iespēju robežās, padarītu konkurentu piedāvājumu

mazāk pievilcīgu. Neveiksmīgas sākotnējās pozicionēšanās gadījumā, veiksmīga reklāma ir iespēja uzlabot patērētāju viedokli par preci vai pakalpojumu.

Lai reklāma būtu veiksmīga, nepietiek tikai ar tās pienācīgu izstrādi, nepieciešams izvēlēties arī piemērotāko masu mediju, ar kura palīdzību šo reklāmu virzīt, lai reklāmā iekļautā informācija sasniegtu vēlamā mērķauditoriju. Kā viens no masu medijiem, kurā ir iespējams raidīt savu vēstījumu potenciālajiem pircējiem un patērētājiem, ir radio.

Ikvienu uzņēmuma mārketinga budžetam tiek novirzīts noteikts apjoms finanšu līdzekļu. Mārketinga nodaļas viens no galvenajiem uzdevumiem ir izmantot šos līdzekļus pēc iespējas efektīvāk. Reklāma ir viens no produkta/pakalpojuma virzīšanas elementiem, un ir ļoti svarīgi, lai tā parādītos tajos kanālos, kuros uzņēmuma mērķauditorija to ievēro.

Tirdzniecības centrs „Valleta” atrodas Valmierā, Rīgas ielā 4. Tas ir mūsdienīgs tirdzniecības centrs, kas tika atklāts 2007.gada 22.novembrī, un šobrīd ir lielākais reģionālais tirdzniecības centrs Latvijā ar 70 tirdzniecības vietām. T/C „Valleta” par prioritāro mērķauditoriju ir izvirzījuši Vidzemes reģiona iedzīvotājus vecumā no 25 līdz 50 gadiem. Kā vienu no reklāmas kanāliem T/C „Valleta” izmanto radio – „Radio Tev” un „Radio Skonto Vidzeme”; tomēr līdz šim nav pētīti Vidzemes reģiona iedzīvotāju radio klausīšanās paradumi, lai noteiktu iespējami precīzāko radio reklāmu izvietojuma laiku.

Ar šo pētījumu darba autore vēlas apzināt Vidzemes reģiona iedzīvotāju attieksmi pret radio un tā klausīšanās paradumus, lai būtu iespējams izvērtēt radio reklāmas popularitāti attiecīgajā reģionā, kā arī sniegt ieteikumus T/C „Valleta” mārketinga aktivitāšu pilnveidošanai - radio reklāmu izvietojumam.

Pētījuma jautājums: Cik populāri Vidzemes reģionā ir radio un radio reklāma?

Pētījuma mērķis: Izpētīt radio tirgu Vidzemē un noskaidrot Vidzemes reģiona iedzīvotāju radio klausīšanās paradumus, lai izstrādātu priekšlikumus T/C „Valleta” mārketinga aktivitāšu pilnveidošanai.

Pētījuma uzdevumi:

- 1) Veikt Vidzemes radio tirgus analīzi;
- 2) Noskaidrot Vidzemes reģiona iedzīvotāju radio klausīšanās paradumus, izmantojot iedzīvotāju aptauju;
- 3) Veikt strukturētas intervijas ar „Radio Tev” un „Radio Skonto Vidzeme” pārstāvjiem par radio reklāmas izstrādi un izmantošanu;
- 4) Izvērtēt Vidzemes reģiona iedzīvotāju radio klausīšanās paradumus;

Izstrādāt priekšlikumus T/C „Valleta” mārketinga aktivitāšu pilnveidošanai.

Pētījuma priekšmets: Vidzemes radio tirgus.

Pētījuma objekts: Vidzemes reģiona iedzīvotāju radio klausīšanās paradumi.

Metode

- 1) Nozares literatūras analīze. Tika izpētīta nozares literatūra, lai būtu iespējams uzskaitīt esošās, ka arī jau likvidētās Vidzemes reģionālās radiostacijas;
- 2) Iedzīvotāju aptauja;

Aptauja tika izstrādāta ar slēgta tipa jautājumiem, tajā pašā laikā, saglabājot iespēju respondentiem ierakstīt citu sev vēlamā atbildi variantu. Aptauja bija anonīma, no respondentiem bija nepieciešams uzzināt tikai to vecumu, nodarbošanos un dzīvesvietu.

Iedzīvotāju aptauja tika veikta gan Valmieras pilsētā, aptaujājot cilvēkus uz ielas un viesojoties iestādēs un uzņēmumos, gan elektroniski vietnē docs.google.com un ievietota sociālajos tīklos ar aicinājumu to aizpildīt Vidzemes reģiona iedzīvotājiem, kā arī izsūtīta konkrētām Vidzemes reģionā dzīvojošām personām. Darba autore visas drukātā formāta aizpildītās anketas ievadīja elektroniskajā vietnē, lai rezultātā varētu apkopot visus datus vienlīdzīgi.

Aptaujā piedalījās 222 respondenti, kas, pamatojoties uz 2011.gadā veiktās Tautas skaitīšanas rezultātiem, ir aptuveni 0,1% no visiem Vidzemes reģiona iedzīvotājiem (Vidzemes plānošanas reģions 2011). Aptaujā piedalījās respondenti vecumā no 15 līdz 75 gadiem; kā dzīvesvietu bija norādījuši gan lielākas pilsētas – Valmiera, Cēsis, Smiltene, u.c. – gan arī mazākas apdzīvotās vietas – Rubene, Kocēni, Dikļi, u.c.

Aptaujā piedalījās gan skolēni un studenti, gan bezdarbnieki un jau pensionēti iedzīvotāji, tomēr lielākā daļa respondentu ir aktīvi iesaistīti darba tirgū.

3) Ekspertu intervijas.

Darba autore veica divas intervijas ar radio un radio reklāmu ekspertiem – „Radio Skonto Vidzeme” reklāmas projektu vadītāju Janu Cināti un „Radio Tev” programmu direktoru Andri Jurgu. Intervijas tika veiktas elektroniski, izmantojot e-pastu, ar mērķi uzzināt praktisku informāciju par radio reklāmu veidošanu un izmantošanu, kā arī to popularitāti Vidzemes reģionā.

Pašreizējās radiostacijas Vidzemē

Vidzemes reģionā, tāpat kā citviet Latvijā, ir iespējams uztvert visas Latvijas radiostacijas, kā arī internetā pieejamās radiostacijas. Tomēr Vidzemē darbojas arī divas reģionālās radiostacijas:

- Radio Tev (Radio Valmiera) - savu darbību uzsāka 2007.gada 17.jūlijā. Radio Valmiera var uztvert FM 98.1 diapazonā, 35 līdz 50 km rādiusā no Valmieras - Cēsis, Smiltene, Limbažos, Rūjienā un Valkas apkārtnē u.c. Šis ir reģionālais medijs Vidzemē, un tā galvenais uzdevums ir sniegt muzikāli informatīvu programmu ne tikai valmieriešiem, bet arī Vidzemes iedzīvotājiem. Radio Valmiera prioritāte ir būt aktuālās informācijas pirmavotam Vidzemē, lai operatīvi un saistoši sniegtu vidzemniekiem informāciju. Radio Valmiera auditorija ir 16 000 klausītāju (TNS dati 2008/2009 ziema), (Eradio 2013).
- Radio 7 (Radio Sigulda) - ēterā skan kopš trauksmainajām 1991. gada barikāžu dienām, kad tas bija vienīgais omoniešu neieņemtais Latvijas radio. „Radio 7” ir dzirdams visā Siguldas novadā. To klausās arī Saulkrastos, Cēsis, Limbažos, Rīgā, Ogrē (Eradio 2013).

Vidzemes reģionā iepriekš darbojušās arī vairākas radiostacijas, kuras finansiālu vai citu saimniecisku apstākļu rezultātā savu darbību jau ir beigušas, kā, piemēram, Cēsu radiostacijas „Progressive FM” un „Radio Trīs”, Mazsalacas radio, Madonas radio un Valmieras „Radio Imanta”.

Iedzīvotāju aptaujas rezultāti

Pētījumā ir noskaidrots, ka Vidzemes reģiona iedzīvotāju vidū radio klausīšanās ir populāra, jo katru dienu to klausās lielākā daļa respondentu, un tikai 12% no visiem respondentiem to klausās reizi nedēļā vai retāk. Galvenokārt respondenti radio klausās agrajās rīta stundās (6:00-11:00), gatavojoties darba dienai, un vakarā (17:00-20:00), kad darba diena ir beigusies; tajā pašā laikā lielākā daļa tomēr norāda, ka nav noteikti laiki, kuros klausās radio, vai to klausās visas dienas garumā.

Populārākās radio klausīšanās vietas ir automašīna un mājas, kas ir saistīts ar populārākajiem radio klausīšanās laikiem – rīts, kad iedzīvotāji brokasto, dodas uz darbu automašīnā; kā arī darba dienas beigās, kad tie dodas mājup, vakariņo, atpūšas. Tāpat saprotams, ka, ja iedzīvotāji radio visbiežāk klausās mājās un automašīnā, tad visbiežāk, lai klausītos radio, tiek izmantots radioaparāts, kurš ir iebūvēts automašīnā vai novietots mājās, darbavietā. Tāpat populārs radio klausīšanās kanāls ir internets, kura lietotāju skaits katru gadu arvien pieaug, līdz ar to, palielinoties arī dažādu interneta vietņu apmeklētībai, tai skaitā radiostaciju klausīšanās vietnēm.

Pētījumā noskaidrots, ka par izteiktu līderi Vidzemes reģionā ir kļuvis „Radio Tev” (bijušais „Radio Valmiera”), kuru ikdienā klausās 131 no 222 respondentiem. Tāpat populāri radio ir „Radio SWH”, „Radio Skonto” un „European Hit Radio”, kurus galvenokārt klausās, lai dzirdētu mūziku.

Tika noskaidrots, ka „Radio Skonto” katru dienu klausās 14% Vidzemes reģiona iedzīvotāju, bet „Radio Tev” katru dienu klausās 19% iedzīvotāju. Kā jau iepriekš tika minēts, „Radio Tev” ir reģionālais radio, kuru visbiežāk klausās vietējie iedzīvotāji, lai klausītos mūziku un dzirdētu jaunākās ziņas un reģionālos piedāvājumus.

Vidzemes reģiona iedzīvotāji radio visbiežāk klausās, lai klausītos mūziku, ziņas, un radio raidījumus. Galvenie kritēriji, pēc kuriem respondenti izvēlas radiostaciju, - to gaumei atbilstoša mūzika, vienmēr aktuālas ziņas, kā arī interesantas sarunas ēterā.

Tika noskaidrots, ka 37% respondentu radiostaciju nekad nepārslēdz, ja tajās atskaņo radio reklāmas, tas nozīmē, ka radio ir piemērots kanāls radio reklāmu izvietošanai ne tikai tāpēc, ka to regulāri klausās lielākā daļa respondentu, bet arī tāpēc, ka šie iedzīvotāji ir sasniedzami arī caur radio reklāmām, jo tās lielākoties tiek noklausītas.

Atsevišķi uzlūkojot respondentus, kuri ietilpst T/C „Valleta” prioritārajā mērķauditorijā, būtiskas atšķirības no kopējā respondentu skaita nebija vērojamas. Tika noskaidrots, ka līdzīgi kā kopējam respondentu skaitam, lielākoties tie radio klausās katru dienu laika posmā no 6:00 līdz 11:00 un no 17:00 līdz 20:00, kā arī visu dienu vai nenoteiktos laikos. Visbiežāk to klausās automašīnā, mājās un darbavietā, kas ir saistāms ar to, ka T/C „Valleta” prioritārā mērķauditorija ir iedzīvotāji, kuri ir aktīvi darba tirgū. Starp populārākajām radiostacijām ierindojas „Radio Tev”, „Radio SWH” un „Radio Skonto”. „European Hit Radio” šajā vecuma grupā nav tik populārs, jo to galvenokārt klausās jaunieši līdz 25 gadu vecumam. Galvenokārt radio klausās, lai dzirdētu mūziku; tāpat arī radiostacijas atbilstība indivīda muzikālajai gaumei ir pamata kritērijs radiostacijas izvēlei.

Lielākā daļa T/C „Valleta” prioritārajā mērķauditorijā ietilpstošo respondentu norādīja, ka radiostaciju reklāmas atskaņošanas nekad nepārslēdz, vai to dara, tikai atrodoties automašīnā.

Ekspertu interviju rezultāti

Veicot intervijas, darba autore uzzināja radio reklāmas tehniskos aspektus. „Radio Tev” pārstāvis Andris Jurga apgalvo, ka reklāma sāk uz klausītāju iedarboties pēc vienas nedēļas, toties to vislabāk ir pārraidīt vismaz divas nedēļas pēc kārtas 3-6 reizes dienā (Jurga, intervija, 23.05.2014.).

„Radio Skonto” pārstāve Jana Cināte uzsver atšķirības starp klausītājiem jau pazīstamiem pakalpojumiem, precēm u.c. un tirgū tikko ienākušiem pakalpojumiem, precēm u.c. Jaunam klientam ir nepieciešama lielāka kampaņa, lai to sadzirdētu klausītājs un sāktu pievērst uzmanību tam, ko atskaņo, taču jau zināmam klientam pietiek ar īsākām reklāmas kampaņām, lai par sevi atgādinātu vai pavēstītu jaunumus saistībā ar konkrēto reklamējamo objektu (Cināte, intervija, 23.05.2014.).

Visbiežāk izmantotais reklāmas rullīša garums ir 30 sekundes, kas dod iespēju pat iekļaut tajā dialogus un skaņu efektus, kā arī sniegt pamatotu informāciju par reklamējamo objektu, tajā pašā laikā, nepārsniedzot klausītāja uzmanības robežu.

Abās radiostacijās darbojas cilvēki, kuri ar savām idejām un pieredzi spēj izveidot radio reklāmu, kas ir piemērota jebkuram reklamējamam pakalpojumam, precei u.c., tomēr ne vienmēr to ir nepieciešams darīt; bieži pie radiostacijas pārstāvjiem reklāmdevēji ierodas jau ar gatavu reklāmas rullīti, kuru ir veidojusi reklāmas aģentūra vai pats reklāmdevējs, - tad gan to visbiežāk ir nepieciešams pielabot.

Pamatojoties uz intervijām un iepriekš veikto iedzīvotāju aptauju, secināms, ka reklāmdevējiem izdevīgi ir izvietot radio reklāmas „Radio Skonto Vidzeme”, jo caur to tiek sasniegta plašāka mērķauditorija, tajā pašā laikā auditoriju vecumā no 25 līdz 35 gadiem visātrāk iespējams sasniegt, izmantojot „Radio Tev” starpniecību.

Secinājumi

1. Vidzemē pašlaik darbojas 2 reģionālās radiostacijas – „Radio Tev” (Radio Valmiera) un „Radio 7” (Radio Sigulda).
2. Radio ir populārs medijs Vidzemes reģionā, jo 61% no aptaujāto iedzīvotāju skaita radio klausās katru dienu, un tikai 11% to klausās reizi nedēļā vai retāk.
3. Radio ir medijs, ar kura palīdzību T/C „Valleta” spēj sasniegt sev vēlamu auditoriju, jo 68% no attiecīgās iedzīvotāju grupas radio klausās katru dienu, un tikai 10% to klausās reizi nedēļā vai retāk.
4. Vidzemes reģiona iedzīvotāji radio visbiežāk klausās laikā no 6:00 līdz 11:00 (18%) un no 17:00 līdz 20:00 (14%), kā arī visu dienu (15%) vai nenoteiktos laikos (24%) – kam ir iespēja pārklāties ar iepriekšminētajiem laika posmiem; reklāmdevējam ir iespēja klausītāju sasniegt jebkurā diennakts laikā.
5. Vidzemes reģiona iedzīvotājus visveiksmīgāk iespējams sasniegt, izmantojot radiostacijas „Radio Tev” (ikdienā klausās 131 no 222 respondentiem), „Radio SWH” (ikdienā klausās 101 no 222 respondentiem) un „Radio Skonto” (ikdienā klausās 95 no 222 respondentiem).
6. T/C „Valleta” prioritāro mērķauditoriju visveiksmīgāk iespējams sasniegt, izmantojot radiostacijas „Radio Tev” (ikdienā klausās 64 no 118 respondentiem); „Radio SWH” (ikdienā klausās 61 no 118 respondentiem) un „Radio Skonto” (ikdienā klausās 56 no 118 respondentiem).
7. Visbiežāk izvēlētais radio reklāmas rullīša garums ir 30 sekundes; tajā ir iespējams iekļaut dialogus un skaņu efektus, kam ir pat līdz 50% nozīmes no reklāmas veiksmīgas virzīšanas, kā arī tas spētu saglabāt klausītāja uzmanību.
8. Lai radioreklāma iedarbotos uz klausītāju - informācija nogulsnētos un tai tiktu pievērsta uzmanība - to vēlams izvietot vismaz 2-3 radiostacijās, 2 nedēļu garumā 3-6 reizes dienā.

Priekšlikumi

1. T/C „Valleta” nepieciešams turpināt reklāmu pārradi radio kanālos, jo katru dienu to klausās 61% no aptaujātajiem Vidzemes reģiona iedzīvotājiem.

2. T/C „Valleta” ir jāturpina sadarbība ar radiostacijām „Radio Tev” un „Radio Skonto”, kā arī ir jāizvieto radio reklāmas „Radio SWH”, jo tā ir otrā klausītākā radiostacija aptaujāto Vidzemes reģiona iedzīvotāju vidū.
3. T/C „Valleta” nepieciešams izstrādāt 30 sekunžu ilgas radio reklāmas, kuras pārraidīt „Radio Tev” un/vai „Radio Skonto”, un/vai „Radio SWH” 2-3 nedēļas pēc kārtas 3-6 reizes dienā, lai gūtu kvalitatīvu atgriezenisko saiti no klausītāja.
4. T/C „Valleta” radio reklāmas noteikti ir jāpārraida agrajās rīta stundās no 6:00 līdz 11:00 un no 17:00 līdz 20:00, kad radio klausās lielākā daļa respondentu (32%), kuri pārstāv Vidzemes reģiona iedzīvotāju viedokļus, kā arī laikos, kad iedzīvotāji atrodas darbavietā.

Avotu saraksts

1. Cināte J. „Radio Skonto Vidzeme” reklāmas projektu vadītāja, intervija 23.05.2014.
2. Eradio (2013). *Latvijas radiostaciju ceļvedis*. Pieejams: <http://www.eradio.lv/region.htm> (aplūk. 04.05.2014.).
3. Jurga A. „Radio Tev” programmu direktors, intervija 23.05.2014.
4. Vidzemes plānošanas reģions (2011). *Vidzemes plānošanas reģiona mājas lapa*. Pieejams: http://www.vidzeme.lv/lv/iedzivotaji/#_ftn1 (aplūk. 23.05.2014.).

A/S „Valmieras piens” finanšu darbības analīze

Analysis of the Financial Performance of Joint Stock Company “Valmieras piens”

Autore: Evija Pola, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma „Biznesa vadība”

Darba zinātniskā vadītāja: Maira Ore, Mg.oec.

Kopsavilkums

A/S „Valmieras piens” ir viens no lielākajiem darba devējiem Valmieras apkārtnē un sniedz lielu pienesumu reģionam. 2012. gadā notika uzņēmuma apvienošanās ar A/S „Rīgas Piena kombināts”, lai novērstu uzņēmuma maksātnespēju, un tādēļ ir svarīgi izanalizēt šī uzņēmuma finanšu rādītājus, lai spētu noteikt, kādā stāvoklī atrodas uzņēmums un kādas ir tā ilgtspējīgas pastāvēšanas iespējas. Darba mērķis ir veikt A/S „Valmieras piens” finanšu analīzi no 2010. līdz 2013. gadam, izstrādāt secinājumus un sniegt priekšlikumus uzņēmuma darbības uzlabošanai.

Lai šo mērķi īstenotu, darba autore veica finanšu pārvaldības un analīzes teorijas studijas, izpētīja piena pārstrādes nozari, un, izmantojot uzņēmuma gada pārskatus un pielikumus, veica finanšu analīzi.

Galvenie pētījuma secinājumi ir, ka A/S Valmieras piens” joprojām atrodas sarežģītā finansiālā situācijā, jo tā finansiālās darbības rezultāts ir zaudējumi; uzņēmumam ir milzīgs saistību apjoms, kurā 92% veido īstermiņa saistības. Līdz ar to uzņēmumam ir zemi likviditātes rādītāji un neliela brīvās naudas plūsma un nav līdzekļu, ko ieguldīt pamatlīdzekļu atjaunošanā, kuru nolietojums 2013. gadā sasniedz 80% no to sākotnējās vērtības. Uzņēmuma bruto peļņa katru gadu samazinās, jo ražošanas izmaksas pieaug straujāk par apgrozījumu. Pozitīvs ir fakts, ka, pēc apvienošanās ar A/S „Rīgas Piena kombināts”, ir samazinājušās pārdošanas un administrācijas izmaksas, samazinot zaudējumu apjomu, tomēr uzņēmumā ir jādoma par maksātnespējas uzlabošanu un stabilitātes veicināšanu tuvā nākotnē. Pētījuma rezultātā autore ir izstrādājusi vairākus priekšlikumus A/S „Valmieras piens” finanšu darbības uzlabošanai.

Abstract

Joint Stock Company (JSC) “Valmieras piens” is one of the biggest employers around Valmiera and provides a large contribution to the region. In 2012 the company was incorporated with JSC “Rīgas Piena kombināts” to avoid insolvency of the company, thus it is important to analyze the financial performance of the company in order to be able to determine its condition and possibilities for its sustainable continuity. The goal of this research is to analyze the financial performance of the company from 2010 to 2013, to develop conclusions and make proposals for improvement of the functioning of the company.

To achieve these goals, the author of this work studied theories of financial management and analysis, explored the dairy industry and made a financial analysis using the annual reports and its annexes of the company from 2010 to 2013.

The main conclusions of the research indicate that JSC “Valmieras piens” is still in a difficult financial situation due to financial results of losses, the company has a huge amount of liabilities, of which 92% are short-term obligations. Therefore, the company has a low liquidity ratios and a low free cash flow, and there are no funds to invest in the restoration of assets, the depreciation of which in 2013 was already 80% of their initial value. The gross

profit of the company is decreasing every year as the production costs rise faster than sales. The positive aspect is that after the incorporation with JSC "Rīgas Piena kombināts", selling and administrative costs have decreased, thus reducing the amount of losses, but the company has to think about improving the solvency and stability in the near future. As a result of the research, the author has developed a number of proposals for the improvement of the financial performance of the company.

Atslēgas vārdi: A/S „Valmieras piens”, piena pārstrādes nozare, finanšu analīze, finanšu analīzes metodes.

Ievads

Jebkurš uzņēmējs, dibinot savu uzņēmumu un ieguldot līdzekļus tā attīstībā, rēķinās, ka tas nesīs peļņu. Mūsdienās, kad īpaši ir jūtama ne tikai iekšējās, bet arī ārējās vides izmaiņu ietekme uz uzņēmējdarbību, ir nepieciešama īpaši vērtīga un operatīva rīcība saistībā ar uzņēmuma finansēm. Tieši finanšu analīze palīdz novērtēt uzņēmuma finansiālā stāvokļa izmaiņas un ļauj reaģēt gan uz ārējām, gan iekšējām izmaiņām.

Latvijas pārtikas sektorā piena pārstrāde sniedz vairāk nekā 20% no pārtikas un dzērienu izlaides vērtības (Latvijas Pienšaimnieku centrālā savienība 2011). Piena pārstrādes uzņēmums A/S „Valmieras piens” ir viens no lielākajiem darba devējiem Valmieras apkārtnē, 2013. gadā nodarbinot 161 cilvēku. Uzņēmums nodrošina darbavietas, veicina Valmieras un tās apkārtnes attīstību, atbalsta dažādas organizācijas un pasākumus reģiona līmenī un uzlabo uzņēmējdarbības vidi, veicinot konkurenci. Tāpat uzņēmums stimulē lauku attīstību, jo iepērk ražošanai nepieciešamo pienu vairāk nekā 400 piensaimniecībās. 2012. gadā notika apvienošanās ar A/S „Rīgas Piena kombināts”, tādējādi mēģinot glābt uzņēmumu no maksātnespējas. Ir notikušas būtiskas pārmaiņas un tieši tādēļ ir svarīgi veikt A/S „Valmieras piens” finanšu darbības analīzi, lai noskaidrotu, kā uzņēmumam ir veicies pēdējo četru gadu laikā, kā tam ir izdevies pārvarēt krīzes apstākļus, sekmīgi veikt apvienošanos un turpināt ražošanu.

Pētījuma objekts: A/S „Valmieras piens”.

Pētījuma priekšmets: finanšu darbības analīze.

Pētījuma mērķis ir veikt A/S „Valmieras piens” finanšu analīzi no 2010. līdz 2013. gadam, izstrādāt secinājumus un sniegt priekšlikumus uzņēmuma darbības uzlabošanai.

Pētījuma periods: no 2010. gada līdz 2013. gadam.

Pētījuma bāze: uzņēmuma A/S „Valmieras piens” gada pārskati ar pielikumiem, nozares statistiskie rādītāji.

Metode

Lai pilnībā izpildītu visus pētījumā izvirzītos uzdevumus un sasniegtu mērķi, tiks veikts pētījums pēc kvantitatīvās metodes ar aprakstošiem kvalitatīviem elementiem. Zinātniskās literatūras un interneta resursu analīzē tiks izmantoti gan vispārēja rakstura avoti, piemēram, datu bāzēs pieejamā informācija, gan primārie avoti, piemēram, publikācijas, gan sekundārie dati, piemēram, literatūras avoti, žurnālos pieejamā informācija.

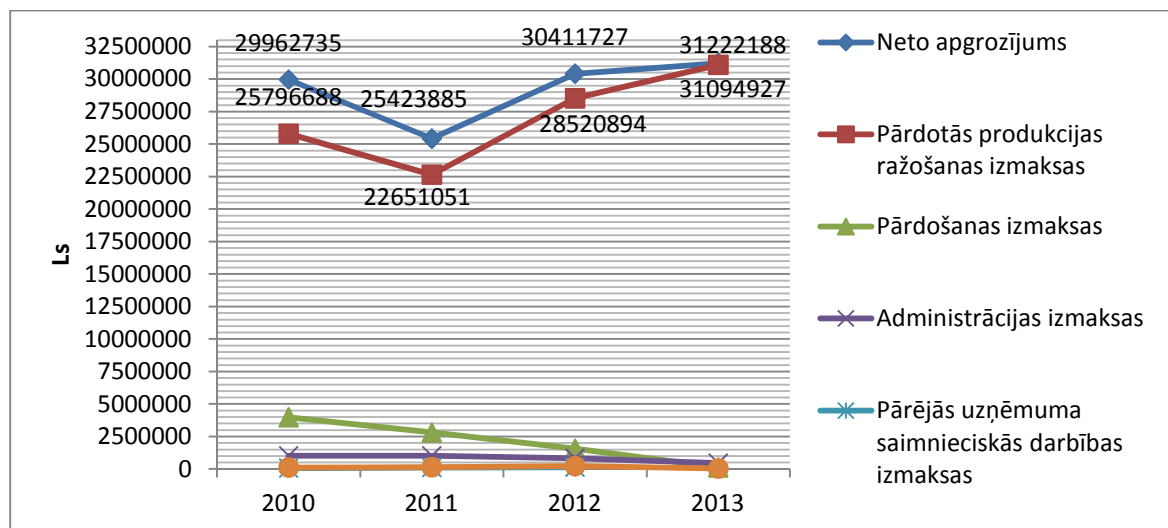
Galvenā pētījumā izmantotā empīriskā pētījuma metode būs gada pārskatu analīze, jo tie sniedz visaptverošu informāciju par uzņēmuma finansiālo stāvokli. Lai apstrādātu šos datus tiks izmantotas finanšu analīzes metodes – pārskatu lasīšana, horizontālā un vertikālā analīze, finanšu koeficientu analīze.

Analīze

Uzņēmuma finanšu darbības analīzi darba autore sāka ar horizontālo un vertikālo analīzi. Aktīvu struktūrā lielāko daļu aizņem ilgtermiņa ieguldījumi – 61%, likumsakarīgi apgrozāmo līdzekļu īpatsvars ir 39%. Ilgtermiņa ieguldījumos vairāk nekā 90% no struktūras aizņem pamatlīdzekļi, kas ir ļoti raksturīga aina ražošanas uzņēmumiem. Apgrozāmajos līdzekļos lielāko īpatsvaru sastāda debitori, kuru apjoms no 2010. līdz 2013. gadam ir pieaudzis no 51% līdz 76% uz radniecīgo uzņēmumu parādu rēķina, kamēr pircēju un pasūtītāju parādi divu gadu laikā ir samazinājušies par 82%. Naudas resursi 2013. gadā sastādīja tikai 1%, kas negatīvi iespaido likviditātes rādītājus.

Pasīva struktūru veido pašu kapitāls, kas no 2010. līdz 2013. gadam ir samazinājies no 34% līdz 26% uzņēmuma zaudējumu dēļ. Kreditoru parādu apjoms pasīvu struktūrā trīs gadu laikā palielinājies no 66% līdz 74%, kas norāda uz zemu finansiālo neatkarību, jo lielā pārsvarā tiek izmantots aizņemtais kapitāls. Kreditoru struktūrā 2013. gadā 92% īpatsvara sastāda īstermiņa kreditori, bet tikai 8% - ilgtermiņa kreditori. Pamatojoties uz šo proporciju, rodas aizdomas par uzņēmuma stabilitāti un likviditāti. Aktīvu finansēšanas modelī uzņēmumā sākotnēji tika izvēlēta nepareiza pozīcija. Tā kā piena iepirkuma cenām ir pieaugošas tendences, tad uzņēmumam jau pirms apvienošanās bija problēmas ar ievērojamiem parādiem piegādātājiem un darbuzņēmējiem. Turpinoties finansiālajai krīzei, pieauga arī uzņēmuma zaudējumi, kuru segšanai tika izmantots pašu kapitāls. Pēc apvienošanās uzņēmumā tika samazināti visi aizņēmumi no kredītiestādēm un citām sabiedrībām, bet parādi radniecīgajiem uzņēmumiem tika palielināti, mēģinot uzņēmuma darbību stabilizēt, izmantojot saistītā uzņēmuma līdzekļus ar procentu likmi 0% gadā un atmaksāšanas iespējām pēc pieprasījuma. Ar šiem aizdevumiem šobrīd ir apturēta uzņēmuma lejupslīde, tomēr joprojām pietrūkst līdzekļu investīcijām un uzņēmuma attīstībai, mēģinot samazināt ražošanas izmaksas.

Nākamā analīzes daļa ietver peļņas uz izmaksu analīzi, izmantojot peļņas - zaudējumu aprēķinu un tā nozīmīgākos posteņus, lai analizētu finansiālo situāciju uzņēmumā.

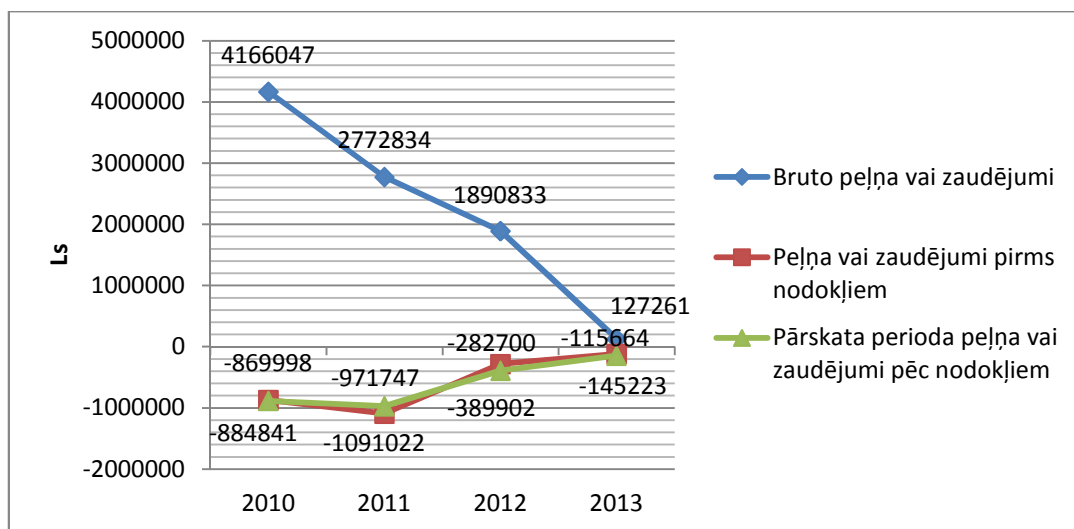


1. Attēls. Uzņēmuma izmaksu posteņi un apgrozījums, 2010. – 2013. gads

Avots: autores veidots attēls, pēc A/S „Valmieras piens” gada pārskatu datiem.

1. attēlā izmaksu analīzē uzmanība jāvērs uz apgrozījuma un ražošanas izmaksu dinamiku, kur pēc lielā krituma 2011. gadā, 2012. gadā ir vērojams kāpums abām pozīcijām. Diemžēl izmaksām pieaugums ir straujāks nekā apgrozījumam, iespējams, arī uz piena iepirkuma cenu kāpuma rēķina, kas galarezultātā samazina bruto peļņu.

Kopējās ražošanas izmaksās 88% veido materiālu un transporta izmaksas. Pēc uzņēmuma pārpirkšanas un apvienošanās ar A/S „Rīgas Piena kombināts” (RPK) būtiski ir samazinājušās pārdošanas un administrācijas izmaksas saistībā ar to, ka produkcijas realizāciju A/S „Valmieras piens” tagad nodrošina RPK, tāpat uzņēmumiem izveidota kopīga IT platforma. Peļņas analīze aplūkojama 2. attēlā.



2. Attēls. Uzņēmuma peļņas rādītāji 2010. – 2013. gads

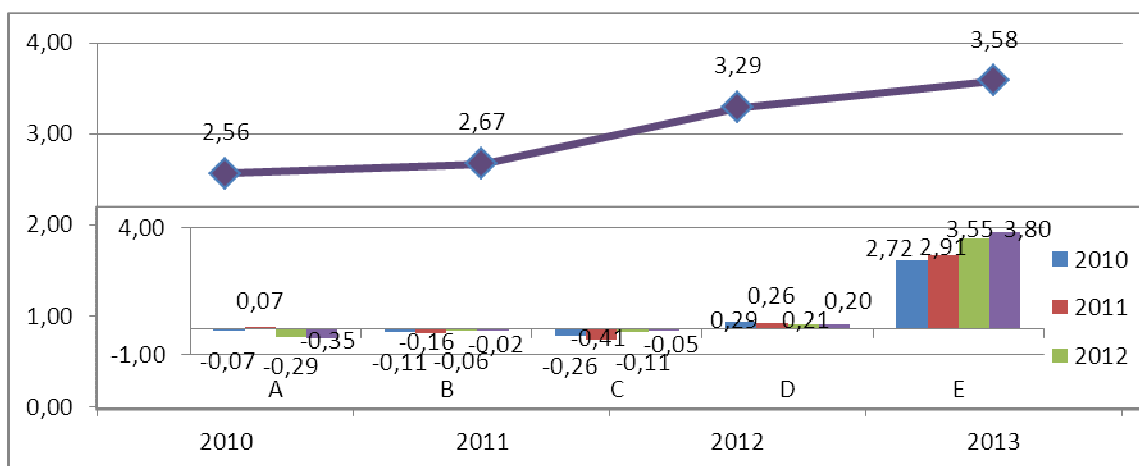
Avots: autores veidots attēls, pēc A/S „Valmieras piens” gada pārskatu datiem.

2. attēlā skaidri redzams iepriekš norādītais ražošanas izmaksu kāpums salīdzinājumā ar apgrozījumu, izraisot bruto peļņas samazināšanos. Pārskata gada zaudējumi ir samazinājušies, lielākoties pateicoties pārdošanas un administrācijas izmaksu samazinājumam. No šāda skatpunkta raugoties, apvienošanās bija labs pavērsiens uzņēmuma darbībā, tomēr četru gadu laikā uzņēmums joprojām nav izkļuvis no zaudējumiem, līdz ar to bruto peļņas palielināšana ir vitāli svarīgs punkts uzņēmuma attīstībā.

Analīze tika turpināta ar finanšu rādītāju analīzi. Rentabilitāte rāda uzņēmuma darbības ienesīguma līmeni un efektivitāti kopumā. Tā kā uzņēmums cieš zaudējumus, rentabilitātes rādītāji ir negatīvi, bet tajos ir novērojama uzlabošanās tendence, pateicoties izmaksu samazinājumam, tas gan neattiecas uz ražošanas izmaksām un bruto peļņas rentabilitāti. Bruto peļņas rentabilitāte ir sarukusi no 13,9% 2010. gadā līdz 0,41% 2013. gadā. Nozarē šis rādītājs ir daudz augstāks – 8,41%.

Uzņēmuma kopējā likviditāte ir ap 0,6, kas ir zem normas un bijusi viena no zemākajām visā nozarē. Tas skaidrojams ar lielo īstermiņa saistību pieaugumu. Absolūtā likviditāte, kas parāda kādu daļu no īstermiņa saistībām var dzēst nekavējoties ir ļoti zem normas – tikai 0,002 (2013.gads), kas liecina par to, ka uzņēmumam ir ļoti maz brīvo naudas līdzekļu un negatīvs iekšējās finansēšanas potenciāls.

Līdz šim veiktajā analīzē jau skaidri iezīmējas uzņēmuma riska faktori finanšu nodrošinājuma ziņā, bet, lai novērtētu kopējo riska augstumu, tiek veikta bankrota analīze. Šajā gadījumā darba autore izvēlējās veikt divas dažādas bankrota analīzes, lai iegūtie rezultāti būtu iespējami objektīvāki. 3. attēlā redzams, E. Altmana modelis, bet 1. tabulā – D. Djurana tests.



3. Attēls. E. Altmana modelis - Z skaitlis : bankrota tests, 2010. – 2013. gads

Avots: autores veidots attēls, pēc A/S „Valmieras piens” gada pārskatu datiem.

Pēc kvantitatīvajiem datiem E. Altmana bankrota koeficients 2013. gadā ir 3,58, kas nozīmē, ka bankrota iespējamība ir zema. Bet tas ir maldīgs rezultāts, jo, izpētot iesaistītos koeficientus, atklājas, ka pozitīvais rezultāts iegūts tikai uz aprites ātruma rēķina, kurš pats par sevi ir augsts nozarē, līdz ar to, balstoties tikai uz šo komponenti, bankrota koeficients norāda, ka uzņēmums ir stabils. Pēc būtības pārējie rādītāji ir ļoti zemi un kopumā uzņēmumam vēl priekšā ir tāls ceļš līdz atlabšanai no krīzes.

1. Tabula. D. Djurana bankrota tests 2010. – 2013. gads

	2010	2011	2012	2013
Kapitāla rentabilitāte	-0,07	-0,10	-0,02	-0,01
Klase/Balles	5./0	5./0	5./0	5./0
Likviditātes kopējais koeficients	0,87	1,20	0,60	0,58
Klase/Balles	5./0	4./7,5	5./0	5./0
Finansiālās autonomijas koeficients	0,32	0,29	0,25	0,25
Klase/Balles	3./5,5	4./4,9	4./3	4./3
KOPĀ:	5. KLASE - 5,5 punkti	4. KLASE - 12,4 punkti	5. KLASE - 3 punkti	5. KLASE - 3 punkti

Avots: autores veidota tabula, pēc A/S „Valmieras piens” gada pārskatu datiem.

Kopumā pēc D. Djurana bankrota testa rezultātiem uzņēmums šobrīd atrodas 5. klasē, kas nozīmē, ka tam ir visaugstākā riska pakāpe un draud maksātnespēja. Tieši šajā bankrota testā izmantotie rādītāji uzņēmumā ir sliktā stāvoklī, un ir nepieciešama aktīva darbība situācijas uzlabošanai. Situācijas nopietnība tika apstiprināta arī naudas plūsmas analizē.

Rezultāti un secinājumi

1. Pēdējo četru gadu laikā A/S „Valmieras piens” bilances vērtība ir kritusies par 25%, bilances aktīvu struktūrā lielāko daļu aizņem ilgtermiņa ieguldījumi – 2013. gadā 61%, bet pasīvu struktūrā kreditori – 2013. gadā 74%.
2. 2013. gadā uzņēmums ir atmaksājis visus aizņēmumus no kredītiestādēm, tādējādi paaugstinot uzņēmuma uzticamību ārējiem kredītdevējiem, bet pēdējo divu gadu laikā paaugstinājis radniecīgo sabiedrību sniegto kredītu apjomu struktūrā par 45%.

3. Augstā kreditoru īpatsvara dēļ uzņēmumā neizpildās neviens no bilances zelta likumiem, līdz ar to ilgtermiņa ieguldījumi tiek daļēji nodrošināti ar īstermiņa saistībām, kas norāda uz agresīvu uzņēmuma politiku.
4. 2012. un 2013. gadā novērojams ražošanas izmaksu kāpums, kas ir straujāks par apgrozījuma kāpumu, līdz ar to samazinot bruto peļņas rentabilitāti līdz 0,41%.
5. Pārējie rentabilitātes rādītāji ir negatīvi, saistībā ar uzņēmuma zaudējumiem, bet ir novērojama uzlabošanās; arī likviditātes rādītāji ir zem nozares vidējiem rādītājiem, balstoties uz lielo īstermiņa saistību apjomu un negatīvo neto naudas plūsmu.
6. A/S „Valmieras piens” autonomijas koeficients ir tikai 0,25, norādot uz zemu finansiālo neatkarību un augstu aizņemtā kapitāla izmantošanu uzņēmumā.
7. Uzņēmumam ir ļoti ātrs krājumu aprites cikls – 9 dienas, balstoties uz nozares specifiku un īsajiem produkcijas derīguma termiņiem, kamēr kreditoru aprites cikls ir palielinājies četru gadu laikā uz pusi – 66 dienas, balstoties uz īstermiņa kreditoru vērtības palielināšanos, bet kopējais kapitāla aprites cikls 2013. gadā ir 28 dienas, un tas ir negatīvs.
8. Veiktais E. Altmana bankrota tests pēc kvantitatīvajiem datiem maldīgi norāda, ka uzņēmuma bankrota iespējamība ir zema, jo izpētot iesaistītos koeficientus, pozitīvais rezultāts iegūts tikai uz aprites ātruma rēķina, kas pats par sevi ir augsts nozarē.
9. D. Djurana bankrota tests, kurš balstās uz likviditātes un finansiālās neatkarības koeficientiem, norāda, ka uzņēmums atrodas visaugstākajā riska pakāpē, un ir nepieciešami pasākumi maksātnespējas novēršanai.

Priekšlikumi

1. A/S „Valmieras piens” vadībai jāveic pamatlīdzekļu atjaunošana, izmantojot ilgtermiņā radniecīgo uzņēmumu aizdevumus, lai optimizētu ražošanu un novērstu iespējamo ražošanas izmaksu paaugstināšanos uz remonta veikšanas rēķina.
2. A/S „Valmieras piens” vadībai jāveic kompleksa uzņēmuma saimnieciskās darbības analīze, ietverot izmaksu detalizētu analīzi, produktu pelnītspējas un risku novērtēšanu, lai būtu iespējams optimizēt uzņēmuma darbību un samazināt zaudējumus.
3. A/S „Valmieras piens” vadībai jāpalielina uzņēmuma apgrozījums, veicot cenu politikas pārskatīšanu, izvērtējot katras produktu grupas rentabilitāti vai arī veicot produktu diversifikāciju, rēķinoties, ka piena iepirkuma cenām tiek prognozēts tikai kāpums un uzņēmumam ir nepieciešami veiksmīgi pozicionēti un pieprasīti produkti.
4. A/S „Valmieras piens” vadībai jāpārskata sava uzņēmuma kapitāla struktūra un jācenšas samazināt īstermiņa saistību īpatsvaru, turpmāk aizņemoties no radniecīgajiem uzņēmumiem ilgtermiņā, lai uzlabotu uzņēmuma likviditāti, palielinātu brīvos naudas līdzekļus un paaugstinātu finansiālo stabilitāti.
5. A/S „Valmieras piens” īpašniekiem un akcionāriem jāveic papildu ieguldījumi uzņēmumā, lai paaugstinātu iekšējās finansēšanas potenciālu un paaugstinātu finansiālo stabilitāti.
6. Tā kā šobrīd uzņēmums lielāko daļu produkcijas caur „Food Union” realizē Latvijas tirgū, A/S „Valmieras piens” eksporta nodaļas vadītājam jāmeklē jauni eksporta tirgi, lai palielinātu uzņēmuma apgrozījumu un līdz ar to - bruto peļņu.

Avotu saraksts

1. A/S „Valmieras piens” (2010) Uzņēmuma gada pārskats. – Valmiera, 34 lpp.
2. A/S „Valmieras piens” (2011) Uzņēmuma gada pārskats. – Valmiera, 31 lpp.
3. A/S „Valmieras piens” (2012) Uzņēmuma gada pārskats. – Valmiera, 33 lpp.
4. A/S „Valmieras piens” (2013) Uzņēmuma gada pārskats. – Valmiera, 20 lpp.
5. Ziņojums par situāciju piena pārstrādes nozarē (2011). *Latvijas piensaimnieku centrālās savienības mājaslapa*. Pieejams: http://www.losp.lv/sites/default/files/articles_attachments/publications/22.12.2011_-_1501/19_piena_nozare_partsrade.pdf (aplūk. 26. 05.2014.).
6. Lursoft (2014). *Nozaru finanšu koeficienti*. Nav pieejams bez reģistrēšanās.

Trīsdimensionālas ēkas stereoskopiska demonstrācija ar interaktivitātes elementiem un modeļa integrēšana tiešsaistes kartē

Stereoscopic Demonstration of a Three Dimensional Building with Interactive Elements and the Integration of the Model Into an Online Map

Autore: Līga Rostoka, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura grāds informācijas tehnoloģijās

Darba zinātniskais vadītājs: Arnis Cīrulis, Dr.sc.ing.

Kopsavilkums

Projektā risinātā problēma ir Vidzemes Augstskolas (ViA) Inženierzinātņu fakultātes (IF) jaunās ēkas trīsdimensionāla (3 D) modeļa stereoskopiskās demonstrācijas izveide un modeļa integritāte tiešsaistes kartē. Demonstrācijai ir jābūt ar interaktivitātes elementiem. Darba mērķis ir izveidot IF ēkas stereoskopisku demonstrāciju ar interaktivitātes elementiem un integrēt 3D modeli tiešsaistes kartē Google Earth.

Darbā noteiktie uzdevumi ir: apkopot un analizēt teorētiskos materiālus par stereoskopiju un tās veidiem; izveidot 3D vidi demonstrācijas veikšanai; izveidot stereoskopisku demonstrāciju ar interaktivitātes elementiem; integrēt ēkas 3D modeli tiešsaistes kartē.

Pieejas problēmas risināšanai: izmantojot grāmatu un interneta resursus, apkopot un analizēt materiālus par stereoskopiju un tās veidiem; 3D vides izveide Google SketchUp platformā; stereoskopiskās demonstrācijas ar interaktivitātes elementiem izveide Unity3D platformā; ēkas 3D modeļa integrēšana Google Earth tiešsaistes kartē, izmantojot ArchiCAD platformu.

Galvenie darba rezultāti: apkopota un analizēta teorētiskā informācija par stereoskopiju un tās veidiem; izveidota IF ēkas stereoskopiska demonstrācija ar interaktivitātes elementiem; lokāli novietots ēkas 3D modelis Google Earth platformā.

Abstract

The main task of this project is the creation of a stereoscopic demonstration from a 3D model and integrating the model into an online map for the new building of the Faculty of Engineering of Vidzeme University of Applied Sciences. The demonstration should contain interactive elements. The aim of this work is to create a stereoscopic demonstration of the building of the Faculty of Engineering with interactive elements, and to integrate the 3D model into Google Earth online map.

The tasks of the work were to collect and analyse the theoretical material on stereoscopy and its uses, to create a 3D environment for demonstration purposes, to create a stereoscopic demonstration with interactive elements and to integrate the building's 3D model into an online map.

Approach to the problem: by using books and the Internet resources to collect and analyse the materials on stereoscopy and its uses; the creation of 3D environment in Google SketchUp platform; the creation of stereoscopic demonstrations with interactive elements in Unity3D platform; integrating the 3D model in Google Earth online map using ArchiCAD platform.

Main results: gathered and analysed theoretical information about stereoscopy and its uses; the three-dimensional demonstration of the Faculty of Engineering with interactive elements; locally positioned 3D model on Google Earth platform.

Atslēgas vārdi: binokulārā redze, dziļuma uztvere, interaktivitāte, Fly-through, monokulārā redze, Panum saplūšanas zona, stereopsis, stereoskopija

Ievads

Mūsdienu tehnoloģijām attīstoties, aizvien populārāki kļūst 3D televizori un monitori. Cilvēki izvēlas skatīties izvēlētās filmas vai spēlēt datorspēles, izbaudot vairāk efektus. Šos efektus nodrošina stereoskopija – iegrimšana izveidotā virtuālā 3D vidē, kas liek lietotājam domāt, ka viņš atrodas šajā vidē (Fuchs et al. 2011). Virtuāli ir iespējams attēlot jebko, konkrēti, šajā projektā tiks attēlota ViA jaunā IF ēka. Ēkas 3D modelis ļauj lietotājam, neizejot no mājas, apskatīties šo ēku un mijiedarboties izveidotajā demonstrācijā.

Pašlaik ir iespējams apskatīt gandrīz visu pasauli, ko nodrošina Google Earth platforma. Šeit attēloti gan ceļi, gan ēkas, ko veidojuši lietotāji visā pasaulē.

Darba mērķis ir izveidot ViA jaunās Inženierzinātņu fakultātes ēkas 3D modeļa stereoskopisko demonstrāciju ar interaktivitātes elementiem, kas ļauj lietotājam mijiedarboties dažādos līmeņos. Kā arī integrēt modeli tiešsaistes kartē.

Metodes

Sākumā tika aplūkota nepieciešamā teorija par trīsdimensionālu objektu vizualizācijas platformām un stereoskopijas tehnikām, lai sasniegtu darba mērķi un iegūtu pozitīvus rezultātus. Teorijas avoti ir grāmatas un interneta resursi. Teorētiskais priekšstats par šīm tehnoloģijām aplūkots turpmāk.

Trīsdimensionālu objektu vizualizācijas platformu analīze

3D objektu vizualizācija ietver mūsdienu grafisko aparatūru izmantošanu, lai atveidotu telpiskos datus trīs dimensijās, kā arī, lai ļautu lietotājam mijiedarboties ar šiem datiem. Vizualizācijas izveidei ir nepieciešama videokarte, kas sniedz papildus 3D objektu apstrādes veikspēju (Kemp 2008).

Lai vizualizētu 3D objektu, vispirms šis objekts ir jāuzmodelē. 3D modelēšana ir trīs dimensionālu virsmu matemātiska attēlošana, izmantojot speciālu platformu. Šim nolūkam tiks salīdzinātas trīs platformas - Blender, Google SketchUp un ArchiCAD. Visās šajās platformās iespējams izveidot 3D objektu, taču tās atšķiras pēc dažādiem kritērijiem, kuri ir būtiski piemērotākās platformas izvēlē. Platformu salīdzinājums apskatāms 1.tabulā.

1. Tabula. 3D objektu modelēšanas platformu salīdzinājums.

Nr.p.k.		SketchUp	Blender	ArchiCAD
1.	Cena	Pro versija – \$590, Studentu – \$49, Bezmaksas	Bezmaksas	Pro versija – \$4250, Studentu – bezmaksas
2.	Imports/eksports	3ds, .dwg, .dae, .fbx, .obj, .wrl, .Skp, .dem, .dae, .kmz	.dae,.bvh, .svg, .ply, .stl, .3ds, .fbx, .obj, .x3d	.pln,.dxf, .dwg, .skp, .kmz, .obj, .3ds, .stl u.c.
4.	Google Earth atbalsts	+	-	+
5.	Plusi	Viegli lietojams, 3D Warehouse	N	Daudzās eksporta iespējas
6.	Mīnusi	N	Dažādas papildus opcijas, kas nav nepieciešamas	Profesionālam lietojumam – grūti saprotama

Avots: modelēšanas platformu mājaslapas: sketchup.com; blender.org; grapghisoft.com/archicad.

Pēc modelēšanas platformu salīdzinājuma, kā piemērotākā platforma tiek izvēlēta Google SketchUp, kas ir viegli lietojama un nodrošina ar visām nepieciešamajām funkcijām modeļa izstrādei.

Pēc piemērotākās 3D objekta modelēšanas platformas atrašanas, ir nepieciešams noskaidrot piemērotāko vizualizācijas platformu. Projekta izstrādes laikā tika salīdzinātas divas platformas - Unity3D un Virtools. Detalizēts šo platformu salīdzinājums ir apskatāms 2.tabulā. Pēc platformu salīdzināšanas var secināt, ka Unity3D ir ar plašākām iespējām un piedāvā bezmaksas versiju, kamēr Virtools ir ar zemu stabilitāti.

2. Tabula. 3D Objektu vizualizācijas platformu salīdzinājums.

Nr.p.k.		Virtools 4.1	Unity3D 3.5
1.	Bezmaksas versija	-	Ar ierobežojumiem
2.	Licences cena	Vairs nav; Bija >\$4000	\$1500
3.	Web aplikāciju izstrāde	+	+
4.	Atbalstītās platformas	PC Windows, Web, Xbox360, Wii	PC Windows, MAC, Web, iOS, Android, Wii, Xbox360, PS3, Flash
5.	Stabilitāte	Zema	Augsta
6.	Programmēšanas valodas	VSL	Javascript, C#
7.	Importa formāti	.3ds, .cld, .xml, .wrl, .nmo	.3ds, .bfx, .obj, .max, .blend, .dae, .dfx

Avots: Addinglight.com mājas lapa.

Projekta ietvaros nepieciešams integrēt 3D ēkas modeli tiešsaistes kartē. Izmantotā tiešsaistes karte ir Google Earth, kas pašlaik ir vispopulārākā un visizmantotākā (salīdzinot ar Nokia – Here un Microsoft Bing mapēm). Google Earth ir virtuāls globuss, kas pieejams ikvienam bez maksas caur internetu visā pasaulē. Tas apvieno vairākas lietas vienā: virtuāls globuss, 3D ģeo-meklētājs, interaktīva ģeotelpiska enciklopēdija, GIS (ģeogrāfiska informācijas sistēma), vizualizācijas tehnoloģija, kā arī mācību un izklaides rīks (Warf 2010).

Stereoskopijas tehniku izpēte

Stereoskopija ir zinātne un tehnoloģija, kas apvieno divu dimensiju zīmējumus vai video tā, ka, skatoties ar acīm, redz trīsdimensionālu telpu. Stereoskopisku attēlu iegūst, attēlojot divus attēlus no blakus esošiem leņķiem, kas atbilst acu redzes leņķiem. 3D ir iespējama, pateicoties binokulārai redzei, kas nodrošina labās un kreisās acs attēla uztveri no dažādiem leņķiem (Encyclopaedia Britannica 2014).

Aktīvā stereoskopija ir stereoskopijas veids, kurā lietotājam ir nepieciešams valkāt aktīvas jeb slēdžu brilles. Šīs brilles izmanto slēdžus, kas noslēdz divus šķidrā kristāla ekrānus. Noslēdzot vienu ekrānu, otrs ekrāns ir atvērts. Noslēgšanās katrai acij notiek aptuveni 50 līdz 60 reizes sekundē, nodrošinot lielisku attēla kvalitāti un izvairoties no dubultošanās. Aktīvās stereoskopijas attēlošana ir iespējama ar 3D ekrāniem. Šiem ekrāniem ir jāspēj operēt uz 120Hz, lai lietotāja acs spētu uztvert izlīdzinātu attēlu ar 60 rāmjiem sekundē. Šāda veida ekrānu ražotāji ir LG, Samsung, iZ3D u.c.

Lai lietotājs varētu skatīties attēlu pasīvajā stereoskopijā, viņam ir nepieciešams valkāt pasīvās stereoskopijas brilles. Pasīvās stereoskopijas brilles iedalās vēl četrās apakškategorijās: polarizētās, interferences filtru, krāsu anaglyph, chromadepth sistēmās:

- polarizētā sistēma balstās uz gaismas polarizēšanos.
- Lai attēlotu stereoskopisku attēlu, divi attēli tiek projektēti uz viena ekrāna caur polarizācijas filtriem vai attēloti uz ekrāna ar polarizācijas filtriem (Fuchs et al. 2011);
- interferences filtru sistēma ir uzlabota gaismas viļņu multipleksēšanās pieeja, kas ņem vērā cilvēka acs rakstura īpašības – trīs krāsu (sarkana, zaļa, zila) receptorus (Jorke 2009);
- Anaglyph nodrošina nedaudz atšķirīgus skatus katrai acij. Anaglyph attēli ir veidoti, uzklājot divus skatus (katrai acij savu) dažādās krāsās (Songnan et al. 2013);
- Chromadepth sistēma ļauj skatīt 2D attēlus bez brillēm, bet, uzliekot brilles, šie attēli parādās 3D vidē. Šāda veida brilles izmanto sarežģītu mikro optiku, lai pārveidotu krāsu attēlus pareizā stereo 3D attēlā (Uche).

Attēla sadalīšana ekrāna līmenī jeb auto-stereoskopiskie ekrāni nodrošina 3D uztveri bez speciālām brillēm vai citām galvas ierīcēm (Dodgson 2005). Šie ekrāni iedalās divās kategorijās: ekrāni ar gaismām un ekrāni ar lēcas veida tīklu. Ekrāni ar gaismām izmanto gaismas kolonas, lai attēlotu katru attēlu savai acij, bet ekrāni ar lēcas veida tīklu izmanto puscilindriskas lēcas.

Stereoskopijas realizācijas dziņi

Šie dziņi pārveido 2D attēlu par 3D – ,apvienojot divus stereotipiskus attēlus. Ir pieejami trīs dziņi: Nvidia GeForce 3D Vision dzinis, iZ3D 3D ekrāna dzinis un DDD TriDef Experience dzinis:

- Nvidia GeForce 3D Vision dzinis. Šis ir vienīgais dzinis, kurš ir bez maksas. Taču arī vienīgais, kurš ir saderīgs vienīgi ar GeForce videokartēm. Lai attēlu skatītos stereoskopiskā režīmā, ir nepieciešamas aktīvās stereoskopijas brilles (Woligroski 2010);
- iZ3D Stereoskopiskais dzinis. Atšķirībā no Nvidia GeForce dziņa, iZ3D dzinis darbosies gan ar Radeon, gan GeForce videokartēm. Ir pieejama bezmaksas versija Anaglyph stereoskopijai (Woligroski 2010);
- Digital Dynamic Depth (DDD) TriDef 3D Stereoskopiskais dzinis. TriDef neprasa speciālu videokarti un darbosies gan ar Radeon, gan GeForce. Ir iespējama izmēģinājuma versija 14 dienām. Iespējams apskatīt video un bildes stereoskopijas režīmā, pateicoties speciālam algoritmam.

Projekta izstrādē tika izmantots iZ3D dzinis, kas piedāvā bezmaksas versiju Anaglyph stereoskopijai un nav nepieciešama speciāla videokarte.

Rezultāti

Izmantojot aprakstītās izmantojamās metodes un praktiskās zināšanas, rezultātā tika izveidota stereoskopiska demonstrācija ar interaktivitātes elementiem. Kā arī 3D ēkas modelis tika lokāli integrēts Google Earth kartē. Demonstrācija atveido reālās dzīves infrastruktūru virtuālā realitātē, kurā iekļauta ne tikai IF ēka, bet arī tuvumā esošās ēkas (tirgus, ugunsdzēsēju depo u.c.), kā arī ceļus.

Izmantojot Google SketchUp platformu tika izveidots infrastruktūras modelis, kas tālāk tika importēts Unity3D platformā (skatīt 1.attēlu).



1. Attēls. Projekta aina Unity3D platformā

Avots: autores veidots attēls.

Unity3D platformā tika izveidota demonstrācija, kas ļāva lietotājam apskatīt modeli, izmantojot ievadierīces - peli un tastatūru. Izmantojot stereoskopijas iZ3D dzini, demonstrācija tika atveidota stereoskopiskā Anaglyph režīmā (skatīt 2.attēlu). IF ēkas modeli izdevās lokāli novietot uz Google Earth kartes, taču neizdevās to integrēt tiešsaistes kartē, jo Google ir liegusi šādu iespēju.



2. Attēls. Stereoskopiskā Anaglyph demonstrācija

Avots: autores veidots attēls.

Secinājumi

Iegūtās zināšanas par stereoskopijas veidiem, 3D vizualizācijas platformām ļāva veiksmīgi izveidot demonstrāciju, tās metodes un nepieciešamo dokumentāciju. Tika iegūtas plašākas zināšanas un izpratne dokumentācijas nozīmē projekta izstrādē.

Projekta laikā tika izveidota trīsdimensionālas ēkas stereoskopiska demonstrācija ar interaktivitātes elementiem un ēkas modelis lokāli integrēts Google Earth kartē.

Teorijas izpētes rezultātā iegūtās zināšanas par stereoskopiju un vizualizācijas platformām ļāva pēc iespējas veiksmīgāk izstrādāt projektu. Secināts, ka nepieciešams izpētīt dažādus problēmu atrisinājumus, lai izvēlētos piemērotāko attiecīgajā situācijā.

Priekšlikumi

Lai veiksmīgāk varētu izstrādāt šo projektu, būtu nepieciešama jaudīgāka aparatūra, lai darbinātu izmantotās platformas bez aizturēm. Jo tika izmantota aparatūra, kas minimāli atbilst platformu minimālajām sistēmas prasībām. Platformu pilno jeb profesionālo versiju izmantošana atvieglotu vairākus projekta izstrādes soļus, piemēram, kameras ceļa izveidošana.

Avotu saraksts

1. Dodgson, N.A. 2005. Computer. (Volume:38 , Issue: 8) Lpp. 31-36. Available: <http://ieeexplore.ieee.org/xpl/articleDetails.jsp?arnumber=1492263> Edwin (2011). Virtools vs Unity. Available: <http://www.addinglight.com/VirtoolsVsUnity.htm>
2. Encyclopaedia Britannica 2014. "stereoscopy." // *Encyclopaedia Britannica Online*. Available: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/565664/stereoscopy>.
3. File Formats. Available: www.blender.org/features
4. File Formats In ArchiCAD. Available: <http://helpcenter.graphisoft.com/technotes/setup/software-technologies/file-formats-in-archicad/>
5. Fuchs, P., Moreau, G., Guitton, P. 2011. Vision // *Virtual Reality: Concepts and Technologies*, pp. 51.-70.
6. Jorke, H., Simon, A., Fritz, M., 2009. Stereo projection using interference filters . // *Journal of the Society for Information Display*. Volume 17, Issue 5, May 2009, pp. 407-410.

7. Kemp, K.K., 2008. *Encyclopedia of Geographic Information Science*, pp. 474.–477.
8. Products. Available: www.sketchup.com
9. Songnan Li, Lin Ma, King Ngi Ngan. 2013. Anaglyph image generation by matching color appearance attributes.// *Signal Processing: Image Communcation*. Volume 28, Issue 6, July 2013, pp. 597–607.
10. Uche, C. *3-D vision with Chromadepth glasses*. Available: http://www.uke.de/christian/physik/ftp/lectures/chromadepth_english.pdf
11. Warf, B. (2010). *Encyclopedia of Geography*. Available: <http://db.va.lv:3339/view/geography/n533.xml?rskey=qL3c1q&row=10>
12. Woligroski, D. (2010). *Built Your Own: Wall-Sized 3D Gaming, Just Like Theaters Do It*. Available: <http://www.tomshardware.com/reviews/3d-polarized-projector,2589-5.html>

Pārdomas pēc mēģinājuma re-implementēt KWin 4 logu flīzēšanu

Reflections of an attempt of re-implementing tiling for KWin 4

Autors: Niklāvs Koļesņikovs, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"

Darba zinātniskais vadītājs: Ojārs Bāliņš, Mg.math.ing., Mg.iur.

Kopsavilkums

Logu flīzēšana ir pieeja automatizētai logu pārvaldībai, kas ļauj lietotājam koncentrēties uz saturu, kas ir jārāda uz ekrāna, ļaujot programmatūrai izvietot logus lietotāja vietā. Diemžēl flīzēšanas rīks tika izņemts no KDE logu pārvaldnieka KWin koda versijā 4.10, jo C++ kods netika uzturēts.

Kā minētās funkcionalitātes lietotājs, autors patstāvīgi izstrādāja flīzēšanas implementāciju, izmantojot KWin skriptēšanu, kas ir balstīta uz QtScript, kas ir ļoti līdzīgs JavaScript programmēšanas valodai un sniedz KWin specifisku API atbalstu, kura ir ļoti līdzīga KDE C++ API aplikācijai.

Pamata flīzēšanas funkcionalitāte kā logu izklāšana pa darba virsmas logiem atvēlēto daļu gliemežnīcas spirālei līdzīgā veidā, ņemot vērā izņēmumu logu klases, kuras nevajag flīzēt, tika realizēta. Papildus vairāku monitoru atbalstam, kas nestrādāja izņemtajā C++ implementācijā, tika realizētas arī KDE specifiskās prasības kā virtuālās darba virsmas.

Ierobežotā apjoma dēļ, šī publikācija faktiski tikai iepazīstina interesentu ar GNU/Linux grafisko lietotāja saskarni, izvērtē ar flīzēšanu saistītās problēmas un iespējamās risinājumus, kas tika izmantoti projektā piedāvājot iespējamās alternatīvās pieejas.

Abstract

Tiling is a window management paradigm where user can focus on what should be shown on screen, by having software manage the windows on behalf of the user. Unfortunately tiling was removed from KDE's window manager KWin in version 4.10 due to the C++ code being unmaintained.

As a user of the removed tiling feature the author decided to write an implementation of tiling using KWin scripting which is based on QtScript that is very similar to JavaScript programming language and uses KWin scripting specific application programming interface (API) albeit very similar to the KDE's C++ API.

Basic tiling features such as laying windows over all of the desktop working area in a fashion similar to nautilus spiral and exceptions for window classes that should not be tiled were implemented. Additionally multi-monitor support that was broken in the removed C++ implementation and KDE specific requirements such as support for virtual desktops were also implemented.

Due to space constraints, this paper only gives a trivialised introduction to GNU/Linux graphical user interface (GUI) stack and then discusses problems with tiling, possible solutions as used in the project, and ends with fundamental problems with trivial tiling and proposes possible alternative approaches.

Atslēgas vārdi: Window management, Tiling, Linux, KDE, KWin.

Introduction

We all use windows.¹ The computer ones. And not the *Microsoft* operating system, but one of the core GUI concepts that most modern general purpose operating systems possess.

The program that manages windows is called a window manager and one is present in every modern desktop operating system. There are many window managers, especially for the *nix, short for Unix-like, family that the author uses in the form of *Gentoo Linux* on his workstation and *Kubuntu* on his laptop.

A window manager is but one part of the whole that is an OS (Operating System). In case of GNU/Linux² and also modern BSDs (Berkley Software Distribution) one of the many parts making them up can be a DE (Desktop Environment). Arguably DE should be mandatory for a desktop OS, but while both GNU/Linux and BSDs can be used as desktop OSs they are far more flexible than that and can be run without a GUI (Graphical User Interface) and may even lack any local input or output for that matter. Or they can have a basic GUI with a window manager, but without a full DE.

Tiling is an approach to window management where window manager automatically lays out windows so that they fill all available desktop working area without overlaps or gaps. Surprisingly it is not something that was invented in a basement long after major work on GUIs was done, in fact the *Xerox Star*, a computer system that was a commercial product geared towards government and large corporation users, already featured tiling [Lineback (2014)]:

In the original Star software, application windows are tiled in such a way that does **not** overlap. Property windows and other dialogs however may overlap. The idea is to make optimal use of limited screen space.

There are not many academic papers written on this topic and many are behind so called paywalls making them inaccessible to the author at the time of writing this paper. Thankfully some of these publications have also been made available by their respective authors through other non-paywalled websites.

Tiling has multiple benefits such as:

- always showing all windows user has decided they want on screen without overlapping, covering or accidentally moving them off-screen;
- when working with multiple windows at the same time e.g. doing system's administration, software development or writing a paper, tiling allows for window management to be handled automatically whereas with the floating window management paradigm user has to manually re-position and resize windows if different windows are needed on the screen at various times.

Introduction to Linux, KDE and relevant technologies

Linux is a Unix-like computer kernel originally written by Linus Torvalds. A kernel is primarily responsible for resource management, process creation and IPC (Inter Process Communication) between said processes. Other features commonly found in kernels are driving of devices as well as file system support. But an OS is much more, it includes libraries such as standard C library (libc) as well as applications and services using these

1 Apologies if it is 2040 and this turned out near-sighted.

2 Technically Linux is a trademark but it is also a technology and author has decided to not use cursive for names of technologies opposed to names of software distributions or companies.

libraries and communicating with each other via IPC to enable productive use of computers in virtually every way imaginable.

In case of Linux, these other necessary parts of an OS can come from various sources such as Google as is the case of Android, but the typical system that people call Linux is based upon libraries and programs provided by the GNU (Gnu is Not Unix) project making the correct term for such systems GNU/Linux.

A general purpose multi-user OS sounds good, but it does not imply a GUI which average personal computer user takes for granted. Like Unix, Linux has windowing support via MIT (Massachusetts Institute of Technology) X window system, version 11, which is a network transparent client-server protocol for creating GUIs with as the name suggests windows and other things people expect.

Unfortunately pure X11 is arguably not very visually pleasing or modern looking unless the best design of 1981 or then-about is in order. Due to that various 3rd party toolkits such as widely used GTK+ were created to enable building of better GUIs by reusing code already developed for one application.

Yet a toolkit alone does not solve all problems because just consistent GUI does not mean consistent behaviour in terms of copy & paste or keyboard shortcuts, not to mention compatibility between various toolkits. This leads to a need for a DE to provide complete and consistent GUI experience.

KDE is a DE built upon a cross platform toolkit known as Qt which is based on C++ and is unique for its signal and slot paradigm where it is possible to define signals that can be emitted upon certain event and connect them to slots which are effectively public methods of a class. Signal-slot paradigm is a powerful way to build GUI applications.

As a user of Qt toolkit KDE includes various Qt technologies such as QtScript, a scripting language heavily based on ECMAScript which is a standardized variety of the JavaScript language.

The window manager of KDE is called KWin and it is both a classical and a compositing window manager for X11. A compositing window manager is one which uses 3D acceleration to present application windows. In addition to being an X11 window manager KWin is also an upcoming Wayland, a replacement for X11, compositor.

Lastly KDE includes Plasma shell which provides desktop experience and widgets. Kwin is used by this shell to render its widgets although KDE overall is able to operate with other window managers as well.

Project background

KWin from version 4.5 released in 2010 [Wallen (2012)] to version 4.10 [Gräßlin 2012b, Gräßlin 2012a] released in 2013 [Larabel (2013)] had support for tiling and it was with KDE 4.5 that the author who had till then only heard about this alternative window management paradigm became a user of it and incorporated it into his workflow.

When the KWin's native C++ tiling support was removed after more than 2 years of use author was so used to it that tiling was required to comfortably and efficiently use the workstation. Unusually for a DE, KDE SC 4 while being heavily integrated did allow to use a different window manager. Author tried some of the tiling-specific window managers that he had heard about such as i3 and Awesome, but because there were KDE features that only work with KWin and none of the tiling window managers known to the author were compositing, it became obvious that tiling had to be brought back to Kwin.

QtScript based Kwin scripting was chosen due to it enabling rapid development and testing via KDE's built-in Desktop Shell Scripting Console effectively acting as a basic IDE (Integrated Development Environment). Furthermore the API is more limited and therefore easier to grasp. [KDE TechBase (2014)] The benefits were further enhanced by use of XP (eXtreme Programming) development methodology.

Project's identified requirements, design decisions and evaluation of those decisions

Naturally the goal was to re-implement tiling for KWin 4 and to enable that certain requirements were identified and are shown in Table 1. While results might arguably belong to another section, for consistency and the fact that overall these results are minor and specific to particular solution and not project as a whole, it was decided to put them all in one table.

Table 1: Identified problems, proposed solutions and their evaluation

Requirement	Solution	Evaluation
Tiled windows should not have the same size so that the user can have one larger window and consecutive smaller windows with less important information	The logarithmic algorithm fits the requirements and is easy to define	Algorithm works well but different virtual desktops might benefit from other tiling algorithms.
The user should be able to graphically and without necessarily using keyboard shortcuts to re-arrange the tiling order.	Dragging and dropping a tiled window to its new tiled placement can be considered intuitive to someone who is accustomed to non-tiling window managers.	A bug was encountered during implementation where dragging and dropping does not trigger the necessary signal for the code to work, but moving windows between screens or virtual desktops via context menu does trigger the required signal.
Avoid tiling windows that are not supposed to act as main windows e.g. dialogue windows.	Window class based exceptions.	In some cases works well, but GNU/Linux as whole has inconsistent use of window classes, meaning that a more generic solution is needed. In one specific case a suspected race condition was noted where the window would not have the correct class set, some of the times it was shown.
Allow user to choose windows that will be exempt from tiling.	Add a property to a window object to indicate that it should not be tiled via windows' context menu.	While seemingly possible, the author was unsuccessful in attempting to add custom items to the windows' context menu.
Virtual desktop, multi-monitor and tabbed window support – the later two being improvement over original KWin tiling implementation.	Introduce concept of a tile area which can be partitioned and give every monitor's screen and virtual desktop its own tile area.	Working with tile areas turned out to be a complex and therefore bug-prone endeavour, but the general idea seems to be sane. Furthermore, as multiple virtual desktops can in a corner case be in use at the same time, so far no other approach has been proposed. Due to time constraints, author never got to implementing support for tabbed windows, but preliminary analysis indicate that bar as of yet undiscovered bugs, implementing support for tabbed windows should not pose a problem.

Additionally certain requirements were considered implicit, such as not tiling maximized windows or implementation dictated i.e. problems with tiling windows belonging to multiple virtual desktops meant that such windows should also be exempt from tiling.

Results

After the programming part of this project was done in May-June of 2013 there was no tiling implementations for KWin 4.10 published nor could author find any active projects with such goal although there were rumours of such effort under way. Hence the script could have been the first implementation of tiling for KWin 4.10 and later versions, but the code got stuck in re-design phase as described in the associated project work. Later that year there already was a published tiling project [Homburg (2014)] which, while not meeting all the requirements listed below and therefore not being to the author's liking, did reduce the interest into completing the redesign of this implementation.

A mostly working, yet buggy tiling script has been produced and presented during defending of the project work in 2014.

Conclusions

The choice to use KWin scripting turned out to be a double-edged sword as it proved to be too limited to meet all the requirements.

Some of the problems and shortcomings encountered with KWin scripting were:

- it is, to the author's limited understanding, impossible to disconnect signals when a script is reloaded, meaning that the only way to test a new version of a script is to restart KWin itself, otherwise slots (QtScript functions) will remain connected and both new and old code will be called when the relevant signal is emitted leading to undesired behaviour;
- all configuration has to be done in code itself prior to execution and there is no way to directly interact with user – retrospectively likely an intentional limitation of KWin scripting API;
- code is simply not robust enough for general use and while author is aware that it is more or less impossible to write completely bug free code [Stack Exchange (2014)], there are currently no reasonable safeguards that the tiling script might not, due to a yet undiscovered bug in the script, write bad data to the few unsafe KWin Scripting API calls which will result in anything between undefined behaviour to crashing of the entire Plasma Shell along with all/most GUI applications – needless to say the worst case is sheer havoc and risk of data loss due to applications having “unreasonable” expectations such as not being made smaller than, from the top of author's head, 8x8 pixels
- While tiling might appear as perfect window management paradigm at first, there are a number of fundamental problems:
- some windows just cannot take any sizes or positions or aspect ratios e.g. a video player must maintain aspect ratio of its content and might not even support rescale of videos to arbitrary dimensions;
- every window has software or sanity imposed minimum dimensions, additionally windows can request that they are not made smaller than certain dimensions, effectively meaning that windows cannot be naively resized and laid out in general case;
- far too many corner cases to cover with just exception rules, and even making them configure might not be enough when two applications are using the same window class with wildly different semantic meanings.

Recommendations

While working on the project work it was found out that the tiling window management paradigm is deeply flawed and while it might work out most of the time for most use cases, it is unlikely to be the panacea of window management, and the author further conjectures that an approach that learns user's preferred window placement patterns and then uses that knowledge to lay windows in anticipation of how user will lay them might fare much better.

To limit the complexity, windows could be ordered in arrays by their importance with every index offset corresponding to a tiled placement of desktop and having an algorithm predict given a hash table of shown windows how these windows should be ordered.

An approach worth considering is use of Markov chains for these predictions although it might be simpler to merely re-create the last ordering for the given windows or to have global weights attached to every one of them denoting their importance to the user and instead operate on those.

References

1. Gräßlin, M. (2012a). Bug 303090 - *Remove Tiling Support From KWin*. URL: https://bugs.kde.org/show_bug.cgi?id=303090 (viewed on 25.08.2014.)
2. Gräßlin, M. (2012b). *This week in KWin* (2012, week 28). URL: <http://blog.martin-graesslin.com/blog/2012/07/this-week-in-kwin-2012-week-28/> (viewed on 25.08.2014.)
3. Homburg, F. (2014). Tiling 1.6.3. <http://kde-look.org/content/show.php/Tiling?content=161151> (viewed on 08.06.2014.)
4. KDE TechBase (2014). *Development/Tutorials/KWin/Scripting/API 4.9*. URL: http://techbase.kde.org/Development/Tutorials/KWin/Scripting/API_4.9 (viewed on 08.06.2014.)
5. Larabel, M. (2013). *KDE 4.10 Officially Released With Many Changes*. URL: http://www.phoronix.com/scan.php?page=news_item&px=MTI5NDE (viewed on 25.08.2014.)
6. Lineback, N. (2014). *The Xerox Star. Nathan's Toasty Technology page*. URL: <http://toastytech.com/guis/star.html> (viewed on 25.08.2014.)
7. StackExchange (2014). *Theoretically bug-free programs*. URL: <http://programmers.stackexchange.com/questions/239210/theoretically-bug-free-programs> (viewed on 11.06.2014.)
8. Wallen, J. (2012). *KDE 4.5 Window tiling*. URL: <http://www.ghacks.net/2010/08/28/kde-4-5-window-tiling/> (viewed on 25.08.2014.)

TŪRISMS

Sadarbības attīstība starp gastronomiskā tūrisma uzņēmumiem Vidzemē. Labās prakses piemēri

Development of Cooperation Among Gastronomic Tourism Businesses in the Vidzeme Region. Examples of Best Practice

Autors: Jevgeņijs Klimanovičs, profesionālā maģistra grāds uzņēmējdarbības vadībā

Darba zinātniskais vadītājs: Jānis Kalnačs, Dr.art.

Kopsavilkums

Maģistra darbs „Sadarbības attīstība starp gastronomiskā tūrisma uzņēmumiem Vidzemē. Labās prakses piemēri” izstrādāts Vidzemes Augstskolas Tūrisma stratēģiskās vadības profesionālās maģistra studiju programmas ietvaros.

Aktuāla mūsdienu problēma – starp daudziem gastronomiskā tūrisma uzņēmumiem nav sadarbības. Ņemot vērā Vidzemes ierobežoto iedzīvotāju skaitu, jāpiesaista papildu tūristi no blakus reģioniem, kā arī tuvējām ārvalstīm. Lai to paveiktu, jāveido kopējs konkurētspējīgs piedāvājums. Šī darba mērķis bija veikt pētījumu par sadarbības veicināšanu gastronomiskajā tūrismā Vidzemē un izveidot ieteikumus produkta konkurētspējas uzlabošanai, veicinot jaunu tīklojumu un sadarbību starp gastronomiskā tūrisma uzņēmējiem Vidzemē.

Lai sasniegtu darba mērķi un atbildētu uz pētījuma jautājumiem, tika veikta lielāko Vidzemes reģiona pilsētu pašvaldību, Vidzemes plānošanas reģiona (VPR), Vidzemes tūrisma asociācijas (VTA) speciālistu, klasteru koordinatoru, mājražotāju tirdziņu vadītāju un gastronomiskā tūrisma uzņēmēju daļēji strukturētās intervijas.

Veicot interviju analīzi, tika izveidoti ieteikumi esošajiem uzņēmējiem, klasteriem, NVO un pašvaldībām, kas strādā gastronomiskajā tūrismā. Galvenie šī pētījuma rezultāti liecina, ka jaunas sadarbības veicināšanas organizācijas izveide Vidzemē iesaistīto pušu skatījumā patlaban nav nepieciešama, jo visus aktuālos jautājumus var risināt, izmantojot esošās sadarbības platformas. Tuvākajā nākotnē sadarbības attīstību gastronomiskajā tūrismā varētu koordinēt „Enter Gauja” gastronomiskā tūrisma darba grupa ar Vidzemes augstvērtīgās pārtikas klastera atbalstu. Tie varētu būt praktiski risinājumi, dažu kopīgu darbības virzienu integrācija. Pēc klastera „Enter Gauja” darbības beigām, gastronomiskā tūrisma grupa varētu dibināt biedrību, lai nodrošinātu gastronomiskā tūrisma nišas nepārtrauktu attīstību.

Abstract

Master thesis "Development of cooperation among gastronomic tourism businesses in the Vidzeme region. Examples of best practice" has been developed in Strategic Tourism Management professional master's study programme of Vidzeme University of Applied Sciences.

An urgent contemporary problem - many gastronomic tourism companies are not cooperating. Given the limited population of Vidzeme, the goal is to attract additional tourists from neighbouring regions as well from the neighbouring foreign countries. In order to achieve this, it is necessary to create a common competitive offer and organize cooperation in gastronomic tourism.

The aim of this research work was to conduct a study on the development of cooperation of gastronomic tourism in Vidzeme and to suggest recommendations on improving the

competitiveness of the product, promoting new networking and collaboration between the entrepreneurs of the gastronomic tourism in Vidzeme.

In order to achieve the objectives and answer the research questions, semi-structured interviews with the Tourism Department specialists of the municipalities of largest towns in Vidzeme, Vidzeme Planning Region (VPR), Vidzeme Tourism Association (VTA) specialists, cluster coordinators, organizers of fairs and gastronomic tourism entrepreneurs were conducted.

During the analysis of the interviews, the recommendations were developed for the existing businesses, clusters, NGOs and municipalities which are working in the gastronomic tourism. The main findings of this study suggest that in the eyes of stakeholders new cooperation platform in Vidzeme is not necessary, since all issues can be solved through existing collaborative platforms. In the near future the development of gastronomic tourism cooperation could be coordinated by "Enter Gauja" gastronomic tourism working group with the support of Vidzeme high added value and healthy food cluster. Cooperation between both could include practical solutions and integration of similar strategies. After the end of the last phase of the cluster „Enter Gauja”, gastronomic tourism group could establish an association to provide continuous development of the gastronomic tourism niche.

Atslēgas vārdi: Vidzeme, gastronomiskais tūrisms, sadarbība.

Ievads

Pētījuma problēma: Vidzemē starp daudziem gastronomiskā tūrisma objektiem komunikācija un sadarbība nav pietiekama.

Pētījuma mērķis bija izpētīt sadarbību gastronomiskajā tūrismā Vidzemē un izstrādāt ieteikumus sadarbībai Vidzemes gastronomiskā tūrisma uzņēmumiem produkta konkurētspējas uzlabošanai, jauna tīklojuma un sadarbības izveidei.

Pētījuma jautājumi:

1. Kāda ir pašreizējā sadarbība starp gastronomiskā tūrisma uzņēmumiem Vidzemē?
2. Kā nepieciešams attīstīt sadarbību starp gastronomiskā tūrisma uzņēmumiem Vidzemē?

Pētījumu iesākot, tika veiktas literatūras studijas, pasaules un Latvijas pieredzes analīze. Tā tika iegūts priekšstats par tendencēm gastronomiskajā tūrismā. Lai īstenotu pētījumu, tika izmantota kvalitatīvā pētījumu metode – veiktas daļēji strukturētas intervijas. Tika izstrādāti interviju jautājumi pašvaldībām, gastronomiskā tūrisma uzņēmējiem un sadarbības organizācijām.

Metode

Līdzīgi kā iepriekšējos pētījumos, kas pētīja konkrētus gastronomiska tūrisma piemērus (Ottenbacher, Harrington 2011, 22), kā galvenā pētniecības metode tika izmantotas intervijas. Tika intervēti gastronomiskā tūrisma objektu vadītāji/uzturētāji, VPR, VTA pārstāvji, klasteru iniciatīvu koordinatori, Valmieras, Siguldas, Cēsu pilsētas pašvaldību tūrisma speciālisti. Informācijas par gastronomiskā tūrisma objektiem iegūšanai kalpoja gardēžu pieturvietu ceļvedis „Gardu muti” – www.gardumuti.lv (Gardu muti 2014) un citi avoti. Intervijas tika atlasītas „sniega pikas” veidā. Tika paredzēts, ka uzņēmēji norādīs uz nākamo intervējamo, arī ārpus „Gardu muti” vortāla esošu uzņēmumu. Ja intervējamais neieteica nākamo organizāciju, tika turpināts intervēt vortālā „Gardu muti” esošos uzņēmējus. Kopumā tika intervēts 21 cilvēks. No tiem: 12 gastronomisko tūrisma uzņēmumu

apsaimniekotāji, 2 mājražotāju tirdziņu rīkotāji, 2 klastera iniciatīvu koordinatori, 3 pašvaldību tūrisma speciālisti, kā arī pa vienam no Vidzemes tūrisma asociācijas un Vidzemes plānošanas reģiona.

Rezultāti

Andris Klepers, Gaujas Nacionālā parka klastera „Enter Gauja” koordinators, ieskicējot situāciju gastronomiskā tūrisma nišā, uzsvēra divus aspektus. Pirmkārt, ir vieglāk sadarboties ar līdzīgiem, bet ne vienmēr tādiem pašiem. Viņš min to, ka katrā gastronomiskā tūrisma sfērā, lielākoties ir viens izteikts līderis. Tas, viņaprāt, rada „tādu labvēlīgu izpratni par konkurenci, ļauj justies stiprākiem savās pozīcijās” (Klepers, intervija, 29.01.2014.). Attiecīgi, ja līderi izvēlas sadarboties, viņiem ir viegli izlemt ar ko, tādēļ sadarbība ir kvalitatīva. Autors to izprot tā, ka tirgus līderi sadarbībai izvēlās uzņēmumus, kas darbojas gastronomiskajā tūrismā (arī tirgus līderus), bet piedāvā citus produktus. Otrs aspekts ir tas, ka sadarbība nozarē lielākoties risinās nedaudz grūtāk, jo „lielākā daļa no viņiem ir nonākuši tūrismā” (Klepers, intervija, 29.01.2014.), ar to domājot nelielās lauku saimniecības, jo viņi ir „lauksaimnieki, zemnieki, ražotāji, bet ne vienmēr kā labākie tirgotāji” (Klepers, intervija, 29.01.2014.). Klepers uzsver, ka viņiem bieži trūkst skaidras izpratnes par komerciālu sadarbību, reizēm viņi pret to attiecas pat ar aizdomām (Klepers, intervija, 29.01.2014.). Autora izpratnē, tas rada tādu nedaudz paradoksālu situāciju, kad gastronomiskā tūrisma līderu vidū sadarbība notiek un notiek kvalitatīvi, savukārt, lauku saimniecību līmenī, situācija ir krietni vien sliktāka un sadarbības uzsākšana – grūtāka.

Dace Jase, Valmieras pilsētas pašvaldības sabiedrisko attiecību un tūrisma nodaļas vadītāja, uzsver, ka jānovērtē arī tūroperatoru ieguldījums gastronomiskā tūrisma attīstībā: „Lai gastronomisko tūrisma popularizētu, tūrooperatoriem jāveic liels darbs ar tiem, kas veido savus piedāvājumus, lai konkrētas vietas parādītos konkrētu tūroperatoru piedāvājumā. Lai viņi saskata konkrētu vietu kā galamērķi, kur atvest savu tūristu.” (Jase, intervija, 04.02.2014.) Arī Klepers atzīst, ka tūrooperatori ir tie, kas veicinājuši gastronomiskā tūrisma popularitāti: „Tie biežāk sāka iekļaut tos savos maršrutos un tālāk viss arī aizgāja” (Klepers, intervija, 29.01.2014.) To apliecina arī gastronomiskā tūrisma objektu apsaimniekotāji – „Nēģu tača” saimnieks Aleksandrs Rozenšteins atzīst, ka tūrooperatori zvana un interesējās par piedāvājumu (Rozenšteins, intervija, 12.02.2014.), bet „Ķonu dzirnavu” saimniece Mirdza Čākure atceras tūrooperatorus kā primāro faktoru ciemiņu skaita pieaugumam (Čākure, intervija, 12.02.2014.).

Plašāka gastronomiskā tūrisma sfēra, kā vairakkārt pieminēts intervijās, pie kuras būs jāstrādā nākotnē un par kuras uzlabošanu sarunas notiek jau tagad, ir gastronomiskā tūrisma pasniegšanas veids. Andris Klepers atzīst, ka ne tikai „Vidzemē, bet arī Latvijā kopumā raksturīgs, ka mums ir ļoti labi produkti un to saturiskā pamatkvalitāte ir laba, bet iesaiņošana un pasniegšanas veids varētu augt un augt.” (Klepers, intervija, 29.01.2014.) Viņš iesaka: „Līdz ar to tas varētu būt viens no veidiem, kur sadarbību meklēt un pastiprināt. Tieši tajā skatuvisumā.” (Klepers, intervija, 29.01.2014.)

Izvērtējot klasterus, jāatzīst, ka to darbība ir veiksmīga sadarbības forma, jo tie apvieno gan privātos uzņēmumus, gan pašvaldības, gan pētniecisko daļu. Tomēr sadarbību ilgtermiņā var apdraudēt tas, ka klasteri, vismaz tie, kas tiek īstenoti kā LIAA projekti, paredzēti trīs gadu darbībai ar izveidotu produktu vēl piecu gadu darbību (Latvijas Inovāciju un attīstības aģentūra 2011). Tie ideāli kalpo, lai atsvaidzinātu nozari, lai savāktu pie viena galda ieinteresētos un liktu radīt produktus, bet tiem pietrūkst ilgtermiņa faktora.

Analīze

Autors, analizējot teoriju, bija izvirzījis pieņēmumu, ka Vidzemē jādibina jauna sadarbības organizācija gastronomiskajam tūrismam, taču, pētot intervijas, atklājās, ka jauna sadarbības institūcija nav vēlama. Kā min Andris Klepers: „Vai ir vajadzīga jauna gastronomiskā tūrisma platforma? Es izvērtētu. Tie esošie jau ir divās, trijās, un, iespējams, pat vairāk organizācijās. Tad rodas jautājums, kura ir efektīvākā? Un vai vajag visas? Vai kaut kas traucē esošajā?” (Klepers, intervija, 29.01.2014.)

Tomēr situācija, kad 2015.gadā noslēdzas GNP „Enter Gauja” klastera projekta laiks (S!gulda Aizrauj 2012), liek domāt par to, kas notiks ar gastronomiskā tūrisma darba grupu, kas uzsākusi darbu klastera ietvaros. Izveidotajiem produktiem tiks nodrošināta dzīvotspēja vēl vairākus gadus, bet sadarbības platforma vairs neeksistēs, tāpēc autors izvirza ieteikumu pašreizējai gastronomiskā tūrisma darba grupai turpināt darbu kā biedrībai. Šāda nodibinājuma forma atļaus ievākt biedra naudu, līdzīgi, kā tas notiek klasterī, kur nelielu daļu izmaksu apmaksā arī paši uzņēmumi, piesaistīt dažādu projektu finansējumu, kā arī svarīgākais, pamazām uzņemt jaunus biedrus.

Pētot Vidzemes augstvērtīgas un veselīgas pārtikas klastera darbību, autors iepriekš bija nonācis pie secinājuma, ka klasterim būtu jāuzsāk darbība gastronomiskā tūrisma nišā. Iegūstot plašāku informāciju par Vidzemes augstvērtīgas un veselīgas pārtikas klastera darbību (tiek spriests arī par iespēju vienā vai otrā formā darboties gastronomiskā tūrisma nišā), kā arī noskaidrojot to, ka klasterī „Enter Gauja” darbu uzsākusi gastronomiskā tūrisma darba grupa, autors iesaka tai sadarboties ar Vidzemes augstvērtīgās un veselīgas pārtikas klasteri, kuras koordinators Kristaps Ročāns stāsta, ka plānots: „...integrēt divas vai vairākas darbības nišas kopīgi ar GNP klasteri. Tie gan varētu būt mazi, praktiski risinājumi, nevis liels, milzīgs projekts.” (Ročāns, intervija, 05.02.2014.)

Šajā darbā nav pētīts, bet turpmāk noteikti būtu jāpēta gastronomiskā tūrista profils, latviešu modernās virtuves izveides priekšnoteikumi, kādu kvalitāti sagaida ārzemju gastronomiskais tūrists-gardēdis, „Enter Gauja” gastronomiskā tūrisma grupas piedāvājumu realizācijas pozitīvie aspekti, kā arī ietekme uz gastronomisko tūrismu Latvijā kopumā.

Secinājumi

1. Kopējā sadarbības tendence gastronomiskajā tūrismā Vidzemē ir pozitīva.
2. Gastronomiskajā tūrismā Vidzemē un arī Latvijā ir ļoti labi produkti un saturiskā kvalitāte, bet mārketingā, tiešajā un netiešajā pārdošanā to vēl varētu attīstīt.
3. Atzinīgi vērtējams tūroperatoru ieguldījums gastronomiskā tūrisma attīstībā, it īpaši tā popularizēšanā.
4. Jaunas sadarbības veicināšanas organizācijas izveide Vidzemē iesaistīto pušu skatījumā patlaban nav nepieciešama, jo visus aktuālos jautājumus var risināt, izmantojot esošās sadarbības platformas.
5. Sadarbība gastronomiskajā tūrisma Vidzemē aktīvi veidojas ap gastronomiskā tūrisma tirgus līderiem, tomēr nepilnīgi tiek iesaistīti mazie gastronomiskā tūrisma uzņēmēji, kuriem trūkst informācijas par šo nišu.
6. Vidzemes augstvērtīgas un veselīgas pārtikas klasteris varētu būt nozīmīgs spēlētājs gastronomiskajā tūrismā Vidzemē, bet tā potenciāls vēl nav atklāts.
7. Sadarbība gastronomiskajā tūrismā Vidzemē konkrētu veidolu „Enter Gauja” klastera gastronomiskā tūrisma darba grupā ieguvusi pavisam nesen. Nepieciešams to attīstīt līdz sadarbības realizācijai pakalpojumu piedāvājumā.

8. „Enter Gauja” klastera gastronomiskā tūrisma darba grupa varētu būt platforma veiksmīgai sadarbībai gastronomiskajā tūrismā. Tā labi kalpo jaunu produktu un pakalpojumu radīšanai, tomēr jāērēķinās ar to, ka tās darbības ilgums ir limitēts.

Priekšlikumi

1. Esošajām gastronomiskā tūrisma sadarbības organizācijām risināt mārketinga, tiešās un netiešās pārdošanas jautājumus, meklēt iespēju, kā uzlabot situāciju Vidzemē kopumā.
2. Pašvaldības, ka arī gastronomiskā tirgus līderi varētu veicināt mazāko gastronomisko tūrisma uzņēmēju, lauku uzņēmēju izpratni par gastronomiskā tūrisma specifiku un mudināt tos aktīvāk iesaistīties sadarbības organizācijās
3. Vidzemes augstvērtīgas un veselīgas pārtikas klasterim izprast savu iespējamo pienesumu gastronomiskā tūrisma nozarei un rīkoties atbilstoši iespējām.
4. „Enter Gauja” klastera gastronomiskā tūrisma darba grupas darbībai noslēdzoties, ieteicams nodibināt biedrību un turpināt darbu gastronomiskā tūrisma attīstībā vai arī apvienoties ar Vidzemes augstvērtīgas un veselīgas pārtikas klasteri, kura darbības laiks nav ierobežots, un veidot jaunu stiprāku zīmolu.
5. Pēc klastera „Enter Gauja” darbības noslēguma, gastronomiskā tūrisma darba grupai noteikti jāizvērtē veikums un pienesums (pozitīvie aspekti, iespējamie uzlabojumi tās darbībā, kā arī ietekme uz gastronomisko tūrismu Latvijā kopumā).

Avotu saraksts

1. Čākure M. *Ķonu dzirnavu saimniece*, intervija 12.02.2014.
2. Gardu muti (2014). „Gardu muti” mājas lapa. Pieejams: <http://www.gardumuti.lv/vietas/> (aplūk. 17.05.2014.).
3. Jase S. *Valmieras pilsētas pašvaldības sabiedrisko attiecību un tūrisma departamenta vadītāja*, intervija 04.02.2014.
4. Klepers A. ENTER GAUJA koordinators, intervija 29.01.2014.
5. Kupče A. VTA biroja administratore, intervija 05.02.2014.
6. Latvijas Inovāciju un attīstības aģentūra (2011). *Klasteru atbalsta programma 2012-2015*. Pieejams: http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/attachments/klasteru_atbalsta_programma_2012-2015.pdf (aplūk. 14.05.2014.).
7. Ottenbacher, M.C., Harrington R.J., (2011) *A Case Study of a Culinary Tourism Campaign in Germany: Implications for Strategy Making and Successful Implementation. Journal of Hospitality & Tourism Research*. Vol. 20 No. 1, pp.22.
8. Ročāns K. Vidzemes augstvērtīgās un veselīgas pārtikas klastera koordinators, intervija 05.02.2014.
9. Rozenšteins A. Nēģu tača saimnieks, intervija 12.02.2014.
10. *Siļģulda Aizrauj 2012. Gaujas Nacionālā parka tūrisma klastera attīstība*. Pieejams: www.tourism.sigulda.lv/gaujas-nacionālā-parka-tūrisma-klastera-attīstība/ (aplūk. 17.05.2014.).

Latvijas iedzīvotāji kā tūrisma informācijas sniedzēji tripadvisor.com diskusiju forumā

Latvian Residents as Providers of Tourism Information in Tripadvisor.com Discussion Forum

Autore: Malvīne Vernera, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma „Tūrisma organizācija un vadība”

Darba zinātniskā vadītāja: Ilze Grīnfelde, Mg.sc.soc.

Kopsavilkums

Darba nosaukums ir „Latvijas iedzīvotāji kā tūrisma informācijas sniedzēji tripadvisor.com diskusiju forumā”. Šis pētījums tika veikts ar mērķi noskaidrot, kāda loma virtuālajā vidē Latvijas iedzīvotājiem ir kā tūrisma informācijas sniedzējiem un kāda veidā tie spēj mainīt potenciālo tūristu lēmumu pieņemšanas un ceļojumu plānošanas procesus. Par pētījuma vidi tika izvēlēts viens no zināmākajiem ar ceļošanu saistītajiem forumiem – tripadvisor.com. Līdzīga rakstura pētījumi Latvijā nav veikti, un arī ārzemju tūrisma pētījumu kontekstā tikai pavisam nesen sāk aptvert vietējo iedzīvotāju kā tūrisma informācijas sniedzēju nozīmību. Pētījums tika veikts bez datorizētu programmu palīdzības, manuāli ievācot un apkopojot atbilstošās diskusiju sarunas un tālāk veicot kvalitatīvu un kvantitatīvu datu analīzi.

Pētījuma ietvaros apkopota būtiskākā teorija, kas saistīta ar tūrisma informācijas sniedzējiem virtuālajā vidē, lielāko uzsvāru liekot uz virtuālā vārda ietekmi un interneta diskusiju forumu nozīmību tūrismā, aplūkota arī vietējo iedzīvotāju lomu tūrismā un to mijiedarbību ar tūristiem. Praktiskajā pētījuma daļā veikta diskusiju foruma tripadvisor.com Latvijas sadaļas satura analīze, apkopojot sarunas, kurā atspoguļojas lietotāju savstarpējā mijiedarbība un ietekme, un analizējot iegūtos datus no vairākiem aspektiem, kā arī izdarot datu klasifikāciju.

Abstract

The research work is entitled „Latvian residents as providers of tourism information in tripadvisor.com discussion forum”. The research was conducted in order to find out the importance of residents of Latvia as providers of tourism information, and the ways they can change the decision making and travel planning processes of potential tourists. One of the most well-known travel discussion forums – tripadvisor.com – was chosen as the research environment. Similar type of research has not been conducted in Latvia yet, and also in the context of international tourism research, the significance of local residents as tourism information providers has been discovered very recently. The research was carried out without using any computerized programmes by manually obtaining and collecting respective conversations of discussions and further carrying out quantitative and qualitative data analysis.

The research summarizes the main theory which is related to the tourism information providers in virtual environments, emphasizing the eWord-of-mouth (eWOM) and the importance of internet discussion forums in tourism. The study also explores the main theories on the role of local residents in tourism and their interaction with tourists. In the practical part of the research, the content analysis of Latvian section of tripadvisor.com discussion forum was carried out by batching those conversations where interaction between community members is best reflected and by analysing the gathered data from several aspects, as well as doing data classification.

Atslēgas vārdi: vietējie iedzīvotāji, interneta resursi, mijiedarbība, ietekme, lēmumu pieņemšanas procesi, diskusiju forumi.

Ievads

Mūsdienu sabiedrībā tehnoloģiskā progresa laikmetā informācijas meklēšana ieņēmusi nozīmīgu vietu ne tikai tūrisma mārketingā, bet arī tūristu uzvedībā un lēmumu pieņemšanas procesos. Šodien vairums ceļotāju iepriekš ievāc informāciju par atbilstošo galamērķi, lai paaugstinātu iecerētā ceļojuma kvalitāti un samazinātu bažas, kas saistītas ar funkcionāliem, psiholoģiskiem, fiziskiem, kā arī sociāliem riskiem (Fodness et al. 1997, 503-323; Gretzel et al. 2010, 179-188; Stepchenkova et al. 2006, 943-956). Lēmuma pieņemšanu par došanos/nedošanos uz galamērķi, kā arī paredzētajām aktivitātēm var ietekmēt daudzējādi resursi un informācijas avoti: paziņu un draugu ieteikumi, informācija medijos, pašu galamērķu veidotie informatīvie materiāli u. tml. Vārda ietekme (no angļu valodas - word of mouth) jeb citu cilvēku ieteikumi atzīti par visnotaļ nozīmīgu un vērā ņemamu faktoru plānošanas un lēmuma pieņemšanas laikā (Jalivand et al. 2012, 591-612; Nielsen 2014). Tas nozīmē, ka tūristi šodien labprāt saņem informāciju no citiem cilvēkiem, kam iepriekš bijusi pieredze galamērķī, un informācijas sniedzēji var būt kā citi ceļotāji, tā arī vietējie iedzīvotāji. Šajā nolūkā strauji attīstījušies arī interneta diskusiju forumi, kas būtībā ir virtuālas platformas, kurās ceļotāji var dalīties pieredzē un interesēties par sev saistošiem jautājumiem (ComputerHope 2014; Feerst et al. 2013). Šajā vidē arī Latvija kā tūrisma galamērķis tiek aktīvi apspriests, un ļoti daudzās sarunās līdzdalīgi ir arī Latvijas iedzīvotāji, kuru viedoklim un uzskatiem ir zināma ietekme tajā, kā daļa potenciālo tūristu raugās uz savu topošo ceļojumu un Latviju kā galamērķi.

Metode

Lai apkopotu nepieciešamo informāciju, mehāniski tika veikta datu atlase no tripadvisor.com interneta foruma Latvijas sadaļas (<http://www.tripadvisor.com/ShowForum-g274960-i1133-Latvia.html>). Atlasot nepieciešamo informāciju, bija nepieciešams balstīties uz vairākiem iepriekš izstrādātiem kritērijiem.

Pirmais nosacījums bija tikai tādu sarunu (diskusiju) apkopošana, kurās atspoguļojas lietotāju savstarpējā mijiedarbība un ietekme. Otrkārt, apjomīgā informācijas daudzuma dēļ (šajā konkrētajā forumā līdz šim ir aizsāktas vairāk nekā 2600 diskusijas), ko nācās apkopot bez datorizētu programmu palīdzības, tika nolemts veikt datu izlasi, pamatojoties uz attiecīgu periodu no 2013. gada martam līdz 2014. gada martam. Treškārt, jāuzsver, ka autore strādāja viena pati, līdz ar to diezgan subjektīvi nācās izvērt katras individuālās diskusijas atbilstību iekļaušanai izlasē (vai ir saredzama ietekme, vai nav). Tas attiecas uz atspoguļoto tēmu klasifikācijām un ietekmes veidiem. Lai samazinātu kļūmju iespējamību, darba autore vairākkārt aplūkoja ievāktās diskusijas un pārējos aspektus, šaubu gadījumā aplūkojot katru jautājumu daudz individuālāk un padziļinātāk un veicot izmaiņas, ja nepieciešams. Jāuzsver, ka darba gaitā tā autore nekādā veidā neietekmēja pētāmos objektus (diskusijas dalībniekus un to sarunas), pildot novērotājas lomu, tādēļ diskusiju dalībnieki nenojauta, ka tiek pētīti.

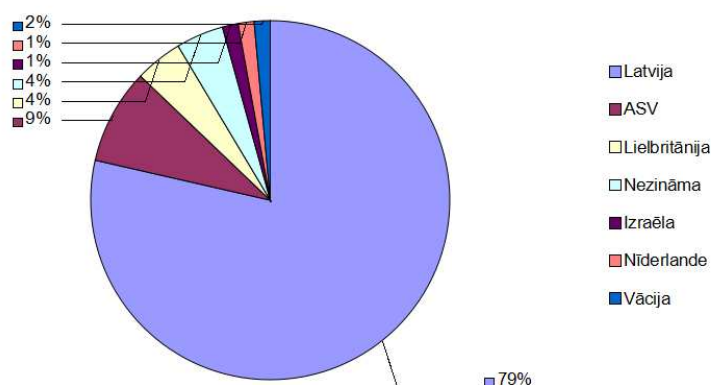
Pēc datu ievākšanas autore centās saskatīt likumsakarības gan tematiskajos lokos, gan ietekmju veidos, kā arī latviešu-ārzemju lietotāju (ieteikumu sniedzēju) proporcijās, apliecinot Latvijas iedzīvotāju kā tūrisma informācijas sniedzēju lomu.

Rezultāti un analīze

Analīzes procesa ietvarā autore apkopoja ar konkrētajām diskusijām saistītu informāciju: ievietošanas datumu, konkrētus citātus (diskusiju uzsākošais jautājums, citu lietotāju atbildes,

kas identificētas, kā ietekmējošas, un citāti, kas apliecina ietekmi uz diskusijas uzsācēju), arī galvenās apspriesto jautājumu kategorijas un valsti, no kurienes nāk lietotājs, kura „vārds” spējis ietekmēt citu lietotāju rīcību. Tāpat autore centās noteikt ietekmes veidu (meklēšanas process vai lēmuma pieņemšana). Fakts, ka dati apkopoti gan statistiski, gan pamatoti ar citātiem (analīzes argumentācijai) padara šo pētījumu par kvalitatīvi-kvantitatīvu.

Pirms padziļinātāk izvērtēt Latvijas kā tūrisma informācijas sniedzēju raksturojumus un ietekmes veidus, būtiskākais ir apjaust un noteikt to, cik liela loma tūristu lēmumu pieņemšanas un informācijas meklēšanas procesos tiem ir kopējā sarunu kontekstā. Šim nolūkam autore apkopoto datu tabulā izveidoja speciālu kolonnu, kurā norādīta ieteicējlietotāja valsts. Proporciju skaidrākai izpratnei, tabulas dati apkopoti 1. attēlā redzamajā diagrammā.



1. Attēls. Lietotāju – tūrisma informācijas sniedzēju valstis

Avots: autores veidota diagramma.

Kā var skaidri redzēt, Latvijas iedzīvotāji tiešām veido lielāko proporciju (79%) kopējā lietotāju kā tūrisma informācijas sniedzēju skaitā tripadvisor.com diskusiju foruma sarunās, t.i., lietotāji no Latvijas vairumā gadījumu ir tie, kuru sniegtie padomi saskatāmi kā ņemti vērā no ārzemju lietotāju (potenciālo tūristu) puses. Taču, pētījuma laikā apjausts arī fakts, ka ne vien vietējie iedzīvotāji, bet arī ārzemju lietotāji (tātad - tūristi, kas Latvijā ir bijuši iepriekš) spēj ietekmēt citus tūristus ar savu viedokli un informāciju. Lai gan šādi lietotāji procentuāli konkrētajā izlasē uzskaitīti daudz mazāk, nekā vietējie iedzīvotāji, arī šo faktoru nedrīkst izslēgt, runājot par virtuāla vārda spēka izmantošanu galamērķa un produktu popularizēšanā. Kopā ārzemju lietotāji kā tūrisma informācijas sniedzēji veido 21% no kopējās izlases. No tiem aktīvākie ir lietotāji no ASV, ieteikumus snieguši arī lietotāji no Lielbritānijas, Vācijas, Nīderlandes un Izraēlas, taču daļai lietotāju nebija norādīta to valsts.

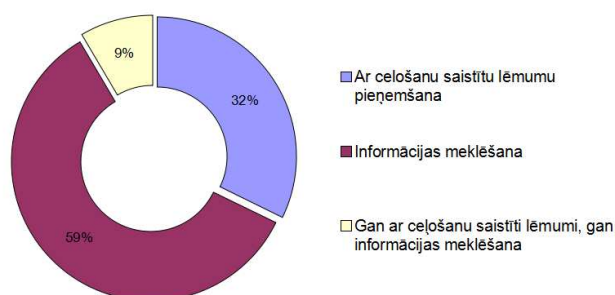
Datu apkopošanas gaitā autore nonāca pie vairākiem slēdzieniem, kas spēj raksturot gan virtuālo diskusiju vidi tūrisma kontekstos, gan lietotāju savstarpējo attiecību raksturojumu sarežģītību. Pirmkārt, tas saistāms ar faktu, ka diskusiju ietekmju izpaušmes virtuālās vides sarunās ir atšķirīgas. Lai gan darba autorei sākotnēji šķita, ka vairumā diskusiju būs iespējams skaidri „nolasīt” to, vai citi lietotāji spējuši kaut kādā veidā ietekmēt diskusijas uzsācēja uzskatus un/vai rīcību par galamērķi, došanos uz to un paredzētajām aktivitātēm, datu ievākšanas un analīzes gaitā viņa apjauta, ka ne visās diskusijās ietekmju izpaušme ir skaidra. Vienkāršākai domas izpratnei var ielūkoties dažos no sarunu citātiem un kontekstu piemēriem:

1. „Paldies! Tava atbilde bija ļoti noderīga!”, „Paldies par informāciju, tā mums ļoti palīdz. Nevaru vien sagaidīt mūsu ceļojumu”, „Liels paldies par atbildi un padomiem!” (Tripadvisor 2014).

2. „Paldies jums abiem. Tad es braukšu ar vilcienu, bet atpakaļ došos ar laivu”, „Paldies, es noteikti to apsvēršu, tā kā man patīk pilis”, „Paldies par padomu (..) Darišu nepieciešamo” (Tripadvisor 2014).

Kā redzams, iespējams identificēt un atšķirt divus dažādus kontekstus. Pirmā gadījuma piemēros diskusiju uzsācēji pasakās par palīdzību un apliecina, ka ir novērtējuši tiem sniegtos padomus, taču nekādā veidā konkrētāk nenorāda, vai reālajā dzīvē ir tos ņēmuši vērā vai nav. Otrā piemēru grupa savukārt attiecas uz tām lietotāju atbildēm, kurās autore jau daudz skaidrāk varēja nojaust, ka lietotājs (tātad – potenciālais ceļotājs) ir ietekmējies no citu lietotāju sniegtās informācijas un reālajā dzīvē, savā pieredzē, dodoties uz Latviju, ir to ņēmis vērā. Ja skatāmies statistiski, tad skaidri un pēc konteksta nojaušamo ietekmju īpatsvars ir visnotaļ samērīgs: 27 sarunas tika identificētas kā tādas, kurās ietekme bija skaidra, taču 23 tā bija jāizvērtē pēc konteksta.

Otrkārt, tika apjausts, ka diezgan krasi atšķiras tas, kāda veida procesos ārzemju lietotāji tika ietekmēti. Lai gan gada projekta izstrādes procesa sākumā autore uzskatīja, ka virtuālajai videi būs skaidri saredzama ietekme uz tūristu kā patērētāju lēmumu pieņemšanu par tādiem aspektiem kā tūrisma produktu iegāde vai izvēle par konkrētiem galamērķiem, datu apkopošanas procesa laikā tika atklāts, ka šis sākotnējais pieņēmums bijis visnotaļ maldīgs un datus bija iespējams iedalīt kategorijās pēc procesu veidiem, kas tika ietekmēti lietotāju savstarpējās mijiedarbības (sarunu) dēļ. Kā redzams 2. attēlā, vislielākā loma kā vietējiem iedzīvotājiem, tā citiem tūristiem interneta vidē konkrētās izlases ietvaros bija tajā, kā un kur lietotāji turpmāk meklē viņiem aktuālo informāciju (59%). Būtībā – diskusiju foruma lietotāji spēj ietekmēt citu lietotāju lēmumu pieņemšanu, taču vairumā gadījumu tas notiek netiešā veidā, novirzot diskusiju dalībniekus uz citiem, tiem aktuāliem informācijas resursiem, kas tad tālāk var kalpot par būtisku faktoru tam, vai potenciālais tūrists pieņems lēmumu par labu/sliktu kāda produkta iegādei, galamērķa apmeklēšanai u. tml. Tāpat tika identificētas tādas sarunas, kurās tika ietekmēts tikai un vienīgi lēmuma pieņemšanas process, taču to īpatsvars kopējā sarunu skaitā ir mazāks (32%), nekā autore bija gaidījusi, uzsākot savu pētījumu. Tāpat viņa spēja identificēt tādas sarunas, kurās vienlaikus tika ietekmēti ne tikai lietotāja ceļošanas plānošanas un izvēles procesi, bet arī informācijas meklēšanas gaita (9%).



2. Attēls. Diskusiju forumā tripadvisor.com identificētie procesi, kas ietekmēti lietotāju mijiedarbībā

Avots: autores veidota diagramma.

Secinājumi

1. Diskusiju forumi ir atzīstams par gana labu vidi, kurā pētīt iedzīvotāju un tūristu mijiedarbību. Tas attiecināms arī Latvijas gadījumā, tā kā darbā par pamatu tika ņemts

tripadvisor.com diskusiju forums, un tajā iegūtie dati spēja atspoguļot Latvijas iedzīvotājus kā tūrisma informācijas sniedzējus, kā arī apliecināja to, ka potenciālie tūristi spēj no tiem ietekmēties.

2. Interneta resursiem un virtuālā vārda spēkam ir būtiska nozīme tajā, kā tūristi, kas dodas uz Latviju, plāno savus ceļojumus un pieņem ar to saistītus lēmumus.
3. Latvijas tūrisma pētījumu nozarē trūkst pētījumu un aktuālās informācijas par vietējiem iedzīvotājiem kā tūrisma informācijas sniedzējiem, līdz ar to, tie nešķiet pietiekami novērtēti, ņemot vērā tehnoloģiju pieaugošo nozīmību informācijas apritē un apmaiņā. Trūkst arī pētījumu un izpratnes par vietējo iedzīvotāju-tūristu mijiedarbību Latvijā kā tūrisma galamērķī.
4. Diskusiju sarunu intensitāte tripadvisor.com diskusiju foruma Latvijas sadaļā ir atšķirīga un ne visās sarunās potenciālie tūristi var gūt sev noderīgu informāciju. Lai gan tripadvisor.com diskusiju foruma Latvijas sadaļa ir visnotaļ aktīva, un līdzdalīgi ir vietējie iedzīvotāji, ne visi tūristu jautājumi tiek atbildēti, kā arī ir daži lietotāji, kuri ir izteikti aktīvi šajā vidē, atbildot uz lielāko daļu tūristus interesējošiem jautājumiem.
5. Ietekme uz potenciālajiem galamērķa apmeklētājiem ir kā vietējiem iedzīvotājiem, tā ārzemniekiem, taču vietējie iedzīvotāji ir visaktīvākie un to viedoklis un piedāvātā informācija tiek novērtēta augstāk.
6. Latvijas iedzīvotāji spēj ietekmēt tūristu lēmuma pieņemšanas procesu, taču lielāku nozīme viņu vārdam ir tūrisma informācijas meklēšanas procesā. Vietējie iedzīvotāji sniedz informāciju, ko potenciālie tūristi tālāk atklāj paši. Līdz ar to vietējie iedzīvotāji uzskatāmi par būtisku posmu tūrisma informācijas meklēšanas stratēģijās, kas, saskaņā ar citu pētnieku atklājumiem, kompleksi procesi.
7. Lai gan kopumā tika identificētas deviņas sarunu tematikas, tēmas, kurā visbiežāk tūristi labprāt ieņem vietējo iedzīvotāju viedokli, ir transports, tūrisma objekti un vispārīgi ieteikumi galamērķa sakarā.
8. Lai gan vietējo iedzīvotāju „vārdam” ir lielāka ietekme nekā ārzemju ceļotāju sniegtajai informācijai, iespējamās situācijas, kad tūristam tiek sniegta neprecīza vai mulsinoša informācija. Vietējo iedzīvotāju zināšana par galamērķi, kurā tie dzīvo, un to pasniegtās informācijas objektivitātei pavisam noteikti ir potenciāls turpmākās izpētēs.
9. Tūristu un vietējo iedzīvotāju mijiedarbības pētīšana virtuālā vidē ir komplekss un visnotaļ sarežģīts process; šādiem pētījumiem nepieciešams darbs grupās, ļaujot tos veikt daudz kvalitatīvāk un sniedzot precīzākus rezultātus.

Priekšlikumi

1. Latvijas tūrisma pētniekiem ieteicams vairāk veikt pētījumus virtuālajā vidē, analizējot ne tikai interneta diskusiju forumus, bet arī citus avotus un sociālos tīklus un medijus. Interneta nozīmība tūrismā ir tik liela, ka interneta resursu pareizai izmantošanai kā mārketingā, tā galamērķa tēla veidošanā un informācijas sniegšanā ir būtiska loma ceļotāju uzskatu veidošanā un lēmumu pieņemšanas procesos. Skaidrāka izpratne par interneta resursu nozīmību un to analīze varētu atklāt tālāku problemātiku un ieteikumus informācijas tūristiem sniegšanas uzlabošanai.
2. Tā kā virtuālais vārds ir nozīmīgs ceļotājiem, kas dodas uz Latviju, tūrisma uzņēmējiem vairāk jāpopularizē atsauksmju sistēma, arī vietējo iedzīvotāju un

galamērķa pārstāvju aktivitāte virtuālās informācijas platformās var būt svarīgs posms lēmuma pieņemšanas procesā par došanos/nedošanos uz konkrētu galamērķi.

3. Tūrisma pētniekiem un ekspertiem, piemēram, tūrisma un antropoloģijas studentiem un pasniedzējiem, savos pētījumos būtu ieteicams pievērst uzmanības vietējo iedzīvotāju izpētei, tā kā šis aspekts tūrisma pētniecībā Latvijā joprojām ir maz aplūkots, taču atzīts kā būtisks tūristu pieredzes veidošanā. Šeit var runāt gan par vietējo iedzīvotāju-tūristu mijiedarbību virtuālā vidē, gan pašā galamērķī (Latvija, Rīga u. tml.).
4. Kampaņu un informatīvā veidā ieteicams mudināt vietējos iedzīvotājus būt aktīvākiem un atvērtākiem komunikācijā ar tūristiem, veicināt pozitīvu ienākošo tūristu tēlu un uzsvērt tūrisma nozares nozīmību valsts ekonomikas attīstībā. Tāpat arī galamērķu tūrisma organizāciju (piemēram, TIC) pārstāvji varētu veltīt daļu laika populārāko diskusiju forumu apsekošanai un aktuālās informācijas sniegšanai tūristiem.
5. Tā kā transports tika identificēts kā tēma par kuru visbiežāk tika uzdoti jautājumi, var spriest, ka internetā pieejamā informācija par transporta sistēmām Latvijā ir vai nu nepietiekama vai sarežģīta. Attiecīgajām institūcijām un personām (piemēram, TAVA, Rīgas Tūrisma Attīstības Birojs, tūrisma pētnieki) būtu ieteicams apsekot un izanalizēt internetā pieejamo informāciju un tās atbilstību, noderību un saprotamību tūristiem.
6. Virtuālā vide spēj sniegt vispārīgu word-of-mouth (ieteikumu) nozīmību vietējo iedzīvotāju un tūristu mijiedarbības kontekstā, taču reālās ietekmes (to izpausmes, tūristam jau esot galamērķī, piemēram) novērošanai un apjaušanai vēlams veikt padziļinātākus pētījumus ar daudzveidīgāku metodoloģiju, piemēram, novērojumus galamērķī, fokusgrupu intervijas u.tml.

Avotu saraksts

1. Computer Hope (2014). *What is message board?* Pieejams: <http://www.computerhope.com/jargon/m/messboar.htm> (aplūk. 06.12.2014.).
2. Feerst E., Stewart D. (2013). *Internet communities and forums*. Pieejams: <http://www.videojug.com/interview/internet-communities-and-forums-2#what-is-an-internet-forum> (aplūk. 15.04.2014.).
3. Fodness, D., and Murray, B. (1997). *Tourist Information Search. Annals of Tourism Research*, 24, pp. 503–523.
4. Gretzel, U., Ciang, Z. (2010). *Role of social media in online travel information search. Tourism Management*, 31, pp. 179 -188.
5. Jalilvand, M.R, Samiei, N. (2012). *The impact of electronic word of mouth on a tourism destination choice: Testing the theory of planned behavior (TPB), Internet Research*, Vol. 22 (5), pp. 591 – 612
6. Nielsen (2012). *Global Trust in Advertising and Brand Messages*. Pieejams: <http://www.nielsen.com/us/en/reports/2012/global-trust-in-advertising-and-brand-messages.html> (aplūk. 06.01.2014.).
7. Stepchenkova, S., Morrison, A. M. (2006). *The destination image of Russia: from the online induced perspective. Tourism Management*, 27(5), pp. 943-956.

8. Tripadvisor (2014). *Latvia Travel Forum*.
<http://www.tripadvisor.com/ShowForum-g274960-i11133-Latvia.html>
20.04.2014.). Pieejams:
(aplūk.

Lībiešu kultūras fenomena izmantošana tūrismā, veidojot Mazirbes tēlu

The Use of the Liv Cultural Phenomenon in Tourism in Creating the Image of Mazirbe Town

Autore: Antra Bērziņa, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma „Tūrisma organizācija un vadība”

Darba zinātniskais vadītājs: Jānis Kalnačs, Dr.art.

Kopsavilkums

Gada projekts „Lībiešu kultūras fenomena izmantošana tūrismā, veidojot Mazirbes tēlu” galvenokārt ietver lībiešu kultūras analīzi un iepazīšanu, kas sekmētu priekšlikumu izstrādi lībiešu kultūras veiksmīgai izmantošanai tūrismā, veicinot Mazirbes, kā arī Ziemeļkurzemes tēla veidošanu, sasaistot to ar lībiešu kultūras fenomenu.

Veicot pētījumu, darba autore secināja, ka veiksmīgu priekšlikumu izstrādei nepieciešama dziļa iepriekšēja izpēte un šo priekšlikumu realizēšanai dzīvē būtu jāveic papildu mērķauditorijas un citu faktoru analīze, kā arī jārisina finansiālas dabas jautājumi, meklējot piemērotu finanšu avotu šo ideju realizēšanai. Galvenās problēmas šo ideju īstenošanai dzīvē attiecināmas uz finanšu piesaisti un sadarbības partneru atrašanu.

Abstract

The research work „The use of the Liv cultural phenomenon in tourism in creating the image of Mazirbe town” mainly includes the introduction and the analysis of the Liv culture which would contribute to the development of successful Liv cultural tourism, as well as promotion of the image of Mazirbe town and North Kurzeme by linking it with the Liv cultural phenomenon.

During the research the author concluded that the creation of useful recommendations requires a deep preliminary investigation of the field. Before the implementation of these recommendations in practice, an analysis of other factors should be carried out.

Atslēgas vārdi: kultūras mantojums, tūrisms, lībieši, Ziemeļkurzeme, Mazirbe.

Ievads

Lībieši- noslēpumainības un skarbas romantikas apvīta tauta. Lībieši tiek uzskatīti par Latvijas pamatiedzīvotājiem, kuriem ir sava valoda un kultūra, kā arī vēsturiskā teritorija. Lai gan, iepazīstoties ar dažādiem vēsturiskajiem avotiem, atmiņu stāstiem un citiem materiāliem, top skaidrs, ka lībieši dzīvoja ne tikai Ziemeļkurzemes piekrastē, par lībiešu etnisko centru tiek uzskatīta Mazirbe, kas vilina ar savu neparasto gaisotni.

Cauri gadu simtiem – paaudžu un dzimtu glabāta un kopta. Meistaru rokām laivās un tīklos darināta. Košām krāsām tērpos un rakstos austa. Dziesminieku un teicēju apdziedāta. Tradīciju, tautas vadoņu un senu zīmju sargāta. Laikmetu griežu un vēsturisku notikumu celta un ārdīta. Skarbu vēju pūsta un jūras viļņu skalota. Zvīņu, mēness un zvaigžņu sudrabota. Prieku smaržas, kauju un saules apmīļota- lībiešu zeme (Šuvcāne 2008).

Vienā otrā Latvijas malā varam atrast senvietas, kas vēsta par pagātni. Laika gaitā gan daudz kas nav saglabājies. Tomēr Latvijā ir vieta, kur lībieši dzīvoja vēl 20.gadsimtā. Tā ir

Ziemeļkurzeme starp Ventspili un Kolkastragu, kur nelielā, aptuveni 60 km garā un dažus kilometrus platā trūcīgas zemes josla (Šuvcāne 2002).

Šis apdraudētās kultūras fenomens krietni vien ietekmējis mierīgā piejūras ciematiņa- Mazirbes- attīstību. Senais ciems atrodas pie Mazirbes upītes grīvas. Tieši lībiešu entuziastiskais gars un savas kultūras izkopšana ļāvusi ciemam uzplaukt, spilgti iemiesojot šīs unikālās kultūras tradīcijas, no kurām dažas tiek godātas līdz pat mūsdienām.

Šī darba izstrādes procesā tika apkopota informācija par lībiešu kultūras vēsturi, kā arī analizēta šīs kultūras ietekme uz Mazirbes attīstību un izaugsmi. Tika izstrādāti priekšlikumi Mazirbes tēla uzturēšanai, izmantojot lībiešu kultūras fenomenu un tā nozīmi šī ciema izaugsmē un attīstībā.

Pētāmie jautājumi:

1. Kādi ir lībiešu kultūras vēstures galvenie aspekti?
2. Kāds ir nozīmīgāko personību ieguldījums lībiešu kultūras attīstībā?
3. Kādas ir lībiešu kultūras galvenās iezīmes?
4. Kā Mazirbes vēsturi var sasaistīt ar lībiešu kultūru?
5. Kādas ir iespējas lībiešu kultūras fenomena izmantošanā tūrismā?

Darba uzdevumi:

1. Iepazīt ar lībiešu kultūras vēsturi, tās attīstību, gūt skaidru priekšstatu par šīs kultūras specifiku un niansēm;
2. Iepazīt Mazirbes- pilsētas, kura tiek dēvēta par lībiešu kultūras etnisko centru-, vēsturi un attīstību;
3. Iepazīties ar veiktajiem pētījumiem, zinātniskajiem rakstiem un publikācijām par lībiešu kultūru, secinot, kas vēl būtu veicamas šīs kultūras dziļākai izpētei;
4. Lībiešu likteņstāstu apkopošana, to sasaiste ar Mazirbes attīstību. Caur šiem likteņstāstiem analizēt Ziemeļkurzemes lībiešu ikdienu;
5. Analizēt lībiešu svētkus, to nozīmi lībiešu kultūras saglabāšanā;
6. Iepazīt lībiešu valodas īpatnības, tās attīstību, un situāciju mūsdienās;
7. Nozīmīgāko Mazirbes vietu apzināšana un apsekošana, analizējot to sasaisti ar lībiešu kultūru;
8. Līvu tautas nama apmeklēšana, darbinieku intervēšana, arhivēto materiālu izpēte;
9. Pamatojoties uz apkopoto informāciju, izstrādāt priekšlikumus šī kultūras fenomena veiksmīgai izmantošanai tūrismā, tādējādi sekmējot lībiešu kultūras saglabāšanu.

Metode

1. Literatūras un citu pieejamo avotu studijas.
2. Dažādu arhivēto materiālu, piemēram, Mazirbes baznīcas arhīvu izpēte.
3. Nozīmīgāko Mazirbes vietu apzināšana un apsekošana, analizējot šo vietu sasaisti ar lībiešu kultūru
4. Intervija ar vienu no lībiešu pēctečiem un šīs kultūras entuziastiem- Jāni Ērenštreitu.

5. Aptauja. Lai noskaidrotu sabiedrības informētību jautājumos saistībā ar lībiešu kultūru, kā arī ieinteresētību tajā, tika veidota aptaujas anketa (7 jautājumi). Elektroniski tika aptaujāti 117 respondenti vecumā no 15 līdz 61 gadiem. Aptaujas rezultāti precizēja sabiedrības informētības līmeni, kā arī tika noskaidrotas tās aktivitātes un pasākumi, kuros vairākums respondentu būtu ieinteresēti piedalīties. Aptaujas rezultāti palīdzēja priekšlikumu izstrādē.

Rezultāti

Gada projekta mērķis bija izpētīt un analizēt lībiešu ietekmi uz Mazirbes vēsturisko attīstību, kā arī analizēt lībiešu kultūras etniskās vēstures attīstību Ziemeļkurzemes reģionā, atklājot šīs kultūras fenomenu un uzsverot tās retumu un unikalitāti. Izstrādāt priekšlikumus lībiešu kultūras vēstures izmantošanai tūrismā, tādējādi sekmējot Ziemeļkurzemes kā lībiešu etniskā centra atpazīstamību. Veiksmīgi tika izpildīti visi izvirzītie darba uzdevumi.

Darba autore iepazinās ar dažādiem veiktajiem pētījumiem, zinātniskajiem rakstiem un publikācijām par lībiešu kultūru. Materiālu izpēte palīdzēja apzināt, kas vēl būtu veicams šīs kultūras dziļākai izpētei. Darba autore veica aptauju. Apkopotie aptaujas rezultāti sniedza skaidrāku priekšskatu sabiedrības informētībā, kā arī ieinteresētībā ar lībiešu kultūru saistītajos jautājumos.

Dziļākas izpratnes par lībiešu kultūru gūšanai, kā arī šīs kultūras specifikas izpētei darba autore apkopoja un iepazinās ar dažādu lībiešu likteņstāstiem. Iepazīšanās ar šiem stāstiem ļāva gūt skaidru ieskatu lībiešu skaudrajā ikdienā, kā arī atklāja interesantas šīs kultūras sadzīviskās nianšes.

2013.gada vasarā darba autore apmeklēja Mazirbes nozīmīgākās vietas, tai skaitā Lībiešu Tautas namu.

Balstoties uz apkopoto informāciju, tika izstrādāti priekšlikumi lībiešu kultūras fenomena veiksmīgai izmantošanai tūrismā.

Analīze

Viens no veidiem, kā veicināt vēsturiskas kultūras saglabāšanu un popularizēšanu ir tās pārdomāta iesaiste tūrismā. Darba autore piedāvā dažādus priekšlikumus šīs kultūras veiksmīgai iesaistei tūrismā, uzsverot tās unikalitāti un nozīmi Latvijas kultūrvēsturē.

Darba autore vēlas uzsvērt nepieciešamību izstrādāt maršrutu, kas popularizētu lībiešu kultūru, šajā maršrutā iekļaujot arī mazos ciemus, piemēram, Vaidi, Stikragu, Košragu un citus. Šāda maršruta izstrādei būtu jāveic iepriekšēja šo mazo ciemu izpēte, apzinoties katra ciema specifiku un vietas, kuras iekļaujamās maršrutā. Jāņem vērā, ka šim maršrutam būtu sezonāls raksturs. Ziemas sezonā ciemi ir grūti pieejami un izbraucami. Tomēr vasaras sezonā šāda veida maršruts būtu pievilcīgs un saistošs.

Mazirbe atrodas Slīteres nacionālā parka (SNP) teritorijā. Dažādu tematisko maršrutu izstrāde varētu tikt sekmēta sadarbībā ar SNP, piedāvājot apmeklētājiem papildu informāciju par lībiešu kultūru.

Dzīvesstāsti ir nozīmīga kultūras un vēstures izzināšanas procesa sastāvdaļa, kas palīdz lasītājam ielūkoties cilvēku ikdienā, atklājot neparastās kultūras dažādas šķautnes. Viena no SNP dabas takām varētu tikt veltīta lībiešu dzīves gājumiem un likteņiem, izveidojot īpašu „Lībiešu likteņu taku”. Šīs takas apmeklētājiem būtu iespēja ne tikai izjust un iepazīt neatkārtojamo Slīteres nacionālā parka dabu, bet arī vienlaikus iepazīt lībiešu kultūru, izlasot dažādus dzīvesstāstus, kuri tiktu izvietoti visas takas garumā.

Lai gan ideja par šāda maršruta izstrādi šķiet visai pievilcīga, ir arī savi negatīvie aspekti, kuri noteikti jāņem vērā. Lībiešu krasta ciemi ir klusi un mierīgi, tajos dzīvo skaitliski maz iedzīvotāju, atmosfēra tajos ir īpaša. Veidojot maršrutu, kurš iekļauj šos mazos, klusos piejūras ciematus, var radīt lielāku vai mazāku šīs īpašas atmosfēras apdraudējumu, ja tūristu skaits ievērojami palielinās. Sprotams, ka ar šādu situāciju jāreķinās jebkurā gadījumā, ciemus vairāk iesaistot tūrismā. Tomēr jāņem vērā, ka tūrisma veiksmīga integrēšana Lībiešu krastā veicina lībiešu kultūras popularizēšanu, līdz ar to arī tās saglabāšanu.

Darba autore sevišķi lielu nozīmi vēlas pievērst dzīvesstāstiem, tos akcentējot kā vienu no paņēmieniem, kā veiksmīgi veidot galamērķa, šajā gadījumā – Ziemeļkurzemes, konkrētāk - Mazirbes tēlu.

Veiksmīgai dzīvesstāstu iekļaušanai informācijas pasniegšanas metodikā, nepieciešama rūpīga dzīvesstāstu analīze un vēsturisko faktu pārbaude, salīdzinot tos ar dzīvesstāstos aprakstīto. Jāpielāgo atsevišķie dzīvesstāsti konkrētajiem ekskursiju maršrutiem, balstoties uz iekļauto teritoriju un apskates objektiem, kā arī jāizstrādā principi, pēc kuriem vadīties dzīvesstāstu veiksmīgai iekļaušanai attiecīgajos tūrisma maršrutos.

Dzīvesstāstu izmantošanai tūrismā ir liels potenciāls, kurš noteikti būtu jāapzina un jāizmanto, veidojot Mazirbes un Lībiešu krasta tēlu.

Veiktās aptaujas rezultātu apkopošana sekmēja priekšlikumu izstrādi, izprotot sabiedrības informētību un interesi ar lībiešu kultūru saistītajos jautājumos.

Secinājumi

1. Lībiešu kultūra ir unikāla Latvijas kultūras vēstures sastāvdaļa, kura jāsargā un jāpopularizē jaunajā paaudzē, tādējādi nododot šo svarīgo kultūras mantojumu nākamajām paaudzēm.
2. Mazie lībiešu ciemi palēnām izzūd, kultūrvēsturiskās vides saglabāšana šajos ciemos ir apdraudēta.
3. Lībiešu apmetņu ģeogrāfiskās atrašanās vietas bijušas nozīmīgs aspekts specifiskās lībiešu mitoloģijas rašanās niansēm. Dabai allaž bijusi vadošā loma lībiešu dzīvē un likteņos, kas arī lieliski atspoguļojas lībiešu mitoloģijā.
4. Viens no veidiem, kā veicināt vēsturiskas kultūras saglabāšanu un popularizēšanu ir tās pārdomāta iesaiste tūrismā.
5. Liela sabiedrības daļa ir informēta jautājumos, kuri saistīti ar lībiešu kultūru un būtu ieinteresēti šīs kultūras dziļākā izpētē un izziņāšanā, apmeklējot dažādus pasākumus.
6. Veids, kā tiek pasniegta informācija, būtiski spēj ietekmēt galamērķa tēlu, kā arī tūristu ieinteresētību vietas izziņāšanā.
7. Ja ir gribasspēks, tīra un gaiša apņemšanās, ticība saviem spēkiem un darbiem- arī viens cilvēks spēj sniegt ievērojami lielu ieguldījumu savas tautas kultūras, valodas un vērtību saglabāšanā un atzīšanā.
8. Dzīvesstāstu apkopošana ir nozīmīga kultūras saglabāšanas sastāvdaļa. Tie var kalpot kā viens no paņēmieniem, kā veiksmīgi veidot galamērķa, šajā gadījumā - Ziemeļkurzemes, konkrētāk - Mazirbes tēlu. Dzīvesstāsti var tikt izmantoti kā pamats tematisko maršrutu, kā arī tūrisma produktu izstrādē, sniedzot pēc iespējas autentiskāku kultūras izziņāšanas procesu.

Priekšlikumi

1. Mazirbes atpazīstamības, kā arī apmeklētības veicināšanai Līvu savienībai jāuzlabo jau esošie pasākumi, kuri norisinās Līvu tautas namā un ir saistīti ar lībiešu kultūras godināšanu un izziņu. Jāpiedomā pie pasākumu satura, pasniegšanas metodikas, kā arī popularizēšanas uzlabošanas.
2. Dzīvesstāstu izmantošanai tūrismā ir liels potenciāls, ko noteikti vajadzētu izmantot, veidojot Mazirbes un Lībiešu krasta tēlu, iesaistot Līvu savienību, Dundagas novada pašvaldību, kā arī Slīteres nacionālo parku.
3. Nepieciešams izstrādāt maršrutu, kas popularizētu lībiešu kultūru, tajā iekļaujot arī mazos ciemus, piemēram, Vaidi, Sīkragu, Košragu un citus, iepriekš veicot to izpēti, apzinot katra ciema specifiku un vietas, kuras iekļaujamas maršrutā. To varētu izstrādāt sadarbībā ar Dundagas un Talsu novadu pašvaldībām, kā arī tūrisma informācijas centriem.
4. Interesentiem, kuri vēlas lībiešu kultūru iepazīt padziļināti, saistošas varētu būt vairāku dienu ekskursijas, kuras piedāvātu ciemu apskati, kā arī pasākumu apmeklēšanu (dzejas, mūzikas vakari, koncerti, izstādes – Līvu tautas namā) ar nakšņošanu kādā no Mazirbes kempingiem, piemēram, kempingā „Kalēji”.
5. Jāturpina un jāstiprina sadarbība ar Slīteres Nacionālo parku, izstrādājot jaunus - ar lībiešu kultūru saistītus produktus, piemēram, maršrutu „Lībiešu likteņu taka”.

Avotu saraksts

1. Ērenštreits J. *Lībiešu kultūras entuziasts un pārzinātājs*, intervija 01.04.2014.
2. Latvia Travel. *Slīteres Nacionālais parks*. <http://www.latvia.travel/lv/apskates-vieta/sliteres-nacionalais-parks> (aplūk. 15.04.2014).
3. Lauku Ceļotājs (2014). *Vēsturiskais vai mūsdienų centrs- Mazirbe*. <http://www.celotajs.lv/lv/e/mazirbe> (aplūk. 02.04.2014).
4. Livones.net (2014a). *Emma Erenštreite – cilvēks, kas uzdrošinājās [Fragmenti no Ievas Neilandes raksta 1977.gada Lībiešu gadagrāmatā]*. <http://www.livones.net/personalijas/?raksts=8802> (aplūk. 28.02.2014).
5. Livones.net (2014g). *Svarīgākais lībiešu vēsturē 1900.-1939.gadā*. <http://www.livones.net/vesture/?raksts=8216> (aplūk. 31.03.2014).
6. *Rīgas Doma kora skolas atbalsta biedrība*. Jānis Erenštreits. <http://www.kulturizglitiba.lv/par-biedribu/janis-erenstreits> (aplūk. 10.04.2014).
7. Šuvcāne, B. (2008a). *Lībiešu krasts. Tabītas Kalniņas sastādītais ievads*. Talsi. Talsu rajona tūrisma informācijas centrs , 1.lpp.
8. Šuvcāne, V. (2002). *Lībiešu ciems, kura vairs nav*. Rīga. Jumava, 9.-12.,113.-118.lpp
9. Šuvcāne, V. (2006). *Mazirbe- mazs ciems jūrmalā*. Rīga. Jumava, 9.lpp -14.lpp
10. Zirņīte, M. (2011). *Lībieši Ziemeļkurzemes ainavā*. Rīga. Dabas aizsardzības pārvalde 6. -30., 59.-73., 75-89.lpp.

Tūrisma maršruti – šaursliežu dzelzceļa līnijas Valka – Pērnavas daļa Valkas un Rūjienas apkārtnē

Tourism Routes – Part of Narrow Gauge Railway Valka – Pernava in Valka and Rujiena Area

Autors: Jānis Siliņš, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma „Tūrisma organizācija un vadība”

Darba zinātniskais vadītājs: Jānis Kalnačs, Dr. art.

Kopsavilkums

Gada projekta tēma ir „Tūrisma maršruti – šaursliežu dzelzceļa līnijas Valka – Pērnavas daļa Valkas un Rūjienas apkārtnē”. Tēmas aktualitāti nosaka tūristu pieaugoša interese par industriālo mantojumu (arī dzelzceļu), aktīvā tūrisma maršrutiem un tūrismā vēl neapgūtu teritoriju piemērošana tūrisma attīstīšanas vajadzībām.

Autors kā darba mērķi ir noteicis izvērtēt tūrisma maršruta izveides iespējas šaursliežu dzelzceļa līnijas Valka - Pērnavas posmā Valkas un Rūjienas apkārtnē un, ja iespējams, izstrādāt un izveidot tūrisma maršrutu šajā dzelzceļa līnijas posmā.

Pamatojoties uz darba gaitā lietotajām metodēm (apsekojumi, intervijas, teorētiska un vēsturiska rakstura literatūras un interneta resursu izpēti, maršrutu izstrādi), autors ir nonācis pie secinājumiem, ka ir iespējams veidot aktīvā tūrisma maršrutus Valkas un Rūjienas apkārtnē saistībā ar dzelzceļu.

Balstoties uz izdarītajiem secinājumiem, autors ir izveidojis priekšlikumus pašvaldībām un citām ieinteresētajām pusēm par aktīvā tūrisma maršrutu veidošanas, apkārtnes sakopšanas un aktīvā tūrisma popularizēšanu sabiedrībā.

Abstract

The topic of the research project is „Tourism routes – part of narrow gauge railway Valka - Pernava in Valka and Rujiena area”.

The topicality of theme is related to increasing interest of tourists about the industrial heritage (including railway), active tourism routes and adaptation of territories yet neglected in tourism for the requirements of tourism development.

The author has set a goal for the research to evaluate the possibilities of establishing a tourism route in the section of narrow gauge railway Valka - Pernava in Valka and Rujiena area and, if possible, to develop and set up a tourism route in this section of the railway line.

Based on the used methods (individual inspection, interviews, theoretical and historical literature and studies of the Internet resources) the author has come to the conclusion that it is possible to make active tourism routes in Valka and Rujiena area connected to the railway.

Based on the conclusions, the author has developed suggestions for local governments and other interested stakeholders about establishment of active tourism routes, arranging of the infrastructure in the area and active tourism promotion in the society.

Atslēgas vārdi: industriālais mantojums, šaursliežu dzelzceļš, tūrisms, aktīvais tūrisms, tūrisma maršruti, Valka, Rujiena.

Ievads

20. gadsimtā slēgtās šaursliežu dzelzceļa līnijas Latvijā arvien vairāk aizaug, jo tās vairs netiek ekspluatētas satiksmes uzturēšanas vai citos nolūkos. Veco staciju ēkas sabrūk vai tiek nojauktas. Šīs šaursliežu dzelzceļu līnijas un to infrastruktūras elementus var izmantot aktīvā tūrisma maršrutu veidošanai un ekspluatēšanai, jo dzelzceļu sliežu līnijas un stigas ir galvenokārt taisnas un garas satiksmes līnijas, kas piemērotas pārgājieniem un citām aktivitātēm. Pēdējos gados interese par šādām dzelzceļu līnijām tikai pieaug. Valkas – Pērnavas šaursliežu dzelzceļa līnijā dažviet starp Valku un Rūjienu dzelzceļa infrastruktūra ir saglabājusies.

Darba mērķis bija izvērtēt tūrisma maršruta izveides iespējas šaursliežu dzelzceļa līnijas Valka - Pērnavā posmā Valkas un Rūjienas apkārtnē un, ja iespējams, izstrādāt un izveidot tūrisma maršrutu šajā šaursliežu dzelzceļa līnijas posmā.

Pētāmais jautājums: Kādas ir tūrisma maršruta izveidošanas iespējas šaursliežu dzelzceļa līnijas Valka – Pērnavā posmā Valkas un Rūjienas apkārtnē?

Lai sasniegtu darba mērķi, autors izvirzīja šādus darba uzdevumus:

1. Iepazīt teoriju dzelzceļu izmantošanai tūrismā;
2. Iepazīties ar vēsturiska rakstura literatūras materiāliem un interneta resursiem par šaursliežu dzelzceļu Latvijā un konkrēto šaursliežu dzelzceļa līniju Valka – Pērnavā;
3. Iepazīties ar jau esošiem dzelzceļa līniju izmantošanas piemēriem tūrismā Latvijā un citur pasaulē;
4. Apsekot un veikt foto fiksāciju šaursliežu dzelzceļa līnijas Valka - Pērnavā posmā Valkas un Rūjienas apkārtnē;
5. Izpētīt un noskaidrot esošās šaursliežu dzelzceļa līnijas infrastruktūras piemērotību tūrisma infrastruktūras attīstīšanai;
6. Izvērtēt moderno tehnoloģiju un jaunu tūrisma formu (slēpņošanas jeb geocaching) izmantošanu šajā šaursliežu dzelzceļa līnijas posmā;
7. Noteikt tūrisma maršruta izveides iespējas šaursliežu dzelzceļa līnijas posmā Valkas un Rūjienas apkārtnē (kājāmgājējiem un velotūristiem);
8. Ja iespējams, izstrādāt tūrisma maršrutu šaursliežu dzelzceļa līnijas posmā Valkas un Rūjienas apkārtnē.

Darbā analizēti Latvijas un citu valstu dzelzceļu līniju izmantošanas tūrismā piemēri un parādīta potenciālās tūrisma maršrutu veidošanas iespējas šaursliežu dzelzceļa līnijas Valka - Pērnavā posmā Valkas un Rūjienas apkārtnē, ņemot vērā gan agrākās dzelzceļa līnijas pašreizējo faktisko stāvokli, gan tūrisma perspektīvas.

Metode

Darbā autors izmantojis šādas kvalitatīvās pētījumu metodes:

1. Teorētisku un vēsturiska rakstura literatūras materiālu un interneta resursu izpēti;
2. Individuāla šaursliežu dzelzceļa līnijas apsekošana, izmantojot kartes, aprakstus un foto fiksāciju;
3. Intervijas ar tūrisma maršrutu veidošanas speciālistiem;
4. Sazināšanās ar pašvaldībām, kurās atrodas šaursliežu dzelzceļa līnijas konkrētie posmi (par esošajām vai plānotajām tūrisma aktivitātēm);

5. Maršruta izstrāde (ja iespējams).

Teorētisku un vēsturiska rakstura literatūras materiālu un interneta resursu izpēti metodi autors izmanto, lai pēc iespējas detalizētāk aprakstītu Latvijas šaursliežu dzelzceļa vēsturi, konkrētās šaursliežu līnijas vēsturi, attīstību un izmantošanas veidus, kā arī interesantus un neparastus faktus par šaursliežu dzelzceļa līniju starp Valku un Rūjieni. Individuāla šaursliežu dzelzceļa līnijas apsekošana, intervijas ar tūrisma maršrutu veidošanas speciālistiem un sazināšanās ar pašvaldībām, kuru teritorijās atrodas bijusī šaursliežu dzelzceļa līnija – šīs metodes autors izmanto, lai pēc iespējas pilnīgāk varētu veikt tūrisma maršruta izveides iespēju analizēšanu un, iespējams, maršrutu (vai maršrutus) izstrādātu.

Rezultāti

Pēc agrākās dzelzceļa līnijas posma starp Valku un Rūjieni apsekojuma dabā veikšanas autors nonāca pie secinājumiem, ka vairākās šī posma vietās dzelzceļa līnijas fragmenti ir saglabājušies, un tie būtu izmantojami tūrismā gan maršrutu veidošanai, gan citos veidos (piemēram, slēpņošanas popularizēšanai, kāda tematiska pasākuma rīkošanai u.tml.). Autors uzskata, ka visā šī posma (Valka – Rūjiena) garumā tūrisma maršruts nav veidojams pārāk vienmērīgas vides un tūrisma piesaisti trūkuma posma vidusdaļā dēļ. Maršrutus ir iespējams izveidot abu lielāko apdzīvoto vietu – pilsētu (Valka un Rūjiena) – tuvumā. Šie maršruti lielākoties ir iespējami arī kā velomaršruti, izvēloties piemērotākus ceļus. Papildus maršrutu izstrādāšanai autors piedāvā piesaistīt šīs dzelzceļa līnijas apkārtnē kādu izglītojošu, izklaidējošu un sportisku rakstura pasākumu, piemēram, Tūrisma ralliju vai Pavasara ralliju, kāds 2014. gada 26. aprīlī noticis Rūjienā (Rūjienas novada pašvaldība 2014).

Autors ir izveidojis divus tūrisma maršrutu variantus Valkas pilsētas un novada teritorijā saistībā ar agrāko šaursliežu dzelzceļa līniju. Viens no maršrutiem ir paredzēts velotūristiem (skatīt 1. attēlu), bet otrs (īsa maršruts) ir paredzēts kājām gājējiem (skatīt 2. attēlu). Abi maršruti savstarpēji nedaudz atšķiras gan pēc maršruta garuma, gan pēc apskates objektu izvēles un maršruta trases (piemēram, kājnieku maršrutā ceļotājiem ir iespējams apskatīt vairāk dzelzceļa līnijas objektu, kas nav iespējams vai ir apgrūtināts, pārvietojoties ar velosipēdu).



1. Attēls. Valkas apkārtnes kājnieku maršruts „Pa Valkas vēstures likločiem”

Avots: pamatkarte - SIA „Karšu izdevniecība Jāņa sēta” 2014, autora zīmēts maršruts.



2. Attēls. Valkas apkārtnes velomaršruts „Pa Valkas vēstures likločiem”

Avots: pamatkarte - SIA „Karšu izdevniecība Jāņa sēta” 2014, autora zīmēts maršruts.

Autors ir izveidojis velotūrisma maršrutu (skatīt 3. attēlu) Rūjienas novada teritorijā saistībā ar agrāko šaursliežu dzelzceļa līniju. Autors izveidotais maršruts Rūjienas apkārtnē „Rūjas apkārtnes burvību baudot” daļēji pārklājas ar Rūjienas novada pašreizējo velotūrisma maršrutu tā Z daļā starp Eriņiem un Nauksēniem, bet pārējā maršruta daļa ir autora izveidota un piedāvāta no jauna.



3. Attēls. Rūjienas apkārtnes velomaršruts „Rūjas apkārtnes burvību baudot”

Avots: pamatkarte - SIA „Karšu izdevniecība Jāņa sēta” 2014, autora zīmēts maršruts.

Analīze

Pēc teorētiska un vēsturiska rakstura literatūras un interneta resursu apkopošanas un analizēšanas, intervijām ar tūrisma maršrutu veidošanas speciālistiem un ar pašvaldību un to teritorijās esošo tūrisma informācijas centru darbiniekiem, pēc dzelzceļa stigas Valkas un Rūjienas apkārtnēs apsekošanas dabā un maršrutu izstrādes autors nonāk pie secinājuma, ka tūrisma maršrutus šīs agrākās šaursliežu dzelzceļa līnijas posmā starp Valku un Rūjieni ir iespējams izveidot. Ņemot vērā agrākās dzelzceļa līnijas pašreizējo stāvokli, ne visur ir iespējams kaut potenciāli veidot tūrisma maršrutu, tomēr tas vislabāk īstenojams abu lielāko apdzīvoto vietu – pilsētu – apkārtnē. Līdz šim neviens no šīs dzelzceļa līnijas objektiem nav

ticis izmantots tūrismā (tikai pie Kailā sila dzelzceļa caurtekas jau iepriekš bija izvietots slēpnis). Papildus maršrutu veidošanai autors izvietojis četrus slēpnus dažādos šaursliežu dzelzceļa līnijas objektos un piedāvā arī ideju par pasākumu (piemēram, Tūrisma rallija) piesaistīšanu izveidoto maršrutu ietvaros.

Pēdējo 70 gadu laikā dzelzceļa nozīme ir arvien mazinājusies autotransporta straujās attīstības un šaursliežu dzelzceļa nerentabilitātes dēļ. Šobrīd vairs tikai daļa no Latvijas platsliežu un tikai viena no šaursliežu dzelzceļa līnijām (Alūksne – Gulbene) turpina pasažieru un preču pārvadājumus. Arvien vairāk tiek meklēti veidi, kā pamestās dzelzceļa līnijas izmantot tūrismā (piemēram, projekts „GreenWays”) (Vidzemes Tūrisma asociācija 2013).

Secinājumi

1. Tūrisma maršrutu veidošanas procesā Valkas un Rūjienas apkārtnē ir iespējams (un vēlams) pārņemt pieredzi no citiem dzelzceļu līniju izmantošanas tūrismā piemēriem pasaulē un Latvijā (īpaši no aktīvā tūrisma izmantošanas piemēriem) – dzelzceļu līniju apsaimniekošana, radošuma iesaistīšana jaunu tūrisma piesaistu izveidošanā, sadarbība ar vietējiem uzņēmējiem, iedzīvotājiem, pašvaldībām un organizācijām.
2. Balstoties uz agrākās dzelzceļa līnijas Valka – Pērnavas posma starp Valku un Rūjieni autora veiktā apsekojuma rezultātiem, atsevišķas šīs dzelzceļa līnijas daļas ir piemērotas tūrisma maršrutu veidošanai.
3. Vairākas tūrismā izmantojamās dzelzceļa līnijas daļas atrodas mežā vai vietējo saimniecību apsaimniekotās teritorijās, kas apgrūtina to apgūšanu un apsaimniekošanu tūrisma maršrutu vajadzībām.
4. Tūrisma maršrutu izveide gan atrašanās vietas, gan nepieciešamās infrastruktūras un apskates objektu daudzuma un pievilcības dēļ iespējama galvenokārt tikai pilsētu (Valkas un Rūjienas) tuvā apkārtnē;
5. Visi autora izveidotie maršruti vislabāk veicami pavasara, vasaras un rudens sezonā (aprīlis – novembris), kad laiks ir sauss un bez nokrišņiem.
6. Pēc maršrutu iedalījuma pēc ceļojuma veida šie maršruti ir kombinētie tūrisma maršruti, kur kombinēti vismaz divi tūrisma veidi (reģiona vēstures un industriālā mantojuma izziņa – kultūras tūrisms; maršruts veikts ar velosipēdu vai kājām – aktīvais tūrisms).
7. Traucējoši faktori tūrisma maršruta izveidei ir vietējo iedzīvotāju, kuru teritorijās atrodas dzelzceļa stigas posmi, neatsaucība un nevēlēšanās sadarboties ar pašvaldībām vai uzņēmumiem tūrisma attīstīšanā dzelzceļa stigas posmos un dzelzceļa stigas sliktais faktiskais stāvoklis vairākos tās posmos.

Priekšlikumi

1. Autoram virzīt un piedāvāt savas idejas par aktīvā tūrisma maršrutu izveidi pašvaldībām, kuru teritorijās atrodas apsekotā dzelzceļa līnija.
2. Pašvaldībām veicināt sadarbību ar vietējiem iedzīvotājiem, kuru teritorijās atrodas agrākās Valkas – Pērnavas dzelzceļa līnijas posmi, kurus var izmantot tūrismā.
3. Pašvaldībām un vietējiem uzņēmumiem piesaistīt finanšu līdzekļus tūrisma maršrutu dzelzceļa līnijas vietā izveidošanai, marķēšanai un apsaimniekošanai.
4. Izveidojot aktīvā tūrisma maršrutus Valkas un Rūjienas apkārtnē, pašvaldībām un sociālajiem medijiem izplatīt ziņas un vēl citos veidos popularizēt aktīvā tūrisma

priekšrocības un plusus (veselības uzturēšana, laba sportiskā forma, svaigs gaiss, apkārtnes iepazīšana utt.).

5. Pašvaldībām un citiem interesentiem (vietējiem uzņēmējiem) popularizēt apkārtnes sakopšanas idejas un iesaistīt dzelzceļa stigas apsaimniekošanā vietējos iedzīvotājus, piedāvājot tiem iespēju iesaistīties tūrisma produkta izveidošanā un attīstīšanā.
6. Pašvaldībām un tūrisma informācijas centriem iekļaut šos un citus šāda veida tūrisma maršrutus novadu ceļvežos un mājas lapās, tādējādi popularizējot pašus maršrutus un aktīvo tūrismu.
7. Autoram, pašvaldībām un citiem interesentiem turpināt attīstīt idejas par tūrisma maršrutu un piesaistu izveidošanu Valkas un Rūjienas apkārtnē, attīstot esošās un meklējot jaunas iespējas tūrisma attīstībai.

Avotu saraksts

1. AS „Pasažieru vilciens” (2014). *Dzelzceļa tūrisma priekšrocības*. http://www.pv.lv/lv/dzelzcela_turisma_prieksrocibas/ (aplūk. 03.02.2014.).
2. Grīnfelde, I., Klepers, A., Smaļinskis, J. (2010). *Tūrisma maršrutu veidi un plānošanas specifika*. Tūrisma maršrutu veidošana. Valmiera, Talsu tipogrāfija, 64.-67.lpp.
3. Rūjienas novada pašvaldība (2014). *Pavasara rallijs „Rūjiena 2014” aicina iepazīt Ziemeļlatviju un Dienvidigauniju*. <http://www.rujiena.lv/public/request.php?navi=1&l=lv&p1=0&p2=1976> (aplūk. 16.04.2014.).
4. Vidzemes Tūrisma asociācija (VTA) (2013). *Greenways Product. Veco dzelzceļa līniju piemērošana tūrismam*. <http://www.vidzeme.com/lv/vidzemes-projekti/greenways/greenways.htm> (aplūk. 03.02.2014.).

Pārgājiena maršruts „Kalpaka bataljonam pa pēdām 1919. gada 3. – 6. marts”

Hiking Route “In the Footsteps of Kalpaks Battalion on March 3 – 6 in 1919”

Autors: Atis Everss, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma „Tūristu gids – ceļojumu un pasākumu organizators”

Darba zinātniskā vadītāja: Iveta Druva-Druvaskalne, Mg.geogr.

Kopsavilkums

Pētījuma tēma ir „Pārgājiena maršruts „Kalpaka bataljonam pa pēdām 1919. gada 3.–6. marts.””.

Autors par pētījuma mērķi ir izvirzījis izvērtēt maršruta izveides iespējas, balstoties uz O. Kalpaka muzeja arhīvu materiāliem un pieejamo literatūru par maršruta veidošanu, izpētīt O. Kalpaka bataljona pārvietošanos ceļu brīvības cīņu laikā Skrundas un Saldus novadā un, ja iespējams, izveidot maršrutu, kas saistīts ar bataljona kauju vietām.

Lai veiktu pētījumu, autors ir izmantojis šādas kvalitatīvās pētījuma metodes: 1) teorētisku un vēsturiska rakstura literatūras materiālu un interneta avotu izpēti par O.Kalpaka bataljona kauju vēsturi, 2) pārgājienu maršrutu veidošanas teorijas izpēti un analīzi, kā arī militārā mantojuma kā nišas tūrisma veida teorētiskos aspektus, īpaši kauju rekonstrukcijas piemēru salīdzināšanu, 3) intervijas ar O. Kalpaka muzeja darbiniekiem, 4) maršruta apsekošanu dabā, izmantojot gan vēsturiskos, gan mūsdienu kartogrāfiskos materiālus, kā arī foto fiksācijas veikšanu.

Izpētes rezultātā autors secināja, ka ir iespēja izveidot divu dienu pārgājiena maršrutu 32 km garumā Skrundas novada teritorijā no Rudbāržu O.Kalpaka pamatskolas līdz O.Kalpaka muzejam un piemiņas vietai „Airītēs”, kas atainotu O.Kalpaka bataljona kauju vietas 1919.gadā no 3.līdz 6.martam.

Abstract

The author has set an objective to examine a possibility of creating a tourism route on the basis of information provided by O. Kalpaks Museum and the available literature on tourism route creation, to investigate the journey of Kalpaks battalion during the freedom fights in Skrunda and Saldus municipalities, and if possible, to create a tourism route associated with the battle sights of the battalion.

In order to achieve the objective, the author has used the following qualitative research methods: 1) the research of theoretical and historical literature and stories; 2) the research and analysis of theory about creating hiking routes; 3) interviews with the staff of O. Kalpaks museum; 4) inspection of the route using historical and modern cartographic materials and photos.

The author has achieved the objectives, determined the options for creating the route and has developed a two-day hiking route (32 km) in Skrunda Municipality “In the footsteps of Kalpaks battalion on March 3 - 9 in 1919”.

The author has obtained the results and developed recommendations based on the conclusions about creation of military active tourism route from O. Kalpaks Rudbārži Primary school to O. Kalpaks Museum and memorial site in Airītes.

Atslēgas vārdi: Kājāmgājēju maršruts, Oskars Kalpaks, Brīvības cīņas, militārais mantojums un tūrisms.

Ievads

Ir pagājuši 95 gadi kopš Latvijas atbrīvošanas uzsākšanas Oskara Kalpaka vadībā. Daba ir ļoti izmainījusies, kas sagādā grūtības mūsdienās atrast precīzus tā laika maršrutus. Maršruts ir jāpēta pēc vecām kartēm, tās ir grūti salīdzināt ar mūsdienu kartē, lai saprastu, kura tā laika vieta atbilst mūsdienām. Dažādu kauju un karaspēka pārvietošanās maršruti ir vēl neizmantots tūrisma resurss, kuru, atjaunojot, pilnveidojot un bagātinot ar infrastruktūru, izglītojošu informāciju un aktivitātēm, varētu būt iespējams izveidot par funkcionējošu militārā un aktīvā tūrisma maršrutu. Pētījuma tēmas izvēli noteica autora interese par militāro mantojumu, kā arī tas, ka autors bērnībā darbojies jaunsardzē un ir iecienījis militāras un aktīvā tūrisma nodarbes; izpētes teritorija ietvēra autora vecākiem piederošu zemes gabalu un autora deklarēto dzīvesvietu, kas atrodas nepilnus 2 km no O. Kalpaka muzeja „Airītēs”; muzeja darbinieki ir izrādījuši interesi sadarboties un palīdzēt, kas pastiprināja autora interesi izveidot reālu kājāmgājēju maršrutu, kas atainotu O.Kalpaka bataljona cīņu vietas 1919.gada marta sākumā Skrundas apkārtnē.

Katru gadu Skrundas novadā tiek rīkoti atceres pasākumi un svinēti dažādi svētki, kas ir saistīti ar Latvijas vēsturi. Šos pasākumus vietējās pašvaldības organizē O. Kalpaka piemiņas vietās. Ir svarīgi izveidot maršrutu, lai izglītotu jaunatni, rosinātu patriotisko stāju un militāro audzināšanu, kuru agrāk, pirms apvienošanas ar „Tēvijas sargu”, nodrošināja LR Jaunsardze (Rekrutēšanas un Jaunsardzes centrs 2010a). Rezultātā Skrunda un to aptverošie pagasti palika bez jaunsardzes instruktora un vienības. Respektīvi, Rekrutēšanas un Jaunsardzes centra mājaslapā pieejamajā sarakstā 411. jaunsardzes vienība vairs neeksistē (Rekrutēšanas un Jaunsardzes centrs 2010b).

Gan pasaulē, gan Latvijā tiek rīkotas kauju rekonstrukcijas, kur tiek atainotas konkurētas kaujas norises. Pastāv vairākas tūrisma piesaistes, piemēram, O. Kalpaka muzejs „Airītēs”, Oskara Kalpaka Rudbāržu pamatskola, Oskara Kalpaka bataljona memoriālās piemiņas siena Lēnās, un ir zināms arī bataljona pārvietošanās ceļš. Diemžēl nav izveidots tūrisma maršruts, kas atspoguļotu precīzu pārvietošanās ceļu, kuru ir veicis O.Kalpaks un viņa bataljons, un ļautu gan izjust karavīru dzīvi, gan arī iegūt jaunas vai papildu zināšanas.

Pētījuma mērķis bija izvērtēt maršruta izveides iespējas, balstoties uz O. Kalpaka muzeja arhīvu materiāliem un pieejamo literatūru par maršruta veidošanu, izpētīt O. Kalpaka bataljona pārvietošanos ceļu brīvības cīņu laikā Skrundas un Saldus novadā un, ja iespējams, izveidot maršrutu, kas saistīts ar O. Kalpaka bataljona kauju vietām.

Metode

Pētījumu veicot, tika izmantotas šādas kvalitatīvās pētījuma metodes:

1. Lai noskaidrotu un aprakstītu pēc iespējas precīzāku bataljona pārvietošanās ceļu, kā arī izpētītu attīstības un izmantošanas iespējas, autors izmantoja teorētisku un vēsturiska rakstura literatūras materiālu un interneta avotu izpēti, pārgājienu maršrutu veidošanas teorijas izpēti un analīzi;
2. Intervijas ar O. Kalpaka muzeja darbiniekiem (Aivaru Tēraudu – bijušo muzeja direktoru, Māri Zaneribu -muzeja vēsturnieku);

3. Tika veikta O.Kalpaka bataljona pārgājiena maršruta karšu izpēte un salīdzināšana ar mūsdienu topogrāfiskajām kartēm. Autors izmantoja O.Kalpaka muzeja npublicētos materiālus, kā arī Ē.Mugurēviča un karšu izdevniecības Jāņa sēta materiālus,
4. Maršruta apsekošana dabā 2014.gada janvārī, izmantojot kartogrāfiskos, literatūras materiālus, atmiņu stāstus un foto fiksāciju, lai veiktu maršruta izveides analīzi un maršruta pareizu un precīzu izstrādi.

Rezultāti

Pētījuma gaitā autors iepazīnās ar militārā mantojuma tūrisma teorētiskajiem aspektiem, skaidrojot tūrisma literatūrā sastopamos terminus un izvirzot savu militārā tūrisma izpratnes definīciju:

Militārais tūrisms ir tūrisma veids, kura mērķis ir izzināt vēsturi, iepazīties ar militāro mantojumu, apskatīt raksturīgus objektus un piedalīties aktivitātēs, kas sevī ietver militārās dzīves aspektus.

Arī tiek paskaidrots t.s. tumšā (angļu val. - dark tourism) tūrisma būtība u.c. Autors iepazīnās ar kauju rekonstrukciju piemēriem pasaulē un Latvijā, piemēram, pētījumā tika sniegti Getisburgas kaujas ASV (1913.g.), Hastingsas kaujas Anglijā (1066.g.), Staļingradas kaujas PSRS (1942.g.) un Ziemassvētku kaujas (1917.g.), Īles partizānu bunkura Dobeles novadā (1948.-1949.g.) u.c. piemēri. Tāpat autors izpētīja vēstures avotus, kas saistīti ar Latvijas Brīvības cīņām 1918.–1920. gadā, īpaši izpētot O.Kalpaka bataljona pārvietošanās ceļu no 1919. gada 3. līdz 6. martam.

Autors iepazīnās ar pārgājiena maršruta veidošanas pamatprincipiem, no kuriem būtiskākie ir:

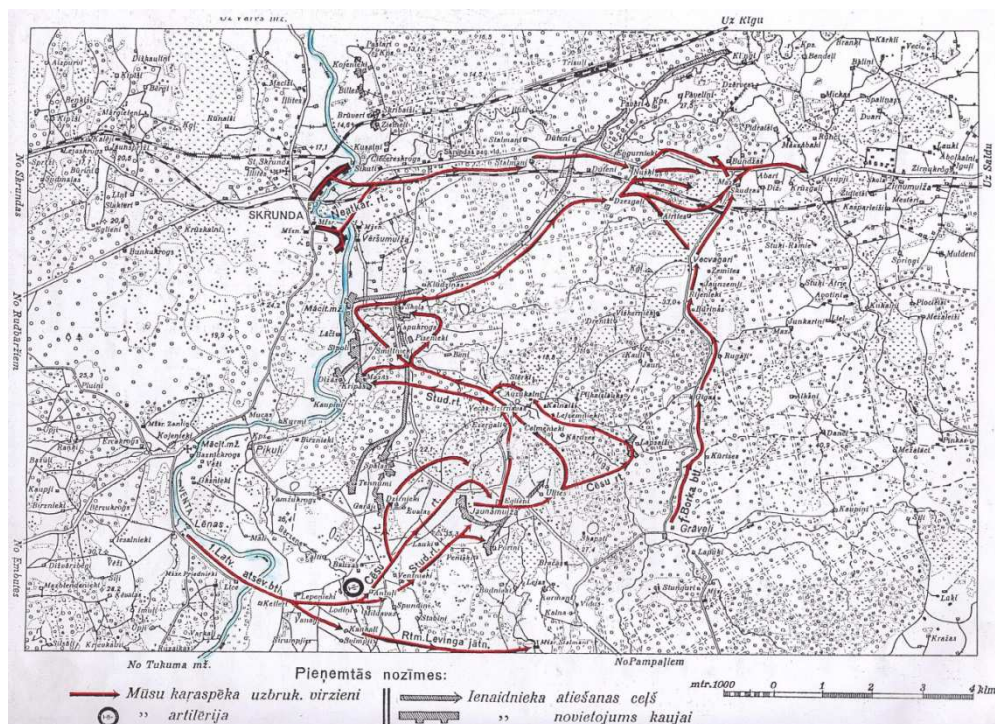
1. mērķa, tematikas un mērķauditorijas definēšana,
2. maršruta trases izvēle,
3. tūristu piesaistu atlase,
4. laika plāna izveide,
5. infrastruktūras iesaiste maršrutā,
6. drošības un cita veida juridiskie aspekti.

Maršruta vēsturiskais pamatojums.

Autors pēc vēsturiskajām kartēm un kaujas aprakstiem ir identificējis dabā O.Kalpaka un viņa bataljona pārvietošanās ceļu un izstrādājis maršrutu pa kauju vietām, kas notika Skrundas apkārtnē 1919.gada no 3. līdz 6. martam (skatīt 1.attēlu).

Latvijas Brīvības cīņu gaitā 1919. gada februārī frontes līnija bija apstājusies pie Ventas. 1919.gada 3. martā sākās vērienīgs uzbrukums Sarkanajai armijai. Kalpaka bataljonam tika dots uzdevums ieņemt apdzīvotas vietas gar Skrundas – Saldus ceļu. Pie „Airītēm” Kalpaka bataljons un vācu Dzelzs divīzija nonāca savstarpējā sadursmē, jo krēslā viens otru nebija atpazinuši, un izcēlās apšaušana. 6. martā (1919. gadā) Oskars Kalpaks no kaujā gūtajiem ievainojumiem mira (Mugurēvičs 2007). O.Kalpaka uzdevums bija atbrīvot Ventas krastus no lieliniekiem posmā no Lēnām līdz Skrundas Ropjiem. Ventu forsēt bija iespējams pret Līču mājām, jo upes krasti šajā vietā ir lēzeni.

5.



1. Attēls O.Kalpaka bataljona kauju maršruti 1919.gada 3.-6. martā

Avots: O. Kalpaka muzejs 2014.

Maršruta kopējais garums ir 32 km. Piedāvātais maršruts ir lineārs pārgājiena maršruts jeb pārvietošanās notiek no punkta A uz punktu Z, pa ceļam apskatot citus punktus B,C,D u.t.t. Maršruta sākumpunkta izvēle tiek pamatota ar to, ka no šīs vietas, O.Kalpaka Rudbāržu pamatskolas, 1919. gada 3. martā tika uzsāktas Brīvības cīņas (skatīt 2.attēlu).

Maršruta veikšanas ilgums: maršruta ieteicamais laiks ar kājām ir 2 dienas. Pirmajā dienā doties no Rudbāržiem līdz Pumpuriem un veikt posma garāko daļu jeb 22 km, ko iespējams veikt aptuveni 5 – 6 stundās. Otrajā dienā veikt īsāku un tādējādi mazāk nogurdinošu maršruta atlikušo daļu līdz „Airītēm” jeb 10 km, ko iespējams veikt aptuveni 2-3 stundu laikā.

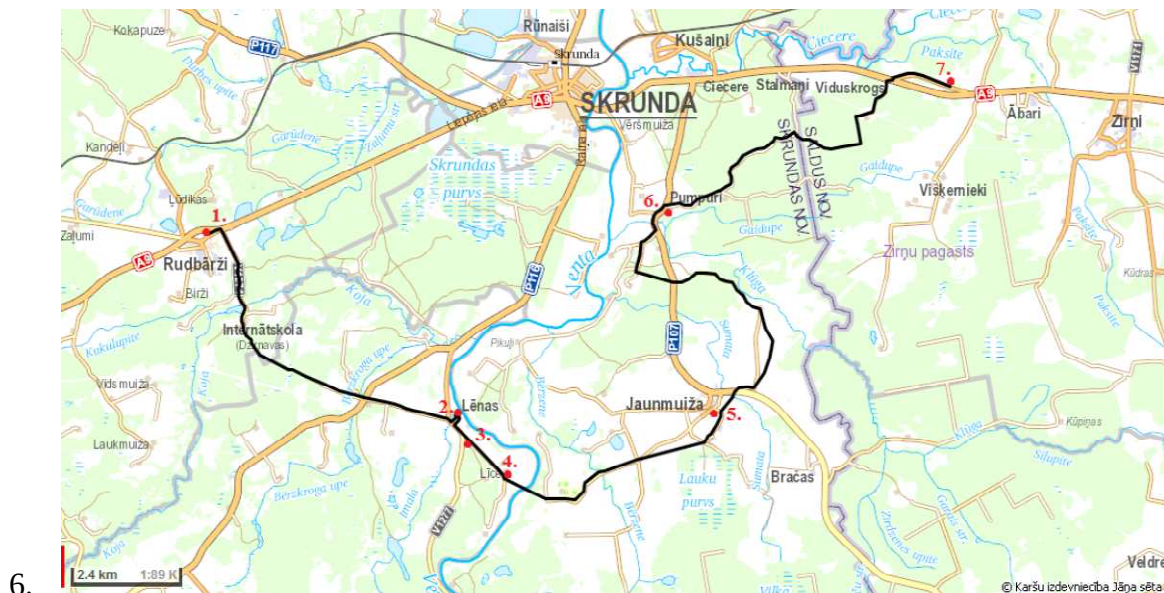
Ceļu segums un pārvietošanās: grants un meža ceļi, jāpiebilst, ka maršrutu iespējams veikt arī ar velosipēdu un daļēji - ar auto. Kā orientieri vislabāk der māju nosaukumi, elektrolīnijas, stigas.

Nakšņošanas iespējas: iepriekš sazinoties ar Skrundas arodvidusskolu, ir iespējams nakšņot skolas telpās, kā arī pāris simts metrus aiz skolas - teltīs.

Maršrutu pēc autora izstrādātās kartes un posmu aprakstiem var veikt individuāli jebkurš ceļotājs. Tomēr skolēnu u.c. interesentu grupām pastāv iespēja arī maršrutu padarīt interesantāku un to veikt ar militāro ekipējumu (atbilstošs apģērbs, ieroči utt.) gida pavadībā, kas gan būtu iepriekš jāsaskaņo.

Laiks, kad iespēja veikt maršrutu: sezonālītātes ziņā, pēc autora domām, maršruts būtu pieprasīts caurmērā visu gadu, izņemot ledus iešanas laiku Ventā, jo tad jāpārdomā, kā drošāk šķērsot Ventu. Pamats šādam pieņēmuma ir tāds, ka aktīvās atpūtas cienītāji pārsvarā dod priekšroku siltam laikam, respektīvi, vasarai. Savukārt atlikušajā sezonā šis maršruts varētu būt aktuāls cilvēkiem, kas apmeklē atceres pasākumus, kuros nereti tiek pieminēts pulkvedis O.Kalpaks un viņa bataljons, rudenī -11. un 18. novembrī. Savukārt ar 29. janvāri, Karoga dienu, iesākas O.Kalpaka cīņu gaitu pieminēšana Skrundas un Saldus novadā, kas turpinās

līdz 6. martam. Neraugoties uz iespējamajiem laika apstākļiem, tieši ziemas periods varētu būt kā niša ar lielu izaicinājumu militārā rakstura aktivitātēm, kas dotu ieskatu kaujās, kuras norisinājās no 29. janvāra līdz 6. martam. Jāpiebilst, ka maršrutam pēc autora domām ir liela kapacitāte, jo, kā tika minēts iepriekš, autors daļu šī maršruta 2010. gadā veica pasākuma, kurā piedalījās aptuveni 100 cilvēku, ietvaros.



2. Attēls. Autora izveidotais pārgājiena maršruts „Pārgājiena maršruts „Kalpaka bataljonam pa pēdām 1919. gada 3.–6. marts”

Avots: pamatkarte - SIA „Karšu izdevniecība Jāņa sēta 2014”, autora zīmēts maršruts.

Maršrutu autors ir iedalījis vairākos posmos:

1. posms Rudbārži –Lēnas (9 km)

1919. gadā O.Kalpam un viņa bataljonam bija dots uzdevums ieņemt apdzīvotas vietas Skrundas – Saldus ceļa apkārtnē un 6. martā bija jāierodas „Airītēs”. O.Kalpaks agrā 3. marta rītā devās no Rudbāržu pamatskolas uz Lēnu muižu. Tāpēc par maršruta sākuma punktu autors ir izvēlējis O. Kalpaka Rudbāržu pamatskolu. Maršruts virzās no Rudbāržiem uz Rudbāržu internātskolu, tālāk pa meža ceļiem šķērso Strautiņupīti un Imalu, ceļu P 116, garām Ceļnieku mājām uz Lēnām. Pie bijušās Lēnu muižas apskatāma piemiņas vieta.

2. posms. Lēnas-Līce-Jaunmuiža-Skrundas skola (13 km)

Posms ietver piemiņas vietas pie Lēnām apskati, kā arī Ventas šķērsošanu. Vasaras laikā upi iespējams šķērsot kājām. Jāpiebilst, ka šādā gadījumā būtu jāizmanto drošības pasākumi, piemēram, pāri upei jānovelk un jānostiprina alpīnistu virve, kas kalpotu par atbalstu. Alternatīva būtu iepriekš sagatavot un izmantot plostu vai laivas, kas būtu drošākais pārvietošanās veids. Ziemas periodā, parasti pēc liela sala, šī vieta ir aizsalusi un to ir iespējams šķērsot kājām. Agrā pavasarī, tikko pēc ledus izziešanas, ieteicams izvairīties no Ventas forsēšanas augsta ūdenslīmeņa dēļ. Lauķu mājas pie Jaunmuižas bija tā vieta, kur O. Kalpaks un viņa bataljons noturējās divas dienas, pirms devās tālāk uz Skrundas skolu. Skrundas skolu Kalpaks ar saviem vīriem ielenca 1919.gada 6. martā. Tagad te atrodas Skrundas arodvidusskola un ir iespējama nakšņošana.

3. posms Skrundas skola – „Airītes” (10 km)

Maršruts virzās caur Pumpuriem, tālāk caur Klūgu mežu uz Jaundzelzgaļiem, Viduskrogu, šķērso Rīgas-Liepājas šoseju un nonāk O.Kalpaka nāves vietā pie „Airītēm”, kur šobrīd atrodas viņa piemiņas muzejs.

Pulkveža O. Kalpaka muzejs un piemiņas vieta „Airītes” mūsdienās ir viena no mūsu tautas svētvietām. Šajā vietā 1919. gada 6. martā Atbrīvošanās cīņu laikā par Latvijas brīvību un neatkarību krita pulkvedis O. Kalpaks, kapteinis N. Grundmanis, virsleitnants P. Krievs un leitnants J. H. Šrinders. O. Kalpaka muzejs atklāts 1936. gada 6. septembrī. Padomju okupācijas gados muzeju un piemiņas ansambli likvidēja. Tie atjaunoti 1988. - 1990. gadā. Pēc ugunsgrēka 2007. gada 23. novembrī O. Kalpaka muzejs tika slēgts (Latvijas Kara muzejs 2014).

Militārais mantojums gan Latvijā, gan pasaulē plaši tiek izmantots tūrismā, un tam ir liela perspektīva kā nišas tūrismam. Latvijas Brīvības cīņas 20. gadsimta sākumā ir bijis nozīmīgs posms Latvijas vēsturē. Ir svarīgi apzināt militārā mantojuma objektus un uzturēt tos. Godāt un uzturētu to cilvēku piemiņu, kas krituši ar cerību par labāku nākotni. Izglītot un informēt sabiedrību par tā laika notikumiem. To ir iespējams paveikt arī ar autora izveidoto maršrutu.

Secinājumi

1. Veicot izpēti par militārā tūrisma teoriju un piemēriem, autors secina, ka Latvijas Tūrisma likumā militārais tūrisms nav definēts, tāpēc piedāvā autora izveidotu militārā tūrisma definīciju.
2. Veicot kājāmgājēju maršruta izstrādi, svarīgi ir izvirzīt maršruta mērķi un noteikt mērķauditoriju, identificēt konkrētus apskates objektus, kas atbilst mērķauditorijai, kā arī ņemt vērā drošības aspektus konkrēto maršruta posmu veikšanai, neaizmirstot pārējos maršruta veidošanas pamatprincipus.
3. Autora izveidotā maršruta visi posmi var tikt izmantoti tūrismā, taču pārvietojoties jāpievērš uzmanība orientieriem (stigas, māju nosaukumi, elektrolīnijas). Maršruta izstrādes procesu apgrūtināja vēsturisko karšu un mūsdienu kartogrāfisko materiālu nesaderība. Reljefs nav mainījies, bet ir izzudušas daudzas viensētas, ēkas, kas kalpotu par precīzākiem orientieriem. Turklāt mežizstrādes un lauksaimniecības dēļ ceļu aprises dabā vēl aizvien turpina mainīties.
4. Maršruta posmā no Rudbāržu pamatskolas līdz Saldus novada Zirņu pagasta „Airītēm” ir iespējams izveidot militāri aktīvu tūrisma maršrutu, jo infrastruktūra (ceļa posmi, stigas) ir piemēroti pārgājiena maršruta izveidei.
5. Šķērslis jeb ierobežojums maršruta izveidei ir Ventas upe, kas jāšķērso vietā, kur nav attiecīgas infrastruktūras. Nelieli maršruta posmi iet gar privātīpašumiem un lauksaimniecības teritorijām, kur precīza pārvietošanās pa izstrādāto maršrutu var tikt ierobežota.
6. Visos maršruta posmos nav citas ievērojamas tūristu piesaistes un dabas ainavas, tāpēc maršruts jāpapildina ar kvalitatīviem izziņas materiāliem, stāstījumu un aktivitātēm.
7. Tūristiem sniegtajā informācijā nav vienotas un strukturizētas informācijas par „Kalpaka takas” esamību Skrundas apkārtnē.

Priekšlikumi

1. Ieteikt autora izveidoto maršruta ideju izmantot O.Kalpaka muzejam, turpināt attīstīt un papildināt maršruta ideju ar pasākumiem un aktivitātēm.
2. Iekļaut detalizētu izveidotā maršruta un apskates objektu informāciju Skrundas novada tūrisma informācijā –ceļvežos, interneta vidē, tādā veidā popularizējot maršrutu, īpaši skolēnu grupām.
3. O. Kalpaka muzejam piesaistīt speciālistus militārajā jomā (jaunsardzes instruktorus u.c.) un kara vēstures rekonstrukcijas klubus, lai maršrutā izveidotu un attīstītu militārās aktivitātes.

Avotu saraksts

1. Krīpens, A. (1964). *Kalpaka bataljons un Baloža brigāde*. Belmore, Mintis. 88.-99. lpp.
2. Latvijas kara muzejs (2014). *O.Kalpaka muzejs un piemiņas vieta Airītes*. Pieejams: <http://www.karamuzejs.lv/index.php?id=1&sid=92> (aplūk. 18.03.2014.).
3. Mugarēvičs, Ē. (2007). *Oskars Kalpaks: Pirmā pasaules kara un Latvijas Atbrīvošanas cīņu varoņa dzīves un kauju ceļš*. Rīga, Jumava 11.–27., 34., 41.–80., 92., 94.–102., 112.lpp.
4. O.Kalpaka muzejs (2014). *O.Kalpaka bataljona kauju maršruti 1919.gada 3.-6. martā* (karte M 1cm – 4km). Glabājas O.Kalpaka muzejā “Airītes”.
5. *Rekrutēšanas un jaunsardzes centrs (2010a)*. Vēsture. Pieejams: <http://www.rjc.gov.lv/lv/Par%20mums/Vesture.aspx> (aplūk. 18.12.2013.).
6. *Rekrutēšanas un jaunsardzes centrs (2010b)*. Kontaktinformācija. Pieejams: <http://www.rjc.gov.lv/lv/Par%20mums/Vesture.aspx> (aplūk. 18.12.2013.).
7. SIA „Karšu izdevniecība Jāņa sēta” (2014). Latvijas karte (karte 1cm – 600m) . Pieejams: http://balticmaps.eu/?lang=lv&draw_hash=ehaxln¢erx=378658¢ery=6277803&zoom=5&layer=map&ls=o (aplūk. 13.04.2014.).

PĀRVALDĪBA

Ķīnas maigās varas izpausmes „CCTV News” atspoguļojumā

The Exposure of China's Soft Power in the Content of CCTV News

Autors: Toms Žagars, Vidzemes Augstskola, profesionālais bakalaura grāds politikā

Darba zinātniskais vadītājs: Jānis Kapustāns, Mg.hist.

Kopsavilkums

Darba mērķis bija izanalizēt „CCTV News” raidījumu saturu un atrast tajā Ķīnas maigās varas elementus, kas varētu būt lietoti, lai uzlabotu Ķīnas tēlu pasaulē. Šāda mērķa izpildei tika atlasīti divi televīzijas kanāla raidījumi „News Update” un „World Insight” sešu mēnešu garumā. Pēc analīzes tika noskaidrots, ka „CCTV News” mēdz popularizēt nostāju par Ķīnu kā upuri, nosodot Japānas vēstures interpretāciju, un piedāvāt alternatīvu viedokli, kas vērsts pret ASV kā pasaules hegemonu.

Abstract

The aim of this research was to analyse the content of „CCTV News” and to find out the Chinese soft power elements that are used in order to improve the image of China in the world. For this purpose two TV programmes were analysed for a period of six months – ‘News Update’ and ‘World Insight’. By conducting this research it was possible to determine that „CCTV News” promotes the opinion that China is a victim by condemning the Japanese interpretation of the history, and tries to provide an alternative perspective in opposition to the US as a hegemonic power.

Ievads

Pateicoties Ķīnas retorikai pagātnē un konfliktiem ar kaimiņvalstīm, to pasaulē pamazām sāka uztvert kā lielvaru, tomēr tai pašā laikā ar negatīvām asociācijām (Wang 2009, 49), kas citām valstīm joprojām turpina raisīt aizdomas par Ķīnas plāniem un ārpolitiku, tādējādi tās tēls pasaulē ir visai negatīvs (Kohut et al. 2013, 24), radot problēmas Ķīnai veidotot veiksmīgu ārpolitiku.

Lai situāciju uzlabotu, Ķīna pirms dažiem gadiem nolēma mainīt savu ārpolitikas stratēģiju un sāka tajā izmantot maigās varas elementus (Wang 2009, 40). Tādējādi Ķīna iegulda milzīgus resursus sava tēla uzlabošanai pasaulē, kas izpaužas kā valodu centru atvēršana daudzās pasaules valstīs, finansiālas palīdzības nodrošināšana mazāk attīstītām valstīm (Rawnsley, 2012, 126), studentu apmaiņa un Ķīnas uzskatu paušana ar starptautisku mediju palīdzību.

Ķīnā mediju sfērā svarīga loma ir Ķīnas Centrālajai Televīzijai (Kalathil 2011, 6), kurai ir daudz kanālu; pārsvarā gan tie ir ķīniešu valodā, tomēr pirms vairākiem gadiem tā sāka veidot kanālus citās valodās (Tibetan Review 2009, 36), kas tika speciāli domāti ārzemniekiem. Pirms dažiem gadiem tika izveidota Ķīnas Tīkla Televīzijas mājaslapa (CCTV News 2013), kurā iespējams skatīties pārraides vairākās valodās un „CCTV News” televīzijas kanālu angļu valodā. Šī televīzija kalpo par vienu no Ķīnas valdības maigās varas līdzekļiem, lai uzlabotu savu tēlu pasaulē un popularizētu savu kultūru (Zhang 2009, 62).

Darba mērķis ir izanalizēt „CCTV News” raidījumu saturu un atrast tajā maigās varas elementus, kas varētu būt lietoti, lai uzlabotu Ķīnas tēlu pasaulē. Līdz ar to pētījuma jautājums ir, kādas ir maigās varas izpausmes „CCTV News” saturā? Lai to varētu izdarīt,

tiks pētīta Ķīnas izpratne par maigo varu un tās izpausmes pasaulē, lai varētu atrast noteiktam reģionam raksturīgus elementus, kā Ķīna vēlas sevi pozicionēt tajā. Izpētot to, būs iespējams atrast tēlu veidus, pēc kuriem var veikt kontentanalīzi „CCTV News” saturam. Atšķirībā no citiem pētījumiem šajā tiks iekļauti arī tēli, kā Ķīna mēģina popularizēt sevi pēdējos gados, jo kopš aktīvas maigās varas izmantošanas, Ķīna ārpolitikā mēdz mainīt savu pozīciju un nostāju pasaulē (Wang 2009, 40), kā arī 2012. gadā Ķīnas komunistiskajā partijā notika līderu maiņa (Pen 2012, 1), līdz ar to iespējams sagaidīt, ka, sākot no šī perioda un turpmāk, Ķīnas ārpolitikā parādīties jauni elementi un nostāja.

Pēc veiktās kontentanalīzes būs iespējams noskaidrot precīzāk un detalizētāk, kādu uzstādījumu un tēlu par sevi mēģina veidot Ķīnas valdība, izmantojot „CCTV News” televīzijas kanālu. Tāpat būs iespējams pateikt, kādi ir bijuši Ķīnas uzskati par to, kas pasaulē ir svarīgs, un kāds ir bijis šīs valsts skatpunkts par to, ko ārzemniekiem būtu jādomā un jāzina par Ķīnu.

Metode

Pēc veiktās literatūras analīzes, tika secināts, ka Ķīna mēģina sevi popularizēt, ka tā ir ārvalstu agresijas upuris, hegemonisko valstu pretiniece, lielvara, kas cenšas sadarboties starptautiskā līmenī, iestājas par ekonomisko attīstību un vēlas miermīlīgu starptautisko konfliktu atrisināšanu (Wang 2009, 42). Tomēr šāda tēla veidošana tika aprakstīta 2009. gadā, līdz ar to tam tika pievienoti jauni tēla elementi, lai akcentētu, uz ko Ķīna varētu likt uzsvāru ar maigās varas palīdzību, proti, cīņa pret klimata izmaiņām, dabas aizsardzība, korupciju un aktīva iesaistīšanās ANO (Information Office 2013).

Pieņemot, ka no Ķīnas medijiem „CCTV News” televīzijas kanāls ir viens no instrumentiem, ko Ķīnas valdība izmanto, lai varētu izplatīt savu maigo varu un tā panākt, ka tās tēls pasaulē uzlabojas, tādējādi iegūstot lielāku atbalstu no ārzemniekiem (Zhang 2009, 58), šajā pētījumā par Ķīnas maigās varas izpausmēm „CCTV News” atspoguļojumā, tika analizēti ziņu un diskusiju raidījumi, līdz ar to analizē netika iekļauti valodas mācību un tūrisma raidījumi. Par visatbilstošākajiem raidījumiem analīzei tika izvēlēti raidījumi „News Update” un „World Insight”. „News Update” ir „CCTV News” galvenais ziņu raidījums, kas tiek pārraidīts katru stundu visu diennakti par aktuālākajiem notikumiem Ķīnā un pasaulē (News Update 2014). Savukārt „World Insight” ir iknedēļas raidījums, kurā tiek veidots atskats par aizvadītās nedēļas aktuālākajiem notikumiem (World Insight 2014).

Tika atlasīti šo raidījumu ieraksti sešu mēnešu garumā. Atbilstoši pētījuma izstrādes gaitā tika izvēlēts laika periods no 2013. gada augusta līdz 2014. gada janvārim, jo tā varēja izpētīt jaunākos ierakstus un noskaidrot jaunākās tendences Ķīnas maigās varas izpausmēs. Iemesls šādai izvēlei bija, jo 2012. gada novembrī par Ķīnas Komunistiskās partijas Centrālās komitejas ģenerālsekretāru kļuva Sji Dzjinpins (Pen 2012, 1). Ar šī amata ieņemšanu Ķīnā nomainījās galvenais vadītājs, jo Ķīnas Komunistiskās partijas varas struktūrā iepriekš minētais amats tiek uzskatīts par pašu augstāko (Communist Party of China 2014). Turklāt, pieņemot, ka jaunu nostādņu realizācijai nepieciešams ilgāks laiks, deviņi mēneši pēc noteiktā amata ieņemšanas varētu būt pietiekams, lai Ķīnas ārpolitika un maigās varas izpausmes būtu mainījušās.

Katrā mēnesī tika ņemti divi ieraksti no katra raidījuma. Lai nepārklātos informācija konkrētajā mēnesī, starp viena raidījuma ierakstiem bija tieši divu nedēļu atstarpe. „News Update” ieraksti tika atlasīti katra mēneša otrdienā vai trešdienā, tāpēc, ka televīzijas arhīvā bija pieejami tikai daži ieraksti visu sešu mēnešu garumā.

Savukārt „World Insight” ieraksti tika atlasīti paralēli arī ar divu nedēļu atstarpi. Tā kā šis raidījums ir tikai vienreiz nedēļā, svētdienās, tad tika atlasīti ieraksti no nedēļām, no kurām

netika ņemti „News Update” raidījuma ieraksti, šādi nosedzot daudz lielāku pārraidīto informāciju mēneša laikā. Saistībā ar šī raidījuma ierakstu atlasīšanu bija viens izņēmuma gadījums, proti, lai aizpildītu novembri un lai nepārklātos ierakstu periodi, viens no „World Insight” ierakstiem tika ņemts no 1. decembra, jo kalendārā šis datums iekrita svētdienā, tomēr notikumu atspoguļojums tajā bija par novembri.

Rezultāti tika iedalīti divās grupās: pēc valstīm, kas tikušas atspoguļotas, un pēc notikumiem vai procesiem, par kuriem tika stāstīts. Katram no šiem notikumiem un valstīm tika mērīts, cik daudz par to tika stāstīts pēc tā, cik daudz klipu par to bija un cik gari tie bija. Šādi ievācot datus, bija iespējams pateikt, par kuru valsti un notikumu tika stāstīts vairāk un par kuru mazāk.

Datu ievākšanas laikā tika arī veikts apraksts par sižetā rādīto, lai varētu saprast, kādā kontekstā noteiktais videoklips tika rādīts, tādējādi bija iespējams no literatūras analīzes iegūtos maigās varas tēlu veidus saistīt kopā ar datiem par klipu skaitu un garumu, rezultātos iegūstot, cik daudz un kā šī televīzija kā Ķīnas maigās varas līdzeklis popularizēja noteikto tēlu veidu.

Rezultāti

Pavisam tika ievākts materiāls vairāk nekā četrpadsmit stundu garumā. Lielāko daļu no šī materiāla veidoja raidījuma „World Insight” ieraksti, no kuriem katrs bija gandrīz stundu garš, līdz ar to tika veikta analīze divpadsmit sērijām, kopā veidojot aptuveni desmit stundas un 30 minūtes garu materiālu. Attiecībā uz raidījumu „News Update” ievāktais materiāls bija īsāks, proti, kaut gan tika atlasītas arī divpadsmit sērijas, tomēr katra no tām bija aptuveni 30 minūtes gara, tādējādi to kopējais garums sasniedza aptuveni četras stundas un 22 minūtes.

Visbiežāk atspoguļotā valsts bija ASV, ar kuru bija saistīti ieraksti aptuveni septiņu stundu un 33 minūšu garumā, kas veidoja 50,76% no visa kopējā ieraksta. Videoklipu dominēšana saistībā ar ASV it īpaši izpaudās raidījumā „World Insight”, no kura ierakstiem 62,13% bija mazāka vai lielāka saistība ar konkrēto valsti.

Raugoties kopumā, otra vispopulārākā valsts, par kuru visbiežāk tika stāstīts, bija Ķīna. Pēc klipu par Ķīnu kopējā garuma tā bija līdzīgā situācijā ar ASV, proti, to garums veidoja aptuveni sešas stundas un 31 minūti „World Insight” raidījumā un aptuveni 56 minūtes raidījumā „News Update”. Ja vērtē klipu skaitu, tad raidījumā „World Insight” tas bija tādā pašā apjomā, kāds tas bija ASV gadījumā.

Vispopulārākais temats, par ko tika stāstīts, bija problemātiskās attiecības starp Dienvidkoreju, Ķīnu un Japānu. Pavisam kopā par šo tematu bija aptuveni vienu stundu un 38 minūšu garš materiāls, kas veidoja 11,03% no visiem ierakstiem. Savukārt otrais populārākais notikums bija karš Sīrijā. No ievāktā materiāla par šo tematu tika stāstīts aptuveni vienas stundas un 33 minūšu garumā, kas bija 10,53% no visa materiāla garuma.

Analīze

Saskaņā ar maigās varas teorētiķa Džozefa Naja (Joseph Nye) atbalstīto domu par Ķīnas maigo varu, Ķīna mēdz norādīt uz ASV hegemoniju, līdz ar to savos medijos attēlo ASV kā mazāk draudzīgu valsti (Nye 2002, 18). Tādu apgalvojumu iespējams atbalstīt arī pēc veiktās „CCTV News” satura analīzes, proti, ASV tik tiešām bija vispopulārākā atspoguļotā valsts šajā televīzijā, līdz ar to var apgalvot, ka Ķīna pievērš tai uzmanību, kā pierādījās, ka sižeti netieši tiek demonstrēti pret ASV kā hegemonu. Par vienu no galvenajiem iemesliem tam varētu būt pastāvošās problēmas Austrumāzijā - jau iepriekš pieminētā situācija starp Ķīnu un Japānu, kuru atbalsta ASV. Tiesa gan šajā gadījumā Ķīnas visvairāk aizskartās intereses varētu būt cīņa par dominanci Austrumāzijā, nevis visā pasaulē, līdz ar to tā varētu uzskatīt

par lielāku apdraudējumu ASV klātbūtni un konkurenci pašā reģionā, kamēr ASV darbības un nostāja citās pasaules vietās tiek uzskatīta par mazsvarīgāku. Tomēr tās mediju vidū procesi citās valstīs var kalpot par avotu, kā pierādīt ārzemniekiem, ka arī citur ASV loma var būt slikta, un ka valstīm var nepatikt ASV ietekme.

Neņemot vērā valstu kontekstu, ievāktajā materiālā bija arī elementi, kas netika veidoti par kādu no literatūrā atrastajiem tēlu veidiem, tomēr šai gadījumā jāņem vērā, ka „CCTV News” kanāls var tikt uzskatīts par alternatīvu kanāliem „BBC World” un „CNN”, ar ko izplatīt Ķīnas nostāju pasaulē (Zhang 2009, 64), tas ir, lai iegūtu autoritāti skatītāju vidū, tai jābūt spējīgai piedāvāt saturu, kas spētu aizstāt starptautiskos medijus, tādējādi tās interesēs ir sekot šo kanālu piemēram un ziņot par notikumiem pasaulē, nevis tikai kalpot kā Ķīnas maigās varas instrumentam. Tiesa gan, šajā pētījumā netika salīdzināts šīs televīzijas saturs ar pārraidīto saturu no citas līdzīgas starptautiskās televīzijas, tāpēc nav iespējams pateikt, cik daudz „CCTV News” satura bija līdzīgs materiālam tai pašā laika posmā, piemēram, „BBC World” vai „Al Jazeera” televīzijās. Tomēr pēc ievāktā materiāla tika saskaitīts, ka tika stāstīts par vairāk nekā 60 valstīm, kas atļauj domāt, ka „CCTV News” mēģina strādāt līdzīgi citām Rietumvalstu televīzijām (Wilke et al. 2009, 308).

Aplūkojot literatūru, tika noskaidrots, ka pastāv atšķirība starp realitāti un tēlu, kādu Ķīna mēģina pozicionēt ārzemēs ar maigās varas palīdzību (Rawnsley 2012, 127). Pastāvot šādai plaisai, Ķīnas maigās varas efektivitāte tiek ierobežota, jo Rietumvalstu mediji mēdz stāstīt par šīm problēmām no savas perspektīvas (Lee 2009, 221), tā veidojot Rietumvalstu auditorijas priekšstatu par Ķīnu. Ievāktajā materiālā netika novērots, ka „CCTV News” mēģinātu risināt pastāvošās problēmas, kas varētu būt vairāk aktuālas citu valstu auditorijai, līdz ar to parādās jau literatūrā izteiktais apgalvojums, ka Ķīna izvēlās popularizēt sevi, izvairoties pieminēt jūtīgos jautājumus. Lai maigās varas realizācija būtu veiksmīga, nepieciešams ņemt vērā cilvēku un valstu nostāju, uz kuru maigā vara tiek mērķēta (Nye 2004, 16), tomēr pēc ievāktā „CCTV News” raidījumu materiāla, iespējams apgalvot, ka konkrētā televīzija to dara ierobežoti. Kamēr pastāvēs šādas atšķirības starp realitāti un tēlu, ko Ķīna mēģina popularizēt ar „CCTV News” palīdzību, tās maigās varas efektivitāte varētu būt ne tik efektīva.

Secinājumi

1. „CCTV News” izmanto Dienvidkorejas pausto nostāju pret Japānu un dažādus notikumus reģionā kā ieganstu, lai varētu popularizēt Ķīnu kā upuri un paustu nosodījumu par Japānas vēstures interpretāciju, ko varētu skaidrot ar to, ka Japānas un ASV militārā sadarbība liek Ķīnai izmantot savu maigo varu, lai varētu pretoties šo valstu maigās un stingrās varas ietekmei.
2. Ķīna mēģina palikt neitrāla Sīrijas pilsoņu kara un Ēģiptes nestabilās situācijas kontekstā, tomēr tie ir daži no procesiem, kurā Ķīna ar maigās varas palīdzību cenšas popularizēt miermīlīgu starptautisko konfliktu atrisināšanu un paustu nostāju pret ASV kā hegemonu.
3. „CCTV News” popularizē Ķīnu kā aktīvu ANO dalībvalsti, stāstot par tās lomu un atbalstu šai organizācijai Sīrijas pilsoņu kara un Āfrikas problēmu kontekstā.
4. „CCTV News” izteikti dominē sižeti saistībā ar ASV. Kaut gan tiek stāstīts par daudziem un dažādiem notikumiem pasaulē, tomēr tie tiek izklāstīti, piedāvājot ASV nostāju, lai pēc tam televīzija varētu piedāvāt alternatīvu viedokli no citu valstu un Ķīnas skatpunkta.
5. Par notikumiem pašā Ķīnā „CCTV News” veido tēlu, ka Ķīnas valdība mēģina cīnīties ar piesārņojumu, tā parādot, kā tā ir ieinteresēta uzlabot klimatu pasaulē.

6. No Rietumeiropas valstīm Ķīna visvairāk pievērta uzmanību Vācijai un Lielbritānijai, stāstot par tās politiskajiem un ekonomiskajiem notikumiem pozitīvā veidā, kā arī Eiropas Savienības viedoklim, tomēr mazāk nekā ASV un Krievijas paustajai nostājai.
7. „CCTV News” televīzija izvēlējās diskutēt par dažiem jūtīgiem jautājumiem, kas vairāk interesē ārzemniekus, tādējādi tās kā Ķīnas maigās varas līdzekļa darbība ir mazāk efektīva, un pozicionētais tēls atsevišķos gadījumos atšķiras no pastāvošās realitātes.

Priekšlikumi

Izstrādājot līdzīgus pētījumus, būtu jāņem vērā, ka Ķīna ir ieinteresēta izmantot savu maigo varu vēl efektīvāk, lai uzlabotu savu tēlu, tomēr pētījumā laikā tika noskaidrots, ka pēdējo gadu laikā Ķīna savu maigās varu saturu ir mainījusi (Wang 2009, 40), līdz ar to pastāv iespēja, ka nākotnē tā liks uzsvaru uz citu tēlu veidu, kas tai šķitīs svarīgs, tādējādi pētījumos nāksies ņemt vērā arī to, kā tā ir sevi pozicionējusi pasaulē konkrētajā laika posmā.

Avotu saraksts

1. CCTV News (2013). *CCTV News home page*. Available: <http://english.cntv.cn/01/index.shtml> (retrieved: 24.11.2013.).
2. Communist Party of China (2014). *Communist Party of China home page*. Available: <http://english.cpc.people.com.cn/206972/206981/8188419.html> (retrieved: 16.01.2014.).
3. Guojun, Z., Go, F., Kolmer, C. (2011). *The impact of international TV media coverage of the Beijing Olympics 2008 on China's media image formation: a media content analysis perspective*. International Journal of Sports Marketing & Sponsorship, Vol. 12, No. 4, pp. 319-336.
4. Information Office (2013). *China's Policies and Actions for Addressing Climate Change(2013)*. Beijing: The State Council of the People's Republic of China, pp. 2-10.
5. Kalathil, S. (2011). *China's Soft Power in the Information Age: Think Again*. Institute For The Study Of Diplomacy. Available: http://isd.georgetown.edu/files/Kalathil_Chinas_Soft_Power.pdf (retrieved: 07.12.2013.).
6. Kohut, A., Wike, R., Simmons, K. et al. (2013). *America's Global Image Remains More Positive than China's*. Pew Research Center, July 18. Available: <http://www.pewglobal.org/files/2013/07/Pew-Research-Global-Attitudes-Project-Balance-of-Power-Report-FINAL-July-18-2013.pdf> (retrieved: 05.11.2013.).
7. Lee, A. (2009). *Tibet And The Media: Perspectives From Beijing*, Marquette Law Review, Vol. 93, No. 1, pp. 209-230.
8. News Update (2014). *News Update home page*. Available: <http://cctv.cntv.cn/lm/newsupdate/01/index.shtml> (retrieved: 06.02.2014.).
9. Nye, J. (2002). *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone*. UK: Oxford University Press, 18 p.
10. Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. USA: Public Affairs, 16 p.

11. Pen, M. (2012). *Now The Hard Part Begins: The China Challenge*. *The Diplomat*. november. Available: <http://thediplomat.com/2012/11/now-the-hard-part-begins-xi-jinpings-challenge/> (retrieved: 16.01.2013.).
12. Rawnsley, G. (2012). *Approaches to soft power and public diplomacy in China and Taiwan*, *Journal of International Communication*, Vol. 18, Issue 2, pp. 121-135.
13. Tibetan Review (2009). *CCTV launches Arabic channel to sell 'real' China*, *Tibetan Review*, Vol. 44, Issue 8, p. 36.
14. Wang, H. (2009). *China's Image Projection and Its Impact*. In J. Wang (Ed.), *Soft Power in China Public Diplomacy through Communication*. USA: Palgrave Macmillan, pp. 37-56.
15. Wilke, J., Heimprecht, C., Cohen, A. (2012). *The geography of foreign news on television: A comparative study of 17 countries*, *International Communication Gazette*, Vol. 74, Issue 4, pp. 301–322.
16. World Insight 2014. *World Insight home page*. Available: <http://english.cntv.cn/program/worldinsight/20100412/104239.shtml> (retrieved: 02.02.2014.).
17. Zhang, X. (2009). *China's International Broadcasting: A Case Study of CCTV International*. In J. Wang (Ed.), *Soft Power in China Public Diplomacy through Communication*. USA: Palgrave Macmillan, pp. 57-72.

Pirmsskolas vecuma bērnu atbalsta politika Vidzemes reģionā no 2009. Līdz 2013. gadam: gadījumu analīze

Preschool Children Support Policy in the Vidzeme Region (2009-2013): Case Study

Autore: Katrīne Reima, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura grāds politikā

Darba zinātniskā vadītāja: Feliciana Rajevska, Dr.sc.pol.

Kopsavilkums

Šī darba mērķis ir analizēt pirmsskolas vecuma bērnu atbalsta politikas Vidzemes reģionā, īpaši aplūkojot pirmsskolas bērnu aprūpes pakalpojumu pieejamību. Lai sasniegtu mērķi, tika veikta dokumentu un normatīvo aktu analīze, veiktas vecāku aptaujas pirmsskolas izglītības iestādēs un intervijas ar pašvaldības pārstāvjiem izglītības un sociālajā jomā, kā arī ar pašvaldības pirmsskolas izglītības iestāžu (PII) pārstāvjiem.

Pētījumā tika noskaidrots, ka Vidzemes reģionā vēl aizvien dominē veco jeb „pasīvo” atbalstu veidu sistēma, bet arvien aktuālāka kļūs pāreja uz sociālo investīciju politikām, kas tiek panākta, atbalstot vecāku piekļuvi sociālo investīciju pakalpojumiem, piemēram, pirmsskolas izglītības iestādēm. Bērnu aprūpes pakalpojumu pieejamība Vidzemes reģionā kopumā ir apmierinoša, tikai Strenču novadā izpaudās Mateja efekta iezīmes pakalpojumu izmantošanā. Pakalpojumu pieejamību reģionā stimulē ar bezmaksas transportu, PII maksas atlaidēm trūcīgām, maznodrošinātām un daudz bērnu ģimenēm un piedāvājot pakalpojuma īpašas formas – pakalpojumus bez ēdināšanas. Lai sociālo investīciju ietekme būtu efektīvāka, jāveic vecāku izglītošanas pasākumi un valsts līmenī jāatrisina pirmsskolas izglītības maksas jautājums, kas ir aktuāls visā Vidzemes reģionā, jo īpaši Strenču un Cesvaines novadā, kur iedzīvotāju finansiālais stāvoklis ir sliktāks.

Abstract

The goal of the research work is to analyse pre-school children support policies in the Vidzeme region, especially looking at the availability of early childhood education (ECE) services. To achieve the goal of this research, the analysis of policy documents was performed, surveys of parents in pre-school institutions were carried out and interviews with pre-school institution representatives, the local authorities in education and social sector were conducted.

Research results indicated that the Vidzeme region is still mainly dominated by the old - “passive” form of support system, but the social investment policies are becoming increasingly more important, which is achieved by supporting parents' access to social investment services. Availability of ECE in the Vidzeme region was good, and only in Strenču region features of Matthew effects were spotted - unemployed poor families used it to a lesser extent than in other parts of the Vidzeme region. The availability of the services is stimulated by free transport services, ECE fee discounts to poor, low-income and large families and by offering special service forms. The results show that the availability of the service is being improved, but for a maximum effect of social investment policies at municipal level work has to be done through educating parents, and at the national level by resolving the issue of pre-school fees, which manifested in the whole of the Vidzeme region.

Atslēgas vārdi: bērns, ģimene, sociālās investīcijas, bērnu izglītība un aprūpe, pārdalāmība, pieejamība.

Ievads

Ir svarīgi pētīt pirmsskolas vecuma bērnu atbalsta politikas, jo šis ir nozīmīgākais cilvēka vecumposms. Pētījumi ir pierādījuši, ka investīcijas tieši šajā posmā nes vislielāko atdevi (OECD 2011, 6). Kopumā ģimenes, un tai skaitā pirmsskolas vecuma bērnu, atbalsta politikas ir ļoti mainījušās laika gaitā, bet kopš 20.gs. 90. gadiem arvien aktuālas ir kļuvušas sociālo investīciju politikas (Pintelon, Cantillon, Bosch, Whelan 2013, 52).

Pašā pamatā „labi īstenotas” sociālās investīcijas agrīnā vecumā samazina noziedzību, palielina izglītības ieguvēju skaitu, rada vairāk kvalificētus darbiniekus nākotnē, un sniedz citus labumus sabiedrības un indivīda līmenī (OECD 2011,4). Tā kā sociālo investīciju politikas vēl ir tikai pārejas procesā, un ņemot vērā, ka tās pārsvarā ir uz pakalpojumiem virzītas, to aptveramībā var būt problēmas, jo pakalpojumi paši par sevi ir grūtāk pārdalāmi, kā citi atbalsta veidi (Cantillon, 2011, 440).

Ņemot to vērā, darbā bija svarīgi izpētīt, kādi atbalsta veidi ir pieejami ģimenēm ar pirmsskolas vecuma bērniem, un saprast, vai virzība uz sociālajām investīcijām ir notikusi, kā arī izpētīt to, vai šie pakalpojumi ir visaptveroši un neizpaužas Mateja efekts, kad augstākais un vidējais sabiedrības slānis gūst vislielāko labumu no šiem pakalpojumiem (Vandenbroucke, Vleminckx 2011,455).

Ir svarīgi pētīt Latvijas situāciju ne vien tāpēc, ka šīs investīcijas atstāj pozitīvu efektu uz bērna attīstību un sabiedrību kopumā (OECD 2011, 4), bet tām ir pozitīva ietekme uz valsts dzimstības rādītājiem, kas Latvijā ir zemi (Bela 2013, 45).

Pētījumi, kas balstītos uz sociālo investīciju paradigmu, Latvijā iepriekš nav veikti, un nav testēta arī Mateja efekta izpaušanās šajos pakalpojumos, lai gan Mateja efekta testēšana ir priekšnoteikums veiksmīgu sociālo investīciju īstenošanai (Vandenbroucke, Vleminckx 2011, 463). Darbā tiek aplūkota sociālo investīciju politikas attīstība Vidzemes reģionā un apzināti risinājumi politikas uzlabošanai. Izvēlēts tika tieši Vidzemes reģions, jo tajā bērnu dzimstības rādītāji, pamatojoties uz CSB datiem, ir zemākie (Bela 2013, 46-47). Tādēļ ir ļoti nozīmīgi situāciju pētīt tieši šeit, lai saprastu, vai atbalsta politikas to ir ietekmējušas.

Darba mērķis ir analizēt pirmsskolas vecuma bērnu atbalsta politiku un pirmsskolas izglītības iestāžu pakalpojumu pieejamību Vidzemes reģionā no 2009. līdz 2013. gadam. Lai sasniegtu šo mērķi, darbā tika izvirzīti divi pētījuma jautājumi:

1. Kādi atbalsta veidi ir pieejami ģimenēm ar pirmsskolas vecuma bērniem Vidzemes reģionā ?
2. Kāda ir PII pieejamība Vidzemes reģionā un kādi faktori to ietekmē ?

Metode

Lai sasniegtu darba mērķi, tika pētīti ģimenes atbalsta veidi un to pieejamība Vidzemes reģiona novados, vadoties pēc dzimušo bērnu skaita attiecības pret pastāvīgo iedzīvotāju skaitu laika posmā no 2010. līdz 2012. gadam. Tas tika darīts, lai redzētu, kur dzimstība ir lielāka un kur mazāka. Viszemākie dzimstības rādītāji pret iedzīvotāju skaitu ir Strenču, Varakļānu un Cesvaines novadā, kur dzimstība ir zem vidējās Latvijas un Vidzemes reģiona robežas (LR CSB 2014).

Tika veikta arī likumdošanas aktu un normatīvo dokumentu analīze, izpētīta informācija par pašvaldību funkcijām attiecībā uz atbalsta nodrošināšanu ģimenēm un aktuālajiem atbalsta veidiem, kā arī likums „Par pašvaldībām” un pašvaldību saistošie noteikumi attiecībā uz sociālo palīdzību un pirmsskolas izglītību.

Tika veiktas arī vecāku aptaujas katra novada/pilsētas pašvaldības bērnodrāzēs, bet Valmierā, kur ir vairāk PII, tikai trīs lielākajos bērnodrāzēs, kas sniedz pakalpojumus bērniem vismaz no pusotra gada vecuma. Tas tika darīts saistībā ar Darba likuma 156. pantu, vadoties pēc kura vecāki var uzturēties atvaļinājumā, kas saistīts ar bērna dzimšanu vai adopciju ne ilgāk kā pusotru gadu, līdz dienai, kad bērns sasniedz astoņu gadu vecumu. (LR Saeima 06.2002) Bērnodrāzēs tika aptaujāti katras vecuma grupas bērnu vienas grupas vecāki, lai gūtu iespaidu par visu vecuma grupu situāciju. Kopumā tika izplatītas 765 anketas, no kurām atpakaļ tika saņemtas 392 – 156 Valmierā, 113 Smiltenes novadā, 35 Beverīnas novadā, 53 Strenču novadā un 35 Cesvaines novadā. Respondentu vidū bija 85,7% sieviešu un 13,5% vīriešu, kuru vecums variēja no 20 līdz 56 gadiem.

Lai saprastu, kā atbalsts bērniem ir attīstījies, kā arī kādi ir nākotnes plāni un vajadzīgie uzlabojumi, tika veiktas 15 daļēji strukturētas intervijas ar pašvaldību pārstāvjiem izglītības un sociālo jautājumu jomā, kā arī ar PII pārstāvjiem par viņu skatījumu šajā jomā (skatīt 1.pielikumu).

Lai iegūtu statistiskus datus par pirmsskolas pakalpojumu apmeklētību un galveno mērķauditoriju, tika veikta arī datu ievākšana no PII un iestādēm, kur ir pirmsskolas izglītības grupas izvēlētajās teritorijās.

Rezultāti

Sociālā palīdzība

Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likuma 35. pantā paredzēts, ka pašvaldības piešķir šādus pabalstu veidus: no pamatbudžeta izmaksā pabalstu GMI līmeņa nodrošināšanai un dzīvokļa pabalstu, bet, neizvērtējot personas (ģimenes) ienākumus, pašvaldība var piešķirt personai (ģimenei) vienreizēju pabalstu ārkārtas situācijā. Turklāt, ja ir apmierināts pašvaldības iedzīvotāju pieprasījums pēc šiem atbalsta veidiem, izvērtējot ģimenes (personas) ienākumus, tā [pašvaldība] ir tiesīga no pašvaldības pamatbudžeta izmaksāt arī citus pabalstus ģimenes (personas) pamatvajadzību apmierināšanai.

Papildus minētajiem atbalsta veidiem Vidzemes reģiona pašvaldību praksē ģimenes ar pirmsskolas vecuma bērniem tiek atbalstītas ar pabalstu bērna piedzimšanas gadījumā, kā arī, izvērtējot ģimenes materiālo stāvokli, tiek piedāvātas atlaides PII maksai, pabalsts daļēju medicīnisko izdevumu apmaksai (izņemot Strenču novadu) un palīdzība dzīvokļu jautājumu risināšanā (izņemot Strenču novadu). Reģionā pētītajās teritorijās bija atrodamī arī atbalsta veidi, kas raksturīgi tieši konkrētajām pašvaldībām. Valmierā vecākiem ir iespēja saņemt pabalstu sociālā dzīvokļa uzturēšanai, Beverīnas novadā vecākiem ar pirmsskolas vecuma bērniem ir iespēja saņemt pabalstu mācību gada uzsākšanas - vienreizējs pabalsts 28,46 EUR trūcīgām un maznodrošinātām ģimenēm. Savukārt tikai Smiltenes novadā vecākiem ir pieejams pabalsts bezmaksas ēdināšanai - zupas virtuve vai pabalsts līdz 14,23 EUR mēnesī, un ģimenes pabalsts, kas ir vienreizējs pabalsts 28,46 EUR apmērā trūcīgām un maznodrošinātām ģimenēm.

Valmierā, Smiltenes, Cesvaines un Beverīnas novadā atbalsts tiek sniegts arī daudzbērnu ģimenēm, nodrošinot atlaides PII – 30% apmērā Valmierā, 50% apmērā Cesvaines novadā, 100% apmērā Smiltenes un Beverīnas novadā.

Izglītība

Pirmsskolas izglītība Vidzemes reģionā no pašvaldības puses galvenokārt tiek nodrošināta PII un pirmsskolas grupās, kas atrodas vispārizglītojošo izglītības iestāžu pakļautībā. 78,4% respondentu Valmierā pirmsskolas izglītības pakalpojumus vērtē, kā „ļoti labas vai labas kvalitātes”, 77,2%- Smiltenes novadā, 88,6% Beverīnas novadā, 81,1% Strenču novadā un

97,2% Cesvaines novadā. Un kā „zemas kvalitātes” tos visvairāk atzina tieši Strenču novadā - 3,8%.

Novadu un Valmieras pašvaldības praksē izpaužas diferencēta pieeja PII maksas segšanā, kad īpaši tiek atbalstītas trūcīgās, daudzbērnu un maznodrošinātās ģimenes, nodrošinot iepriekš minētās atlaides PII. Tomēr saistošie noteikumi parādīja, ka tieši Strenču novadā šīs atlaides ir saistītas ar citu trūcīgām personām ļoti nozīmīgu atbalsta veidu – GMI pabalstu. Trūcīgajiem vecākiem Strenču novadā jāizvēlas viens no atbalsta veidiem: atlaides PII vai GMI (LR Strenču novada dome 2014) (skatīt 1.tabulu):

1. Tabula PII atlaižu apjoms un piešķiršanas noteikumi Vidzemes reģionā

Pabalsta veids	Valmiera	Smiltenes novads	Beverīnas novads	Cesvaines novads	Strenču novads
Atlaides PII	100% apmērā bērniem no trūcīgām ģimenēm; 50% - maznodrošinātām ģimenēm; 30% - daudzbērnu ģimenēm (kopš 2008. gada)	50% - trūcīgām ģimenēm ar bērniem, ja vecāki ir nodarbināti un maznodrošinātām ģimenēm ar bērniem, kurās nav darbspējīgu personu 100% - daudzbērnu ģimenēm	100% trūcīgām ģimenēm; 100% - daudzbērnu ģimenēm	100% trūcīgām ģimenēm obligātajai pirmsskolas izglītības apguvei (5, 6 gadi); 50% - daudzbērnu ģimenēm (kopš 2012. gada)	100% trūcīgām ģimenēm (ja netiek saņemts GMI pabalsts (kopš 2013. gada))

Avots: autores veidota tabula.

Strenču novadā PII pakalpojumu izmantošana kopumā un, jo īpaši, no trūcīgo ģimeņu puses ir visvairāk - trūcīgo ģimeņu pakalpojumu izmantošana parāda, ka šis rādītājs Strenču novadā pret patieso trūcīgo ģimeņu skaita bija viszemākais (kur to varēja salīdzināt), īpaši Seda bērniem līdz piecu gadu vecumam (skatīt 2.tabulu):

2. Tabula Pašvaldības piedāvāto pirmsskolas izglītības un aprūpes pakalpojumu izmantošana pirms obligātā pirmsskolas vecuma Vidzemes reģionā

	Strenču novads		Smiltenes novads	Cesvaines novads	Beverīnas novads
	Kopā	Seda			
Dzimušo bērnu skaits no 2009. līdz 2012. gadam	96	37	540	81	137
Bērnu skaits PII līdz 5 gadu vecumam	49	17	341	64	88
%	51,0	45,9	63,1	79	64,2

Avots: autores veidota tabula.

Vecāku aptaujas rezultāti rindu jautājumā parādīja, ka vairumā gadījumu bērnu aprūpes pakalpojumi Vidzemes reģionā tika vērtēti kā viegli pieejami – Cesvaines, Beverīnas un Palsmanes PII gadījumā. Vienīgie gadījumi, kad rezultāti bija negatīvāki, ir Valmieras, kā arī Strenču novada un Smiltenes pilsētā. Līdz 2 gadu vecumam 45,6% Valmieras, 42,3% Smiltenes novada un 11,3% Strenču novada respondentu uzsvēra, ka pakalpojumi ir pieejami, bet nākas gaidīt b/d rindās, grūti pieejami vai nepieejami. Bet vecuma posmā no 4 līdz 5

gadiem Valmierā 45,5% respondentu tos atzina par viegli pieejamiem. Bērnudārzu rindās kopumā ir gaidījuši 55,1% PII Pīlādzītis (Smiltenes novads) respondentu, 49,4% Valmieras respondentu un 17% Strenču novada respondentu.

Analīze

Sociālās palīdzības un pabalstu izvērtējums Vidzemes reģionā

Vidzemes reģiona novados vecākiem ar pirmsskolas vecuma bērniem galvenokārt tiek piedāvāts izmantot pabalstus, kas ir vecais - „pasīvais” atbalsta veids (Ghysels, Lancker 2011, 472), un tie galvenokārt mērķēti uz trūcīgām un maznodrošinātām ģimenēm, izņemot Strenču un Cesvaines novadu, kur nav noteikts maznodrošināto statuss. Tātad pašvaldības koncentrējas uz iedzīvotāju, tai skaitā bērnu, nabadzības mazināšanu (Pestieau 2006, 140-143). Vidzemes reģionā šo sistēmu varētu raksturot kā "pro-poor" - koncentrētu uz atbalstu finansiālās grūtībās nonākušām ģimenēm (Ghysels, Lancker 2011, 478).

Tomēr pašvaldībās tiek sniegti pabalsti, lai veicinātu arī pakalpojumu izmantošanu, piemēram, atlaides PII un pabalsts daļēju medicīnisko izdevumu apmaksai, kas savukārt liecina, ka tiek stimulēta sociālo investīciju izmantošana. Tātad aktīvie atbalsta veidi ir apvienoti ar pasīvajiem atbalsta veidiem, gluži tāpat, kā tas notiek citās vietās Eiropā (Ghysels, Lancker 2011, 472-474) un Latvijā kopumā (Reima 2013).

Pirmsskolas izglītības un aprūpes pakalpojumu izvērtējums Vidzemes reģionā

Ir svarīgi, lai pirmsskolas izglītības un aprūpes pakalpojumi būtu ne tikai pieejami, bet arī kvalitatīvi, lai pēc iespējas pozitīvāk ietekmētu bērna attīstību. Intervijās parādījās viedoklis, ka pastāv atšķirības starp bērniem, kas apmeklējuši PII pirms obligātās pirmsskolas izglītības iegūšanas, un tiem, kas nav – fiziskās, komunikācijas un sevis aprūpēšanas funkcijās. Pie kvalitātes uzlabošanas tiek strādāts, gan attīstot infrastruktūru, gan ceļot darbinieku kvalifikāciju un iesaistot vecākus mācību procesā. Tomēr pastāv arī kvalitātes problēmas, piemēram, Strenču novadā PII kvadrātūra neatbilst valstī noteiktajai kvadrātūrai, kas uz vienu bērnu līdz trīs gadu vecumam grupas telpā ir 2,5 m², bet vecākiem bērniem 3 m² (LR MK 2002).

Kopumā bērnu izglītības un aprūpes tīkla attīstība Vidzemes reģionā ir laba. To parādīja gan vecāku aptauja, gan intervijas ar sociālās jomas, izglītības jomas un bērnudārzu pārstāvjiem. Vienīgās vietas, kur tika akcentēts, ka pakalpojumi ir grūti pieejami, vai nepieejami relatīvi lielākā mērā pēc vecāku domām bija Smiltenes pilsētā (PII Pīlādzītis) un Valmierā, tomēr šāda tendence samazinās, pieaugot bērna vecumam – kritiskākā tā ir līdz divu gadu vecumam.

Pētījuma rezultāti parādīja, ka bērnudārzu pamata maksa, kas Latvijā tiek maksāta tikai par bērna uzturu, ir ietekmējošs faktors pirmsskolas izglītības iestāžu izmantošanā (Hansen, Joshi, Verropoulou 2006, 84). Vislielākā bērnudārza maksa ir Valmierā, Smiltenes novadā un Strenču novadā, viszemākā - Cesvaines novadā. Vidzemes reģionā lielai daļai vecāku ir grūti samaksāt šo maksu, Cesvaines novadā tādā situācijā ir pat trešdaļa vecāku (Aveniņa, intervija, 10.04.2014.). Visgrūtāk segt izmaksas ir tieši Cesvaines un Strenču novadā - viskritiskākā situācija ir Sedas pilsētā, kur ģimeņu finansiālais stāvoklis ir vissliktākais (Āķere, intervija, 19.03.2014.). Tieši finansiālā situācija valstī kopumā un novados ietekmē vecāku spēju samaksāt PII maksu.

Sakarā ar to, ka vecākiem ir grūtības samaksāt PII uztura maksu, novados tiek meklēti risinājumi, kā šo situāciju uzlabot. Cesvaines un Strenču novadā vecākiem tiek piedāvāts bērnu (visa vecuma) atvest tikai uz nodarbībām, un uz ēdināšanas laiku bērnu vest mājās, tādā veidā par PII pakalpojumiem nemaksājot nemaz, vai samaksājot niecīgu summu (Āķere,

intervija, 19.03.2014.), (Aveniņa, intervija, 10.04.2014.). Smiltenes novadā šāda sistēma ir pieejama tikai obligātās izglītības ieguvējiem (Stipniece, intervija, 14.04.2014.). Tādējādi tiek domāts par to, kā sniegt pirmsskolas izglītību arī bērniem no mazāk turīgām ģimenēm, kas ir pozitīvi, tomēr rodas jautājums par bērnu uzturu un sociālo iekļaušanu.

Pirmsskolas izglītības un aprūpes pakalpojumu pieejamību ietekmē arī iestādes attālums no dzīvesvietas (Hansen, Joshi, Verropoulou 2006, 84). Kopumā lauku teritorijās un lielajos novados vecākiem jāmēro tāls ceļš bērna atvešanai uz PII, kas veido arī papildu izmaksas. Smiltenes novadā šis attālums variēja pat no pāris metriem līdz 45 km. Lai vecākiem atvieglotu šo situāciju, visās aplūkotajās teritorijās tiek piedāvāts pašvaldības transports jeb skolu autobusi (Valmierā, Beverīnas novadā uz PII Pasaciņa un Smiltenes novadā uz PII Pīlādzītis tas netiek piedāvāts). Diemžēl pirmsskolas vecuma bērnu vienu nedrīkst uzņemt sabiedriskajā transportā, kas kavē šī pakalpojumu izmantošanu. Lai risinātu šo problēmu, Launkalnes pamatskolai ir izveidojusies prakse, ka bērnudārza audzēkņus autobusā pavada pirmsskolas izglītības skolotājas un viņām ceļa izdevumus apmaksā pašvaldība (T. Jaunzemis, intervija, 14.04.2014.). Tādu pašu praksi realizē arī Cesvaines PII Brīnumzeme. Šis varētu būt risinājums arī citiem novadiem, lai samazinātu vecāku izmaksas PII apmeklēšanā (T. Jaunzemis, intervija, 14.04.2014.).

Raksturojot PII pakalpojumu mērķa grupas, vecāku intervijas parādīja, ka lielākā daļa vecāku, kuru bērni izmantoja pirmsskolas izglītības pakalpojumus, bija nodarbināti: Valmierā -84%, Smiltenes novadā - 71,4%, Palsmanes PII - 84,7%, PII Pīlādzītis -74,3%; Beverīnas novadā- 65,7%. Cesvaines novadā un Strenču novadā- 81,1%. Tomēr šos pakalpojumus izmanto arī bezdarbnieki, mājsaimnieces un studenti, kas nozīmē, ka arī šīs grupas pārstāvji atzīst PII pozitīvo ietekmi un nepieciešamību bērna attīstībā.

Pētījums atklāja, ka trūcīgas personas statusu norādīja 12,2% respondentu Valmierā, Smiltenes novadā - 16,8%, Beverīnas novadā - 17,1%, Cesvaines novadā - 45,7% un Strenču novadā - 18,9%. Tomēr, ja tiek analizēti dati par trūcīgo ģimeņu skaitu pret iedzīvotāju skaitu (tām pašvaldībām, kas tos atsūtīja), tad tieši Strenču un Cesvaines novadā šiem rādītājiem būtu jābūt relatīvi augstākiem, jo šeit ir arī lielāks trūcīgo ģimeņu skaits. Kamēr Cesvaines novadā tā tik tiešām ir, Strenču novadā šie rādītāji ir zemāki, kas liecina par to, ka pakalpojums nav visaptverošs. Tieši šajā teritorijā PII pakalpojumus līdz obligātajam pirmsskolas vecumam izmanto mazākā mērā. Pēc autores domām, šo faktu veicina gan relatīvi augstā pakalpojumu maksa, gan uztur maksas atlaides piešķiršanas noteikumi. Pārējos gadījumos šādas krasas atšķirības neizpaužas, tāpēc var secināt, ka tur pakalpojumu saņemšana nav sociāli stratificēta un neizpaužas Mateja efekts.

Secinājumi

1. Ģimenēm ar pirmsskolas vecuma bērniem Vidzemes reģionā pieejami tradicionālie atbalsta veidi naudas pārskaitījuma veidā. Arvien aktuālāks kļūst vecākiem sniegtais atbalsts sociālo investīciju izmantošanai, kas tiek koncentrēts uz maznodrošinātām, trūcīgām un daudzbērnu ģimenēm.
2. Vidzemes reģionā PII pakalpojumu pieejamību ietekmē tādi faktori, kā infrastruktūra un institucionālais mehānisms, uzturēšanas režīma elastība, diferencēta pieeja izdevumu segšanai, kā arī pašvaldības transporta pieejamība bērna nogādāšanai PII.
3. Kopumā PII pieejamību Vidzemes reģionā var raksturot kā apmierinošu, jo rindu problēma izpaužas tikai lielajās pilsētās – Valmierā, Smiltene, un pārsvarā jāgaida rindās ne ilgāk par gadu, tikai 4,6% Vidzemes reģiona respondentu bērnu ir bijis jāgaida rindā līdz diviem gadiem.

4. Strenču novads pētījumā parādījās kā Vidzemes reģiona problēmu zona, jo šeit kvalitātes un rindu jautājuma, kā arī finansiālā ģimeņu stāvokļu dēļ izpaudās Mateja efekts – pakalpojumus mazākā mērā izmanto trūcīgās ģimenes.

Priekšlikumi

1. Jāievieš vienlīdz liels atbalsts trūcīgām ģimenēm pirmsskolas pakalpojumu izmantošanai (100%).
2. Strenču situācijas uzlabošanā jāiesaistās valstij (PII renovācija un finansiāls atbalsts trūcīgām ģimenēm PII atlaižu veidā).
3. Piedāvātā transporta izmantojuma veicināšanai jāseko Cesvaines novada (augstākie rezultāti transporta izmantošanā) paraugam ieviešot skolēnu pavadoni.
4. Pašvaldību līmenī jāveic Mateja efekta testēšana pirmsskolas pakalpojumu izmantošanā.

Avotu saraksts

1. Bela, B. (red) (2013) Latvija. *Pārskats par tautas attīstību 2012/2013. Ilgtspējīga nācija*. Rīga: LU Sociālo un politisko pētījumu institūts, 128 lpp.
2. Cantillon, B. (2011) *The paradox of the social investment state: growth, employment and poverty in the Lisbon era*. *Journal of European Social Policy*. Available: Sage publication
3. Ghysels, J., Lancker, W. V. (2011) *The unequal benefits of activation: an analysis of the social distribution of family policy among families with young children*. *Journal of European Social Policy*, Vol, 21, No. 472. Available: Sage publications.
4. Hansen, K., Joshi, H. , Verropoulou G. (2006) *Childcare and Mothers' Employment: Approaching the Millennium*. National Institute Economic Review. Available: <http://db.va.lv:2157/content/195/1/84.full.pdf+html>
5. LR CSB (2014). *CSB mājas lapa*. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/iedzivotaji-galvenie-raditaji-30260.html> (aplūk. 02.02.2014.).
6. LR MK (2002) *Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.596 „Higiēnas prasības izglītības iestādēm, kas īsteno pirmsskolas izglītības programmas.”*, pieņemti 2002.27.XII Latvijas Vēstnesis, Nr. 2, 7. jan.; pieejams arī: <http://likumi.lv/doc.php?id=69951> (aplūk. 25.04.2014.).
7. LR Saeima (2002). *Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likums : LR likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 168, 19. nov.
8. LR Saeima (06.2002) *Darba likums: LR likums*. Latvijas Vēstnesis, Nr. 105, 6. jūl.
9. LR Strenču novada dome (2014) *Saistošie noteikumi Nr.25/2013 "Par ģimenes vai atsevišķi dzīvojošas personas atzīšanu par trūcīgu un sociālās palīdzības pabalstiem Strenču novadā"* , pieņemti 2013.16.XII. Pieejams Pieejams:http://www.strencunovads.lv/docs/1026/Domes%20seedes%202013/SN-25-2013_Par_soci_lo_pal_dz_bu.doc (aplūk. 16.12.2013.).
10. *OECD Family Database (2011) Public spending on family benefits* Available: www.oecd.org/els/social/family/database
11. Pestieau, P. (2006) *The Welfare State in the European Union. Economic and Social Perspectives*. Oxford University press. pp. 136-145.

12. Pintelon, O., Cantillon, B., Van den Bosch, K., Whelan, C. (2013) *The social stratification of social risks: The relevance of class for social investment strategies* *Journal of European Social Policy* Vol. 23, No.52
13. Reima, K. (2013) *Finansiālais atbalsts un bērnu aprūpes pakalpojumi ģimenēm ar bērniem līdz 5 gadu vecumam Latvijā*. Gada projekts, 93 lpp.
14. Vandenbroucke, F., Vleminckx, K. (2011) *Dissapointing poverty trends: is the social investment state to blame?* Available: Sage publicatio.

1. pielikums

Intervējamais saraksts novados un Valmierā

Novads/ Pilsēta	Datums	Vārds, Uzvārds	Amats	Laiks	Vieta	Piezīmes
Valmiera	01.04.	Dana Ceplīte	PII „Vālodzīte” metodiķe	Plkst. 14.00	Valmiera, Smiltenes iela 10	Klātienes intervija
	29.04	Iveta Pāže	Valmieras Izglītības pārvaldes vadītāja	Plkst. 14.00	Valmiera, Lāčplēša iela 2	Klātienes intervija
	21.04.	Iveta Sokola-Sokolova	Valmieras sociālā dienesta vadītāja			Interneta intervija – atbildes uz papildjautājumiem netika atsūtītas
Smiltenes novads	14.04.	Ilva Stīpniece	Smiltenes novada PII ”Pīlādītis” metodiķe	Plkst. 9.00	Smiltene, Rīgas iela 8a	Klātienes intervija
	14.04.	Anita Šteinberga	Smiltenes novada sociālā dienesta vadītāja	Plkst. 10.00	Smiltene, Dārza iela 3	Klātienes intervija
	14.04.	Tālis Jaunzemis	Smiltenes novada Izglītības pārvaldes vadītājs	Plkst. 11.00	Smiltene, Pils iela 2	Klātienes intervija
Beverīnas novads	03.04.	Ieva Stīge	Kocēnu novada Izglītības pārvaldes vadītāja	Plkst. 9.00	Valmiera, Rīgas iela 10 (Valmieras Kultūras centrs, 2.sāvs)	Klātienes intervija
	04.04.	Ineta	Beverīnas	Plkst.	Mūrmuiža,	Klātienes

		Zīdere	novada PII „Pasaciņa” vadītāja	11.30	Kauguru pagasts, Beverīnas novads	intervija
	22.04.	Austra Blīgzna	Beverīnas sociālā dienesta vadītāja	Plkst. 14.00	„Kaimiņi”, Brenguļi, Brenguļu pagasts, Beverīnas novads	Klātienes intervija
	07.05.	Ginta Pikšena	Beverīnas novada Kauguru pagasta sociālā darbiniece			Atsūtītas atbildes uz e-pastu daļai jautājumu (pēc A. Blīgznas ieteikuma)
Cesvaines novads	10.04.	Skaidrīte Aveniņa	Cesvaines novada pirmskolas „Brīnumzeme” vadītāja	Plkst. 13.45	Cesvaine, Celtnieku iela 1	Klātienes intervija
	10.04.	Inese Āre	Cesvaines novada izglītības darba speciāliste	Plkst. 15.00	Cesvaine, Madonas iela 1	Klātienes intervija
	09.04.-15.04.	Judīte Mihejenko	Cesvaines novada sociālā darbiniece			Interneta intervija
Strenču novads	25.02.	Iveta Holcmane	Strenču sociālā dienesta vadītāja	Plkst. 15.00	Strenči, Valkas iela 16	Klātienes intervija
	11.03.	Gunta Grigore	Strenču novada izglītības, kultūras un sporta speciāliste	Plkst. 15.00	Strenči, Valkas iela 16	Klātienes intervija
	19.03.	Sandra Āķere	Strenču PII „Minkāns” vadītāja	Plkst. 13.00	Strenči, Rīgas iela 8b	Klātienes intervija

Avots: autores veidota tabula.

Protektīvās un attīstības demokrātijas modeļu aspektu izpausmes vidusskolēnu rakstiski paustajās attieksmēs

Expressions of Aspects of Protective and Development Models of Democracy in the Written Reflections of Secondary School Students

Autore: Ieva Apīne, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma „Pārvaldība un inovācijas”

Darba zinātniskais vadītājs: Visvaldis Valtenbergs, Dr.sc.pol.

Kopsavilkums

Vidusskolēni ir tā sabiedrības daļa, kas tuvākajā nākotnē iesaistīsies darba tirgū un kļūs par vēlētājiem. Jauniešu attieksmju atspoguļojums būtu jāņem vērā politiku veidotājiem, it īpaši jautājumos, kas saistīti ar valsts lomu indivīdu dzīvēs. Būtiski šo jautājumu aplūkot, lai izprastu iespējamās tendences valsts lomai cilvēku dzīvēs tuvākajā nākotnē. Darbā tiek aplūkoti vidusskolēnu pārspriedumi attīstības un protektīvās demokrātijas modeļu ietvarā. Attīstības demokrātijas modelī galvenokārt uzsvērtā iedzīvotāju izglītošanās un pašattīstīšanās caur aktīvu līdzdalību valsts pārvaldē, ko nodrošina plašas brīvības, savukārt protektīvās demokrātijas modelī būtiskākā ir iedzīvotāju brīvību pasargāšana no valsts un citiem indivīdiem, pēc iespējas vairāk nodalot valsts varas, kā arī neiejaucoties indivīdu dzīvēs.

Pētījumā atklājās, ka vidusskolēni vairāk uzsver attīstības demokrātijas modeļa pazīmes, kas saistītas ar līdzdarbību sabiedriskās organizācijās. Vidusskolēnu pārspriedumos attīstības demokrātijas modeļa ietvaros salūkojama līdzdarbošanās dažādās sabiedriskās organizācijās, pašattīstīšanās caur līdzdalību šajās organizācijās, prasmju, spēju apzināšanās vai izmantošana, plašas indivīdu brīvības, taču visvairāk tiek uzsvērtā sabiedrības nozīme valsts veidošanā un attīstībā. Protektīvās demokrātijas modeļa izpausmes sastopamas retāk. Pētījumā izmantota vidusskolēnu rakstisku pārspriedumu „Valsts un mana dzīve” kontentanalīze.

Abstract

Secondary school students are the part of society that in the near future will enter the labour market and become voters. Reflection of youth attitudes should be taken into account by policy makers, especially in the issues related to the role of the state in the lives of individuals. It is important to look at the issue to understand possible trends in the role of the state in people's lives in the near future. This study looks at secondary school student essays from the perspective of the protective and development models of democracy. The development model of democracy mostly emphasizes education and self-development of the population through active participation in public governance, thus providing a wide range of freedoms, whereas protective model of democracy mainly focuses on protecting citizens' freedoms from the state and other individuals through separation of state authority and nonintervention in the lives of individuals.

The research reveals that the secondary school students focus on aspects of the development model of democracy related to participation in public organizations. In the framework of the development model of democracy, secondary school students in their essays mention participation in various public organizations, self-development through participation in these organizations, realisation and use of skills and abilities, a wide range of individual freedoms, and most of all – the role society in the establishment and development of the state. The

expressions of the protective model of democracy are less frequent. The research used content analysis of written essays of secondary school students on the topic „State and my life”.

Atslēgas vārdi: protektīvā demokrātija, attīstības demokrātija, vidusskolēnu attieksmes, valsts loma.

Ievads

Šī darba mērķis ir noskaidrot, kā Latvijas vidusskolēni saista savu dzīvi ar valsti protektīvās un attīstības demokrātijas modeļu ietvaros.

Valsts un indivīdu attiecībās demokrātijā ir savstarpējas ietekmes, jo vēlētājiem ir vara un tiesības ievēlēt kādus konkrētus politiskos spēkus, personības, savukārt, politiķiem ir vara lemt, kas sabiedrībai būtu nepieciešams vai, kas nepieciešams vispārējam labumam un valsts labklājībai. Tieši tādēļ ir svarīgi izprast jauniešu uzskatus par attiecībām ar valsti, jo attiecības, kas veidojas indivīdam ar valsti, ir būtiskas, lai analizētu demokrātijas nozīmi šo personu dzīvē. Turpmāk tiks aplūkotas šīs attiecības protektīvās un attīstības demokrātijas modeļu ietvaros.

Protektīvās demokrātijas modelī būtiskākais ir amatpersonu un valsts varas bezpersoniskums, stingrs valsts varu dalījums, normatīvo aktu būtiska loma indivīdu tiesību un brīvību nodrošināšanai, indivīdu negatīvo īpašību apzināšana un indivīdu vērtēšana pēc šīm negatīvajām īpašībām, valsts kontrole no iedzīvotāju puses caur regulārām vēlēšanām un brīvu presi, konkurējošas interešu grupas un partijas, kā arī tas, ka tikai vispārēja labuma dēļ valsts var iejaukties indivīdu dzīvēs.

Attīstības demokrātijas modelī būtiskākais ir pilsoniski aktīva sabiedrība, aktīvas organizācijas, indivīdu pozitīvs vērtējums, plašas indivīdu brīvības, tiesības, reprezentatīva pārvalde ar sabiedrības līdzdalību, izvairīšanās no kaitējuma nodarīšanas, par ko atbildīgi visi konkrētās sabiedrības locekļi, intelligenti indivīdi ar mērķi pašattīstīties, kā arī savu spēju un prasmju apzināšanās.

Šajā pētījumā tiks izmantoti vidusskolēnu pārspriedumi, kas parāda konkrēto pētījuma dalībnieku uzskatus, domas, taču šie rezultāti nav vispārinājami. Jāņem vērā, ka vidusskolēni mācību gada laikā ir aizņemti, tādēļ, iespējams, tiks saņemts mazāks skaits pārspriedumu, kā arī nav plašas finansiālas iespējas, lai maksātu dalībniekiem autoratlīdzību.

Lai sasniegtu mērķi, tiek izvirzīts pētījuma jautājums: Kā Latvijas vidusskolēnu pārspriedumos atklājas valsts un sabiedrības attiecības protektīvās demokrātijas un attīstības demokrātijas modeļa skatījumā?

Metode

Lai atbildētu uz pētījuma jautājumiem tika izvēlēts iegūt pārspriedumus no Latvijas vidusskolēniem, tas ir, veidot kvalitatīvo pētījumu. Pētījuma dalībnieku atlase notika, izvērtējot to dzīves vietu un intereses tā, lai pētījuma dalībnieki būtu no dažādām Latvijas skolām. Tādējādi veidojās iespējami dažādi viedokļi un redzējumi, kas ļāva izprast pēc iespējas dažādākus jauniešu viedokļus. Tika izvēlēti desmit vidusskolēni, no kuriem savu pārspriedumu iesūtīja seši vidusskolēni.

Pārspriedumu rakstīšanai vidusskolēniem tika dota nedēļa, kuras laikā viņiem tika lūgts uzrakstīt pārspriedumu brīvā formā (vienas lapaspuses apjomā) ar nosaukumu „Valsts un mana dzīve”. Visas norādes tika dotas pēc iespējas neitrālāk, lai neietekmētu dalībniekus.

Pārsprieduma nosaukums „Valsts un mana dzīve” tika veidots un izvēlēts, lai pēc iespējas mazāk ietekmētu dalībniekus, jo šādi ir iespējams saprast, cik ļoti dalībnieks savu dzīvi vispār asociē ar valsti, ne tikai to, cik lielu un kādu lomu valsts ieņem dalībnieka dzīvē.

Pēc pārspriedumu ievākšanas, tie tika analizēti, pirmkārt, pēc būtības, tas ir, kāda ir vispārējā pārsprieduma atziņa vai doma, būtiskākais, ko dalībnieks ir uzsvēris, otrkārt, tika analizēti pārsprieduma fragmenti, dalot pārspriedumu teikumos un analizējot, kā konkrētais teikums saistāms ar protektīvās vai attīstības demokrātijas modeļiem, tādējādi atbildot uz pētījuma jautājumiem.

Protektīvās un attīstības demokrātijas modeļu iezīmes attēlotas tabulās (skatīt 1., 2.tabulu), kurām atbilstošas pazīmes tika meklētas un aplūkotas dalībnieku pārspriedumu teikumos.

1. Tabula. Protektīvās demokrātijas iezīmes un atbilstošas pazīmes, kas tika analizētas vidusskolēnu pārspriedumos

Secinājumi, iezīmes	Pazīmes
Amatpersonu un valsts varas bezpersoniskums	Vidusskolēns min amatus, nenosaucot konkrētas personas
Stingrs valsts varu dalījums	Vidusskolēns nerunā par valsti kopumā, bet izdala atsevišķas valsts varas (lidumdevējs, tiesu vara, izpildvara)
Normatīvo aktu būtiska loma indivīdu tiesību un brīvību nodrošināšanai	Vidusskolēns min likumus vai likumdošanu, kas nodrošina brīvības vai tiesības
Indivīdu negatīvo īpašību apzināšana un indivīdu vērtēšana pēc šīm negatīvajām īpašībām	Negatīvs sabiedrības vai indivīdu raksturojums Konkrēta negatīvas sabiedrības vai indivīdu iezīmes minēšana
Valsts kontrole no iedzīvotāju puses caur regulārām vēlēšanām un brīvu presi	Vēlēšanu minēšana saistot to ar politiku vērtēšanu Brīvas preses minēšana, saistot to ar valsts pārvaldi
Konkurējošas interešu grupas un partijas	Partijas konkurences vai to rezultāta iezīmēšana
Tikai vispārēja labuma dēļ valsts var iejaukties indivīdu dzīvēs	Valsts neietekmē, nemaina, neskar, nav mijiedarbības, nav saistāma ar vidusskolēna dzīvi

Avots: autores veidota tabula.

2. Tabula. Attīstības demokrātijas iezīmes un atbilstošas pazīmes, kas tika analizētas vidusskolēnu pārspriedumos

Secinājumi, iezīmes	Pazīmes
Pilsoniski aktīva sabiedrība, aktīvas organizācijas	Vidusskolēns min savu līdzdalību NVO Līdzdalības vai aktivitātes nozīme sabiedriskās organizācijās
Indivīdu pozitīvs vērtējums	Pozitīvs sabiedrības vai indivīdu raksturojums Konkrēta pozitīvas sabiedrības vai indivīdu iezīmes minēšana
Plašas indivīdu brīvības, tiesības	Vidusskolēns iezīmē plašas brīvības vai tiesības
Reprezentatīva pārvalde ar sabiedrības līdzdalību	Sabiedrības loma valsts veidošanā, attīstībā
Izvairīšanās no kaitējuma nodarīšanas, par ko atbildīgi visi konkrētās sabiedrības locekļi	Vidusskolēns apzin kopējo kaitējumu, saista to ar visu atbildību
Inteliģenti indivīdi ar mērķi pašattīstīties	Pašattīstības un dzīves saistīšana ar iesaistīšanos pilsoniskās sabiedrības aktivitātēs
Savu spēju un prasmju apzināšanās	Godrības, spēju, zināšanu, prasmju, rīcības apzināšanās un pielietošana (gan tagadnē, gan plānoti nākotnē)

Avots: autore veidota tabula.

Rezultāti, analīze

Analizējot vidusskolēnu pārspriedumus kopumā, tika secināts, ka tie galvenokārt aktualizē emigrantu un sociālās problēmas valstī, taču atsevišķi pārspriedumi atklāj protektīvās un attīstības demokrātijas modeļu iezīmes.

Dalībnieks D1 uzsver personīgo nepieciešamību palikt Latvijā, nebraukt projām no valsts, aktualizē emigrantu problēmu, radītos zaudējumus, kā arī uzskata, ka cilvēkiem valstij ir jāpalīdz. Dalībnieks D2 pārspriedumā galvenokārt atklāj patriotiskas jūtas pret valsti, kā arī aktualizē emigrantu jautājumu. Dalībnieks D3 atklāj, ka nejūt valsti, tās ietekmi savā dzīvē, taču apzinās un atklāj procesus, ko nosaka vai ietekmē valsts un kuri ir attiecināmi uz dalībnieka ikdienu. Dalībnieks D4 valsti galvenokārt raksturo kā vidi, kas veido un attīsta cilvēkus, kas dzīvo šajā valstī, uzsverot sabiedrisko aktivitāšu nozīmību un valsts un indivīdu nepārtrauktu mijiedarbību. Dalībnieks D5 aktualizē piederības izjūtu valstij, kā arī sociālo nevienlīdzību, ko radījusi nodokļu politika. Dalībnieks D6 neizjūt valsts ietekmi savā dzīvē, taču uzskata, ka, ja valsts nepēj pildīt visas funkcijas, sabiedrībai ir jāpalīdz tās realizēt.

Analizējot atsevišķus teikumus no saņemtajiem vidusskolēnu pārspriedumiem, protektīvās demokrātijas modelis atklājas ar pazīmēm: neagtīvs sabiedrības vai indivīdu raksturojums vai konkrēta negatīvas sabiedrības vai indivīdu iezīmes minēšana un valsts neietekmē, nemaina, neskar, nav mijiedarbības, nav saistāma ar vidusskolēna dzīvi. Šīs pazīmes atklājas dalībnieku D1, D2, D3 un D6 pārspriedumos.

Negatīvs sabiedrības vai indivīdu raksturojums vai konkrēta negatīvas sabiedrības vai indivīdu iezīmes minēšana dalībnieka D1 pārspriedumā atklājas divas reizes „...latviešu gēni ir lūgt, nedodot pretī, čīkstēt, cik slikti...” un „...alkatība un tieksme dzīties uz priekšu, lai būtu labāk, kā citiem, aizēno mūsu prātus”, bet dalībnieka D2 pārspriedumā atklājas vienu reizi

„...jebkurā citā brīdī „raud” par apstākļiem šeit...”. Gan dalībnieks D1, gan dalībnieks D2 uzsver kādu negatīvu sabiedrības īpašību.

Vidusskolēni D3 un D6 savu dzīvi nesaista ar valsti, tā viņu dzīvi neietekmē. Dalībnieks D3 ir rakstījis „...man nav nekādas daļas gar valsti un valstij nav nekādas daļas gar mani”, „...mana un valsts mijiedarbība ir salīdzinoši neliela”, „...lai gan procesi valstī ietekmē dažas manas dzīves sfēras, to ietekme ir maz jūtama.” „...neizjūtu lielu ietekmi uz mani un manu dzīvi”. Savukārt dalībnieks D6 valsts lomu viņa dzīvē raksturo: „Valsts manu dzīvi neietekmē.” Šādi abi dalībnieki savos pārspriedumos gan kā galveno domu, gan atsevišķos teikumus atklāj savas izjūtas, ka tie savu dzīvi nesaista ar valsti.

Analizējot teikumus vidusskolēnu pārspriedumos pēc attīstības demokrātijas modeļa pazīmēm, šis demokrātijas modelis atklājas biežāk un ir vairāk aktualizēts nekā protektīvās demokrātijas modelis.

Attīstības demokrātijas modeļa iezīme - sabiedrības loma valsts veidošanā un attīstībā - atklājas trijos vidusskolēnu pārspriedumos, analizējot tos teikumus. Dalībnieks D1 to atklāj „...man jāstrādā šeit, jo tie, kas aizbrauc, Latvijai nepalīdz, ...”, „...mēs varam tai dot vairāk, lai paši atpakaļ saņemtu vairāk, ...”. Dalībnieka D4 pārspriedumā šī iezīme atklājas sešas reizes „Cilvēks veido sabiedrību un sabiedrība veido valsti...”, „...starp valsti un cilvēku pastāv nepārtraukta mijiedarbība un tie viens otru nemitīgi iespaido...”, „...esot aktīvam sabiedrības loceklim, veidojas stabila valsts...”, „Sabiedrība ir valsts veidošanās stūrakmens...”, „Valsts ir tik stabila, cik stabili un droši ir tās iedzīvotāji...”, „...manis un pārējās sabiedrības izveidotā valsts”. Dalībnieka D5 pārspriedumā šī iezīme atklājas vispārīgi: „Bet tas ir jādara visai tautai, ne daļai no tās.” Dalībnieks D4 aktualizējis līdzdalības sabiedriskās organizācijās nozīmi trīs reizes „...esot aktīvam sabiedrības loceklim...”, „Arī es cenšos būt aktīvs sabiedrības loceklis...”, „...bez iesaistīšanās sabiedriskajā dzīvē mēs nespējam izdzīvot, attīstīties un funkcionēt kā personības.” Šis pārsprieduma fragments vienlaikus atklāj arī pašattīstības, dzīves saistīšanas ar iesaistīšanos pilsoniskās sabiedrības aktivitātēs iezīmi. No iepriekšminētā var secināt, ka dalībnieks D4 aktualizē līdzdalības nozīmību sabiedriskās organizācijās, ko varētu pamatot ar šī dalībnieka pieredzi, lai arī viņš galvenokārt līdzdarbojies organizācijās, kas ir kultūras un mākslas sabiedriskās kustības vai organizācijas. Šī dalībnieka pārspriedumā atklājas plašas indivīdu brīvības „...demokrācija ir brīvāka par putnu un katrs bez ierobežojumiem un normu ievērošanas var izteikt savu viedokli...”.

Dalībnieks D5 min gudrības, spēju, zināšanu, prasmju, rīcības apzināšanos: „Vairums parastu cilvēku saprot vairāk no tā, kā būtu valstī jārīkojas.”

Kopumā var secināt, ka dalībnieks, kurš līdzdarbojās sabiedriskajās organizācijās, aktualizē attīstības demokrātijas modeļa iezīmes savā pārspriedumā, ietverot četras no septiņām kopā izvirzītajām iezīmēm. Dalībnieks, kurš strādā un paralēli mācās vidusskolā, aktualizē protektīvās demokrātijas modeļa iezīmes. Citu vidusskolēnu pārspriedumos iezīmes, kas tika saskatītas, parādījās maz, lai gan dalībnieka D2, kas galvenokārt pauda patriotiskas jūtas pret valsti, pārspriedumā atklājās tikai protektīvās demokrātijas modeļa iezīmes, un dalībnieka D5 pārspriedumā attīstības demokrātijas modeļa iezīmes. Dalībnieku D1 un D6 pārspriedumos tika saskatītas gan protektīvās demokrātijas, gan attīstības demokrātijas modeļa iezīmes.

Vidusskolēni aktualizē citas ar attīstības vai protektīvās demokrātijas modeļiem tieši nesaistītas tēmas - emigrantu problēma, sociālo nevienlīdzība, patriotiskas jūtas. Attīstības demokrātijas modelis raksturīgs jaunietim, kas līdzdarbojās sabiedriskajās organizācijās. Protektīvās demokrātijas modelis raksturīgs jaunietim, kas ir strādājošs, kā arī dzīvo lielpilsētā.

Secinājumi

1. Vidusskolēnu pārspriedumos attīstības demokrātijas modeļa izpausmes parādās vairāk nekā protektīvās demokrātijas modeļa izpausmes, tātad, kopumā skatot, tas ir aktuālāks.
2. Protektīvās demokrātijas modelis vidusskolēnu dzīvēs saistāms ar negatīvu sabiedrības vai indivīdu raksturojumu, kā arī to, ka vidusskolēns uzsver - valsts neieņem būtisku lomu viņa dzīvē.
3. Attīstības demokrātijas modelis vidusskolēnu pārspriedumos izpaužas ar vairākām pazīmēm - līdzdarbošanās dažādās sabiedriskās organizācijās, pašattīstīšanās caur līdzdalību šajās organizācijās, sabiedrības nozīme valsts veidošanā, attīstībā, prasmju, spēju apzināšanās vai izmantošana un plašas indivīdu brīvības. Visvairāk vidusskolēnu pārspriedumos attīstības demokrātijas modeļa ietvaros tiek uzsvērtā sabiedrības nozīme valsts veidošanā un attīstībā.

Priekšlikumi

1. Padarīt jauniešiem pieejamāku informāciju par sabiedrisko organizāciju veidošanu vai iespējamu līdzdalību tajās, it īpaši ārpus lielpilsētām.
2. Piedāvāt plašākas iespējas vidusskolēniem tuvināties valstij, izprast to, piemēram, pasākumu „Jauniešu Saeima” veidot divas reizes gadā, nevis vienu vai dot iespēju apmeklēt ekskursijās arī individuāli, piemēram, Saeimas namu, lai vidusskolēni, pirmkārt, izprastu valsts pārvaldes un varas darbu, otrkārt, lai to tiešām pēc attīstības demokrātijas modeļa kļūtu realizējama.
3. Turpināt pētīt vidusskolēnu un jauniešu attieksmes un uzskatus, lai izprastu, kāda demokrātijas pieeja būs aktuāla tuvākajā nākotnē, tāpat, lai izprastu iespējamo sabiedrisko organizāciju lomas pieaugumu.
4. Veicot turpmākus pētījumus, valsts un indivīda attiecības demokrātijas modeļos varētu analizēt kontekstā arī ar vidusskolēnu vērtību orientāciju (postmoderna vai tradicionāla).

Avotu saraksts

1. Ball,T., Dagger,R. (2001). *Ideals and ideologies: a reader*. 4th ed. New York: Longman pp.46.-52., 92.-94.
2. Bandone,A. (2014). *Demokrātijas veicināšana un vēlēšanu novērošana. Informācijas lapas par Eiropas Savienību - 2014 [tiešsaiste]* 1.-4.lpp. Pieejams: <http://www.europarl.europa.eu/> (aplūk. 05.06.2014.).
3. DeLue,S. (2002). *Political Thinking, Political Theory, and Civil Society*. 2nd ed. New York: Longman, pp.211.-226.
4. Grosjean,P., Ricka,F., Senik,C. (2011). *Learning, political attitudes and the crisis in transition countries*. Working paper [online] No.140 pp.1.-36. Retrieved: 05.06.2014. Available: www.ebrd.com
5. Held, D. (1996). *Models of Democracy*. 2nd ed. Cambridge: Polity Press pp.88.-120.
6. Hudson,W.E. (1998). *American Democracy in Peril: Seven Challenges to America's Future* 2nd ed. Chatam: Chatam House Publishers, pp.10.-108.
7. Madison,J. (1787). *The Federalist No. 10. The Federalist Papers* [online] Retrieved: 08.06.2014. Available: <http://www.law.ou.edu/ushistory/federalist/federalist-10-19/>

8. Mills,Dž.S. (2007). *Par brīvību. Rīga: Tapals* 25.-69., 92.-113.lpp.
9. Mintz,E., Close,D., Croci,O. (2012) *Politics, power and the common good : an introduction to political science*. Toronto: Pearson / Prentice Hall, pp.293
10. Schumpeter,J.A. (1943). *Capitalism, socialism and democracy*. London: Routledge pp.250.-268.
11. Stafecka,L. (2005). *Mēs demokrātijā*. Rīga: Delna, Transparency International, 5.-11.lpp.

Kritēriju noteikšana prioritāri atbalstāmajiem tautas sporta veidiem Latvijas sporta politikā

Criteria Determining for Priority Sports in Sport for All Field in Latvian Sport Policy

Autors: Pēteris Rakuls, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura grāds politikā un politologa kvalifikācija

Darba zinātniskā vadītāja: Dace Jansone, Mg.sc.soc.

Kopsavilkums

Esošais bakalaura darbs ir par Latvijas sporta politiku, un tā mērķis ir noskaidrot jautājumu par prioritārajiem sporta veidiem valstī, pievēršot uzmanību tieši tautas sporta nozarei. Lai sasniegtu darba mērķi, notika literatūras, dokumentu un no intervijām iegūtās informācijas analīze. Metode sastāvēja no 14 intervijām, kas notika ar IZM, LPS, LSFP, LOV, LSVS, dažādu federāciju un pašvaldību par sporta jomu atbildīgajām amatpersonām, un tika iegūti dažādi viedokļi no dažādām perspektīvām, kuri dažos aspektos saskanēja, bet daļā no viedokļiem bija vērojamas pretrunas. Kā nozīmīgākie kritēriji iezīmējās esošā infrastruktūra, masveidība, tradīcijas un cilvēku vēlmes. Viens no būtiskākajiem kavējošiem faktoriem tautas sporta veicināšanai būtu sporta federāciju pretspārs, un viens no veicinošajiem faktoriem būtu koncertēta lejupejoša pieeja prioritāšu noteikšanā. Pamatojoties uz šī pētījuma rezultātiem, ir vieglāk sākt darbu gadījumā, ja novadu pašvaldības plāno noteikt prioritāros sporta veidus savā novadā. Noslēgumā pētījums sniedz vairākas rekomendācijas dažādām institūcijām

Abstract

This research is about the sport policy of Latvia and its aim is to clarify the question about the priority sports in this country. The literature, documents and information acquired during interviews was analysed to achieve this aim. Research methodology included 14 interviews with leading experts from IZM, LPS, LSFP, LOV, LSVS, different federations and municipalities, thus various opinions were collected from different perspectives, and in some questions there was a consensus, but in other issues there was a contradiction of opinions. The most important criteria were identified: the existing infrastructure, number of people involved in a particular sport, the tradition and the interests of people. One of the major hindering factors for sports for all would be resistance of the sport federations, and one of the contributory factors would be concentrated top-down approach for setting priorities. Based on the results of this study, municipalities could more easily prioritize sports in their regions. In conclusion the research offers several recommendations for different institutions.

Atslēgas vārdi: sporta politika, prioritāšu noteikšana, tautas sports, pašvaldības, kritēriji

Ievads

Sporta politika ir svarīga politikas nozare valstī ne tikai tādēļ, lai valsts spēcīgākie sportisti spētu reprezentēt savu valsti starptautiskajās sacensībās, bet šai nozarei būtu arī jārūpējas par iedzīvotāju fizisko veselību. Lai politikas veidotāji varētu šo politiku pilnvērtīgi īstenot, ir nepieciešams noteikt sava veida prioritāros sporta veidus sabiedrībā, lai, izvēles gadījumā, ir lielāka skaidrība, kam dot priekšroku. Šī tēma ir nozīmīga un aktuāla, jo sportiskās aktivitātes sabiedrībā ir viens no profilaktiskajiem pasākumiem labas veselības uzturēšanā un nodrošināšanā nākotnē. Un, ja cilvēks ir vesels, tad viņš spēj sniegt labāku ieguldījumu gan

personīgajā, gan valsts attīstībā un citās piekritīgajās jomās. Parādās arī ekonomiskais aspekts, jo veselīgāks darbinieks ir produktīvāks savā darbā. Taču situācija Latvijā sportošanas jomā, salīdzinot ar citām valstīm, nav labā līmenī. 2010. gadā ar fiziskām aktivitātēm, vismaz pusstundu dienā, divas līdz trīs reizes nedēļā un biežāk, nodarbojās 39,9% iedzīvotāju (Pudule, Villeruša, Grīnbega 2011, 21). Puse jeb 49% iedzīvotāju ir atbildējuši, ka vispār nenododas sportiskām aktivitātēm (SKDS 2007, 8). Pēc Eurobarometer aptaujas datiem Latvijā ar fiziskām vai sportiskām aktivitātēm nenodarbojas 44% iedzīvotāju. Skandināvijā konkrētais rādītājs ir ap 7% (Eurobarometer 2010, 11-12).

Svarīgi pieminēt, ka Latvijā par tautas sporta nozari konkrētajos novados ir atbildīgas pašvaldības. Likumā par pašvaldībām ir norādīts, ka pašvaldībām ir autonomās funkcijas darbībās, kas cenšas nodrošināt veselības aprūpes pieejamību, kā arī veicināt iedzīvotāju veselīgu dzīvesveidu un sportu (LR MK 1994). Kopumā par sporta nozari atbildīgā iestāde ir LR Izglītības un zinātnes ministrija (LR MK 2002). Valsts sporta politikas mērķis ir veidot veselā, fiziski un garīgi attīstītas personības (LR Izglītības un zinātnes ministrija 2012). Šī darba mērķis ir noskaidrot jautājumu par prioritārajiem sporta veidiem valstī, pievēršot uzmanību tieši tautas sporta nozarei.

Pētījuma jautājums: Kādi varētu būt kritēriji prioritāro sporta veidu noteikšanai tautas sporta nozarē?

Metode

Pētījumā metode sastāvēja no intervijām ar dažādu jomu pārstāvjiem, kuri ir saistīti ar Latvijas sporta politiku un ir zinoši savā jomā. Intervijas notika ar dažādu pašvaldību un sporta federāciju pārstāvjiem lai iegūtu plašāku viedokļu spektru. Pētījuma ietvaros kopumā notika 14 intervijas. Vietējo varas orgānu viedoklis tika iegūts no Siguldas, Pārgaujas, Cēsu un Valmieras pašvaldību pārstāvjiem. Sporta federāciju viedoklis tika iegūts no Edgara Šnepa (Basketbola Savienība), Daiņa Dukura (Bobsleja un Skeletoņa federācija) un Rinalda Dimiņa (Poverliftinga federācija). Lai būtu viedoklis no pašu sportistu skatpunkta, tika intervēts projektu vadītājs un sportists, kas ir guvis plašus panākumus poverliftingā, Mārtiņš Krūze. Lai būtu vadošo pozīciju viedoklis, tika intervēts Latvijas Sporta federāciju padomes (LSFP) Valdes priekšsēdētājs, prezidents un SIA Latvijas Olimpiskās vienības valdes priekšsēdētājs Einars Fogelis un valsts sekretāra vietniece – IZM Sporta departamenta direktore Ulrika Auniņa-Naumova, IZM Sporta departamenta direktora vietnieks Edgars Severs un IZM Sporta departamenta vecākais referents Kaspars Randohs. Papildus tika veikta intervija ar LPS padomnieku sporta jautājumos Gunti Apīni. Un vēl viena no intervijām notika ar cilvēku, kurš bija strādājis ar prioritāro sporta veidu noteikšanu un kritēriju izvirzīšanu, Latvijas Sporta veterānu – senioru savienības prezidentu, valdes priekšsēdētāju Daumantu Znatnaju.

Rezultāti un analīze

Nacionālās sporta attīstības programmas 2006.–2012. gadam uzdevumu izpildē parādās, ka tautas sports nav pilnībā atbalstīts, jo redzams, ka no tautas sportā izvirzītajiem mērķiem ir sasniegti tikai 50 %. Savukārt augstu sasniegumu sportā tie ir 90%. (LR Izglītības un zinātnes ministrija 2013, 55). Nav analizēts, cik daudz naudas vecāki iegulda savu bērnu sportisko aktivitāšu nodrošināšanā, pērkot sporta apavus, krekliņus sporta nodarbībām u.tml. To nepieciešams apkopot, lai iegūtu īsto proporciju (Fogelis, intervija, 14.03.2014.). Salīdzinot ar literatūrā aplūkoto informāciju, ir jūtama līdzība ar Somijas sporta politikas pieredzi, kur tika novērots, ka, kaut arī valsts atbalsta ‘sports visiem’ darbību, sporta klubiem un organizācijām ir tendence sliekties uz elites sporta veidu attīstību (Green, Collins 2008, 238). Nepieciešama stingrāka kontrole no valsts puses, uzlabojot esošās institūcijas, kas Latvijā

varētu būt Tautas sporta asociācija. Kopumā gandrīz visi respondenti norādīja, ka, lai izvirzītu kādus kopējus kritērijus, ir nepieciešama skaidra valsts nostāja jautājumā, kāds ir valsts mērķis attiecībā uz sportu, vai tās ir medaļas, vai vesels cilvēks.

„Pamatnostādnēm ir liels trūkums; ir nosaukts daudz labu lietu, ko vajadzētu darīt, bet nav skaidrības, ko darīt vispirms, ko grib sasniegt un kā to sasniegt. Un arī finansiālā pamatojuma nav, jo visu jau nevar izdarīt. Un, ja prioritātes būtu skaidri noteiktas, visiem būtu skaidri spēles noteikumi, un arī finansējums sakārtotos. Jo šobrīd ir tā, ka IZM ir budžeta sadale sportam, un pieprasījums 5-10 reizes pārsniedz to, cik ir naudas” (Apinis, intervija, 06.03.2014.). Turpretī Skandināvijas sporta politikas izvērtējumā skaidri iezīmējās, ka valsts sporta politikas mērķis ir ‘sports visiem’. Tā ir viena no panākumu atslēgām, ka fiziski aktīvo iedzīvotāju skaits ir tik liels, un tas ir meklējams vienotajā ‘sports visiem’ vīzijā (Skille 2008, 182). Tas vistiešāk attiecas uz Zviedriju. Somijā jau no sešdesmitajiem gadiem ir saglabāta stabila virzība uz to, ka masu sports ir prioritāte un elites sports ir otrā prioritāte. Somijas sporta politikā ir norādīts, ka sportošana ir Somijas sociālās politikas sastāvdaļa (Green, Collins 2008, 236).

Tieša un koncentrēta atbilde uz pētījuma jautājumu ir redzama tabulā (skatīt 1.tabulu). Ir redzami kritēriji, kuri izriet no dokumentu analīzes, un kritēriji, kuri tika iegūti no respondentu atbildēm. ES dokumenti vairāk pievērš uzmanību sociālajiem kritērijiem, kamēr vietējie ar sportu saistītie cilvēki norāda esošās infrastruktūras nozīmīgumu. LSFP vairāk fokusējas uz federāciju aktivitāšu novērtēšanu caur rīkoto sacensību skaitu, un IZM fokusējas uz konkrētu izmaksu efektivitāti un cilvēku vēlmēm. Tomēr kritēriju un prioritāšu noteikšana ir pretrunīgs process, jo pastāv vairāki veicinošie un kavējošie faktori

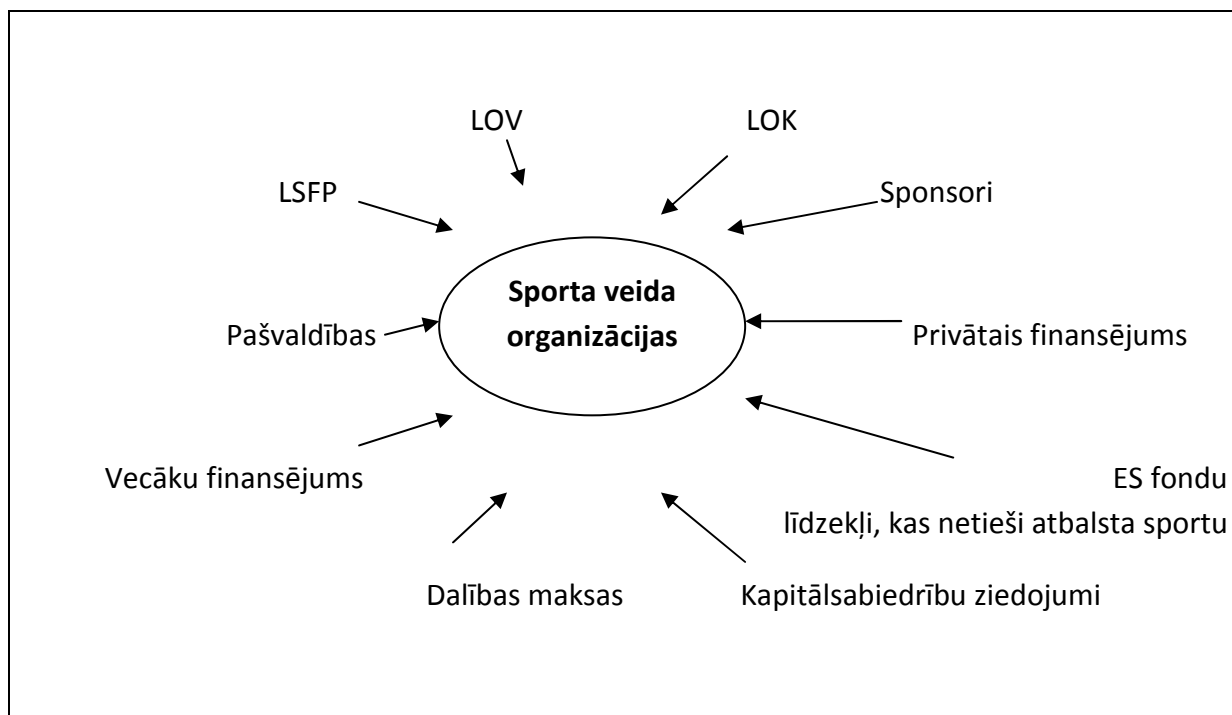
Viens no galvenajiem kavējošajiem faktoriem izskanēja gandrīz visās intervijās, un tas norāda, ka neviens nevēlas palikt „zem svītras”, bez iepriekš esošā finansējuma (Apinis, intervija, 06.03.2014.). Valstiski noteikt prioritāros sporta veidus būtu sarežģīti iespējamās federāciju pretošanās dēļ (Severs, intervija, 17.03.2014.). Par kavējošu faktoru tiek uzskatīts formālisms un birokrātiskais slogs, kas Latvijā sastopams ne tikai sporta nozarē (Znatnajs, intervija, 01.04.2014.). Viens no kavējošiem faktoriem ir dažādās interpretācijas par esošo ideju (Fogelis, intervija, 14.03.2014.). Un par prioritāšu noteikšanu pastāv viedokļu atšķirības. Procesu pagaidām kavētu atšķirīgā izpratne par to, ko saprot ar ‘prioritāro sporta veidu’. Teorijā ir teikts, ka, nosakot prioritātes, ir svarīgi, lai paši lēmēji būtu apveltīti ar vēlmi rīkoties un reālo varu, ar kuru veikt izvēles (Hogwood, Gunn 1984,165). Tas saskan ar respondentu atbildēm, kurās šajā jautājumā valdīja liela vienprātība.

Raugoties valstiski uz jautājumu par prioritāro sporta veidu noteikšanu, kā galvenais veicinošais faktors izskanēja droša, koncentrēta darbība, lēmumi „no augšas” - no valdības puses vai izveidotās darba grupas puses. Kā veicinošs faktors būtu jāmin federāciju pilnvērtīga informēšana, ja federācijām parādītu skaidru un gaišu ceļu, ka ir iespēja tikt pie krietni lielākas naudas (Krūze, intervija, 07.04.2014.), proti, ja tās tiek prioritārajos sporta veidos, tad ir iespēja saņemt daudz lielāku finansējumu. Pieņemot lēmumus, ir nepieciešams konsultēties ar sabiedriskajiem partneriem, biedrībām un federācijām, un tas ir tas, kas darbības var kavēt (Abzalone, intervija, 06.03.2014.). Ir jā saglabā lejupejošā pieeja, tajā pašā laikā konsultējoties ar citām institūcijām. Viens no piemēriem bija diezgan vispārīgs, un tas norādīja, ka kritēriju skaitam nevajadzētu būt lielam, tomēr ir nepieciešami daži, bet svarīgi kritēriji (Dimiņš, intervija, 03.04.2014.).

Pretrunas un viedokļu atšķirības iezīmējas viedokļos par iespējamajiem ‘neprioritārajiem sporta veidiem’ un to atbalstītājiem, kuriem teorētiski būtu iespējas rīkoties ar privāto finansējumu vai sponsoru finansējumu, taču šajā gadījumā bija pretrunīgi viedokļi. „Ja kāds veiksmīgi nodarbojas, tad nodarbojas, ja kāds tiek ārā starptautiskā līmenī, tad atrod

sponsorus vai valsts atbalstu.” (Apīnis, intervija, 06.03.2014.) Savu interesi var sasniegt, sadarbojoties ar domubiedriem, konkrētā sporta veida organizāciju vai mēģināt piesaistīt sponsorus (Rudzāts 2013). Zinot prioritātes, ir zināms, kuri sporta veidi ir atbalstāmāki, salīdzinot ar citiem sporta veidiem.

No otras puses, tika norādīts, ka sponsorus Latvijā mazs sporta veids nevar dabūt (Fogelis, intervija, 14.03.2014.). Turpretī reāls piemērs ir Dukuru ģimenes skeletoņa panākumi, pludmales volejbola un BMX panākumi.



1. Attēls. Finanšu plūsmas, kas atbalsta sporta veida organizācijas

Avots: autora veidota pēc intervijās un dokumentu analīzē iegūtās informācijas

1. Tabula. Kritēriji, lai izvirzītu prioritāros sporta veidus tautas sporta nozarē.

Esošā pieredze un dokumentos esošie kritēriji			Siguldas, Cēsu, Pārgaujas novada pašvaldība, Valmieras pilsēta	Sporta federācijas (LBSF, LBS, LPF) sportista viedoklis	LSFP, LOV, LSVS	Pārgaujas un Siguldas novada deputāti	IZM	LPS
ES dokumentu kritēriji par sporta politiku	Siguldas novada kritēriji finansējuma sadalei	LSFP kritēriji finansējuma sadalei						
Sociālā iekļaušana Sabiedrības veselība Aktīvā novecošanās Līdzdalības palielināšana Integrēta citās politikās	Audzēkņu skaits Esošās sporta bāzes Iestrādes licenzēta bērnu un jauniešu mācību-treniņu veikšanā Sasniegumi Latvijas, Eiropas, Pasaules līmeņa sacensībās	Biedru skaits Nodarbināto skaits Jauniešu skaits Pasaules un Eiropas čempionāti (arī sac., dienu, dal. sk.) Latvijas čempionāti pieaugušajiem Latvijas jaunatnes sacensības Starptautiskās sacensības Latvijā Tautas sporta un veterānu sporta sacensības Izglītības pasākumu skaits Sieviešu skaits valdē	Esošās iespējas, infrastruktūra, sporta bāzes Tradīcijas Izmaksas Veselību attīstošs Sabiedrības intereses Vietējie līderi Masveidība Audzēkņu skaits Pēdējā laika sasniegumi Sacensību skaits Treneru skaits Novada attīstības dokuments Sociālais kapitāls	Esošās iespējas, infrastruktūra, sporta bāzes Tradīcijas Ģeogrāfija Izmaksas Sabiedrības intereses Sportistu skaits Jaunatnes sporta sistēma Audzēkņu skaits Sasniegumi Sacensību skaits jauniešiem, senioriem Klubu skaits Reklāma	Esošās iespējas, infrastruktūra, sporta bāzes Tradīcijas Vispusīga attīstība visa mūža garumā Cilvēku resurss Treneru resurss	Esošās iespējas, infrastruktūra, sporta bāzes Tradīcijas Izmaksas Vietējie līderi Demokrātisks	Izmaksas Cilvēku vēlmes Ieguldījuma efektivitāte Veicina interesi par augstu sasniegumu sportu	Tradīcijas Klimats Pieejamība Mērena ilgstoša slodze

Avots: autora veidota pēc intervijās un dokumentu analīzē iegūtās informācijas

Secinājumi

1. Prioritārie sporta veidi varētu tikt noteikti un balstīti uz rotācijas principu un cikliskumu, kas motivētu strādāt, meklēt sponsorus un privāto finansējumu gan prioritārās, gan neprioritārās sporta organizācijās.
2. Kaut arī PVO, Eiropas Komisijas Sporta darba plāns, gan arī Eiropas Sporta harta, ES baltā grāmata par sportu un IZM sporta politikas pamatnostādnes norāda uz to, ka jauniešu un tautas sports ir jāveicina kā nozīmīgākā prioritāte valstiski, Latvijā finanšu līdzekļi lielā mērā nonāk augstu sasniegumu sporta nozares rīcībā.
3. Latvijas sporta politikas dokumenti ir noteikuši vairākus nozīmīgus mērķus, kuri būtu jārealizē, tomēr pietrūkst sarindojuma, kuri būtu svarīgāki par citiem, kā tos sasniegt, jo visām nosauktajām vēlmēm finansējuma nepietiek.
4. ES dokumenti norāda, ka 'sports visiem' jeb tautas sports ir valstiski svarīga nozare, ko nepieciešams sakārtoti koordinēt, tajā pašā laikā Latvijas tautas sportā trūkst kopēja redzējuma, šī nozare ir lokalizēta, un katra novada pašvaldība ir atbildīga par sabiedrības veselību savā novadā.

Priekšlikumi

Pašvaldībām

1. Pašvaldībām būtu nepieciešams esošo skolu sportam nepieciešamo infrastruktūru izmantot tautas sporta labā, plānojot skolu sporta bāzu dinamisku noslodzi un veicināt gan sporta bāzu, gan stadionu pieejamību.
2. Ja tiktu noteikti prioritārie sporta veidi augstu sasniegumu sportā, tad šie kritēriji būtu citādi, līdz ar to var veidot divu dažādu kritēriju kopumu, vieni, kuri ir nepieciešami augstu sasniegumu sportā, un otri, kuri ir nepieciešami tautas sportā.

Izglītības un zinātnes ministrijai, LSFP

1. Prioritāšu noteikšanas gadījumā ir nepieciešams novērst atšķirīgo skatījumu uz prioritāšu noteikšanas politisko ideju un iegūstamajiem rezultātiem. Tāpēc nepieciešams informēt visas iesaistītās puses saistībā ar darbības mērķi un iegūstamajiem rezultātiem, kas šajā gadījumā būtu efektīvāka līdzekļu izlietošana un lielāka finansējuma saņemšana prioritātēm.
2. Prioritāšu idejas realizēšana nespētu notikt no sporta federāciju, organizāciju puses, bet realizēšanai ir jānotiek no vadošo institūciju puses, un šīs politikas izstrādāšanā ir jāsadarbojas ar pakļautības sporta institūcijām, lai provizorisko darbības plānu padarītu kvalitatīvāku.
3. Valsts kā tautas sporta atbalstītāja varētu finansiāli nākt pretī gadījumos, ja nepieciešama pasākumu popularizēšana, izmantojot nacionālās televīzijas resursus, jo aktivitāti tautas sportā lielā mērā ietekmē masu mediji un televīzija, pievēršot lielāku sabiedrības uzmanību. Pašiem pasākumu organizētājiem ir aktīvi jāveido reklāmas materiāls.
4. Jāturpina attīstīt IZM un Veselības ministrijas sadarbība, lai katrā pašvaldībā tiktu nodrošināts amats/cilvēks, kurš būtu atbildīgs par novada slimību profilaksi, veselīgu, aktīvu dzīves veidu, pie kura varētu konsultēties un gūt padomu. To varētu paveikt, izmantojot esošos vietējos aktīvistus.
5. Ļoti nozīmīgs faktors, kas palielinātu sabiedrības sportošanas paradumus, ir sporta stundu kvalitāte un prestižs, kas mūsdienas nav pietiekami augsts.

Sporta organizācijām, federācijām, klubiem

1. Latvijas Tautas sporta asociācijai vajadzētu apvienot šo kustību, iesaistot savu mērķu sasniegšanā visas pašvaldības, kā arī sadarboties ar citām sporta organizācijām nepieciešamības gadījumā. Tas arī novērstu paralēli organizētas sacensības un nevajadzīgu konkurenci šo institūciju starpā.
2. Daļu no tautas sporta sacensībām veido ar sportu nesaistītas valstiskās institūcijas, bankas vai citi sponsori, kas savu zīmolu reklamē, un šīs sacensības neorganizē kāda no konkrētā sporta veida federācijām, tas notiek neatkarīgi. To vajadzētu izmantot un veidot sadarbību šajos tautas sporta pasākumos, kas uzlabotu pasākuma kvalitāti.

Avotu saraksts

1. Abzolone Z. *Siguldas novada pašvaldības Sporta pārvaldes vadītāja*, intervija 16.03.2014.
2. Apīnis G. *Latvijas Pašvaldību savienības padomnieks sporta jautājumos*, intervija 06.03.2014.
3. Dimiņš R. *Latvijas Pauerliftinga federācijas valdes priekšsēdētājs, ģenerālsekretārs un intervija* 03.04.2014.
4. Eurobarometer (2010). *Sport and Physical Activity*. Special Eurobarometer. 72.3. pp.5-63.
5. Fogelis E. *Latvijas Sporta federāciju padomes Valdes priekšsēdētājs, prezidents un SIA Latvijas Olimpiskās vienības valdes priekšsēdētājs*, intervija 14.03.2014.
6. Green, M., Collins, S. (2008). *Policy, Politics and Path Dependency: Sport Development in Australia and Finland*. *Sport Management Review*. 11., pp.225-251.
7. Hogwood, B.W., Gunn, L.A. (1984). *Policy Analysis for the Real World*. Oxford University Press, pp. 152-170.
8. Krūze M. *Projektu vadītājs un sportists, 2011. gada sudraba ieguvējs junioriem un sudraba medaļas ieguvējs pasaules čempionātā spēka trīscīņā 2013. gadā*, intervija 07.04.2014.
9. LR izglītības un zinātnes ministrija (2012). *Sporta politikas pamatnostādnes 2013.-2020. gadam*. pp.2-69.
10. LR izglītības un zinātnes ministrija (2013). *Gala informatīvais ziņojums par Nacionālās sporta attīstības programmas 2006.-2012. gadam izpildi*. 3.-57.lpp.
11. LR MK (1994). *Likums par pašvaldībām, 1994.19.V, Latvijas Vēstnesis*, Nr. 61 (192), pieejams arī: <http://likumi.lv/doc.php?id=57255> (aplūk.03.2014.).
12. LR MK (2002). *Sporta likums, 2002.24.X, Latvijas Vēstnesis*, 165 (2740), pieejams arī: <http://likumi.lv/doc.php?id=68294> (aplūk. 12.03.2014.).
13. Pudule, I., Villeruša, A., Grīnbega, D. (2011). *Latvijas iedzīvotāju veselību ietekmējošo paradumu pētījums, 2010*. Veselības ekonomikas centrs, 3.-24.lpp.
14. Rudzāts, R. (2013). *Vai valstī ir jānosaka prioritārie sporta veidi?* Pieejams: http://news.lv/Sporta_Avize/2013/01/22/Vai-valsti-ir-janosaka-prioritarie-sporta-veidi
15. Severs E. *IZM Sporta departamenta direktora vietnieks*, intervija 17.03.2014.
16. SIA „Datorikas Institūts DIVI” (2012). *Latvijas sporta infrastruktūras nodrošinājuma analīze un sporta bāzu reģistra aktualizēšana*. 5.-67.lpp.

17. Skille, E.A. (2008). *Understanding Sport Clubs as Sport Policy Implementers. International Review for the Sociology of Sport*. 43 (2) pp.181-200.
18. Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS (2007). *Latvijas iedzīvotāju sportošanas paradumi*. Latvijas iedzīvotāju aptaujas rezultāti. 2.-15.lpp.
19. Upners T. Valmieras Kultūras centra direktors, intervija 28.03.2014.
20. Znatnajs D. Latvijas Sporta veterānu – senioru savienības prezidentu, valdes priekšsēdētājs, intervija 01.04.2014.

Jauniešu iesaistīšana sporta aktivitātēs: Kocēnu un Beverīnas novadu pieredzes analīze 2009. – 2013.

Youth Involvement in Sport Activities: The Analysis of the Experience of Koceni and Beverina Municipalities 2009-2013

Autore: Linda Līce, Vidzemes Augstskola, profesionālā maģistra grāds sociālajās zinātnēs

Darba zinātniskā vadītāja: Dace Jansone, Mg.sc.soc.

Kopsavilkums

Dažādi pētījumu dati liecina, ka jauniešiem Latvijā ir nepietiekoša fiziskā aktivitāte, kas atstāj sekas uz veselību. Kā viens no iemesliem tiek minēts tas, ka tie brīvajā laikā pārāk maz nodarbojas ar sportu. Brīvā laika aktivitāšu organizēšana un īstenošana ietilpst pašvaldību kompetencē. Pētījuma mērķis ir izpētīt Kocēnu un Beverīnas novadu pieredzi jauniešu sporta aktivitāšu īstenošanā un, izmantojot šo novadu pieredzes analīzi, izstrādāt ieteikumus jauniešu līdzdalības palielināšanai sporta aktivitātēs brīvajā laikā. Pētījumā tika izvēlētas kvalitatīvās pētījuma metodes – dokumentu analīze, līdzdalības novērojums labās prakses piemēram Zviedrijā un daļēji strukturētas intervijas ar jauniešu sporta aktivitāšu īstenošanā iesaistītajām pusēm Kocēnu un Beverīnas novados. Pētījums atklāj, ka problēmas risināšanā ir nepieciešamas izmaiņas un uzlabojumi gan nacionālā, gan vietējā pārvaldes līmeņa politikās. Ir jāveic izmaiņas izglītības politikā attiecībā uz sporta stundām skolā, kā arī jāiegulda darbs sabiedrības izglītošanā, veicinot izpratni politikas veidotājos un sabiedrībā kopumā par sportu kā veselību uzturošu un veicinošu aktivitāti, nevis tikai kā uz sasniegumiem un sacensību vērstu nodarbi. Tāpat novados ir nepieciešams turpināt attīstīt sporta infrastruktūru, vairāk rūpēties par tās pieejamības nodrošināšanu iedzīvotājiem; pilnveidot sporta aktivitāšu piedāvājumu; rīkot dažādus sporta pasākumus un atbalstīt vietējās sporta organizācijas. Pētījumā tika noskaidrots, ka labāka sporta jomas attīstība un līdz ar to arī augstāka iedzīvotāju sportiskā aktivitāte ir tajos novados, kur sporta nozarei ir pašvaldību vadītāju politiskais atbalsts, un tiem ir izpratne par sporta nozīmi.

Abstract

Various research results show that the youth in Latvia has insufficient physical activity which has bad consequences for the health. One of the reasons is lack of sports activities in their leisure time. The organization of leisure activities is one of the responsibilities of local municipalities. The aim of the research is to analyse the experience of Koceni un Beverina municipalities in implementation of youth sports activities, and to make suggestions for increasing youth participation in sports activities in their leisure time based on this experience. The methods used in research are document analysis, participation observation of the best practice in Sweden, and semi-structured interviews with stakeholders in the implementation of youth sports activities in Koceni and Beverina municipalities. Research results show that solutions of the problem must start first on the national level by education and sports classes at schools, and by educating the society about the dimension of sports relating to the maintenance of health. Secondly, on local level it can be achieved by developing sports infrastructure, ensuring its availability, developing different kinds of sports, arranging sporting events and supporting local sports organizations. The results also show that better development and higher activity of inhabitants in sports are in those municipalities providing political support and understanding of the significance of the sports on the level of the highest authorities of the municipality.

Atslēgas vārdi: jaunieši, sporta aktivitāšu īstenošana, iesaistītās puses.

Ievads

Latvijas sabiedrībā un publiskajā dienaskārtībā ik pa laikam izskan bažas par jauniešu mazkustīgo dzīvesveidu un no tā izrietošajām sekām. Kopumā tikai 40,4% Latvijas pusaudžu ir pietiekoši fiziski aktīvi. Analizējot skolēnu brīvā laika aktivitātes, tiek minēts, ka, strauji attīstoties modernajām tehnoloģijām, bērni un pusaudži savā brīvajā laikā fizisko aktivitāšu vietā arvien biežāk izvēlas televīzijas raidījumu skatīšanos vai datoru lietošanu (Slimību profilakses un kontroles centrs, 2012). Jaunieši ir kļuvuši mazkustīgāki, turklāt jau var manīt no tā izrietošās sekas, kas atsaucas uz veselības problēmām. Saskaņā ar biedrības „Latvijas Ārstu biedrība” sniegto informāciju, Latvijā apmēram 18% bērnu ir aptaukošanās problēmas, bet vismaz 50% sirgst ar hronisku hipodinamiju (pārlietu mazs kustību apjoms) (Izglītības un zinātnes ministrija, 2013).

Latvijā kopš 2002.gada tiek veidota un īstenota atsevišķa politika sporta jomā, un kā viena no tās prioritātēm ir izvirzīts bērnu un jauniešu sports, kas ietver jautājumus par jauniešu fiziskās aktivitātes veicināšanu un no tā izrietošo līdzdalības palielināšanu sportā. Taču esošā situācija un tendences jauniešu veselības rādītājos un dzīvesveida paradumos liecina, ka, iespējams, nav izvēlēti piemēroti problēmas risinājumi, vai arī kādu iemeslu dēļ tie netiek veiksmīgi īstenoti.

Jautājums par jauniešu līdzdalību sportā un tās veicināšanu ir pietiekoši plašs, un to var aplūkot no dažādiem skatpunktiem un līmeņiem. Pētījuma ietvaros tas tiek skatīts no zemākā pārvaldes līmeņa perspektīvas, jo tieši pašvaldības vislielākā mērā ir atbildīgas par brīvā laika aktivitāšu organizēšanu un īstenošanu.

Pētījuma mērķis ir izpētīt Kocēnu un Beverīnas novadu pieredzi jauniešu sporta aktivitāšu īstenošanā un izstrādāt ieteikumus jauniešu līdzdalības palielināšanai sporta aktivitātēs to brīvajā laikā.

Līdz ar to pētījuma jautājums ir: kā palielināt jauniešu iesaistīšanos sporta aktivitātēs to brīvajā laikā, izmantojot vietējā līmeņa organizāciju atbalstu. Lai atbildētu uz pētījuma jautājumu, pirmkārt, tika noskaidrots, kādas var būt iesaistītās puses šīs problēmas risināšanā novados. Otrkārt, kādi apstākļi var ietekmēt un ietekmē problēmas risināšanu. Un, treškārt, kādā veidā vietējā līmeņa aktieri var iesaistīties, un kā tiem būtu jāiesaistās problēmas risināšanā.

Metode

Pētījumā tika izvēlētas kvalitatīvās pētījuma metodes – literatūras studijas, līdzdalības novērojums Zviedrijas piemēra izpētē³ un daļēji strukturētas intervijas. Dokumentu analīzē tika aplūkoti normatīvie akti sporta un jaunatnes jomā, kā arī sporta politikas plānošanas dokumenti, un veiktie pētījumi par sporta jomu Latvijā. Pamatojoties uz šo informāciju, tika aplūkots sporta politikas saturs, pievēršoties darbībām, ko paredz sporta politikas un citu saistīto nozaru plānošanas dokumenti jauniešu fiziskās aktivitātes palielināšanai. Tāpat arī noteiktas iespējamās iesaistītās puses jauniešu sporta aktivitāšu īstenošanā un līdzdalības veicināšanā vietējā līmenī.

Kopumā tika veiktas 14 iesaistīto pušu intervijas, kurās tika uzdoti atvērtie jautājumi. Intervijas tika daļēji strukturētas. Intervējamās personas tika atlasītas pēc izlases metodes.

³ Maģistra darba ietvaros autore Erasmus prakses ietvaros uzturējās Zviedrijas pilsētā Vesterosā [Västerås], kur iepazinās ar sporta sistēmas organizāciju Zviedrijā

Katrā novadā tika veiktas intervijas ar vienu no iesaistītajām pusēm – sporta skolotāju, kādu no sporta kluba treneriem, pašvaldības vadītāju, pašvaldības atbildīgajām personām jauniešu un sporta jomā un kādu jauniešu, kuru kā vienu no aktīvākajiem un viedokļu līderiem jauniešu vidū uzrādīja viena no iesaistītajām pusēm. Izvēloties intervējamās personas, tika ņemts vērā arī tas, lai būtu pārstāvēts katrs novada pagasts.

Tālāk tika veikta iesaistīto pušu interviju kontentanalīze un apkopoti to viedokļi par jautājumiem, kas saistīti ar jauniešu sporta aktivitāšu īstenošanu. Pētījuma noslēgumā, balstoties uz literatūras studijām, Zviedrijas pieredzes analīzi un Kocēnu un Beverīnas novadu iesaistīto pušu intervijām, tika izveidotas rekomendācijas jauniešu sporta aktivitāšu palielināšanai.

Rezultāti un analīze

Pētījuma rezultāti liecina, ka jauniešu sporta aktivitāšu īstenošanu ietekmē daudzi un dažādi faktori – gan globāli (piemēram, tehnoloģiju attīstība, urbanizācija), gan nacionālā līmeņa (valsts atbalsta trūkums bērnu un jauniešu sportam, sporta izglītība skolās), gan vietēja līmeņa (sporta infrastruktūras nepieejamība, pašvaldību neieinteresētība), gan arī individuālie (pašu jauniešu nevēlēšanās, intereses trūkums). Iesaistīto pušu intervijās kā sporta jomas problēmas tika minētas – pārāk liela koncentrācija uz augstu sasniegumu sportu; valsts finansējuma trūkums sportam kopumā, it īpaši bērnu un jauniešu; valsts finansējuma nepieejamība sporta klubiem laukos (tiešā veidā valsts finansējumu var saņemt tikai sporta skolas); atšķirīga situācija laukos un pilsētās – laukos mazāk iespēju sportot, grūtības ar pieejamību sporta infrastruktūrai, talantīgiem bērniem trūkst līdzekļu trenēties pilnvērtīgi; nepietiekams sporta stundu skaits skolās, kā arī nepieciešamība pārskatīt to saturu; politikas īstenošanā iesaistīto pušu, kā arī sabiedrības neizpratne par sporta daudzpusīgo dabu.

Pievēršoties uzskatiem par pētāmo problēmu (jauniešu mazkustīgumu), var secināt, ka lielākoties priekšstats par vidējo jauniešu iesaistītajām pusēm ir samērā līdzīgs, un kopumā tās atzīst, ka jaunieši mūsdienās ir neaktīvi, „maz kustas” un sporto, neizrāda iniciatīvu, tam trūkst mērķtiecības, pacietības, un viņš negrib īpaši piepūlēties, brīvo laiku labprātāk pavada pie datora, vai nu sociālajos tīklos, vai spēlējot spēles. Tāpat daudzas iesaistītās puses uzsver, ka jaunieši ir ļoti dažādi un atšķiras, un ne visus var raksturot šādi, jo ir arī aktīvi jaunieši, kas kaut ko dara. Tajā pašā laikā no tām iesaistītām pusēm, kas ikdienā strādā ar jauniešiem tieši sportā (treneri un sporta skolotāji), izskan viedokļi, ka situācija strauji mainās arī attiecībā uz tiem jauniešiem, kas kaut ko dara, konkrēti - sportā viņu fiziskajā sagatavotībā – jaunieši ir kļuvuši fiziski vājāki, par ko liecina vidējā līmeņa pazemināšanās, kā arī sportisko rezultātu krišanās. Jāpiebilst, ka daudzas puses norādīja, ka situācija atšķiras laukos un pilsētās, minot, ka laukos, attiecībā uz jauniešu fizisko attīstību, tā ir labāka (Māliņš, Konrāde, Bekmane, intervijas, 2014).

Turpinot pētījumu, tika salīdzināta iesaistīto pušu darbība politikas īstenošanā Kocēnu un Beverīnas novados. Analizējot Kocēnu novada un Beverīnas novada pašvaldību pieredzi sporta politikas īstenošanā, jāteic, ka Kocēnu novadā pašvaldības atbalsts sporta jomai ir bijis un vēl joprojām ir plašāks un daudzveidīgāks, nekā Beverīnas novadā. Par to liecina gan piešķirtais finansējuma apjoms, gan arī iesaistīto pušu viedokļi par dažādu ar sportu saistītu pieredzi novados. Kocēnu pašvaldība savas kompetences ietvaros īsteno gan pamatfunkcijas šajā jomā (sporta infrastruktūras uzturēšana un pieejamības nodrošināšana), gan arī īsteno likumā noteiktās ieteicamās funkcijas – par iedzīvotāju un jauniešu vajadzību apzināšanu sporta jomā (tiek veiktas aptaujas), veselīga dzīvesveida popularizēšanu (atbalstot deklarēto novada iedzīvotāju dalību Stipro skrējienā un Valmieras maratonā), kā arī atbalstot vietējās sporta organizācijas.

Vēl ļoti būtiski aktieri jauniešu sporta aktivitāšu veicināšanā vietējā līmenī ir sporta skolotāji, kas var darboties ne tikai kā centrālās politikas ieviesēji, bet arī iesaistīties labākas sadarbības veidošanā gan ar pašvaldību (piemēram, jautājumos par nepieciešamā inventāra iegādi skolām un par plānoto sporta pasākumu informēšanu (Māliņš, intervija, 2014), gan arī ar sporta klubiem (veicinot un mudinot jauniešus iesaistīties sporta nodarbībās arī ārpus stundām – sporta klubos).

Savukārt no aptaujāto treneru pieredzes un uzskatiem attiecībā uz treniņprocesu izriet, ka bērnu līdzdalību sporta aktivitātēs veicina dažādas treneru pieejas (gan stingra, kas vairāk raksturīga Kocēnu trenerim, gan demokrātiskāka pieeja – Beverīnas novada treneri), un ka tas nav izšķirošais faktors, kādēļ bērni un jaunieši izdara izvēli iesaistīties tajās vai nē. Drīzāk var minēt, ka treneru personībai ir būtiska nozīme. Uz to norāda arī aptaujātie jaunieši, minot, ka trenerim ir jābūt autoritātei (Vilks, Šelkovskis, intervijas, 2014), kas abi aptaujātie treneri ir.

Kopumā, izvērtējot abu analizēto novadu pieredzi jauniešu sporta aktivitāšu īstenošanā, var secināt, ka jauniešu līdzdalība sportā ir augstāka tur, kur ir sporta infrastruktūra; tā atrodas tuvu jauniešu dzīvesvietai; tiek piedāvātas jauniešu interesēm atbilstošas sporta aktivitātes; tiek noskaidrotas jauniešu brīvā laika aktivitāšu vēlmēs; iesaistītie cilvēki darbā ar jauniešiem ir entuziasti, viņiem patīk savs darbs; pašvaldība atbalsta vietējo sporta organizāciju darbību; ir pašvaldību politiskās vadības izpratne un interese par sporta jomu; darbojas sporta klubi; paši jaunieši ir aktīvi un izrāda iniciatīvu.

Sporta attīstību vietējā līmenī ļoti ietekmē vēsturiskās tradīcijas, kā arī pašvaldību vadītāju politiskais atbalsts un izpratne par sporta jomu. Brenguļu novadā atšķirībā no Kocēnu novada trūkst pašvaldības atbildīgo darbinieku atbalsta un izpratnes, kā arī nav attīstījušās sportiskās tradīcijas, kādas ir, piemēram, Kocēnu novadā attiecībā uz florbolu. Līdz ar to tur [Brenguļu novadā] sportiskā aktivitāte ir nedaudz zemāka, kaut gan pēdējā laikā, līdz ar sporta kluba nodibināšanu un jauna inventāra iegādi, tā ir pieaugusi (Paegle, intervija, 2014).

Secinājumi

1. Lai arī sports visiem un bērnu un jauniešu sporta attīstīšana ir noteikta par prioritāti Latvijas sporta politikā, jo tā veicina iedzīvotāju līdzdalības palielināšanos sporta aktivitātēs, tomēr praksē tas netiek īstenots. Vēl aizvien sporta politikā ir pārāk liels uzsvars uz augstu sasniegumu sportu, kas neveicina plašu līdzdalību sportā.
2. Latvijas sporta politikas īstenošanā iesaistītajām pusēm, kā arī Latvijas sabiedrībai kopumā trūkst izpratnes par sportu kā veselību uzturošu un veicinošu nodarbi. Sports vēl arvien lielākoties tiek saprasts kā uz sasniegumiem un sacensību vērsta nodarbe.
3. Raugoties no līdzdalības sportā veicināšanas aspekta, sporta pārvaldes sistēmai būtu jābūt decentralizētai un vērstai uz bērnu un jauniešu sporta īstenošanu. Latvijas sporta sistēmā ir nepieciešamas reformas gan finansējuma sadalē atbilstoši prioritātēm, gan arī sistēmas pārstrukturizēšanā.
4. Kopumā iesaistītās puses vietējā līmenī atzīst, ka jaunieši brīvajā laikā par maz nodarbojas ar sportiskām aktivitātēm un ir nepieciešams problēmu risināt – gan nacionālā līmenī caur izglītību un sporta stundām skolās un sabiedrības izglītošanu, gan vietējā līmenī, galvenokārt, caur sporta infrastruktūras attīstību un pieejamības veicināšanu, sporta inventāra un aktivitāšu piedāvājuma pilnveidošanu, kā arī dažādu sporta pasākumu rīkošanu.
5. Pašreizējā situācijā, kad Latvijas likumdošana neparedz pašvaldību atbildību par sporta jomu, vien nosaka iespējamās sporta attīstības virzienus, tas, vai sports tiks

attīstīts novadā, tādējādi veicinot jauniešu sportiskās aktivitātes, lielā mērā ir atkarīgs no atsevišķu pašvaldību vadītāju izpratnes par tā nepieciešamību un nozīmi. Ir nepieciešams noteikt likumdošanā pašvaldību atbildību par sporta jomas attīstību.

6. Nozīmīgākie vietējā līmeņa aktieri tieši jauniešu sporta aktivitāšu līdzdalības palielināšanā ir vietējo skolu sporta skolotāji, kā arī sporta klubu treneri un pulciņu vadītāji; vecāku atbalsts un ietekme ir vairāk svarīga bērnu pirmsskolas un sākumskolas vecumā.
7. Abu novadu pieredzes izpēte liecina, ka svarīgs aspekts jauniešu sporta aktivitāšu īstenošanā un veicināšanā ir cilvēciskais faktors – lai iesaistītās puses, kas strādā ar jauniešiem, ir sava darba entuziastes. Kocēnu novadā, kur, spriežot pēc iesaistīto pušu viedokļiem, šādu personu ir vairāk, ir labāk attīstīta sporta joma un lielāks skaits bērnu un jauniešu tiek iesaistīti sporta aktivitātēs.
8. Raugoties no jauniešu perspektīvas, pozitīvi ir vērtējams tas, ka abu novadu pašvaldības atbalsta jauniešu iniciatīvas.
9. Beverīnas novada pašvaldība var pārņemt Kocēnu novada pieredzi jauniešu brīvā laika aktivitāšu vēlmju apzināšanā, kā arī vietējo sporta organizāciju atbalstīšanā. Kā liecina iesaistīto pušu viedokļi, atbalstam ne vienmēr ir jābūt tikai finansiālam, tas var izpausties, piemēram, apkopojot aktuālo informāciju par sporta notikumiem, tādējādi veicinot sporta popularitāti sabiedrībā, kas, kā izriet no pētījumiem, jauniešiem ir svarīgi.
10. Abu novadu pašvaldības var pārņemt Zviedrijas pilsētas Vesterosas pieredzi bērnu un jauniešu informēšanā par pieejamajām aktivitātēm pilsētā, rīkojot informatīvas dienas ar iespējām izmēģināt dažādas aktivitātes vienuviet.

Priekšlikumi

Pētījuma noslēgumā problēmas risināšanai tika izstrādāti gan īstermiņa, gan ilgtermiņa rekomendācijas dažādām problēmas risināšanā iesaistītajām pusēm.

Latvijas politiku veidotājiem

1. Izglītības politikā: jāpalielina sporta stundu skaits skolās, kā arī jāpārskata to saturs: ieteikums ir atjaunot normatīvus, jo pēc tā var kontrolēt situācijas izmaiņas, tāpat arī bieži vien bērniem patīk sacensties; iekļaut sporta nodarbībās arī informatīvas stundas par veselīgu dzīvesveidu un sabiedrības veselības jautājumiem.
2. Sporta politikā: izglītot dažādas sabiedrības grupas par sportu kā sabiedrības veselības veicinošu aktivitāti; pārskatīt esošā valsts finansējuma sadali, atbilstoši sporta politikas izvirzītajām prioritātēm; vairāk attīstīt ‘sports visiem’ dimensiju, pārņemot no Zviedrijas pieredzi - ‘sports visiem’ un augstu sasniegumu sporta savietošanā.
3. Veikt reformas sporta pārvaldes sistēmā, pārskatot atsevišķu sporta organizāciju lomu sporta aktivitāšu līdzdalības veicināšanā un attiecīgi tām piešķirto finansējumu; jānodrošina veidi, kā valsts finansējumu saņemt sporta organizācijām laukos, kas iesaista bērnus un jauniešus.
4. Noteikt likumdošanā pašvaldību atbildību sporta jomas veicināšanā.

Novadu pašvaldībām

1. Iesaistīties un uzturēt komunikāciju ar dažādām iesaistītām pusēm sportā novadā.
2. Nodrošināt daudzveidīgu sporta inventāru to pārvaldībā esošajās sporta zālēs.

3. Apkopot informāciju par brīvā laika aktivitātēm novadā – no Zviedrijas pieredzes pārņemt ideju par jauniešu dienas rīkošanu mācību gada sākumā, kurā jauniešiem būtu iespējams iepazīties ar novadā piedāvātajām brīvā laika aktivitātēm.
4. Apkopot sporta statistiku, tādējādi veicinot uz pierādījumiem balstītas politikas veidošanu, kas ir atzīta par vienu no sporta politiku prioritātēm.
5. Veidot sadarbību starp dažādām pašvaldībām labās pieredzes pārņemšanai – šajā gadījumā Beverīnas novads varētu pārņemt Kocēnu novada pieredzi, piemēram, vietējo sporta klubu atbalstīšanā.
6. Rīkot dažāda veida sporta pasākumus to teritorijās.
7. Attīstīt un piedāvāt jauniešiem dažāda veida sporta aktivitātes, arī tādas, kas nebūtu lielu fizisku spēku prasības – piemēram, galda tenisu.

Sporta klubiem un sporta pulciņu vadītājiem

1. Ilgtermiņā raugoties, pārņemt Rietumvalstu pieredzi vecāku iesaistīšanā – lai viņi brīvajā laikā darbojas kopā ar bērniem; ieguldīt treneru izglītībā un attīstīt uz individuālu pieeju balstītas treniņu metodes; lai saglabātu atbalstu, sporta organizācijām veidot un uzturēt regulāras attiecības ar pašvaldību (piemēram, kopā ar pašvaldību veidot veselīga dzīvesveida kampaņas, reklamēt sportu kā lietderīgu un pievilcīgu brīvā laika aktivitāti iesaistīties pašvaldības sporta pasākumu organizēšanā, izveidot sadarbības līgumu ar pašvaldību, u.tml.).
2. Īstermiņa risinājumi – iet uz skolām un aicināt sportot; atrast līderi esošo jauniešu vidū, kas trenējas, lai viņš uzrunā un aicina citus jauniešus uz treniņiem.

Avotu saraksts

1. *Izglītības un zinātnes ministrija, Sporta politikas pamatnostādnes 2014.-2020.gadam.* <http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=40280304> (aplūk. 06.01.2014.).
2. Slimību profilakses un kontroles centrs (2012.) *Latvijas skolēnu veselības paradumu pētījums 2009./10.māc.g.aptaujas rezultāti un tendences.* Rīga: SPKC, 21.lpp. [file:///LV_skolenu_veselibas_paradumu_petijums%20\(3\).pdf](file:///LV_skolenu_veselibas_paradumu_petijums%20(3).pdf) (aplūk. 04.02.2013.).

KOMUNIKĀCIJA UN MEDIJI

Latvijas mediju īpašnieku caurskatāmības tiesiskā regulējuma izvērtējums un tā uzlabošanas iespējas

Media Ownership Transparency Legislation in Latvia: Assessment and Recommendations

Autore: Ilze Krilova, Vidzemes Augstskola, profesionālais maģistra grāds sociālajās zinātnēs

Darba zinātniskā vadītāja: Iveta Kažoka, Mg.iur

Kopsavilkums

Pētījumā analizēts Latvijā pašreiz spēkā esošais mediju īpašnieku caurskatāmības tiesiskais regulējums un tā piemērošanas prakse, lai atklātu, kā Latvijā spēkā esošie normatīvie akti nodrošina mediju īpašnieku caurskatāmību. Tāpat pētītas šī tiesiskā regulējuma uzlabošanas iespējas, lai noskaidrotu, kas ir jāmaina, lai nodrošinātu mediju īpašnieku caurskatāmību. Kā pētījuma metodes izmantotas juridiskā analīze un daļēji strukturētas intervijas. Pētījumā atklāts, ka ne visiem medijiem ir pienākums atklāt savus īpašniekus, informācija par patiesajiem mediju īpašniekiem ir pieejama tikai tiesībsargājošām iestādēm, kā arī tiesiskais regulējums neparedz kontroles mehānismu, lai pārbaudītu mediju sniegtās ziņas par saviem īpašniekiem. Lai to mainītu, Latvijā nepieciešama institūcija, kura izstrādātu jaunus likumprojektus mediju jomā, kas nodrošinātu mediju īpašnieku caurskatāmību. Pētījumā izstrādātās rekomendācijas var izmantot kā priekšlikumus turpmākajiem normatīvo aktu grozījumiem, kas saistīti ar mediju īpašnieku caurskatāmību.

Abstract

The study analyses current Latvian legislation on media ownership transparency and the practice of its implementation in order to reveal whether there is a true media ownership transparency in Latvia. The research also explores the possibilities to improve this legislation and find out what needs to be changed in order to secure the transparency of media ownership. The methods of research include legal analysis and semi-structured interviews. The research brings out that not all the media are required to reveal their owners, that the information about media ownership is not accessible to the public and the legislation does not provide a control tool to check the provided information. In order to change this, there needs to be an institution in Latvia that would develop new draft laws in media field to ensure the transparency of media ownership. The recommendations developed during the research can be used as suggestions for further amendments of legislation that refers to the transparency of media ownership.

Atslēgas vārdi: mediju īpašnieki, caurskatāmība, tiesiskais regulējums.

Ievads

Lai gan Eiropas mediju vide ir ļoti daudzveidīga, tai ir kopīga iezīme – daudziem medijiem nav iespējams identificēt to īpašniekus (Vartanova, Saura, Steemers, Papathanassopoulos 2011, 175). Mediju īpašnieku caurskatāmībai ir liela nozīme, jo mediju īpašniekiem ir iespējas un vara izmantot sev piederošos medijus kā instrumentus, lai veicinātu savas ekonomiskās vai politiskās intereses, ietekmējot medija organizatorisko darbību un saturu (Devereux, 2007, 92). Līdz ar to, ja mediju īpašnieki sabiedrībai nav zināmi, mediju

lietotājiem nav iespējas novērtēt, cik lielā mērā konkrētā medija saturs ir vai nav medija īpašnieka ietekmēts (Darbishire, Harrison 2012).

Viens no būtiskākajiem cēloņiem mediju īpašnieku caurskatāmības trūkumam ir tas, ka Eiropas valstīs nav pietiekams tiesiskais regulējums, kas liktu medijiem atklāt savus patiesos īpašniekus ne tikai valsts iestādēm, bet arī sabiedrībai. To pierāda 2012.gadā veiktais pētījums, kurā atklājās, ka desmit no 19 Eiropas valstīm nav iespējams uzzināt mediju īpašniekus no mediju regulatora vai uzņēmumu reģistra rīcībā esošās informācijas (Darbishire, Harrison 2012).

Arī Latvijā mediju eksperti apgalvo, ka sabiedrībai nav pieejama informācija par patiesajiem mediju īpašniekiem (Nozare.lv 2013). Sabiedrības tiesības uzzināt mediju patiesos īpašniekus nav nostiprināts nevienā Latvijas likumā. Komerclikums nosaka, ka ar informāciju par mediju patiesajiem īpašniekiem ir tiesīgas iepazīties tikai tiesībaizsardzības iestādes, bet ne plašāka sabiedrība (LR Saeima 2000).

Pētījuma mērķis ir izpētīt Latvijā pašreiz spēkā esošo mediju īpašumtiesību caurskatāmības tiesisko regulējumu un tā piemērošanas praksi, kā arī noskaidrot šī tiesiskā regulējuma uzlabošanas iespējas, kas nodrošinātu mediju īpašnieku caurskatāmību.

Pētījuma jautājumi:

1. Kā Latvijā pašreiz spēkā esošais tiesiskais regulējums nodrošina mediju īpašnieku caurskatāmību?
2. Kādi uzlabojumi nepieciešami pašreiz spēkā esošajā Latvijas mediju īpašumtiesību caurskatāmības tiesiskajā regulējumā, lai nodrošinātu mediju īpašnieku caurskatāmību?

Metode

Pētījuma mērķa sasniegšanai izmantotas kvalitatīvās pētījumu metodes – juridiskā analīze un daļēji strukturētās intervijas. Empīriskās daļas sākumā veikta juridiskā analīze, lai gūtu skaidru priekšstatu par to, kā pašreiz spēkā esošie Latvijas Republikas (LR) normatīvie akti nodrošina mediju īpašnieku caurskatāmību Latvijā. Kā datu ievākšanas metode izmantota juridisko materiālu metode, kad tika apzināti 12 LR normatīvie akti, kas regulē mediju īpašnieku caurskatāmību. Pēc to apzināšanas veikta juridiskā analīze pēc kritērijiem, kas izrietēja no teorijā minētajām starptautiskajām rekomendācijām un labo praksi piemēriem.

Pēc juridiskās analīzes veiktas sešas daļēji strukturētas intervijas ar septiņiem profesionāļiem, lai gūtu priekšstatu par to, kas ir jādara un ko var izdarīt, lai uzlabotu patieso mediju īpašnieku caurskatāmību Latvijā. Intervējamās personas atlasītas pēc mērķtiecīgās izlases, jo pētījumā bija svarīgi iegūt viedokļus no personām, kuras sava darba ietvaros saskaras ar mediju īpašnieku caurskatāmības jautājumiem, vai mediju ekspertiem, kuri šo tematu ir pētījuši un pārunājuši viedokli par to publiski. Interviju jautājumi veidoti, pamatojoties uz juridiskajā analīzē iegūtajiem rezultātiem.

Rezultāti un analīze

Pašlaik Eiropas Savienībā (ES) nav vienota regulējuma, kas nodrošinātu mediju īpašumtiesību caurskatāmību (Freiberger, Gmelin, Hammersley, Maduro 2013), līdz ar to mediju īpašnieku caurskatāmības līmenis ir atkarīgs no katras valsts tiesiskā regulējuma. Pētījumā intervētie profesionāļi mediju īpašnieku caurskatāmību Latvijā novērtēja ar 5,7 ballēm desmit ballu skalā, kas norāda, ka Latvijā pašreiz spēkā esošie normatīvie akti nespēj nodrošināt pilnīgu mediju īpašnieku caurskatāmību.

Latvijā pašreiz šo jautājumu regulē divi mehānismi: mediju darbību regulējošie LR normatīvie akti un citi LR normatīvie akti, kas regulē citus tiesību subjektus, bet tieši vai netieši pieprasa arī mediju īpašumtiesību caurskatāmību. Latvijā netiek izmantots trešais mehānisms – tiešā informēšana – medijiem specifiski izstrādātas likuma normas, kas liek medijiem pašiem atklāt savus īpašniekus sabiedrībai, piemēram, šo informāciju publicējot mediju mājas lapās (Darbshire, Harrison 2012). Starptautiskās rekomendācijas iesaka šo mehānismu izmantot, jo tādā veidā sabiedrībai ir vieglāk pieejama informācija par mediju īpašniekiem (Access Info Europe, Open Society Media Program 2013), tomēr intervēto profesionāļu viedokļi par šī mehānisma nepieciešamību dalās. Pastāv bažas, ka tā var kļūt par deklaratīvu normu, tādēļ tas ir ieviešams tikai pie nosacījuma, ja normatīvajos aktos vienlaikus paredz uzraudzības funkciju un uzraudzītāju.

Lai gan Latvijā izmanto divus mehānismus mediju īpašnieku caurskatāmības regulēšanai, pašreiz spēkā esošajos normatīvajos aktos pastāv daudz nepilnību. Juridiskā analīze parādīja, ka interneta medijiem un ofšora firmām, kam pieder mediji, kas savu darbību veic Latvijā, nav jāsniedz informācija par to īpašniekiem valsts iestādēm, turklāt medijiem (Latvijā dibinātai presei, radio un televīzijai), kam jāsniedz informācija par saviem īpašniekiem, nav jāsniedz daudzi dati, ko starptautiskās rekomendācijas uzskata par būtiskiem mediju īpašumtiesību caurskatāmības nodrošināšanā. Starptautiskajās rekomendācijas norādīts, ka nepieciešams izstrādāt likumus, kas visām mediju organizācijām pieprasītu izpaust mediju īpašniekus valsts iestādēm (Darbshire, Harrison 2012), turklāt liekot tiem atklāt pēc iespējas vairāk informācijas (Costin, Andguladze 2012). Intervētie profesionāļi lielākoties piekrīt tam, ka visiem medijiem, kas savu darbību veic Latvijā, būtu jāsniedz informācija par saviem īpašniekiem, tikai nav pārliecināti vai šāda norma ir atbilstoša ES pamatnostādnēm. Tāpat intervētie ekspertu viedokļi dalās par to, vai visa informācija, ko starptautiskās rekomendācijās iesaka atklāt medijiem par to īpašniekiem, ir nepieciešama, jo mediju īpašnieki nav valsts amatpersonas.

Vēl viena nepilnība pašreiz spēkā esošajā tiesiskajā regulējumā ir kontroles mehānisma trūkums, jo ne Uzņēmumu reģistram, ne Nacionālajai elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei (NEPLP) to regulējošie likumi neparedz pienākumus pārbaudīt sniegtās informācijas patiesumu. Tāpat Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums NEPLP neparedz tiesības piespriest kādas sankcijas, gadījumos, kad elektroniskie mediji informāciju nesniedz vai sniedz nepatiesus datus, turklāt daļa intervēto dalībnieku atzina, ka trūkst vēl vienas iestādes, kas regulētu presi un interneta medijus. Kontroles mehānisma trūkums tiesiskajā regulējumā, kā raksturoja LR Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas priekšsēdētāja Ināra Mūrniece, rada situāciju, ka „pašlaik par dažiem mediju īpašniekiem valda liela neticība, ka norādītie īpašnieki ir patiesā labuma guvēji.” (Mūrniece, intervija, 16.04.2014.) Lai risinātu šīs nepilnības tiesiskajā regulējumā, intervētie profesionāļi iesaka normatīvajos aktos iekļaut uzraudzības funkciju un tās veicēju, kā arī paredzēt sankcijas, ja likumos noteiktās normas netiks ievērotas.

Mediju īpašnieku caurskatāmības viens no būtiskākajiem elementiem ir sabiedrībai brīva pieeja datiem par mediju īpašniekiem (Costin, Andguladze, 2012). Arī šajā jautājumā juridiskajā analīzē atklājās, ka Latvijas tiesiskais regulējums nav pilnīgs, jo Komerclikums nosaka, ka dati par mediju patiesā labuma guvējiem nav pieejami ne sabiedrībai, ne NEPLP. Turklāt datiem, piemēram, masu informācijas līdzekļa dibinātāja fiziskās vai juridiskās personas dati, juridiskā adrese u.c. dati, kas atrodas Uzņēmuma reģistra rīcībā un pēc likuma normām ir pieejami ikvienam, ir piekļuves barjeras, jo informācija nav viegli un ērti atrodamā, turklāt tā ir par maksu. Starptautiskās rekomendācijas iesaka padarīt visus pārraudzības institūciju rīcībā esošos datus publiskus, turklāt elektroniskā vidē tiem jābūt bez maksas (Access Info Europe, Open Society Media Program 2013). Tomēr intervētie

profesionāli šaubās, vai Uzņēmumu reģistra rīcībā esošajai informācijai būtu jābūt bez maksas, tādēļ iesaka šo nepilnību atrisināt ar tiešā informēšanas mehānisma izveidošanu.

Daļēji strukturētās intervijas ar profesionāļiem atklāja, ka mediju īpašnieku caurskatāmības trūkums nav tikai pašreiz spēkā esošajos LR normatīvajos aktos, bet arī politisko partiju gribā (nav politiskā lēmuma par to, vai sabiedrībai ir jāzina mediju īpašnieki, vai nav), valsts varas efektivitātē (grozījumu izstrādāšana un likumdevējiem lēmumu pieņemšana „prasa gadus”) un tas, ka Latvijā nav mediju politikas veidotāja. Kā risinājums piedāvāts izveidot Kultūras ministrijā mediju politikas nodaļu, kuras uzdevums būtu attīstīt mediju politiku. Tomēr šādas nodaļas izveidošana nedod garantiju, ka atradīsies politiskā griba padarīt caurskatāmus mediju patiesos īpašniekus.

Secinājumi

1. Uzņēmumu reģistra un NEPLP rīcībā nav informācijas par visiem Latvijā strādājošo mediju īpašniekiem, jo Latvijā pašreiz spēkā esošais tiesiskais regulējums neparedz īpašnieku atklāšanas pienākumu ārzonās reģistrētiem medijiem un interneta vietnēm, kas ikdienā pilda medija funkcijas. Tāpat Latvijā reģistrētiem medijiem valsts iestādēm nav jāziņo par juridisko personu īpašniekiem, ja medija īpašnieks ir juridiska persona.
2. Šobrīd Latvijā spēkā esošais tiesiskais regulējums tiesībaizsardzības iestādēm paredz tiesības uzzināt Latvijā reģistrētu mediju uzņēmumu patiesā labuma guvējus, taču šādas tiesības neparedz pārējai sabiedrībai. Līdz ar to sabiedrībai nav iespēju noskaidrot, vai mediju oficiāli deklarētie īpašnieki ir mediju īstie īpašnieki, vai aiz tiem slēpjas citi cilvēki.
3. Informācija par mediju īpašniekiem, izņemot patiesā labuma guvējiem, sabiedrībai pēc likuma ir pieejama, taču Uzņēmumu reģistra rīcībā esošā informācija nav viegli iegūstama, turklāt tā ir par maksu. Šādas informācijas piekļuves barjeras apgrūtina sabiedrībai iegūt informāciju par mediju īpašniekiem. Turklāt Latvijā pašreiz spēkā esošajā tiesiskajā regulējumā trūkst normas, kas paredzētu medijiem pienākumu pašiem publiskot īpašniekus medijos vai mediju mājas lapās.
4. Šobrīd Latvijas likumos paredzētais pienākums atklāt mediju īpašniekus ir lielā mērā deklaratīvs, jo tiesiskais regulējums neparedz kontroles mehānismu, kas ļautu pārbaudīt mediju sniegto ziņu patiesumu. Turklāt Latvijā trūkst regulatora, kas uzraudzītu drukātos un interneta medijus, jo Latvijā ir viens mediju regulators elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem. Tāpat nav noteikti termiņi, kad būtu jāaktualizē dati par medija īpašniekiem, ja īpašnieki mainās. Līdz ar to Latvijā ir pamats šaubīties par to, vai norādītie mediju īpašnieki (gan fiziskās, gan juridiskās personas) ir patiesie īpašnieki.
5. Latvijas mediju īpašumtiesību caurskatāmības problēmas ir grūti risināmas institucionālu iemeslu, kā arī politiskās gribas trūkuma dēļ. Pašlaik Latvijā trūkst politiskās vienprātības par nepieciešamību atklāt mediju patiesos īpašniekus. Tāpat trūkst institūcijas, kas būtu atbildīga par mediju politikas veidošanu un kurai līdz ar to būtu arī kapacitāte izstrādāt kvalitatīvus grozījumus normatīvajos aktos, lai novērstu mediju regulējuma nepilnības.

Priekšlikumi

1. Latvijā nepieciešama institūcija, kurai būtu pietiekamas pilnvaras un kapacitāte izstrādāt jaunus likumprojektus mediju jomā, tai skaitā attiecībā uz skaidrāku mediju

īpašumtiesību jautājuma regulējumu. Šim nolūkam vajadzētu izveidot Kultūras ministrijā plānoto mediju politikas nodaļu.

2. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā ir jāveic grozījumi, kas nodrošinātu to, ka NEPLP ir tiesības iegūt informāciju par elektronisko mediju patiesā labuma guvējiem. Tāpat nepieciešams pilnvarot NEPLP ierobežot medija tiesības gadījumos, ja tas nenorāda savus patiesos īpašniekus.
3. Nepieciešams izstrādāt konkrētu un skaidru definīciju, kas ir masu informācijas līdzeklis, lai pēc tās varētu noteikt, kurš ir medijs un kurš nav, un paredzēt, ka tiem, kas atbilst šai definīcijai, ir obligāti jāreģistrējas, līdz ar to arī jānorāda savi īpašnieki.
4. Lai Latvijā gan valsts iestādēm, gan sabiedrībai būtu iespēja uzzināt ārzonās reģistrētu mediju īpašniekus, tiesiskajā regulējumā ir jāparedz norma, kas noteiktu, ka mediju īpašnieku atklāšana attiecas gan uz vietējiem medijiem, gan ārzemēs dibinātiem medijiem, kas savu darbību veic Latvijā.
5. Komerclikumā ir jāveic likuma grozījumi, kas paredzētu, ka informācija par patiesā labuma guvējiem ir pieejama sabiedrībai, ja kapitālsabiedrība dibina vai tai pieder masu informācijas līdzeklis. Tas ļautu ne tikai tiesībsargājošajām iestādēm, bet arī plašākai sabiedrībai noskaidrot mediju patiesos īpašniekus.
6. Medijiem jāuzliek pienākums ziņot par visiem saviem īpašniekiem – fiziskām personām –, ja šim īpašniekam pieder vismaz pieci procenti attiecīgā medija uzņēmuma daļas.
7. LR likumā „Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem” ir jānosaka termiņš, līdz kuram medijam ir pienākums paziņot par mediju īpašnieku maiņu – tas nodrošinātu, ka Uzņēmuma reģistrā atrodas aktuāla informācija. Tāpat šajā likumā jāparedz pienākums informāciju par medija īpašniekiem sniegt katru gadu.
8. Medijiem informācija par saviem īpašniekiem būtu jāpublisko savās mājas lapās un drukātajiem medijiem arī savos izdevumos. Šādu normu vajadzētu noteikt ar likumu kā pienākumu medijiem. Tādā veidā sabiedrībai būtu vieglāk piekļūt informācijai par patērēto mediju īpašniekiem.
9. Likumā skaidri jānosaka, kurām valsts iestādēm ir pienākums pārbaudīt mediju sniegtās ziņas par to īpašniekiem, kā arī jāparedz sankcijas gadījumā, ja tiek sniegtas nepatiesas ziņas vai ziņas vispār netiek sniegtas.
10. Latvijā nepieciešami divi mediju regulatori: viens pārraudzītu sabiedriskos medijus, otrs – visus pārējos medijus (komerciālās raidorganizācijas, presi un interneta medijus). Pašreizējā pieeja, kur NEPLP pārrauga elektroniskos plašsaziņas līdzekļus, nav ilgtspējīga, jo aizvien sarežģītāk ir nošķirt elektroniskos medijus no citiem medijiem.

Avotu saraksts

1. Access Info Europe, Open Society Media Program (2013). *Ten Recommendations on Transparency of Media Ownership*. Available: <https://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/CDMSI/TMO%20Final%20Recommendations%2004%20November%202013.pdf> (retrieved 17.01.2014.)
2. Costin D., Andguladze M. (2012). *Transparency of Media Ownership in the Republic of Moldova*. Available: http://www.ijc.md/Publicatii/studii_mlu/transparenta%20media%20eng/studiu-transparenta-eng.pdf (retrieved 16.03. 2013.)

3. Darbishire H., Harrison F. (2012). *Transparency of Media Ownership in Europe*. A report for the High-Level Group on Media Freedom and Pluralism. Available: http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/Transparency_Media_Ownership_Europe_20121217_0.pdf (retrieved 16.03.2013.)
4. Devereux E. (2007). *Understanding The Media. Second Edition*. London: SAGE Publication.
5. Freiberga V.V., Gmelin D. H., Hammersley B., Maduro M.P.P. (2013). *A free and plurastic media to sustain European democracy*. Available: <https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf> (retrieved 16.03.2013.)
6. LR Saeima (2000). *Komerclikums. Latvijas Vēstnesis*, Nr. 158/160, 4.maijs.
7. Mūrniece I. *Latvijas Republikas Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas priekšsēdētāja*, intervija 16.04.2014.
8. Nozare.lv (2013). Eksperti: *Vēl aizvien nav skaidrības par mediju īpašniekiem Latvijā*. Tvnet, 20.janv. Pieejams: http://www.tvnet.lv/zinas/viedokli/450603-eksperti_vel_aizvien_nav_skaidribas_par_mediju_ipasniekiem_latvija (aplūk. 11.02.2014.).
9. Vartanova E., Saura L.B., Steemers J., Papathanassopoulos (2011). *Media Industries: Ownership, Copyright and Regulation*. In J.Trappel, W.A.Meier, L.D'Haenens, J.Steemers, B.Thomass, D.McQuail (Eds.), *Media in Europe Today*. UK: Intellect, pp. 167-184.

Eiro ieviešanas atspoguļojums Latvijas televīzijas raidījumos un laika posmā no 2013. gada 1. janvāra līdz 2014. gada 1. janvārim

Representation of the Introduction of the Euro in Latvia TV from January 01, 2013 Till January 01, 2014.

Autore: Vita Anstrate, Vidzemes Augstskola, profesionālais bakalaura grāds mediju studijās un žurnālistikā

Darba zinātniskais vadītājs: Visvaldis Valtensbergs, Dr.sc.pol.

Kopsavilkums

Darba mērķis ir noskaidrot, kādas sakarības vērojamas starp valdības veidotajiem eiro ieviešanas komunikācijas plāniem un patērētāko TV saturu, kā saturam līdzī mainās iedzīvotāju attieksme. Būtiski ir noskaidrot arī to, kā eiro komunikāciju vērtē eksperti. Kā metodes izvēlētas kontentanalīze un intervijas. Mediju saturā novērotas šādas sakarības ar eiro komunikācijas plāniem: bieža praktisku jautājumu atspoguļošana, sadarbība ar LTV1, sekošana trim komunikācijas fāzēm, biežas viedokļu līderu uzrunas, vadošais arguments par eiro – 2003.gada referendums. Pētījuma rezultāti un intervijās noskaidrotais liecina par to, ka mediji pakļāvušies eiro komunikatoru dienaskārtībai.

Abstract

The aim of this research is to find out the coherence between the government made euro communication plans and the most popular TV content. It is also important to find out, how changes citizens attitudes and how experts evaluate euro communication. To reach the aim, there were used content-analysis and interviews. There were noticed such connections with euro communication plans as: frequent reflection of practical issues, collaboration with LTV1, media following three euro communication phases, frequent opinion leaders speeches, main argument for euro – the referendum of the 2003. Research and interviews results show that media followed euro communicators agenda.

Atslēgas vārdi: eiro komunikācija, televīzija, sabiedriskās domas aptaujas.

Ievads

Diskusijas par Latvijas pievienošanos eirozonai sākās līdz ar iestāšanos Eiropas Savienībā. Pirmais mēģinājums ieviest eiro jau 2008.gadā neizdevās augstās inflācijas un neatbilstības Māstrihtas kritērijiem dēļ (European Commission 2013, 6, 27). 2013.gada sākumā valdība izstrādāja vairākus komunikācijas plānus, kuru mērķi bija panākt lielāku sabiedrības informētību un atbalstu eiro. To mērķis - panākt eiro labvēlīgu publicitāti, ir pamats diskusijām par iespējamu mediju satura ietekmēšanu (Lilleker 2007, 112), kas norāda uz tādu problemātiku, kā netraucētu mediju dienaskārtības veidošanu. Valsts turklāt piešķir finansējumu arī sabiedriskajiem medijiem eiro popularizēšanai, lai gan Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums to aizliedz (LR Saeima 2009).

Pētījuma jautājumi:

- 1) Kā eiro ieviešana Latvijā atspoguļota skatītākajos televīzijas ziņu, analītiskajos un diskusiju raidījumos laikā no 2013.gada līdz 2014.gadam? Kādi valdības plānotās eiro komunikācijas elementi novērojami šo mediju saturā?

- 2) Kā eiro komunikācija vērtējama, skatoties uz izmaiņām sabiedriskajā domā un kā to vērtē eiro komunikācijas kampaņā iesaistītās personas? Kā eiro komunikāciju vērtē mediju eksperts?

Teorētiskais ietvars

Mediji un politiskās dienaskārtības reprezentācija

Pētījuma galvenajā nodaļā aplūkotas mediju teorijas, kas runā par politiskās dienaskārtības reprezentāciju un iespējamām problēmām, saistītām ar mediju satura ietekmēšanu. Šajā nodaļā tāpat aplūkoti dažādi faktori, uz kuriem balstoties, ierasti tiek pētīts mediju saturs, lai tālāk izstrādātu kontentanalīzes protokolu. Medijiem ir iespēja veidot analītisku, oriģinālu, un informācijas avotiem, argumentiem dažādotu saturu vai tieši pretēji, - atspoguļot eiro jautājumu vienkāršoti, veidojot atstāstījumus un tādu saturu, kāds ir vēlams eiro komunikatoriem.

Mediji konstruē sociālo realitāti, tātad arī sabiedrības apziņu un attieksmi (Cook 1998, 8). Tā ir mediju dienaskārtības teorija. Dienaskārtības teoriju galvenā doma ir tāda, ka, vadoties pēc mediju ziņojumiem, cilvēki ne tikai uzzina jaunākās aktualitātes, bet arī veido savus viedokļus par tām (McCombs 1972, 1). Mediju pētnieki atzīmē, ka dienaskārtības teoriju principi spēj ietekmēt sabiedrisko domu vien tad, kad visi mediji fokusējas uz vienām problēmām, par tām ziņo neatlaidīgi (Zucker, citēts pēc Lee 1978, 2010, 761). Tā nav vēlama žurnālistikas prakse, jo, pastāvīgi pievēršoties kādam vienam aspektam, mediju vide kopumā tiek padarīta homogēna (Louw 2010, 61).

Nozīme ir arī ziņojuma attieksmei. Ar attieksmes veidošanos saistīta ir mediju kultivācijas teorija. Tās pamatdoma ir – jo biežāk medijos kāda kategorija tiek atkārtota (tas attiecināms uz argumentāciju), jo svarīgāka tā šķiet iedzīvotājiem. Piemēram, ja dominē vairāk kāds pozitīvs vai negatīvs arguments pret eiro, tas ietekmē iedzīvotāju attieksmi šajā jautājumā (Gerbner et al., citēts pēc Laughey, 1986, 2007, 20-21).

Mediju pētniece Pipa Norrisa (*Pipa Norris*) raksta, ka plašsaziņas līdzekļiem būtu jāfunkcionē kā sabiedrības diskusiju forumam, iekļaujot dažādu pušu viedokļus (Norris 2000, 34), taču ierasti komunikācijas kampaņās dominē oficiālie informācijas avoti, kā rezultātā iedzīvotāju un ekspertu viedokļi tiek ignorēti (Walgrave, Van Aelst 2006, 97). Attiecībā uz sabiedrisko domu, uzmanība jāpievērš tā saucamajam klusuma spirāles efektam. Klusuma spirāle rodas tad, kad iedzīvotāji noklusē savu viedokli, kas, iespējams, ir pretējs dominējošam. Līdz ar to rodas iespaids, ka visi, piemēram, par eiro domā līdzīgi (Noelle-Neumann 1993, 5).

Mediatizācijas teorijas piekritēji argumentē, ka komunikācijas kampaņu laikā vadošie ir mediji, nevis politiķi. Tieši žurnālisti ar oriģināla, analītiska satura palīdzību, uz interpretācijām balstītu ziņošanas stilu vada sabiedrību dažādu kampaņu laikā (Lilleker 2007, 112).

Teorijas sadaļā tika apskatīti arī pētījumi par mediju saturu un eiro ieviešanas atspoguļojumu Dānijā un Igaunijā, kas palīdzēja izstrādāt kontentanalīzes kritērijus un sākt datu ievākšanu, analīzi.

Metode

Lai atbildētu uz pētījuma jautājumiem, vispirms veikta raidījumu satura analīze. Raidījumi analizēti pēc vairākiem kritērijiem, piemēram,

- izmantotie informācijas avoti, kas palīdzēja izprast to, kādu pušu pozīcijas pret eiro pārstāvētas biežāk, cik daudz izteikušies oficiālie informācijas avoti un tostarp

viedokļu līderi, kā arī noskaidrot, - vai mediji ir pildījuši uzdevumu nodrošināt viedokļu dažādību;

- attieksme pret eiro, kas palīdzēja noskaidrot, vai eiro ieviešana atspoguļota vairāk vērtējoši (negatīva, pretrunīga), virspusīgi (neitrāls atstāsts) vai pozitīvi, piemēram, caur pseidostāstiem;
- argumenti palīdzēja noteikt, vai mediji argumentāciju ir dažādojuši jeb pieturējušies pie vienas kategorijas atkārtošanas, kā arī palīdzēja skaidrot, vai komunikācijas plānu vēlamais arguments par referendumu 2003.gadā dominējis arī mediju saturā;
- analizētas arī tādas kategorijas kā televīzijas kanāls, raidījums, video materiāla žanrs, iemesls eiro jautājuma iekļaušanai medija saturā, krīžu komunikācijas elementi, sižetu un kategoriju biežuma īpatsvars pa mēnešiem.

Ziņojumi tika analizēti ar vispārējās aprakstošās statistikas un X² (Chi-square) kritērija palīdzību.

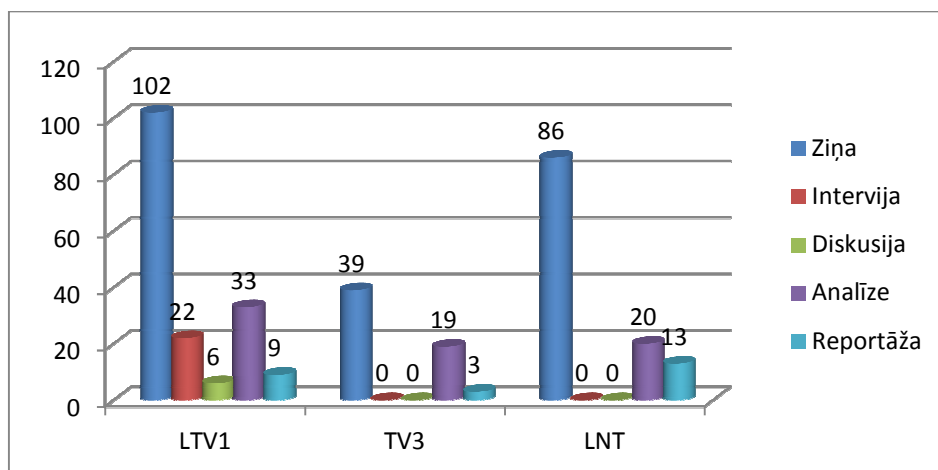
Intervijas veiktas ar piecām eiro komunikācijas kampaņā iesaistītajām personām – Daci Kalsoni, Ināru Rubeni, Margrietu Ulmani, Valdi Dombrovski un Edvardu Kušneru - ,lai skaidrotu viņu vērtējumu par komunikācijas kampaņas rezultātiem un gūtu ieskatu tajā, kā notikusi reālā sadarbība ar medijiem un žurnālistiem.

Veikta intervija ar mediju ekspertu Andu Rožukalni. Eksperte tika iepazīstināta ar pētījuma rezultātiem, pēc kuriem vadoties, viņa vērtēja mediju profesionalitāti un sadarbību ar eiro komunikācijas kampaņā iesaistītajām personām.

Rezultāti un diskusija

Kopumā par eiro pagājušajā gadā apskatītajos televīzijas raidījumos ziņots 352 reizes. Attiecībā uz ziņojumu biežumu, intensīvāk par eiro ziņots gada otrajā pusē. Daudz ziņots arī janvārī, kad tika vēlreiz aktualizēts mērķis pievienoties eirozonai 2014.gadā, jūlijā, kad tika saņemts oficiālais uzaicinājums pievienoties eiro, un septembrī, kad tika aktīvi apspriesta cenu politika. Visbiežāk par eiro veidotas ziņas, kurās stāstīts, kā praktiski norisināsies pāreja uz jauno valūtu, no kā arī izriet tas, ka vairāk kā pusē sižetu pret eiro pausta neitrāla attieksme (66,2% apskatīto video materiālu).

Raidījumu saturā dominējusi izraisīta, iniciēta informācija, kas veidota, pamatojoties uz aktualitātēm politiskajā dienaskārtībā. Žurnālisti maz veidojuši oriģinālu, analītisku saturu vai reportāžas. Tieši reportāžām un analīzei (oriģinālmateriāliem) tika piešķirts finansējums. Šāda satura bija maz, no kā izriet fakts, ka to nevarētu attaisnot kā sabiedrisko pasūtījumu. Euro temats tika atspoguļots tāpat kā citas ziņas, kurām ikdienā LTV papildu finansējumu nesaņem.



1. Attēls. Raidījuma/video materiāla žanrs, TV kanāli (skaits)

Avots: autores veidota diagramma.

Tā kā dominēja praktiskie stāsti, galvenokārt izmantoti tādi informācijas avoti kā privātais sektors, žurnālistu atstāsts un oficiālie informācijas avoti (pārsvarā viedokļu līderi). Biežāk lietoto informācijas avotu pozīcija bija atbalstīt eiro, un tas norāda uz viedokļu dažādības principa nodrošināšanas neievērošanu, par kuru runā P.Norrisa (Norris 2000, 34). Komunikatori intervijās atzīmēja, ka komunikācijā ar medijiem ieņēmuši nozīmīgu un pat centrālo lomu, žurnālistiem nemitīgi atgādinot, ka eiro ir jautājums, par kuru jārunā.

Eiro komunikācijas plānos aprakstīto vēlamā komunikācijas principu (piemēram, viedokļu līderu uzrunas, arguments, ka par eiro esam jau nobalsojuši u.c.) dominance bija vērojama trīs eiro plānos aprakstītajās fāzēs, - gada sākumā, vidū un nobeigumā. X^2 norāda uz likumsakarībām starp aplūkotajiem mēnešiem un kategoriju „īemesls jautājuma iekļaušanai dienaskārtībā”. $X^2 (2, N=352) = 75.321, p<0,007$, - kas nozīmē to, ka pseidonotikumu atspoguļošana bija īpaši bieža gada sākumā, gada vidū un beigās. Sekošana eiro komunikācijas plāniem un ziņojumu satura vienveidīgums norāda uz žurnālistu neprofesionalitāti.

Tika analizēts arī tas, vai oficiālo informācijas avotu atbildēs un uzrunās parādās krīžu komunikācijas elementi, piemēram, atvairinošanās, noliegums, taisnošanās vai piekrišana. Pētījuma rezultāti rāda, ka krīžu komunikācija novērota tikai retajos sižetos un tas savukārt liecina par žurnālistu pasivitāti attiecībā uz kādas pozīcijas ieņemšanu eiro jautājumā. Tā bija drīzāk valdības vēlamās komunikācijas atreferēšana, kritiski jautājumi viedokļu līderiem tika uzdoti gada sākumā un vien virspusēju frāžu līmenī. Tas vēlreiz apliecina to, ka mediatizācijas teorijas atziņas nevar attiecināt uz šo gadījumu (Lilleker 2007, 112).

Dažu argumentu lietojums liecina par mediju kultivācijas teoriju, kas ir saistīta ar iedzīvotāju attieksmes veidošanos. No sešiem argumentiem „par” izmantoti trīs, visvairāk akcentējot to, ka iedzīvotāji par eiro balsojuši 2003.gadā. Savukārt no sešiem argumentiem „pret” visbiežāk izmantoti divi – sabiedrība eiro negrib; preces un pakalpojumi kļūs dārgāki (Gerbner et al., citēts pēc Laughy 1986, 2007, 20-21). Un tik tiešām arvien vairāk sižetos atkārtojot, ka par eiro jau nobalsots un eiro ieviešanu atspoguļojot neapsverot iespējamību, ka tā varētu neizdoties, sabiedrības atbalsts lēnām auga. Šāda pieeja stāstiem un dažādu argumentu neapspēlēšana plašāk norāda uz žurnālistu mazo aktivitāti un biežu frāžu atkārtošanu (Louw 2010, 61).

Sabiedrības attieksme pret eiro auga laikā, kad medijos dominēja praktiskā informācija (par to, kā tiks konvertētas algas, kur varēs mainīt latus pret eiro u.tml.). Šādi stāsti ir iedzīvotājiem labāk saprotami, tātad arī tīkamāki, nekā diskusijas par makroekonomiskiem

rādītājiem, Grieķijas parādiem. Turklāt tajos pamatā runā banku pārstāvji un pārdevēji veikalos, ar kuriem iedzīvotāji sevi identificē vairāk nekā ar amatpersonām. Atbilstoši dienaskārtību teorijai, līdz ar stāstu apjomu aug arī atbalsts (McCombs 1972, 1), kas bija novērojams šajā gadījumā. Biežāki praktiskie stāsti = lielāks atbalsts eiro. No otras puses, iespējams, ka šeit vērojams klusuma spirāles efekts (Noelle-Neumann 1993, 5), un, arvien vairāk tuvojoties eiro ieviešanas datumam, iedzīvotāji, pildot sabiedriskās domas aptaujas, atzīmējuši eiro kā pieņemamāku.

Savukārt eiro komunikācijas kampaņā iesaistītās personas kampaņas rezultātus vērtē kā ne līdz galam veiksmīgus. Izvirzītais mērķis, sasniegt 60% sabiedrības atbalstu eiro, neīstenojās. Komunikatori uzskata, ka ziņojumi par eiro varēja būt vēl lielākā skaitā, pozitīvāki un arī ne tik objektīvi.

Secinājumi

1. Eiro komunikācijas kampaņa ir veidojusi mediju dienaskārtību. Uz to norāda sakarības starp eiro komunikācijas plāniem un mediju saturu, to atzīst arī mediju eksperte; arī eiro komunikatori atzīst, ka ir mērķtiecīgi medijiem atgādinājuši par eiro jautājuma iekļaušanu dienaskārtībā.
2. Eiro ieviešana Latvijā apskatītajos raidījumos atspoguļota neitrāli, galvenokārt sniedzot praktisku informāciju par valūtas maiņu. Tas nozīmē, ka kopumā mediju saturs bijis vienveidīgs, žurnālisti pasnieguši valdības vēlamo komunikāciju, eiro jautājumā neieņemot aktīvas lomas.
3. Televīzijā dominējuši vienas pozīcijas viedokļi, uz to norāda biežāk izmantotie informācijas avoti. Tas norāda arī uz to, ka žurnālisti nenodrošina viedokļu dažādību.
4. Mediji vadījušies pēc eiro komunikācijas fāzēm, sākumā atspoguļojot viedokļu dažādību, bet gada otrajā pusē fokusējoties uz praktisku informēšanu. Atbilstoši plāniem veidota sadarbība ar LTV1, uz to norāda pētījuma rezultāti un, piemēram, *Panorāmas* rubrika *Eiro Latvijā*. Pētījuma rezultāti ļauj domāt, ka valdības finansējums ietekmējis sabiedriskā medija saturu.
5. Lai gan sabiedriskā doma nenasniedza cerētos rādītājus, komunikācijas kampaņa tomēr vērtējama kā veiksmīga. Uz to norāda atbalsta eiro dubultais pieaugums gada laikā.
6. Atbalsta pieaugums skaidrojams ar praktiskās informācijas biežu nodrošināšanu, kas ļāva iedzīvotājiem saprast to, kā notiks pāreja uz jauno valūtu. Šādi stāsti spējuši iedzīvotāju viedokli ietekmēt vairāk, nekā sižeti par to, vai Latvijas iedzīvotāji maksās par Grieķijas parādiem. Stratēģija virzīt stāstus tā, lai runātu privātais sektors, bijusi veiksmīga un tādējādi iedzīvotājiem nebija iespāids, ka valdība nodarbotos ar propagandu.

Priekšlikumi

1. Medijiem jāstrādā atbilstoši elementāram žurnālistikas pamatprincipam – nodrošināt viedokļu dažādību. Ja kāds eksperts atsakās izteikt savu viedokli, tā vietā jāmeklē cits. Vairāk nepieciešams iekļaut iedzīvotāju un eiro pretinieku domas, tādējādi aplūkojot arī iespējamus riskus, kas saistās ar eiro ieviešanu.
2. Vēlams dažādot informācijas avotus un video materiālu žanrus, tādējādi mediju saturs nebūtu vienveidīgs, un tas neradītu arī viedokli par medijiem kā par valdības ruporu.

3. Medijiem nepieciešams veidot vairāk oriģinālmateriālu, paužot atšķirīgu skatījumu un dažādojot argumentāciju par/pret un paceltu žurnālistikas kvalitāti augstākā līmenī par vienveidīgiem atstāstījumiem, turklāt mazinātu žurnālistu pasivitāti.

Avotu saraksts

1. Cook, T.E. (1998) *Governing with the news: the news as a political institution*, USA: The University of Chicago Press, pp.8.
2. European Commission. (2013) *Convergence Report 2013 on Latvia*, pp.6.;27. Pieejams: http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/2013/pdf/ee3_en.pdf (aplūk. 16.04.2014.).
3. Laughey, D. (2007) *Key Themes in Media Theory*, England: Open University Press, pp.20.-21.
4. Lee, G. (2010) Who let priming out? Analysis of first- and second- level agenda setting effects on priming, *International Communication Gazette*, Vol.72., No.8, pp.761.
5. Lilleker, D. (2007) *Key Concepts in Political Communication*, London: SAGE publications, pp.112.
6. Louw, E. (2010) *The Media & Political Process, 2nd edition*, London: SAGE publications, pp.61.
7. LR Saeima (2009). Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums, 39.panta 5.apakšpunkts, Latvijas Vēstnesis, Nr.193, pieejams arī <http://likumi.lv/doc.php?id=214039> (aplūk. 02.02.2014.).
8. McCombs, M. (1972) *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*, USA: University of Texas at Austin, pp.1.
9. Noelle-Neumann, E. (1993) *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*, USA: The University of Chicago, pp.5.
10. Norris, P. (2000) *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, United Kingdom: Cambridge University Press, pp.34.
11. Walgrave, S., Van Aelst, P. (2006) The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory, *Journal of Communication*, Vol.56., No.88, pp.94.; 96.-97.

Reputācijas vadība krīžu komunikācijā: atbildība krīzes situācijās. Zolitūdes traģēdijas gadījuma analīze

Reputation Management during the Crisis Communication: Crisis Responsibility. Case Study of Zolitude Tragedy

Autore: Inga Zemeša, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura grāds komunikācijā un sabiedriskajās attiecībās

Darba zinātniskās vadītājas: Kristīne Liepiņa, Bc. sc. soc., Ieva Kukule, Mg.sc.soc.

Kopsavilkums

Pētījuma mērķis ir noskaidrot krīzes atbildības nozīmi organizācijas reputācijas vadībā nacionāla mēroga krīzē, veicot Zolitūdes traģēdijas (21.11.2013.) gadījuma analīzi. Pētījuma ietvaros tika atlasīti pieci pētījuma dalībnieki - mazumtirdzniecības uzņēmums "Maxima", būvuzņēmums "Re&Re", Rīgas dome, Rīgas pilsētas būvvalde un uzņēmums "Homburg group". Mērķa sasniegšanai tika izvēlētas šādas metodes – krīzes rekonstruēšana, pētījuma dalībnieku krīžu komunikācijas kontentanalīze un intervijas. Pētījuma rezultāti liecina, ka krīzes atbildība ir būtisks faktors reputācijas vadībā, jo augstāka krīzes atbildība rada lielākus reputācijas draudus. Balstoties uz krīzes atbildību, organizācija var prognozēt potenciālos reputācijas draudus. Tāpat krīzes atbildība ir svarīga piemērotas atbildes stratēģijas noteikšanai. Nepiemērotas stratēģijas izmantošana veicina neveiksmīgas krīžu komunikācijas izmantošanu, kas sekmē reputācijas draudus un tās kritumu, piemēram, uzņēmuma "Maxima" gadījums. Krīzes atbildība var veicināt vai kavēt reputācijas vadību, atkarībā gan no tā, cik liela ir uzņēmuma atbildība un kādu atbildes stratēģiju uzņēmums izmanto. Lai arī kāda būtu uzņēmuma veidotā krīžu komunikācija un atbildības līmenis, tai ir jābūt vērstai uz reputācijas pasargāšanu un tās kapitāla uzkrāšanu.

Abstract

The aim of this study is to identify the significance of crisis responsibility in the reputation management of organization during the national crisis situation by case study of Zolitude tragedy on November 21, 2013. This study focuses on five main stakeholders - supermarket "Maxima", investment company "Homburg group", construction company "Re&Re", Riga City Council and Riga City Construction Board. The following methods were chosen in the study – crisis reconstruction, content analysis and interviews. The results suggest that crisis responsibility is a crucial factor in reputation management during the crisis, as higher crisis responsibility can cause higher reputational threats. Based on the crisis responsibility, an organization can predict potential loss of reputation. Similarly crisis responsibility is important to determine the appropriate crisis response strategy. An inadequate response strategy can cause use of wrong and inadequate crisis communication that leads to higher loss of reputation. The crisis responsibility can either hinder or advance the reputation management during crisis, depending both on the organization's crisis responsibility and the crisis response strategy used by the organization. Regardless of high or low crisis responsibility of the organization, the crisis communication should be aimed at protecting the reputational capital and assets.

Atslēgas vārdi: krīzes atbildība, krīzes vadība, reputācijas vadība, krīzes atbildes stratēģijas, Zolitūdes traģēdija.

Ievads

Uzņēmuma reputācija tiek uzskatīta par vienu no vērtīgākajiem uzņēmuma aktīviem un pēdējo gadu laikā ir kļuvusi par izšķirošu faktoru ietekmes pušu lēmumpieņemšanas procesos. Uzņēmumu reputācija visvairāk tiek apdraudēta tieši krīžu situācijās. Nesagatavotība, neveiksmīgi noteiktas mērķauditorijas un izvēlēta atbildes stratēģija var rezultēties ne tikai reputācijas zaudēšanā, bet nopietni ietekmēt arī uzņēmuma finansiālos rādītājos. Visraksturīgākās reputācijas zaudēšanas sekas ir boikots, cenu un peļņas kritums, kā arī bankrots. Reputācijas zaudēšana tiešā nozīmē var izpostīt uzņēmuma tēlu un zīmolu, kā arī uzņēmums zaudē tās investīcijas, kas ilgstoši tika novirzītas reputācijas veidošanai (Burke, Martin, Cooper 2011, 6). Gadījumos, kad uzņēmums ir nesagatavots krīzes situācijai, reputācijas draudi pārvēršas krīzes sekās, un to novēršana ir gan laikietilpīga, gan prasa lielus finanšu resursus.

Tā kā reputācijas draudi palielinās krīžu laikā, ir nepieciešams savstarpēji saistīt reputācijas vadības un krīžu vadības jomas. Viens no krīžu komunikācijas elementiem ir krīzes atbildība, kas tiek definēta kā līmenis, kādā ietekmes puses vaino vai uzskata uzņēmumu par atbildīgu krīzes situācijā (Coombs 1998, citēts pēc Brown, Ki 2013, 365). Uzņēmuma krīzes atbildība var būt pilnīga, daļēja vai arī uzņēmums var noliegt jebkādu atbildību krīzē. Krīzes atbildība ir arī tas elements, uz kuru balstoties tiek noteikta krīzes atbildes stratēģija un veidota turpmākā krīžu komunikācija, kas savukārt atgriezeniskā veidā ietekmē uzņēmuma reputāciju. Līdz ar to atbildības līmenis krīzes situācijā var pozitīvi vai negatīvi ietekmēt uzņēmuma reputāciju. Tāpat atbildība krīzes situācijās ir viens no primārajiem faktoriem, kas veicina reputācijas draudus (Coombs, Schmidt 2000, citēts pēc Coombs, Holladay 2002, 168).

Pētījuma mērķis bija noskaidrot krīzes atbildības nozīmi organizācijas reputācijas vadībā nacionāla mēroga krīzē, veicot Zolitūdes gadījuma analīzi.

Pētījuma jautājumi:

1. Kā mazumtirdzniecības uzņēmuma "Maxima", būvniecības uzņēmuma "RE & RE", "Homburg Group", Rīgas Domes un Rīgas pilsētas Būvvaldes krīzes atbildība veicina/kavē konkrēto organizāciju reputācijas vadību krīzes situācijā?
2. Kā minēto organizāciju krīzes atbildība ir saistīta ar izmantotās krīžu komunikācijas atbildes stratēģijas izvēli?

Metode

Pētījumā par pamatu tika izmantota Zolitūdes traģēdijas (21.11.2013.) gadījuma analīze. Pētījumam nepieciešamie dati tika ievākti ar dažādu procedūru palīdzību – krīzes rekonstruēšana no mediju telpā pieejamās informācijas, pētījumā izvēlēto ietekmes pušu - "Maxima", "RE&RE", "Homburg Group", Rīgas Domes un Rīgas pilsētas Būvvaldes veidotās, publiski pieejamās komunikācijas kontentanalīze un daļēji strukturētās intervijas ar iepriekš minēto pētījuma pušu pārstāvjiem. Pētījuma dalībnieku veidotās krīžu komunikācijas kontentanalīzei tika izmantoti pētījuma dalībnieku - organizāciju sociālo mediju konti, kā arī plašsaziņas līdzekļos (lsm.lv, la.lv, LETA u.c.) un organizāciju mājas lapās pieejamā informācija. Pētījuma ietvaros tika paredzētas piecas intervijas ar izvēlēto pušu pārstāvjiem, taču sensitīvās tematikas dēļ tikai viens respondents sniedza interviju. Pētījuma dalībnieku kontentanalīzei ievāktie dati tika analizēti, pamatojoties uz Timotija Kombsa (2006; 2012) izstrādātajiem krīžu atbildes stratēģiju klasteriem. Lai noteiktu, kura no stratēģijām tika izmantota konkrēta ziņojuma gadījumā, pētījuma ietvaros tika atlasīti un noteikti atslēgas vārdi, kas pētījuma dalībnieku veidotos ziņojumus ļāva strukturēt noteiktās kategorijās.

Rezultāti un analīze

Križu komunikācijas atbildes stratēģiju izvēle un krīzes atbildība

Salīdzinot pētījuma dalībnieku izmantotās atbildes stratēģijas, mazumtirdzniecības uzņēmums “Maxima” vairāk izmantoja atjaunojošās nostājas stratēģijas – atvairošanos un kompensāciju. Pretēji “Hombourg group” visvairāk izmantoja atbalsta meklēšanas, taču “Re&Re” attaisnošanās stratēģiju. Rīgas dome un Rīgas pilsētas būvvalde izmantoja gan atbalsta meklēšanas, gan izlīdzināšanas un attaisnošanās stratēģijas.

Timotijs Kombs teorijā uzsver, ka krīžu komunikācijā liela nozīme ir krīzes cēloņiem, kas ļauj noteikt piemērotāku atbildes stratēģiju. Neizprotot krīzes cēloņus, uzņēmums neveido veiksmīgu komunikāciju (Coombs 2012, 152). Zolitūdes traģēdijā vēl nav sniegti ekspertīžu rezultāti, tāpēc krīzes patiesie cēloņi vēl nav oficiālo noskaidroti un apstiprināti. Ņemot vērā situāciju, uzņēmums “Maxima” šajā situācijā nespēja noteikt krīzes cēloņus, kas rezultējās nepiemēroti izvēlēta atbildes stratēģijā, un uzņēmuma veidotā krīžu komunikācija sākumā bija neveiksmīga. Nepiemērotā krīžu komunikācija veicināja situācijas pasliktināšanos, un uzņēmums pats sev paaugstināja reputācijas draudus, ko par normālu rezultātu neveiksmīgas komunikācijas gadījumā norāda arī teorētiķi. Salīdzinot ar citiem pētījuma dalībniekiem, “Maxima” situācija eskalējās paša uzņēmuma veikto aktivitāšu rezultātā. Lai arī citi pētījuma dalībnieki kā Rīgas pilsētas būvvalde vai „Homburg group” arī neuzņēmās atbildību krīzes situācijā, šo organizāciju komunikācija un veiktās aktivitātes nerādīja papildu negatīvus apstākļus.

“Maxima”, pēc neveiksmīgas krīžu komunikācijas sākumā, mainīja atbildes stratēģiju un fokusējās uz tādu komunikācijas veidošanu, kas vislabāk sasniegtu ietekmes pušu ekspektācijas. Izvēloties atvairošanās stratēģiju un papildinot to ar palīdzību cietušajiem un pārmaiņām uzņēmumā, “Maxima” norādīja uz to, ka uzņemas atbildību par notikušo. Taču, tā kā atvairošanās stratēģijas izmantošana bez patiesas atbildības uzņemšanās neveido veiksmīgu pamatu krīžu komunikācijai, esošā krīze tiek vēl vairāk pastiprināta.

Krīzes atbildība un reputācijas vadība

Pētījuma dalībnieku krīzes atbildība svārstījās dažādās amplitūdās. Rīgas domei vai Rīgas pilsētas būvvaldei netika piedēvēta augsta krīzes atbildība, ņemot vērā gan atbildīgu stratēģijas, gan reputācijas riskus. Tas atspoguļojās abu organizāciju atbildes stratēģijās, jo tās nebija vērstas uz reputācijas atjaunošanu vai atbildības uzņemšanos. Līdzīga situācija mānāma arī uzņēmumu “Homburg group” un “Re&Re” krīzes atbildībā. Abi uzņēmumi krīzes situācijā no ietekmes pušu viedokļa tika vainoti daudz mazāk, līdz ar to piedēvējot tiem arī zemāku krīzes atbildību. “Homburg group” komunikācija liecina, ka uzņēmums nesaskatīja reputācijas draudus, tāpēc arī komunikācija nebija tik aktīva. Mazliet citādāka bija “Re&Re” komunikācija. Būvuzņēmums apzinājās, ka notiekošā krīze ietekmēs reputāciju, tāpēc centās mazināt krīzes atbildību caur krīžu komunikāciju. Uzņēmuma līdzīpašnieki atzina, ka krīze ietekmēs reputāciju un turpmāko uzņēmuma darbību, taču tas neparādījās ne krīzes atbildībā, ne atbildes stratēģijās.

Pretēja situācija bija uzņēmumam “Maxima”, kuram tika piešķirta augsta krīzes atbildība. To var skaidrot ar krīzes radīto kaitējumu, kas šajā situācijā bija lielais bojāgājušo skaits un cilvēku emocionālā iesaiste krīzē, gan tās cietušajiem, to tuviniekiem, gan aculieciniekiem. “Maxima” lēmums par evakuācijas neveikšanu un emocionālais aspekts saistībā ar lielo bojāgājušo skaitu vēl vairāk iniciēja “Maxima” augsto atbildības līmeni. Lai arī visas pētītās organizācijas varēja ietekmēt krīzes attīstību un to vai, krīze eskalēsies, lielākā vaina tiek novelta uz “Maxima”. Visi pētījuma dalībnieki bija līdzīgās sākuma pozīcijās krīzes

atbildībā, taču ietekmes pušu uzskati vainas dalīšanā bija atšķirīgi, kas visnegatīvāk rezultējās tieši “Maxima”.

Uzņēmuma “Maxima” reputācijas draudi šajā krīzē bija ne tikai augsti, bet arī reāli un negatīvi ietekmēja uzņēmuma tālāko darbību. Augstais krīzes atbildības līmenis negatīvi ietekmēja “Maxima” reputāciju, kam tālāk sekoja gan finansiālas sekas, gan uzņēmuma iekšējās vides pārmaiņas. Būtisks aspekts ir arī sabiedrības iniciētais uzņēmuma boikots, kas vēl vairāk norāda, ka sabiedrībā valdīja negatīvs uzskats par uzņēmuma aktivitātēm un rīcību krīzes situācijā.

Kopumā, vērtējot krīzes atbildību un reputācijas vadību, var teikt, ka augstāka krīzes atbildība veicina reputācijas draudus un krīzes laikā var negatīvi ietekmēt vispārēju reputācijas vadību. Vistiešāk to parāda “Maxima” gadījums, jo tieši šī uzņēmuma reputācija Zolitūdes traģēdijas laikā tika ietekmēta visnegatīvāk. Citu pētījuma dalībnieku gadījumā reputācija netika skarta tik lielā mērā, jo arī to krīzes atbildība nebija tik augsta. Reputācijas zaudēšana ir viena no negatīvākajām krīzes sekām. “Maxima” to apstiprināja savā komunikācijā, uzsverot negatīvo sabiedrības attieksmi un apgrozījuma kritumu.

Pēc Zolitūdes traģēdijas gadījuma analīzes var teikt, ka pētījuma dalībnieki pirms krīzes nebija uzsvēruši reputācijas vadību kā vienu no vadības līmeņa funkcijām. Uz to norāda gan baumas krīzes laikā, gan analizētā krīžu komunikācija, ganniecīgais organizāciju reputācijas kapitāls, it īpaši “Maxima” gadījumā. Ja uzņēmumam būtu bijis reputācijas kapitāls, ko tērēt krīzes laikā, ietekmes pušu uzticība būtu daudz augstāka. Tas ļautu uzņēmumam saglabāt gan attiecības ar ietekmes pusēm, gan vieglāk risināt krīzes situāciju.

Secinājumi

Krīzes atbildības noteikšana ir svarīga, lai organizācija spētu izvēlēties piemērotāko atbildes stratēģiju, kā rezultātā veidotu piemērotu krīžu komunikāciju un pasargātu arī uzņēmuma reputāciju. Nepareizi noteiktas krīzes atbildības gadījumā organizācija paaugstina reputācijas draudus, kas laika gaitā rezultējas reputācijas zaudēšanā. Zolitūdes traģēdijā tāds bija uzņēmuma „Maxima” gadījums, kurš vēl vairāk padziļināja krīzes situāciju neveismīgas krīžu komunikācijas dēļ. Mazumtirdzniecības uzņēmuma „Maxima” reputācija krīzes situācijā ietekmēta negatīvāk, jo ietekmes puses uzņēmumam piešķīra augstu krīzes atbildību. Līdz ar to ietekmes pušu ekspektācijas no uzņēmuma bija daudz augstākas un, tā kā uzņēmums tās sasniedza tikai daļēji, negatīvās emocijas tika paaugstinātas. Proti, augsts krīzes atbildības līmenis kavē uzņēmuma spēju pasargāt reputāciju krīzes situācijā. Savukārt zems krīzes atbildības līmenis salīdzinoši mazāk ietekmē organizācijas reputāciju. Tas norāda, ka augstāks krīzes atbildības līmenis savā ziņā pieprasa, ka uzņēmums vairāk domā par reputācijas vadību krīzes laikā. Pētījuma dalībnieku krīzes atbildība vērtējama dažādi. Balstoties uz pašu dalībnieku veidoto krīžu komunikāciju, Rīgas Domei, Rīgas pilsētas būvvaldei, uzņēmumam „Re&Re” un „Homburg group” piedēvēta zema/vidēja krīzes atbildība, savukārt uzņēmumam „Maxima” – augsta krīzes atbildība. Krīžu komunikācijas kontentanalīze ļāva noteikt arī katra pētījuma dalībnieka izmantotās atbildes stratēģijas, taču tās bija atšķirīgas dažādos komunikācijas kanālos. Visbiežāk izmantotās atbildes stratēģijas bija atbalsta meklēšana, izlīdzināšanas stratēģija un attaisnošanās.

Priekšlikumi

Lai noteiktu korektu atbildības līmeni krīzē, uzņēmumam ir jābalstās uz krīzes cēloņiem. Ja krīzes cēloņi ir neskaidri vai vēl nav noteikti, tad uzņēmumam ir jākoncentrējas uz to, kādu krīzes atbildību tam varētu piedēvēt ietekmes puses. Ja uzņēmums nespēj noteikt, kāda ir tā atbildība krīzē, uzņēmums var skatīt gan savas, gan citu uzņēmumu vēsturē notikušās krīzes,

kurām ir bijusi līdzīga notikumu gaita, un pēc tām spriest, cik liela atbildība uzņēmumam būtu jāuzņemas. Pirms krīžu komunikācijas uzsākšanas un oficiālā ziņojuma sniegšanas, uzņēmuma vadībai un atbildīgajiem komunikācijas speciālistiem ir jāizprot atbildības līmenis krīzē. Ņemot vērā krīzes cēloņus un atbildību, uzņēmumam jānosaka krīzes atbildes stratēģija. Tikai pēc šo aktivitāšu veikšanas uzņēmumam vajadzētu uzsākt krīžu komunikāciju. Pretējā gadījumā tiek veidota komunikācija, kas var būt nepiemērota situācijai, neatbilst patiesajam krīzes atbildības līmenim un rada neskaidrību ietekmes pusēm, tādējādi tās neveido atbalstošu attieksmi pret uzņēmumu, kā rezultātā vēl vairāk tiek zaudēta uzņēmuma reputācija.

Gadījumos, kad uzņēmumam ir noteikta vai ietekmes puses tam piešķir augstu krīzes atbildību, vispiemērotākā ir atvainošanās stratēģijas izmantošana. Tādējādi uzņēmums parāda, ka ne tikai saprot savu atbildību, bet uzņemas arī rūpes par krīzes sekām un upuriem. Atvainošanās stratēģija, papildināta ar mazinošās vai atbalstošās nostājas stratēģiju izmantošanu, ir vispiemērotākā reputācijas pasargāšanai. Pretēji ir ar noliedzošās nostājas stratēģiju izmantošanu, no kuru pārlieku biežas izmantošanas uzņēmumiem būtu jāizvairās. Šīs stratēģijas rada priekšstatu, ka uzņēmums norobežojas no krīzes un bēg no jebkādas atbildības vai pienākumiem pret ietekmes pusēm. Noliedzošās nostājas stratēģijas būtu jāizmanto tikai tajos gadījumos, kad uzņēmums ir pilnībā pārliecināts, ka tam nav nekādas atbildības un iesaistes krīzes situācijā.

Avotu saraksts

1. Brown, A.K., Ki, E.J. (2013) *Developing a Valid and Reliable Measure of Organizational Crisis Responsibility*. *Journalism & Mass Communication Quarterly* [online]. Vol. 90, Nr.2, pp. 363-384.
2. Burke, J.R., Martin, G., Cooper, L.C. (2011) *Corporate reputation: managing opportunities and threats*. UK: Gower Publishing Limited. Pieejams: www.books.google.lv
3. Coombs, T. (2006) *The Protective Powers of Crisis Response Strategies: Managing Reputational Assets During a Crisis*. Pieejams: http://www.akastatistic.org/wikicourses/images/3/33/Scholarly_Article_for_Reputation_by_Coombs.pdf (aplūk. 03.03.2014.).
4. Coombs, T. W. (2012) *Ongoing Crisis communication: Planing, managing and responding*. USA: Sage Publication
5. Coombs, T.W., Holladay, J.S. (2002) *Helping Crisis Managers Protect Reputational Assets: Initial Tests of the Situational Crisis Communication Theory*. *Management Communication Quarterly* [online]. Vol. 16, No.2, pp. 165-186.

NMPD īstenoto komunikācijas aktivitāšu loma sekundāro izsaukumu īpatsvara mazināšanā

The Role of NMPD Implemented Communication Activities to Reduce the Proportion of Secondary Calls

Autore: Zaiga Puškina, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma „Komunikācija un sabiedriskās attiecības”

Darba zinātniskā vadītāja: Ieva Kukule, Mg.sc.soc.

Kopsavilkums

Jau vairākus gadus Neatliekamās Medicīniskās palīdzības dienests (NMPD) saskaras ar augstu sekundāru jeb nepamatotu izsaukumu īpatsvaru, kas 2012. gadā veidoja 28% no kopējā izsaukumu skaita (NMPD 2012, 22). Līdz šim Latvijā un pasaulē nav veikti pētījumi par to, kā ar komunikācijas palīdzību risināt šo problēmu konkrētā mērķauditorijā. Pētījuma mērķis ir noskaidrot, kā NMPD izmantotais komunikācijas aktivitāšu kopums sekmē konkrētas sabiedrības grupas (rīdzinieki vecuma grupā 60+) informētību par NMPD darba specifiku un palīdz mazināt sekundāro izsaukumu īpatsvaru. Pētījumā tika intervēta NMPD Komunikācijas nodaļas vadītāja Ilze Bukša un 16 rīdzinieki vecuma grupā 60+. Pētījuma galvenie secinājumi liecina, ka NMPD trūkst komunikācijas stratēģijas šīs problēmas risināšanai, un tas neveicina senioru pareizu rīcību veselības problēmu gadījumā. Lai sekmīgi risinātu problēmu, NMPD būtu nepieciešams sadarboties ar citām veselības organizācijām un izstrādāt vienotu komunikācijas stratēģiju.

Abstract

For several years State Emergency Medical Service (NMPD) faces a high proportion of secondary or unreasonable calls which in 2012 accounted for 28% of the total number of received calls (NMPD 2012, 22). So far Latvian and world studies on how to solve the problem in particular target audience by communication activities has not been conducted. The research aims to find out how the communication activities used by NMPD contribute to the awareness of a particular group (residents of Riga aged 60+) of the specifics of NMPD work and help to reduce the proportion of secondary calls. During the study the Head of NMPD Communication Department Ilze Bukša and 16 residents of Riga aged 60+ were interviewed. The key findings of the research suggest that NMPD lacks a communication strategy to solve the problem, and that does not contribute to a proper reaction of senior citizens in case of health problems. In order to successfully solve the problem, NMPD would need to collaborate with other health organizations and develop a common communication strategy.

Atslēgas vārdi: veselības komunikācija, komunikācijas stratēģija, NMPD.

Ievads

Neatliekamās Medicīniskās palīdzības dienests nodrošina iedzīvotājiem visā valstī neatliekamo medicīnisko palīdzību veselībai un dzīvībai kritiskās situācijās (Veselības ministrija 2009, 1). Kā ikviena organizācija, arī dienests saskaras ar dažādiem problēmjautājumiem, kurus iespējams risināt ar stratēģiskas komunikācijas palīdzību.

NMPD ikgadējais publiskais pārskats jau vairākus gadus norāda uz problēmām veselības aprūpē Latvijā. Lai arī spēkā esošie Ministru Kabineta noteikumi paredz, ka NMPD brigāde neatliekamo palīdzību sniedz, ja cietušais vai saslimušais ir dzīvībai un veselībai kritiskā

stāvoklī, tomēr, analizējot dienesta datus, redzams, ka ir liels to ātrās palīdzības brigāžu izsaukumu skaits, kuri ir sekundāri. Par sekundāriem jeb nepamatotiem izsaukumiem tiek uzskatīts izsaukums, kurā pēc brigādes vadītāja vērtējuma pacientam nav konstatēts dzīvībai vai veselībai kritisks stāvoklis (NMPD, 2013).

Aplūkojot izsaukumu statistiku 2010., 2011. un 2012.gadā, redzams, ka ik gadu gandrīz trešdaļa no visiem NMPD izsaukumiem ir sekundāri (NMPD 2010, 22; NMPD 2011, 25; NMPD 2012, 26). Dienestam būtu svarīgi samazināt sekundāro izsaukumu īpatsvaru, jo brigāžu noslogošana šādos izsaukumos ir gan finansiāli neefektīva, gan arī negatīvs faktors attiecībā pret līdzcilvēkiem, mazinot mediķu iespējas operatīvi reaģēt un nokļūt negadījuma vietās, kad jāpalīdz patiešām kritiski smagiem pacientiem un cietušajiem (Veselības ministrija 2009, 1).

Pētījuma mērķis bija noskaidrot, kā NMPD izmantotais komunikācijas aktivitāšu kopums sekmē konkrētas sabiedrības grupas (rīdzinieki vecuma grupā 60+) informētību par NMPD darba specifiku un palīdz mazināt sekundāro izsaukumu īpatsvaru.

Pētījuma jautājumi:

1. Kā NMPD izmantotais komunikācijas aktivitāšu kopums sekmē konkrētas sabiedrības grupas (rīdzinieku vecuma grupā 60+) informētību par NMPD darba specifiku un palīdz mazināt sekundāro izsaukumu īpatsvaru?
2. Kādas komunikācijas aktivitātes un izmantotie kanāli būtu piemērotākie šīs grupas sasniegšanai?
3. Kā NMPD varētu uzlabot komunikāciju sekundāro izsaukumu problēmjautājuma risināšanā?

Metode

Lai sasniegtu pētījuma mērķi un atbildētu uz pētījuma jautājumiem tika izmantota kvalitatīvā pētījuma metode- daļēji strukturētas intervijas. Interviju jautājumi balstīti uz pētnieka Hīta (Heath) komunikācijas stratēģijas veidošanas modeli un tā komponentēm. Lai noskaidrotu dienesta īstenotās komunikācijas aktivitātes problēmas risināšanā, tika intervēta NMPD Komunikācijas nodaļas vadītāja Ilze Bukša. Savukārt 16 rīdzinieki vecuma grupā 60+ intervēti ar mērķi noskaidrot šīs sabiedrības grupas informētību, nepareizās rīcības iemeslus, attieksmi un viedokli par NMPD un izmantotajiem kanāliem informācijas iegūšanai par jautājumiem saistībā ar veselību.

Rezultāti un analīze

Pētījumā noskaidrots, ka NMPD īstenotajā komunikācijā sekundāro izsaukumu problēmas risināšanā trūkst stratēģiskas pieejas. Lai ar komunikācijas palīdzību sekmīgi risinātu kādu organizācijas problēmjautājumu, ir svarīgi īstenot ikvienu no komunikācijas stratēģijas veidošanas soļiem, kas palīdz saprast, kur organizācija atrodas šobrīd, kādi ir tās mērķi un kā visefektīvāk tos būtu iespējams sasniegt (Heath 2001, 216), tomēr NMPD šobrīd nav izstrādājis komunikācijas stratēģijas sekundāro izsaukumu problēmjautājuma risināšanai, no kā izriet dažādās problēmas komunikācijas īstenošanā.

NMPD statistika liecina, ka visvairāk nepamatoto izsaukumu veicēju ir vecuma grupā 70-79 gadi (15% no kopējā skaita), seko vecuma grupa 80+ (14%) un 60-69 gadi (11%) (NMPD 2012, 26), līdz ar to problēmas risināšanā primāri būtu jāstrādā ar gados vecākiem cilvēkiem. Seniorus NMPD identificē arī kā riska grupu problēmas risināšanā, un saskaņā ar teoriju, tai būtu jābūt galvenajai auditorijai, uz kuru dienestam būtu nepieciešams fokusēties, tomēr

NMPD Komunikācijas nodaļas vadītāja Ilze Bukša norāda, ka seniori dienestam ir sekundāra auditorija (I.Bukša, intervija, 12.02.2014.).

Par spīti tam, ka iedzīvotāji vecuma grupā 60+ ir biežākie sekundāro izsaukumu veicēji, aptaujājot pētījuma dalībniekus, redzams, ka viņi ir samērā labi informēti par tām situācijām, kurās ātrās palīdzības brigādes izsaukšana ir nepieciešama un tām, kurās būtu jāmeklē cita veida medicīniskā palīdzība. Vienlaikus viņi norāda, ka veselības saasinājumu gadījumā ir grūtības vienatnē izvērtēt situāciju un saprast, kādus medicīnas pakalpojumus vajadzētu izmantot, tāpēc tiek izmantotas konsultāciju iespējas. Piemēram, kāda kundze atklāj, ka labprāt konsultējas aptiekā, bet vienmēr veselības problēmu gadījumā izmanto iespēju aprunāties ar kaimiņiem: „Uzticos saviem kaimiņiem. Man ir ļoti laba kaimiņienes, kas man palīdz. Es zinu, ka viņas ir gudras, un es viņām uzticos.” (Pētījuma dalībnieks A11, intervija, 22.03.2014.)

Aplūkojot pētnieku Pjotrova (Piotrow) un Kincaida (Kincaid) izstrādātos uzvedības maiņas komunikācijas sešus posmus (Piotrow, Kincaid 2001, 251), var secināt, ka seniori šobrīd atrodas posmā „zina, bet nepraktizē vēlamo uzvedību”, jo ir labi informēti par to, kāds uzvedības modelis ir pareizais, bet vēl neatbalsta šo uzvedību jeb neievieš to savā ikdienā.

Intervēto senioru viedoklis par NMPD kā organizāciju lielākoties ir ļoti labs- 13 seniori pauž pozitīvu organizācijas un tās darbinieku vērtējumu, savukārt pārējie trīs, balstoties uz savu negatīvo pieredzi, norāda uz NMPD trūkumiem. Auditorijas apmierinātība ar sniegtajiem pakalpojumiem un pozitīvais organizācijas vērtējums dienestam ir ļoti nozīmīgs un var palīdzēt problēmas risināšanā- cilvēki vairāk uzticas tām organizācijām, par kurām tiem ir labs viedoklis un kuru darbu tie vērtē atzinīgi (Heath 2001, 217), līdz ar to ir potenciāli laba vide, lai NMPD īstenotā stratēģiskā komunikācija varētu radīt pozitīvas pārmaiņas senioru rīcībā.

Pētnieki par svarīgu priekšnoteikumu veselības komunikācijas ziņojumu izplatīšanā norāda mērķauditorijas paradumu izpēti un šī brīža mediju lietojumu (Jung, Hye-Jin 2011, 51), kas ir nozīmīgi arī NMPD mērķauditorijas sasniegšanā. Pasaulē veikti pētījumi rāda, ka par spīti izklaidējošam saturam, televīzija jau gadiem ir viens no dominējošiem kanāliem, kurā sabiedrība saņem informāciju par veselību, tāpēc tieši šis masu mediju kanāls arvien ir efektīvs ziņas nodošanā plašai sabiedrībai (Jung, Hye-Jin, 2011, 52). Arī šajā pētījumā intervēto senioru vidū uz izklaidi orientēti mediji ir populārākie, un teju visi jeb 15 pētījuma dalībnieki norādīja, ka bieži skatās televīziju un/vai klausās radio. Senioru vidū kā iemesls, kāpēc visbiežāk tiek patērēts radio un televīzija, ir ne tikai to saturs, bet arī izmaksas. Seniori atzina, ka šos medijus skatās un klausās tāpēc, ka to izmaksas ir daudz mazākas, nekā drukātajiem medijiem, kā arī to saturs ir ilglaicīgāks un mainīgāks. Viens no pētījuma dalībniekiem par televīziju saka, ka „..tā mūs māca, tur ir visādas pārraides, kas mūs izskolo” (Pētījuma dalībnieks A11, intervija, 22.03.2014.), bet cits atklāj, ka „radio visu dienu skan fonā, kur arī pastāsta kaut ko interesantu un vērtīgu un uzdzied laiku pa laikam” (Pētījuma dalībnieks A8, intervija, 17.02.2014.)”.

Aptaujātie seniori atzina, ka labprāt medijos lasa, skatās un klausās informāciju par veselības jautājumiem, tomēr paši to meklē reti. Lielākoties seniori arī norāda, ka visa viņiem nepieciešamā informācija ir pieejama un atrodama, ja ir vēlme to atrast. Jautāti par to, kā pietrūkst, pētījuma dalībnieki atbild dažādi- vieni norāda, ka viņus interesē vispārīga, nevis specifiska informācija, un tā ir pieejama, savukārt otri vēlas kādu specifisku informāciju saistībā ar savām kaitēm, bet dažkārt ir problēmas to saņemt, jo finanses neļauj iegādāties literatūru par attiecīgo tematu.

Veselības komunikācijā ir vērtīgi izmantot visus komunikācijas stratēģijas veidošanas līmeņus- masu, līdzdalības, atbalsta, strukturālu un ilgtspējīgu sociālo pārmaiņu un uzvedības

maiņas (Servaes, Malikhao 2009, 43). No tiem NMPD šobrīd savā komunikācijā integrē uzvedības maiņas komunikāciju, līdzdalības un masu komunikāciju.

Ietekmes pušu iesaisti iesaka izmantot gan uzvedības maiņas komunikācijas stratēģijas līmenī, gan atbalsta komunikācijā (Servaes, Malikhao 2009, 44), bet visaktīvāk šādu pieeju izmanto līdzdalības komunikācijas līmenī. NMPD Komunikācijas nodaļa ir apsvērusi dažādas iespējas piesaistīt partnerus, lai kopīgi risinātu nozares problēmas, tomēr šobrīd nav vērojama liela atsaucība no nozīmīgākajiem potenciālajiem sadarbības partneriem. Līdzdalības komunikācijas īstenošanas lielākie ieguvumi ir iespēja aktualizēt konkrētu problēmjautājumu no organizācijas ietekmes pušu pozīcijas, kā arī iespēja problēmas risināšanu ielikt to cilvēku rokās, kuriem tā visvairāk varētu rūpēt (Tuftē, Mefalopulos 2009, 11). NMPD Komunikācijas nodaļas vadītāja I. Bukša uzskata, ka tās pamatā ir ģimenes ārstus pārstāvošas organizācijas, jo tām ir tiešs kontakts ar pacientu, tomēr nav vērojama ieinteresētība (I. Bukša, intervija, 12.02.2014.).

Strukturālu un ilgtspējīgu sociālo pārmaiņu komunikācijas stratēģijas līmeņa mērķis ir stimulēt dialogu sabiedrībā un veicināt kolektīvu rīcību (McBean 2005, 21), tādējādi NMPD varētu problēmas risināšanā iesaistīt ne vien medicīnas, bet arī, piemēram, seniorus pārstāvošas organizācijas. Dialoga stimulēšanai sabiedrībā NMPD organizēja kampaņu „Jūties švaki?”, kuras ietvaros tika aktualizēta problēma (I. Bukša, intervija, 12.02.2014.), tomēr, lai sekmīgi risinātu problēmjautājumu, komunikācijai jānorit ilgtermiņā (Piotrow, Kincaid 2001, 251).

Nozīmīgākais līmenis, kura principu izmantošana stratēģijas veidošanā ir būtiska tām veselības organizācijām, kuras vēlas mainīt sabiedrības rīcību kādā jautājumā, ir uzvedības maiņas komunikācija (Servaes, Malikhao 2009, 44). Šobrīd dienests izmanto šim līmenim atbilstošu vēstījumu saturu, informējot par tiem gadījumiem, kuros NMPD brigāde ir nepieciešama. Savukārt masu komunikācijas stratēģijas līmenī uzsvars tiek likts uz ziņas nodošanu plašām sabiedrības grupām (Servaes, Malikhao 2009, 45). Tā kā NMPD galveno mērķauditoriju problēmas risināšanā - seniorus - ne vienmēr var sasniegt, izmantojot starppersonu kanālus, būtiski, ka NMPD izmanto arī masu mediju sniegtās iespējas.

Balstoties uz senioru sniegto vērtējumu, var secināt, ka sekundāro izsaukumu īpatsvara problēma jārisina ne tikai ar veselības komunikācijas instrumentiem, bet jāveicina pārmaiņas arī pašu pakalpojumu sniedzēju komunikācijā ar pacientu. Kā veicinošie faktori, kas palielina iespēju sasniegt plānoto rezultātu - samazināt sekundāro izsaukumu īpatsvaru par noteiktu procentuālo daudzumu, ir arī mērķauditorijai draudzīgu un sasniedzamu pakalpojumu nodrošināšana, kas šobrīd, pamatojoties uz pētījuma dalībnieku atbildēm, arvien ir problēma.

Secinājumi

1. Lai arī rīdzinieki- seniori, vecuma grupā 60+ - ir informēti par tiem gadījumiem, kuros NMPD brigādes izsaukšana ir pamatota un kuros vajadzētu izvēlēties citu medicīnas pakalpojumu sniedzēju, tomēr šobrīd īstenotais dienesta komunikācijas aktivitāšu kopums nesekmē šīs mērķauditorijas vēlamo rīcību.
2. NMPD īstenotajā komunikācijā sekundāro izsaukumu īpatsvara problēmas risināšanā trūkst Hīta stratēģiskās pieejas, tāpēc esošai komunikācijai nav stratēģiska pamatojuma.
3. Teorijā minēts, ka organizācijai primāri jāstrādā ar tām mērķauditorijām, kuras identificētas kā riska grupas. Lai arī NMPD ir novērtējis seniorus kā galveno riska grupu sekundāro izsaukumu problēmas risināšanā, tomēr tā netiek identificēta kā

primārā auditorija, uz kuru vērstas dienesta komunikācijas aktivitātes, tāpēc problēma šobrīd netiek risināta nozīmīgākajā auditorijā.

4. Pētnieka Kincaida izstrādāto uzvedības maiņas komunikācijas līmeņu skalā seniori šobrīd ir pozīcijā „zina, bet nepraktizē vēlamo uzvedību”.
5. Senioru viedoklis par NMPD lielākoties ir pozitīvs. Tas liecina, ka seniori dienestam uzticas, līdz ar to ir pamats secināt, ka NMPD potenciālā stratēģiskā komunikācija varētu radīt pozitīvas pārmaiņas senioru līdzšinējā rīcībā un sekundāro izsaukumu problēmas risināšanā šīs mērķauditorijas kontekstā.
6. Senioru skatījumā visa nepieciešamā informācija par veselības jautājumiem viņiem ir pieejama, līdz ar to problēma nav saistīta ar informācijas neesamību.
7. Pētījumā aplūkoto problēmu nevar risināt vienīgi ar komunikācijas instrumentiem, bet nepieciešamas aktivitātes visas Latvijas veselības sistēmas uzlabošanā, kuras iespējams veikt, sadarbojoties dažādām veselības organizācijām.

Priekšlikumi

1. Lai arī savā ikdienas darbā NMPD Komunikācijas nodaļa pievērš uzmanību tam, lai sabiedrībai skaidrotu, kādos gadījumos dienesta brigādes strādā, tomēr konkrēta komunikācijas stratēģija jeb plāns dienestam palīdzētu soli pa solim risināt šo problēmu un rūpīgi sekot tam, vai īstenotā komunikācija palīdz sasniegt mērķi-mazināt sekundāro izsaukumu īpatsvaru senioru auditorijā.
2. Tā kā NMPD ir identificējis seniorus kā galveno sekundāro izsaukumu veicēju auditoriju un galveno riska grupu, būtu nepieciešams to izvirzīt arī kā dienesta primāro mērķauditoriju sekundāro izsaukumu īpatsvara mazināšanas komunikācijas stratēģijā, kā arī ikdienā praktizēt komunikācijas aktivitātes, kuras pielāgotas šai grupai un tās mediju lietojumam.
3. Pamatojties uz uzvedības maiņas komunikācijas līmeni, NMPD sekundāro izsaukumu problēmjaudituma risināšanā būtu nepieciešams komunikāciju pamatā nodrošināt starppersonu līmenī.
4. Tā kā senioru zināšanu līmenis par NMPD pakalpojumu specifiku ir pietiekams, bet netiek praktizēta pareiza rīcība izsaukumu veikšanā, galvenā uzmanība dienesta komunikācijā būtu jāpievērš uzvedības maiņas stratēģijas izstrādei.
5. Komunikācijā ar senioriem ieteicams veidot dialogu, īstenojot divvirzienu komunikāciju. Tas ļautu ne tikai atbildēt uz senioru neskaidrajiem jautājumiem, bet arī pārliecināt par pareizo uzvedības modeli veselības problēmu gadījumā.
6. Ņemot vērā, ka augstais sekundāro izsaukumu īpatsvars ir sekas dažādām problēmām Latvijas veselības aprūpē, būtu svarīgi to risināšanā iesaistīt arī citas veselības organizācijas, veicinot dialogu un meklējot kopīgus risinājumus pastāvošajām problēmām.

Avotu saraksts

1. Bukša I. *NMPD Komunikācijas nodaļas vadītāja*, intervija 12.02.2014.
2. Heath, L. R. (2001) *Handbook of public relations*, London: Sage Publications, 216.-219.lpp.

3. Jung, H. O., Hye-Jin, P. (2011) *Determinants of primary and multiple channel selection for health information*. International Communication Association, pp. 50.-52.
4. McBean, B. (2005) *What matters in a communication strategy*, Maastricht: ECDPM, pp. 16-22.
5. Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienests (2010) *Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienesta 2010. gada publiskais pārskats*, 2011., Rīga: NMPD, 14.-27.lpp.
6. Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienests (2011) *Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienesta 2011. gada publiskais pārskats*, 2012., Rīga: NMPD, 10.-29.lpp.
7. Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienests (2012) *Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienesta 2012. gada publiskais pārskats*, 2013., Rīga: NMPD, 8.-26.lpp.
8. Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienests (2013). *NMPD mājas lapa, sadaļa NMPD*. Apskatīts: 18.09.2013. Pieejams: http://www.nmpd.gov.lv/nmpd/kad_saukt_NMP/ (aplūk. 18. 09.2014.).
9. *Pētījuma dalībnieks A8*, intervija 17.02.2014.
10. *Pētījuma dalībnieks A11*, intervija 22.03.2014.
11. Piotrow, P. T., Kincaid, D. L. (2001). *Strategic Communication for International Health Programs*. In Rice and Atkin (Ed.), *Public Communication Campaigns*, Vol. 11., No. 4., pp. 251-254.
12. Servaes, Malikhao, (2009) *Advocacy strategies for health communication*. *Communication for Sustainable Social Change*, Vol. 36., No. 1., pp. 42-45.
13. Tufte T., Mefalopulos P. (2009) *Participatory Communication, a practical guide*, Washington: *The International bank for reconstruction and development*, 2009, 11.lpp
14. Veselības ministrija (2009) *Veselības resors, 2009.*, Rīga: Veselības ministrija, 1.-2.lpp.

Radošās pašefektivitātes un uztvertā atbalsta saistība ar individuālo radošumu

Correlation between Creative Self-Efficacy, Perceived Support and Individual Creativity

Autore: Guna Dātava, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura grāds komunikācijā un sabiedriskajās attiecībās

Darba zinātniskā vadītāja: Vineta Silkāne, Mg.psych., Mg.math.

Kopsavilkums

Organizāciju konkurētspējas uzlabošanai nepieciešams paaugstināt darbinieku individuālo radošumu. Pētījumi liecina, ka radošajai pašefektivitātei ir saistība ar individuālo radošumu, taču pētījumos nav izmantots reāls radošais uzdevums, kas apstiprinātu šo saistību. Iepriekšējos pētījumos nav vienota viedokļa par uztvertā atbalsta saistību ar radošo pašefektivitāti un individuālo radošumu. Pētījuma mērķis ir izpētīt radošās pašefektivitātes un uztvertā atbalsta saistību ar individuālo radošumu. Pētījumā piedalījās 204 Vidzemes Augstskolas studenti. Lai noteiktu individuālā radošuma līmeni, pētījuma respondentiem bija jāizpilda radošs uzdevums un pēc tam jāatbild uz radošās pašefektivitātes un uztvertā atbalsta skalu jautājumiem. Pētījuma galvenie rezultāti liecina – lai sasniegtu augstus individuālā radošuma rādītājus, nepieciešams augsts radošās pašefektivitātes līmenis; lai paaugstinātu radošās pašefektivitātes līmeni, nepieciešams paaugstināt atbalsta līmeni. Lai sasniegtu radošus rezultātus, indivīdiem nepieciešams sniegt atbalstu, ar kura palīdzību iespējams paaugstināt indivīdu pārliecību par savām radošajām spējām.

Abstract

To improve the competitiveness of the organization, it is necessary to increase the level of individual creativity of employees. Previous research shows correlation between creative self-efficacy and individual creativity, but real creative tasks have not been carried out to prove that. There is no common opinion in previous research about the correlation between the perceived support and creative self-efficacy and individual creativity. The aim of this study is to explore the correlation between creative self-efficacy, perceived support and individual creativity. 204 students from Vidzeme University of Applied Sciences took part in the research. To determine the level of individual creativity, respondents were asked to do a creative task and after that answer questions on creative self-efficacy and perceived support scales. The main conclusions are the following: to achieve a creative output, a high creative self-efficacy is required; to raise the level of creative self-efficacy, it is necessary to increase the level of support. In order to achieve creative results, it is necessary to provide the support in order to increase the confidence of the individual about his or her creative skills.

Atslēgas vārdi: radošums, individuālais radošums, pašefektivitāte, radošā pašefektivitāte, atbalsts, radošuma ārējie faktori.

Ievads

Pēdējo gadu pētījumi apliecina, ka nepieciešams skatīt faktoros, kam ir pozitīva loma radošuma veicināšanā (Hsu et al. 2011; Li, Wu 2011). Ikvienam indivīdam piemīt potenciāls attīstīt radošas prasmes un nonākt pie radoša problēmu risinājuma, tomēr to nav iespējams sasniegt, ja indivīds uzskata, ka viņam vai viņai nepiemīt vajadzīgās prasmes radošu uzdevumu veikšanai (Lemons 2010). Šāds uzskats ir saistīts ar personas zemu radošās pašefektivitātes līmeni (Tierney, Farmer 2002).

Radošuma pētnieki pierādījuši, ka radošajai pašefektivitātei ir cieša saistība ar spēju sasniegt radošu rezultātu (Tierney, Farmer 2002, 2004; Baghetto 2006; Jaussi et al. 2007; Lemons 2010; Li, Wu 2011). Ja indivīds ir pārliecināts, ka viņam vai viņai piemīt vajadzīgās prasmes uzdevuma veikšanai, tiek izdarīta izvēle pildīt uzdevumu un paaugstinās potenciāls sasniegt vēlamo rezultātu (Baghetto 2006, 448).

Iepriekš veiktie pētījumi lielākoties skata radošo pašefektivitāti individuālā līmenī (Tierney, Farmer 2002, 2004; Beghetto 2006; Beghetto et al. 2011; Hsu et al. 2011; Reiter-Palmon et al. 2012). Tomēr vairākos pētījumos tiek uzsvērts, ka radošās pašefektivitātes līmeņa veidošanai ir būtiska saistība ar docētāju un darba vadītāju atbalsta līmeni (Tierney, Farmer 2002; Beghetto 2006; Jaussi et al. 2007). Līdz šim šo konceptu saistība lielākoties pētīta, izmantojot aptaujas anketas vai intervijas, bet nav ticis dots reāls radošs uzdevums. Šajā pētījumā tika pētīti gan respondentu radošās pašefektivitātes, uztvertā atbalsta līmenis, gan reāli sniegts radošais uzdevums. Pētījuma mērķis ir izpētīt radošās pašefektivitātes un uztvertā atbalsta saistību ar individuālo radošumu. Pētījuma jautājums: Kāda ir radošās pašefektivitātes, uztvertā atbalsta un individuālā radošuma saistība?

Metode

Pētījumā piedalījās 204 Vidzemes Augstskolas studenti vecumā no 18 līdz 34 gadiem, no tiem 80% - sievietes un 20% - vīrieši. Datu ievākšana tika veikta divās daļās – sākumā studentiem tika dots radošs uzdevums, lai noteiktu viņu individuālo radošumu, pēc tam izdalītas anketas, kurās jānovērtē apgalvojumi saistībā ar radošo pašefektivitāti, uztverto atbalstu un demogrāfiskajiem rādītājiem.

10 minūšu radošajā uzdevumā pētījuma dalībniekiem tika dots radošā uzdevuma situācijas apraksts un noteikumi. Apraksts: „Kāds Jums tuvs cilvēks ir nonācis cietumā. Tur šobrīd tiek pārbaudīta jauna kontrabandas kontroles politika: ja cietumā ienestais priekšmets ietilpst vienā standarta tortē (30 cm diametrā), tas ir izturējis kontroli.” Noteikumi: „Jūsu uzdevums ir pierakstīt tik daudz priekšmetu, cik iespējams, kurus Jūs varētu ienest savam ieslodzītajam draugam vai draudzenei. Nav ierobežojumu tam, kāda veida priekšmeti Jūsu draugam vai draudzenei būtu nepieciešami. Vienīgais ierobežojums – priekšmetam jābūt tik liels, lai tas ietilptu vienā standarta tortē (30 cm diametrā). Katrā tortē iespējams ievietot tikai vienu priekšmetu.” Uzdevuma laikā pētnieks procesā neiesaistījās. No pētnieka puses tika kontrolēts tikai uzdevuma izpildes laiks. Radošā uzdevuma rezultāts tika vērtēts, izmantojot Indianas Universitātes radošuma mērīšanas instrumentu (Indiana University 16.10.2011, citēts pēc Āriņa 2010). Tas balstīts uz četrām kategorijām: oriģinalitāte, ideju skaits, cik daudz dažādās kategorijās idejas iespējams ievietot, ideju paskaidrojumi.

Dalībnieku radošās pašefektivitātes līmeņa noteikšanai tika izveidota anketa, kurā iekļauti Tiernejas un Farmera (Tierney, Farmer 2002, citēts pēc Beghetto 2006, 450) izvirzītie argumenti, kurus izvērtējot, iespējams noteikt dalībnieku radošās pašefektivitātes līmeni. Anketas apgalvojumi: „Man padodas jaunu ideju radīšana”; „Es vienmēr spēju piedāvāt daudz labas idejas”; „Man ir laba iztēle”. Studenta uztvertā atbalsta no docētājiem līmeņa noteikšanai anketās tika iekļauti apgalvojumi, kas pielāgoti no Begeto pētījuma (Beghetto 2006). Iekļautie apgalvojumi: „Pasniedzēji ir teikuši, ka esmu ļoti radošs/-a”; „Pasniedzēji vienmēr uzklausa manas idejas”; „Dažkārt rodas sajūta, ka mani pasniedzēji ir atmetuši cerības, ka varu radīt jaunas idejas”. Lai novērtētu katra studenta radošās pašefektivitātes un uztvertā atbalsta līmeņa apgalvojumus, tika izmantota piecu punktu Likerta skala. Tika izmantota Spīrmena korelāciju un lineārās regresijas analīze.

Rezultāti

Kopējais individuālā radošuma līmenis tika noteikts, vērtējot katra pētījuma dalībnieka sniegumu no četriem aspektiem – ideju kvantitāte, ideju oriģinalitāte, cik daudz kategorijās ģenerētās idejas iespējams ievietot, kā arī sniegto paskaidrojumu apjoms katrai idejai. Vidējais respondentu ģenerētais ideju skaits $Mdn=17$; $SD=10.86$. Zemākais ideju skaits ir viena ideja, bet augstākais – 48 idejas. Oriģinālākās respondentu idejas, ko varētu ienest cietumā bija, piemēram, apmetnis, kas padara neredzamu; dūmu svece; mini i-robots u.c. Par katru ideju, kuru snieguši divi no visiem respondentiem, abi respondenti saņēmuši vienu punktu, piemēram, kompass; žurku inde; viltota pase u.c. Vidējais ideju oriģinalitātes punktu skaits ir $Mdn=2,5$; $SD=4.2$. 50 respondenti nav saņēmuši nevienu punktu šajā kategorijā, bet viens no respondentiem saņēmis 27 punktus. Vidējais punktu skaits paskaidrojumu kategorijā bijis $Mdn=0$; $SD=1.9$. 139 respondenti nav snieguši nevienu paskaidrojumu. Augstākais paskaidrojumu punktu skaits ir 10. Idejas tika iedalītas 36 kategorijās. Izplatītākās ideju kategorijas ir tehnoloģijas un elektronika, higiēnas preces, ēdiens u.c.. Vismazāk respondenti minējuši mūzikas instrumentus, augus, trenāžierus. Vidējais kategoriju skaits vienam respondentam $Mdn=12$; $SD=4.9$. Lielākais ideju kategoriju skaits bijis 25 kategorijas. Mazākais kategoriju skaits – viena kategorija. Saskaitot, visu aspektu kopējo punktu summu tika iegūts katra respondenta individuālā radošuma punktu skaits. Vidējais respondentu individuālā radošuma punktu skaits $M=35$; $SD=17.5$. Vismazākais punktu skaits ir divi punkti, vislielākais punktu skaits – 86 punkti. T-testa analīzē tika novērotas būtiskas atšķirības individuālā radošuma rezultātos sievietēm ($M=35.48$; $SD=15.65$) un vīriešiem ($M=28.08$; $SD=15.28$); $t(195)=2.66$; $p=0.01$ (skatīt 2.tabulu). Veicot T-testu, noskaidrots, ka sievietes vidēji uzrādījušas augstāku individuālā radošuma līmeni nekā vīrieši.

Spīrmena korelāciju analīzē noskaidrots, ka pastāv saistība starp studentu radošās pašefektivitātes līmeni un individuālo radošumu. Spīrmena korelācijas koeficients $r=0.49$ norāda uz vidēji ciešu mainīgo saistību. Radošās pašefektivitātes līmenim novērota saistība ($r=0.28$) ar uztvertā atbalsta līmeni. Starp uztverto atbalstu un individuālo radošumu nav novērota saistība.

Lineārās egresijas analīze liecina, ka radošās pašefektivitātes vidējie rādītāji paredz individuālā radošuma vidējos rādītājus, bet tos neparedz uztvertā atbalsta vidējie rādītāji (skatīt 1.tabulu). Respondentu radošā pašefektivitātes paaugstināšanās prognozē individuālā radošuma punktu skaita paaugstināšanos ($\beta=0.31$; $p<0.001$). Respondentu uztvertā atbalsta vidējā līmeņa paaugstināšanās paredz radošās pašefektivitātes vidējā līmeņa paaugstināšanos ($\beta=0.48$; $p<0.001$) (skatīt 2.tabulu).

1. Tabula. Radošās pašefektivitātes, uztvertā atbalsta un individuālā radošuma lineārās regresijas.

	b	SE b	β	p
Radošā pašefektivitāte	7.88	2.02	0.31	0.00***
Uztvertais atbalsts	-0.94	1.85	-0.04	0.61

Atkarīgais mainīgais: Individuālais radošums; Nozīmības līmenis: *** $p < 0.001$

Avots: autores veidota tabula.

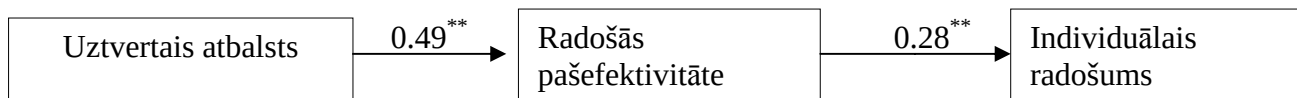
2. Tabula. Uztvertā atbalsta un radošās pašefektivitātes lineārā regresija.

	b	SE b	β	p
Uztvertais atbalsts	0.44	0.06	0.48	0.00***

Atkarīgais mainīgais: Radošā pašefektivitāte; Nozīmības līmenis: *** $p < 0.001$

Avots: autores veidota tabula.

Balstoties un Spīrmena korelāciju un lineārās regresijas (1., 2.tabula) analīzēm, tika izveidots pētījuma mainīgo saistību modelis (skatīt 1.attēlu):



1. Attēls. Radošās pašefektivitātes, uztvertā atbalsta un individuālā radošuma saistību modelis

Spīrmena korelācijas koeficientu nozīmības līmenis: ** $p < 0.01$

Avots: autores veidos attēls.

Analīze

Pētījuma datu analīzē tika noskaidrots, ka pastāv vidēji cieša saistība starp respondentu radošās pašefektivitātes rādītājiem un individuālo radošo sniegumu ($r=0.49$). Turklāt datu lineārās regresijas analīzes rādītāji liecina, ka radošās pašefektivitāte vidējā rādītāja paaugstināšanās paredz individuālā radošuma vidējā līmeņa paaugstināšanos. Tas apstiprina lielāko daļu iepriekš veikto pētījumu secinājumus, kuros uzsvērts, ka radošajai pašefektivitātei piemīt pozitīva saistība ar indivīdu radošo sniegumu (Tierney, Farmer 2002, 2004; Lemons 2006; Beghetto et al. 2011, 343; Li, Wu 2011, 121). Netiek apstiprināti citu iepriekšējo pētījumu secinājumi, kuros apšaubīts, ka augsta radošā pašefektivitātei būtu saistība ar radošu sniegumu (Kaufman 2010, citēts pēc Beghetto et al. 2011, 343; Lemons 2010, 158). Līdz ar to, lai paaugstinātu respondentu individuālo radošumu, nepieciešams paaugstināt to radošās pašefektivitāti.

Nemot vērā, ka, paaugstinoties respondentu radošajai pašefektivitātei, paaugstinās individuālā radošuma līmenis, iespējams apgalvot, ka viens no motivāciju veicinošiem faktoriem ir radošās pašefektivitātes līmenis. Ja persona uzskata, ka viņam piemīt nepieciešamās prasmes izpildīt konkrēto uzdevumu, tam ir arī motivācija paveikt uzdevumu (Lemons 2010, 157; Zhou et al. 2012, 58). Vēl viens nozīmīgs aspekts ir uzdevuma veids un temats, tiek uzsvērts, ja persona jūt, ka pārzina temata specifiku, viņš izmantos savas prasmes jaunu un radošu ideju radīšanai (Zainol et al. 2012, 515).

Iepriekšējos pētījumos tiek uzsvērts, ka mācību vidē būtiska loma radošās pašefektivitātes celšanā ir skolotāja un pasniedzēja atbalstam (Beghetto 2006, 453). Tomēr studiju pētniecībā uzsvērts, ka ne vienmēr atbalsts ir noteicošais faktors radošās pašefektivitātes veidošanā (Beghetto et al. 2011, 344). Darba vides pētījumos viennozīmīgi secināts, ka atbalstam ir pozitīva saistība ar darbinieku radošās pašefektivitātes veidošanu (Tierney, Farmer 2002; Jaussi et al. 2007, 255; Reiter-Palmon 2012, 108). Pētījuma rezultāti liecina, ka starp uztverto atbalstu un radošo pašefektivitāti pastāv pozitīva saistība ($r=0.28$). Lai gan šī pētījuma respondenti ir studenti, datu analīzes rezultāti saskan ar darba vides pētījumu, kā arī daļu studiju vides pētījumu rezultātiem. Rezultātā iespējams secināt – pētījuma respondentu radošās pašefektivitātes veidošanā nozīmīga loma ir uztvertajam atbalstam no pasniedzēju puses. Uztvertā atbalsta un radošās pašefektivitātes lineārās regresijas analīzē noteikts, ka, uztvertā atbalsta vidējo rādītāju paaugstināšanās paredz respondentu radošās pašefektivitātes vidējo rādītāju paaugstināšanos. Rezultātā secinot, lai paaugstinātu respondentu radošās pašefektivitātes rādītājus, nepieciešams paaugstināt uztvertā atbalsta vidējos rādītājus.

Pamatojoties uz iepriekš veiktajiem pētījumiem, tika izveidots teorētiskais konceptu saistību modelis. Tajā redzams, ka iepriekšējo pētījumu rezultāti liecina, ka pastāv saistība starp atbalstu kā ārējo faktoru un radošo pašefektivitāti (Tierney, Farmer 2002; Jaussi et al. 2007; Reiter-Palmon 2012). Kā arī liela daļa iepriekš veikto radošās pašefektivitātes pētījumu

rezultātu apstiprina, ka pastāv saistība starp radošo pašefektivitāti un radošo rezultātu (Choi 2004, citēts pēc Li, Wu 2011; Tierney, Farmer 2004; Lemons 2006; Beghetto et al. 2011, 343; Li, Wu 2011, 121). Šī pētījuma rezultāti (attēls) apstiprina teorētisko modeli. Pētījuma konceptu saistību modelī (attēls) redzams, lai spētu nonākt pie radoša respondentu rezultāta, nepieciešams celt radošo pašefektivitāti, bet, lai celtu radošo pašefektivitāti, respondentiem nepieciešams just atbalstu. Līdz ar to atbalstam ir nozīmīga loma radošās pašefektivitātes veidošanā un radošā pašefektivitāte ir būtisks faktors radošu rezultātu sasniegšanā.

Secinājumi

1. Respondentu radošajai pašefektivitātei ir vidēji cieša saistība ($r=0.49$) ar individuālā radošuma līmeni. Jo augstāka indivīda pārliecība par savām radošajām prasmēm, jo labāku radošo rezultātu iespējams no indivīda sagaidīt un otrādi.
2. Pētījuma respondentu radošā pašefektivitāte prognozē individuālo radošumu ($\beta=0.31$; $p<0.001$), līdz ar to radošās pašefektivitātes vidējā līmeņa paaugstināšana paredz individuālā radošuma līmeņa paaugstināšanos.
3. Respondentu uztvertajam atbalstam ir saistība ar respondentu radošās pašefektivitāti ($r=0.28$). Jo indivīds saņem lielāku atbalstu, jo personai rodas lielāka pārliecība par savām radošajām prasmēm un otrādi.
4. Pētījuma respondentu uztvertais atbalsts prognozē radošo pašefektivitāti ($\beta=0.48$; $p<0.001$), līdz ar to uztvertā atbalsta vidējā rādītāja paaugstināšana prognozē radošās pašefektivitātes vidējā līmeņa paaugstināšanos.
5. Starp uztverto atbalstu un individuālo radošumu nepastāv saistība, līdz ar to, ja personai tiek sniegts atbalsts, tas vēl negarantē radošus rezultātus.

Priekšlikumi

1. Lai sagaidītu radošus rezultātus indivīdam jārada pārliecība, ka tam padodas jaunu ideju radīšana, un šīs idejas ir pielietojamas radošu uzdevumu veikšanai.
2. Lai paaugstinātu indivīda pārliecību par viņa radošajām prasmēm, nepieciešams veidot atbalstošu studiju un darba vidi. Studentiem būtiski just atbalstu no docētājiem, darbiniekiem – no darba vadītājiem.
3. Atbalsta palielināšanai studiju vidē pasniedzējiem ieteicams uzklaut studentu sniegtās idejas un teikt, ka viņiem piemīt nepieciešamās prasmes uzdevumu izpildei, ja tas atbilst patiesībai. Turklāt būtiski studentiem norādīt, ka viņi ir spējīgi sasniegt labus rezultātus arī tad, ja iepriekšējā uzdevuma rezultāts bijis neveiksmīgs.
4. Atbalstošas vides veidošanai darba vidē darba vadītājam ieteicams uzņemties iniciatīvu darbinieka apmācībām, dažādu prasmju attīstīšanai, pieredzes papildināšanai un atgriezeniskās saites sniegšanai pēc darbinieka uzdevuma izpildes.

Avotu saraksts

1. Āriņa, M. (2010). *Transformatīvās līderības un indivīda radošuma loma grupas radošuma veicināšanā*. Valmiera: Vidzemes Augstskola, 1.-75. lpp.
2. Beghetto, R.A. (2006). *Creative Self-Efficacy: Correlates in Middle and Secondary Students*. Creativity Research Journal, Vol. 18, No. 4, pp. 447-457. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
3. Beghetto, R.A., Baxter, J., Kaufman, J.C. (2011). *Answering the Unexpected Questions: Exploring the Relationship Between Students' Creative Self-Efficacy and*

Teacher Ratings of Creativity. Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, Vol. 5, No. 4, pp. 342-349. American Psychology Association.

4. Hsu, M.L.A., Hou, S.T., Fan, H.L. (2011). *Creative Self-Efficacy and Innovative Behavior in a Service Setting: Optimism as a Moderator*. Journal of Creative Behavior, Vol. 45, No. 4, pp. 258-272.
5. Jaussi, K.S., Randel, A.E., Dionne, S.D. (2007). *I Am, I Think I Can, I Do: The role of Personal Identity, Self-Efficacy, and Cross-Application of Experiences in Creativity at Work*. Creativity Research Journal, Vol. 19, No. 2-3, pp. 247-258. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
6. Lemons, G. (2010). *Bar Drinks, Rugas, and Gay Pride Parades: Is Creative Behavior a Function of Creative Self-Efficacy?* Creativity Research Journal, Vol. 22, No. 2, pp. 151-161. Routledge, Taylor & Francis Group.
7. Li, Ch. H., Wu, J. J. (2011). *The Structural Relationships Between Optimism and Innovative Behavior: Understanding Potential Antecedents and Mediating Effects*. Creative Research Journal, Vol. 23, No. 2, pp. 119-128. Routledge, Taylor & Francis Group.
8. Reiter-Palmon, R., Robinson-Morrall, E.J., Kaufman, J.C., Santo, J.B. (2012). *Evaluation of Self-Perceptions of Creativity: Is It a Useful Criterion?* Creativity Research Journal, Vol. 24, No. 2-3, pp. 107 – 114. Available: Routledge, Taylor & Francis Group.
9. Tierney, P., Farmer, S.M. (2002) *Creative self-efficacy: its potential antecedents and relationship to creative performance*. Academy of Management Journal, Vol. 45, No. 8, pp. 1137-1148.
10. Tierney, P., Farmer, S.M. (2004). *The Pygmalion Process and Employee Creativity*. Journal of Management, Vol. 30, No. 3, pp. 413-432.
11. Zainol, A.S., Azahari, M.H.Hj., Sanusi, Z.M., Ramli, M.F. (2012) *Improving Satisfaction: The Importance of Ownership of the Topic under the Group Brainstorming Tehnique*. Procedia – Social and Behavioral Sciences, Vol. 50, pp. 513 – 524. Available: Science Direct database.
12. Zhou, Q., Hirst, G., Shipton, H. (2012). *Promoting Creativity at Work: The Role of Problem-Solving Demand*. Applied Psychology: An International Review, Vol. 61, No. 1, pp. 56 – 80. Available: The International Association of Applied Psychology.

Vidzemes Augstskolas un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību sadarbība un tās attīstības iespējas

Collaboration between Vidzeme University of Applied Science and the Local Governments of Vidzeme Planning Region and its Development Opportunities

Autore: Inga Špūle, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura grāds komunikācijā un sabiedriskajās attiecībās

Darba zinātniskā vadītāja: Vineta Silkāne, Mg.psych., Mg.math.

Kopsavilkums

Augstākās izglītības iestādes regulāri ietekmē pārmaiņas dažādos sabiedrības sektoros. Šīs situācijas rezultātā tām ir jāpaplašina lomas sabiedrībā un jāuzlabo attiecības ar saviem kaimiņiem un vietējo teritoriju, kurā tās atrodas. Šis pētījums aplūko reģionālās augstskolas sadarbības pieredzi ar vietējām pašvaldību iestādēm. Pētījuma mērķis ir izvērtēt Vidzemes Augstskolas ārējo komunikāciju un sadarbību ar Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldībām un sniegt rekomendācijas sadarbības uzlabošanai. Veicot daļēji strukturētās intervijas ar sadarbībā iesaistītajām pusēm, pētījumā noskaidrots, ka Vidzemes Augstskola un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldības galvenokārt uztur praktiskas, uz vajadzībām balstītas attiecības, kas nelielā mērā ietver institucionāla līmeņa sadarbību. Līdz šim Vidzemes Augstskolas komunikācijas formas nav bijušas pietiekami efektīvas un aktīvas, lai veicinātu stabilāku savstarpējo saikņu veidošanos. Neskatoties uz to, sadarbībai ir ieguldījums gan reģiona, gan iesaistīto institūciju attīstībā. Vidzemes Augstskola un vietējās pašvaldību iestādes ir ieinteresētas attiecību nostiprināšanā, un sadarbībai ir plašas attīstības iespējas. Pētījums ir praktiski izmantojams un sniedz pārskatu par līdzšinējās sadarbības tendencēm, nozīmi, problēmām un attīstības virzieniem.

Abstract

Higher education institutions are constantly influenced by changes in different sectors of the society. This situation has led institutions to expand their roles in the society and improve their relations with the local area. This study analyses cooperation between a regional university and local governments. The aim of this study is to evaluate the external communication of Vidzeme University of Applied Sciences and the cooperation with local governments of Vidzeme Planning Region, developing recommendations on how to improve the cooperation. By using semi-structured interviews with the parties involved in the cooperation, it was identified that the institutions have practiced needs-based relationships that does not demonstrate a close, institutional-level cooperation. The forms of communication of the university have not been sufficiently active to foster stable relationships between involved parties. Nevertheless, the collaboration makes a contribution to the development of the region and involved institutions. Vidzeme University of Applied Sciences and local governments of Vidzeme Planning Region are interested to strengthen relations, and cooperation has extensive development opportunities. The study is practically useful and it provides an overview of current trends in cooperation, its importance, problems and development.

Atslēgas vārdi: ārējā komunikācija, sadarbība, augstākā izglītība, vietējās pašvaldību iestādes, reģiona attīstība.

Ievads

Augstākā izglītība ir nokļuvusi lokāla, nacionāla un starptautiska mēroga konkurences apstākļos. Līdz ar to ir pieaugusi augstskolu loma sabiedrības procesos (Noirsurblanc 2007,5). Tās aizvien vairāk tiek mudinātas neaprobežoties tikai ar izglītošanu un pētniecību, bet darboties arī virzienos, kas sniedz ekonomiskus un sociālus labumus vietējām teritorijām (Mohrman, Shi, Feinblatt, Chow 2009, 3165). Tā rezultātā augstskolām kļuvusi aktuāla dažādu attiecību veidošana, kas pieprasa nodrošināt efektīvas ārējās komunikācijas un sadarbības prakses. Šajā ziņā augstākās izglītības iestādes saskaras ar problēmām un izaicinājumiem. No tiem centrālā loma ir jautājumiem par augstskolu saikni ar vietējā/reģionālā mēroga institūcijām (Kunda 2011, 70).

Pēdējos divdesmit gados augstskolas tiek atzītas par būtiskiem reģionu attīstības dalībniekiem, ar kuru starpniecību akadēmiskās zināšanas tiek pielāgotas vietējo teritoriju vajadzībām (Kitagawa 2009,8). Arī vietējie sociālie aģenti (pašvaldību iestādes, uzņēmumi u.c.) sākuši uzlūkot augstskolas kā reģionu izaugsmes veicinātājas (Charles 2003, 8). Neraugoties uz to, ikdienas praksē augstskolas galvenokārt mijiedarbojas ar studentiem, pētniekiem un finansētājiem. Augstskolu saikne ar vietējiem/reģionālajiem partneriem vēl joprojām ir ļoti vāja (Harding 2007; Kunda 2011).

Lai uzlabotu esošo situāciju, viens no risinājumiem ir pievērsties augstskolu saiknei ar vietējām pārvaldes institūcijām, jo tām ir potenciāls kļūt par starpnieku augstskolai un citām reģiona ietekmes pusēm (Davey, Baaken, Muros 2011, 32). Pašvaldību iestādes var būt vietējo sadarbības grupu veicinātājs, atbalstītājs un dialoga uzturētājs, kas rosina dažādu pušu iesaistīšanos reģiona procesos (Bite 2012, 189). Tas nozīmē, ka aktīva komunikācija un sadarbība ar pašvaldībām vienlaikus var attīstīt augstskolu attiecības ar citām ietekmes pusēm. Sadarbība palīdz arī pašvaldībām sasniegt ekonomisko un sabiedrisko pakalpojumu rezultātus (Jones, Morris 2008, 8). Līdz ar to ir svarīgi nodrošināt, ka vietējās varas iestādes uztver augstskolas kā partnerus reģiona attīstīšanai (Barnett 1999; Kunda 2011).

Šajā pētījumā tiek analizēta Vidzemes Augstskolas komunikācija un sadarbība ar vietējām pārvaldes iestādēm. Pētījuma mērķis ir izvērtēt Vidzemes Augstskolas ārējo komunikāciju un sadarbību ar Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldībām un sniegt rekomendācijas sadarbības uzlabošanai.

Pētījuma jautājumi:

1. Kāda ir Vidzemes Augstskolas un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību sadarbība?
2. Kāda ir Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību izpratne un informētība par Vidzemes Augstskolu un sadarbības iespējām ar to?
3. Kā Vidzemes Augstskola un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldības saredz sadarbības attīstības iespējas?

Pētījuma aktualitāti apliecina zināšanu ekonomikas procesi, kas norāda, ka augstskolu idejas, pētniecība un tehniskās zināšanas liecina par neizmantotu potenciālu, lai sadarbotos ar reģionu pārstāvniecības pusēm (Mohrman, Feinblatt, Chow 2009, 3165). Tāpat augstskolu ārējā komunikācija ir pastāvīgā pārmaiņu fāzē. Ir nepieciešams sasniegt dažādas mērķauditorijas un savienot praktisko un akadēmisko pasauli. Tas tiek norādīts kā aktuāls jautājums, jo nepieciešams meklēt veiksmīgas prakses, kā savienot atšķirīgas vides un pielāgoties mainīgajām organizāciju komunikācijas tendencēm (Noirsurblanc 2007, 5).

Pašreizējais izpētes līmenis par augstskolu un vietējo sociālo aģentu sadarbības praksēm ir nepietiekams (Kunda 2011; Bite 2012). Pēdējos gados Latvijā nav veikti pētījumi, kas

fokusētos uz pašvaldību un augstskolu sadarbību, kā arī komunikācijas nozīmi tās veidošanā un uzturēšanā. Tāpat līdzšinējie pētījumi par augstskolu attiecību veidošanas paradumiem ārpus institūcijas robežām vairāk pievērsušies pētniecības potenciālam un reģionālās iesaistes analīzei kopumā. Šis pētījums ir ar šaurāku fokusu un izvērtē tematu, pamatojoties uz konkrētas sadarbības aspektiem.

Metode

Pētījuma mērķa sasniegšanai tika izvēlētas daļēji strukturētas intervijas. Darbā tika veiktas 33 daļēji strukturētās intervijas ar Vidzemes plānošanas reģiona, Vidzemes Augstskolas un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību pārstāvjiem, kas saistīti ar sadarbības veidošanu un uzturēšanu. Pētījuma intervijās tika uzdoti konkrēti jautājumi, taču to attīstību noteica intervijas gaita. Pamatojoties uz intervijās iegūto informāciju, pētījuma datu apstrādē tika izvirzīti septiņi satura analīzes kritēriji: 1) sadarbības tendences; 2) sadarbības formas; 3) sadarbības nozīme un ieguvumi; 4) sadarbības komunikācija; 5) sadarbības problēmas un šķēršļi; 6) sadarbības attīstība; 7) sadarbības attīstības formas. Pamatojoties uz šiem kritērijiem, tika veikta datu aprakstīšana un analīze.

Rezultāti un analīze

Sadarbības un komunikācijas raksturojums

Vidzemes Augstskolas un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību sadarbība līdz šim praktizēta vairākos līmeņos. Iesaistītajām pusēm galvenokārt piemērojama epizodiska, uz vajadzībām balstīta sadarbības pieredze, kas vērsta uz īstermiņa mērķu sasniegšanu. Situācija atšķiras Valmieras pilsētas pašvaldības gadījumā, ar kuru Vidzemes Augstskolai nodibinātas visciešākās saites, kā arī Jaunpiebalgas, Lubānas, Vecpiebalgas, Varakļānu, Cesvaines un Naukšēnu novada pašvaldības iestādēm, kam nav iepriekšējas pieredzes sadarbībā. Savstarpējās attiecības galvenokārt veidojas tūrisma jautājumu risināšanā, studentu prakses vietas nodrošināšanā pašvaldību iestādēs, kā arī neregulāriem studentu pētījumiem novadu teritorijās. Kopumā praktizētās sadarbības formas nav pieprasījušas ciešu savstarpējo mijiedarbību, kas lielā mērā raksturo kopējās sadarbības tendences - tās ir izteikti fragmentāras. Pētījums apstiprina, ka šo attiecību nozīme pieaug, tomēr savstarpējā saikne vērtējama kā vāja (Harding 2007; Kunda 2011).

Pētījums atklāj, ka stratēģiskā līmenī nav attīstīta ne tikai iesaistīto pušu sadarbība, bet arī Vidzemes Augstskolas ārējā komunikācija ar pašvaldību iestādēm. Līdzšinējās tendences liecina par neregulāru komunikācijas uzturēšanas praksi. Informācija pašvaldībām tiek nodota, izmantojot ziņojumus mājaslapā, publiskās prezentācijas un e-pastu komunikāciju. Savstarpējais kontakts tiek stiprināts, augstskolas pārstāvjiem viesojoties pašvaldībās. Pētījums norāda, ka Vidzemes Augstskolai nav stratēģijas komunikācijai ar pašvaldību iestādēm. Stratēģijas izveide jānosauc par vienu no komunikācijas izaicinājumiem (Noirsurblanc 2007, 12).

Sadarbības nozīme un ieguldījums reģiona attīstībā

Vidzemes Augstskola un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldības saredz sadarbības nostiprināšanas nozīmi, ko veicina sadarbības potenciālais ieguldījums novadu, Vidzemes reģiona un iesaistīto institūciju attīstībā.

Pētījums liecina, ka sadarbība ar vietējām pašvaldībām, pirmkārt, var sniegt ieguldījumu augstskolas intelektuālās kapacitātes celšanā (Mohrman, Shi, Feinblatt, Chow 2009, 3166). Otrkārt, sadarbība sniedz atbalstu institūcijas funkciju īstenošanā, turklāt augstskola var gūt ārējā tēla izaugsmi (Mohrman, Shi, Feinblatt, Chow 2009; Noirsurblanc 2007). Sadarbība kopumā tiek uzlūkota kā instruments augstskolas konkurētspējas veicināšanai. Attiecībā uz

pašvaldību ieguvumiem no sadarbības, tās visvairāk novērtē iespēju gūt skatījumu no malas uz esošo situāciju teritorijā. Tāpat pašvaldību pārstāvji bieži min nepieciešamību pēc jaunām idejām un metodēm esošo prakšu pilnveidošanai, kā arī novērtē augstskolas zināšanu kapitālu un intelektuālo pienesumu. Kopumā reģiona sadarbības puses izprot un novērtē ieguldījumu, ko var sniegt augstskolu resursi inovāciju radīšanai, problēmu risināšanai, kā arī produktivitātes un darba izpildes uzlabošanai (Howard, Sharma 2006, 4).

Pētījums liecina, ka Vidzemes Augstskolas un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību sadarbībai ir cieša saistība ar reģionālo attīstību. Iesaistīto institūciju pārstāvji sadarbības nozīmi galvenokārt vērtē ilgtermiņā, reģiona attīstības kontekstā, uzsverot gan reģionālās augstskolas nozīmi teritorijas attīstībai, gan potenciālos labumus, ko var sniegt sadarbība ar to. Augstskolas tiek atzītas par būtiskiem dalībniekiem, kas ietekmē izaugsmes procesus un ir nozīmīgi reģionu inovāciju elementi, ar kuru starpniecību akadēmiskās zināšanas tiek nodotas vietējā līmenī (Barnett 1999; Kitagawa 2009). Lai arī pašreizējās sadarbības prakses liegušas pilnvērtīgi izmantot šo potenciālu, pašvaldību iestādes izprot augstāka līmeņa ieguldījumu, ko var sniegt augstskolu resursi.

Sadarbības problēmas

Pētījums norāda, ka būtiskākie sadarbības traucējošie faktori pašlaik ir pašvaldību informētības trūkums un iesaistīto institūciju ierobežotie resursi. Kā galvenais sadarbības ierobežojošais faktors jānosauc Vidzemes Augstskolas nepietiekamā ārējā komunikācija. Sadarbības procesā komunikācijai ir kritiska loma (Kunda 2011; Noirsurblanc 2007). Pašvaldību pārstāvjiem nav zināšanu par sadarbības iespējām, turklāt dažos gadījumos tie nav informēti arī par Vidzemes Augstskolas studiju piedāvājumu. Pašvaldību neinformētība vairumā gadījumu norāda uz iemeslu, kas, iespējams, ierobežo sadarbības nostiprināšanos. Zināšanu trūkums par potenciālajiem partneriem un iespējām mijiedarboties attiecīgi negatīvi ietekmē sadarbību (Abreu, Grinevich, Hughes 2008, 45).

Būtiskākais kritērijs, kas pašvaldības mudina izvērtēt sadarbības nepieciešamību, galvenokārt ir iekšējo resursu jautājums. Daudzām pašvaldībām aktuāls problēmjautājums ir resursu ierobežotība (Suarez-Balcazar, Harper, Lewis 2005; Warm 2011). Abas iesaistītās puses ir noslogotas ar iekšējo jautājumu risināšanu, turklāt attiecību veidošana uz āru pieprasa papildu cilvēkresursus, finanses un laiku, ko ne visas puses spēj nosaukt kā viegli risināmu jautājumu. Līdz ar to iekšējo resursu trūkums jāmin kā vēl viens no galvenajiem faktoriem, kas noteiktos virzienos var ierobežot sadarbības attīstību.

Sadarbības attīstības iespējas

Lai arī iepriekš novērots, ka pašvaldības Latvijā dažkārt nav ieinteresētas sadarbības veidošanā ar augstākās izglītības iestādēm (Bite 2012, 41), veiktais pētījums neapstiprina šo tendenci. Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību iestādēm ir interese sadarbības nostiprināšanā ar Vidzemes Augstskolu. Lai arī atšķiras katras pašvaldības individuālās vajadzības un intereses, sadarbība tiek uztverta kā stratēģija attīstības iespējām vairākos līmeņos. Pašvaldībām ir saistošs augstskolas piedāvājums un iespēja to praktiski pielāgot iestādes vajadzībām. Pētījums apstiprina, ka vietējie sociālie aģenti sāk uztvert viens otru kā sadarbības partnerus, lai uzlabotu savu individuālo sniegumu un veiktu kopīgas darbības attīstības veicināšanai (Gijbels, Houwen, Mihordea 2003).

Pētījums liecina, ka primārais sadarbības uzlabošanas uzdevums ir tās attīstīšana stratēģiskā līmenī. Sadarbībai nepieciešams stratēģiskais plāns, kas nosaka partnerības virzienus un rezultātus, lai partnerattiecības vairāk darbotos kā sistēma (Warm 2011). Šī mērķa sasniegšanai vienlīdz būtiska ir arī savstarpējās komunikācijas uzlabošana. Ir nepieciešams attīstīt savstarpējo informācijas apmaiņu, kā arī izpratni par visu pušu mērķiem, vajadzībām

un laiku (Ansell, Gash 2007; Bite 2012; Kunda 2011). Kopumā pētījums izceļ trīs sadarbības attīstības veicināšanas soļus — sadarbības stratēģijas izveidi, komunikācijas nostiprināšanu un sistemātisku attiecību uzturēšanu.

Secinājumi

1. Vidzemes Augstskolai ir daudzveidīga sadarbības pieredze ar Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldībām, taču augstskolas potenciāls reģionālās sadarbības griezumā nav pietiekami izmantots. Sadarbība ar pašvaldību iestādēm ir fragmentāra un nestabila – savstarpējā mijiedarbība tiek pārtraukta, līdzko tā zaudē nepieciešamību.
2. Vidzemes Augstskolai ir vāji attīstīta institucionāla līmeņa sadarbība ar Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldībām. Iesaistīto pušu sadarbību vada atsevišķas iniciatīvas, nevis korporatīva stratēģija.
3. Reģionālajai sadarbībai ir saistība ar augstskolas iekšējo darba specifiku. Vidzemes Augstskola sadarbībā ar vietējām pārvaldes iestādēm neiekļauj visu augstākās izglītības iestādi. Sadarbības pieredze galvenokārt veidojas nošķirti fakultāšu ietvaros.
4. Vidzemes Augstskolas un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību sadarbības procesā kritiska loma ir komunikācijai. Pašvaldību iestādēm ir nepietiekama informācija par augstskolu un sadarbības potenciālu, kas ierobežo sadarbības attīstību.
5. Vidzemes Augstskolas un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību sadarbības nostiprināšanas pamatnosacījums ir iespējām un vajadzībām pielāgota sadarbības stratēģijas izveide, kas nosaka partnerības virzienus un sasniedzamos rezultātus.
6. Vidzemes Augstskolas un Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldībām ir augsts sadarbības potenciāls. Iesaistītās puses ir ieinteresētas savstarpējo saišu nostiprināšanā un saredz iespējas sadarbības attīstībai.
7. Vidzemes Augstskolas un vietējo pašvaldību sadarbībai ir cieša saistība ar reģionālo attīstību. Vietējās pārvaldes iestādes izprot ieguldījumu, ko var sniegt augstskolu resursi inovāciju radīšanai, problēmu risināšanai un darba izpildes uzlabošanai.
8. Augstākās izglītības vide Latvijā pastiprina augstskolu reģionālās sadarbības veidošanas nozīmi.

Priekšlikumi

1. Mērķtiecīgi veidot institucionāla līmeņa sadarbības modeļus, slēdzot sadarbības līgumus, vienojoties par atbildībām, paredzot sadarbības ieguvumus un vēlamos rezultātus. Sadarbībā apzināties gan savus, gan otras puses ierobežojumus.
2. Attīstīt sadarbību visos augstskolas līmeņos, tādā veidā nodrošinot starpdisciplināru skatījumu un augstskolas kā institūcijas iesaisti sadarbības procesā. Ieteicams attīstīt starpnozaru modeļus, kuru ietvaros dažādu programmu studenti tiek iesaistīti kopīga mērķa realizēšanā, kas saistīts ar pašvaldību, vietējā uzņēmuma vai cita sociālā aģenta vajadzībām. Šāda pieeja veicinās Vidzemes Augstskolas plašāku integrāciju sadarbības procesā un pilnveidos esošās sadarbības formas.
3. Studentu pētniecisko darbu tēmas formulēt sadarbībā ar ieinteresētajām pašvaldību iestādēm. Pasūtot pētījumus, vēlama pašvaldības iesaiste pētniecības procesā, lai panāktu pētījuma rezultātu maksimāli efektīvu pielietojumu praksē.

4. Veicināt pašvaldību iestādēm svarīgu tematu iekļaušanu Vidzemes Augstskolas studijuursos un regulāri iesaistīt pašvaldības pārstāvjus eksaminācijas komisijas darbā.
5. Vidzemes Augstskolai nepieciešams informēt Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldību iestādes par tās piedāvājumu reģiona sadarbības partneriem. Ieteicams izveidot Vidzemes Augstskolas mājaslapā sadaļu „Reģionālā sadarbība”, aktīvāk sūtīt pašvaldību iestādēm individuālus ziņojumus par augstskolas aktualitātēm un sadarbības iespējām, kā arī organizēt regulāras tikšanās, kurās iespējams attīstīt gan formālus, gan neformālus kontaktus.

Avotu saraksts

1. Ansell, C., Gash, A. (2007). *Collaborative Governance in Theory and Practice. Journal of Public Administration Research and Theory*. Vol. 18., pp. 543–571.
2. Bite, D. (2012). *Pašvaldību sadarbība Latvijā. Promocijas darbs*. Pieejams: <http://szf.lu.lv/files/petnieciba/disertacijas/Dina%20Bite%202012.pdf> (aplūk. 13.11.2013.).
3. Charles, D. (2003). *Universities and Territorial Development: Reshaping the Regional Role of UK Universities*. Local Economy. Vol.18. No. 7. pp. 7-20.
4. Garber, M., Creech, B., Epps, W., D., Bishop, M., Chapman, S. (2010). *The Archway Partnership: A Higher Education Outreach Platform for Community Engagement*. Journal of Higher Education Outreach and Engagement, Vol. 14, No. 3, pp. 69-80.
5. Gijbels, F., Houwen, D., Mihordea, M. (2003). *Sabiedrības informēšana un komunikācija kā stratēģisks politikas instruments*. Rīga: Eiropas žurnālistikas centrs un MATRA. 63.lpp.
6. Harding, A. (2007). *Bright satanic mills: Universities, Regional development and the knowledge economy*. Abingdon: Oxon, Ashgate Publishing.
7. Howard, J., Sharma, A. (2006). *Universities' third mission: communities engagement. B-hert position paper*. No. 11, pp. 1-7.
8. Kitagawa, F. (2009). *Universities - Industry Links and Regional Development in Japan: Connecting Excellence and Relevance?* Science Technology Society, Vol.14.No.1.pp 1-30.
9. Mohrman, K., Shi, J., Feinblatt, S., E., Chow, K., W. (2009). *Public Universities and Regional Development*. Urban Studies. Vol. 47., pp. 3165-3167.
10. Noirsurblanc agency, (2007). *Higher education and the challenges of communication*. White paper. Available: <http://www.case.org/Documents/Browsebyprofessionalinterest/HigherEdandCommunicationEnglish.pdf> (aplūk. 25.09.2013.).
11. Tisenkopfs, T., Bela, B., Kunda, I. (2011). *Augstskolas reģionos: zināšanu prakse un mijiedarbe.*// I.Kunda, *Augstskolu lomas 21.gadsimta sākumā: no autonomijas līdz sabiedriskajai iesaistei*. (40.-78.lpp) Rīga: Apgāds „Zinātne”.
12. Warm, D. (2011). *Local Government Collaboration for a New Decade: Risk, Trust, and Effectiveness*. State and Local Government Review. Vol. 43. No. 1., pp. 60-65.

Mazsalacas novada gatavība kļūt par attālinātam darbam atbilstošu vietu

The Readiness of Mazsalaca Municipality to become a Location Relevant for Telework

Autore: Baiba Norberte, Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma „Komunikācija un sabiedriskās attiecības”

Darba zinātniskais vadītājs: Visvaldis Valtenbergs, Dr.sc.pol.

Kopsavilkums

Līdz ar iedzīvotāju aizplūšanu no laukiem un problēmām reemigrācijas procesā, attālinātais darbs lēnām kļūst aizvien populārāks Latvijā. Vidzemes plānošanas reģions, līdzdarbojoties projektā „GRISI PLUS”, ir apzinājis Francijas labo praksi „Soho Solo” un tās pārņemšanas iespējas Vidzemē, kas ietver attālinātā darba veicēju piesaisti reģionam. Gada projekta mērķis ir apzināt Mazsalacas novada gatavību kļūt par attālinātajam darbam atbilstošu vietu.

Pētījuma ietvaros tika veiktas sešas klātienes un viena Skype intervija ar dažādās jomās strādājošajiem pilna un nepilna laika attālinātā darba veicējiem, klātienē aptaujāti Mazsalacas vidusskolas 10.-12.klases skolēni un veiktas divas klātienes intervijas ar Mazsalacas novada domes priekšsēdētāju Hariju Rokpelni un novada sabiedrisko attiecību speciālisti Ilzi Mitāni.

Praktiskajā daļā tika izzināti faktori, kas jāņem vērā, veidojot atbalstu attālinātā darba veicējiem (internets, prasmes un pilnveidošanas iespējas, mērķtiecīga komunikācija par attālināto darbu). Tika izvērtēta Mazsalacas novada gatavība kļūt par attālinātajam darbam atbilstošu vietu. Mazsalacas novads šobrīd ir gatavs uzņemt attālinātā darba veicējus, nodrošinot ar interneta pārklājumu lielākajā daļā teritorijas, piedāvājot apgūt dažādas attālinātajam darbam vērtīgas apmācības, sniegt ieguldījumu attālinātā darba atpazīstamības veicināšanā novada vidusskolā un pievienoties līdzīgai iniciatīvai „Soho Solo”.

Abstract

By continuous abandonment of the countryside and the inability to make people return, telework is slowly becoming more and more popular in Latvia. Vidzeme Planning Region, by participating in the project “GRISI PLUS”, has identified a good practice initiative “Soho Solo” in France which includes attracting people for remote work in the region. The aim of the project is to find out the readiness of Mazsalaca municipality for telework.

The study included six on-site and one Skype interview with full-time and part-time workers within different areas who do their job remotely, a survey of 10-12 grade secondary school students in Mazsalaca and two on-site interviews with the mayor of Mazsalaca town council H.Rokpelnis and the public relations expert of the municipality I.Mitāne. The practical part consists of research of the factors to be considered in creating support for teleworkers (the Internet, skills and opportunities for improvement, targeted communication about telework). The readiness of Mazsalaca municipality to become a location for telework was evaluated. Mazsalaca municipality is now ready to attract teleworkers by providing the Internet coverage in most areas, offering various training possibilities relevant for telework, contributing to promotion of telework in the secondary school of the municipality and joining an initiative similar to “Soho Solo”.

Atslēgas vārdi: iedzīvotāju skaita samazināšanās, lauki, attālinātais darbs, „Soho Solo”.

Ievads

Kopš Latvijas pievienošanās Eiropas Savienībai ir vērojama plaša iedzīvotāju emigrācija un koncentrēšanās valsts centrālajā daļā. Laika posmā no 1991.gada līdz 2009. gadam valsts iekšienē katru gadu pārvietoja vidēji 2% iedzīvotāju. Rīgā iedzīvotāju koncentrācija ir pat septiņas reizes lielāka nekā nākamajā Latvijas lielākajā pilsētā Daugavpilī (Krišjāne, Lāce 2012, 2). Samazinoties iedzīvotāju skaitam teritorijās, kas atrodas ārpus Rīgas, kā arī turpinoties iedzīvotāju novecošanai, lauku reģionu pašvaldībām arvien dārgāk kļūst nodrošināt sociālos pakalpojumus un transporta infrastruktūru. Dārgie vai neesošie pakalpojumi dzīves vietā vēl jo vairāk palielinās vēlmi vai pat „piespiedis” pamest savu lauku māju/dzīvesvietu īpaši gados jaunākajiem iedzīvotājiem.

Vidzemes plānošanas reģions (VPR) ir iesaistījies projektā „Lauku ģeomātikas informācijas sabiedrības iniciatīva PLUS (GRISI PLUS)”, kura ietvaros izstrādāja dokumentu „Labo prakšu ieviešanas plāns ģeomātikas rīku pielietošanai Vidzemes plānošanas reģionā”. Viena no aplūkotajām iniciatīvām, no kuras var mācīties Latvijā, ir Francijā Žēras departamenta „Soho Solo” piemērs <http://www.soho-solo-gers.com/> „Soho Solo” būtība ir piesaistīt reģionam jaunus iedzīvotājus, nodrošinot tos ar attālinātā darba iespējām un tam nepieciešamo infrastruktūru (Vidzemes plānošanas reģions 2014, 39-41). Latvijā prakses pārņemšanas mērķis ir „veidot Vidzemes pašvaldībās tādus pakalpojumus, kas motivētu uz novada pašvaldībām pārcelties uzņēmīgus cilvēkus,” atklāj VPR.

Attālinātais darbs laukos kļūst aizvien populārāks visā pasaulē, un nereti tiek veidoti attālinātā darba centri, nodrošinot tehnoloģiju pieejamību lauku iedzīvotājiem. Ārvalstīs uzmanība ir vērsta uz darbinieku un kolēģu/vadības apmierinātību ar attālinātajām attiecībām, attālinātā darba veicēju raksturojumu, pozitīvajiem un negatīvajiem faktoriem. Savukārt Latvijā 2012.gada sākumā tika aizsākts projekts „Micropol - attālinātā darba centri ārpus metropoļu reģioniem” (RTU, n.d.). Balstoties uz ārzemju pieredzi, Latvijā, parādot iespēju strādāt no savas lauku mājas vai citviet lauku teritorijā (bibliotēkā, parkā), fiziski neatrodoties uzņēmumā, piemēram, Valmierā, Rīgā vai pat Londonā, var būt potenciālais risinājums jaunienācēju piesaistīšanai lauku teritorijās.

Mazsalacas novads ir parakstījis nodomu protokolu ar VPR par projekta pēctecību sava novada teritorijā. Salīdzinot ar citām ieinteresētajām pašvaldībām projektā GRISI PLUS, Mazsalacas novads atrodas vistālāk no attīstības centra - Valmieras, kas var potenciāli ietekmēt svārstmigrāciju uz un no darba. Salīdzinot ar citiem Vidzemes reģiona novadiem, Mazsalacas novads pēc iedzīvotāju skaita ir zem vidējā rādītāja starp Vidzemes novadiem (Mazsalacas novada attīstības programma 2012.-2018.gadam 1.daļa 2012, 18,23). Lai izprastu, kā Mazsalacas novads varētu turpināt VPR projektā GRISI PLUS apzināto, būtiski ir izprast šī brīža Mazsalacas novada atbilstību attālinātā darba veikšanai. Līdz ar to gada projekta mērķis ir apzināt Mazsalacas novada gatavību kļūt par attālinātajam darbam atbilstošu vietu.

Lai sasniegtu mērķi, darbā tiek izvirzīti divi pētījuma jautājumi:

1. Kādi faktori jāņem vērā, veidojot atbalstu attālinātā darba veicējiem?
2. Kāda ir šī brīža Mazsalacas novada gatavība kļūt par attālinātajam darbam atbilstošu vietu?

Metode

Praktiskā pētījuma gaita tika iedalīta divos posmos:

1. Pilotintervija ar ekspertu Ivetu Baltiņu. Daļēji strukturēto interviju veikšana ar septiņiem šobrīd attālinātā darba formā strādājošajiem profesionāļiem. Pētījumā

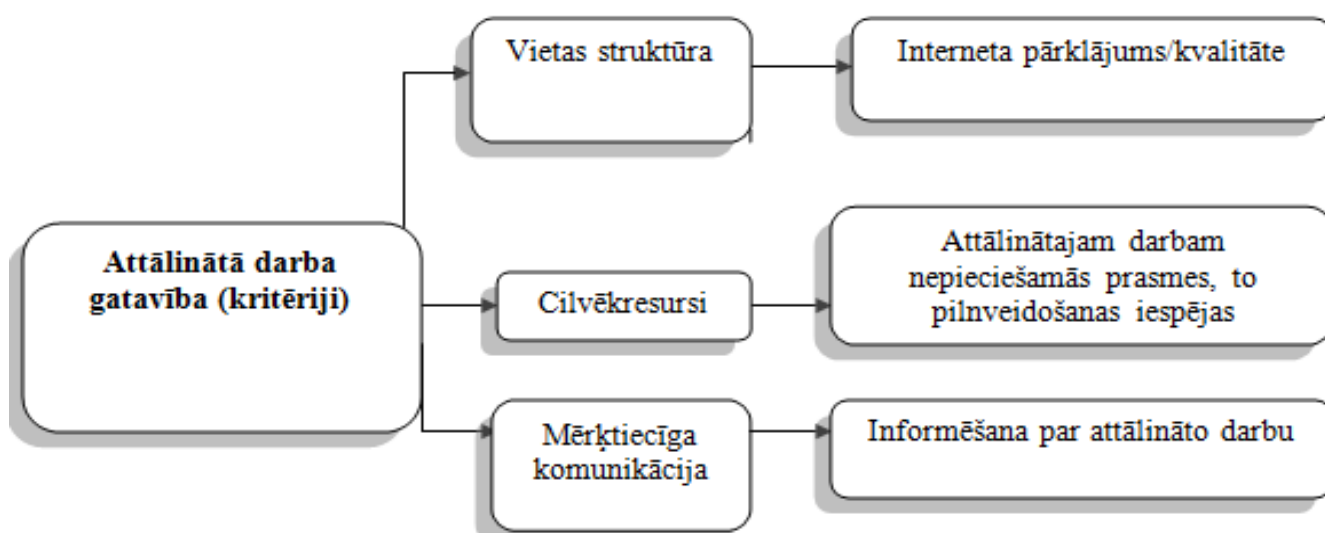
ieguldījumu sniedza treneris, tulkotāja, programmētājs, SA speciāliste un pasākumu organizatore, foto un video meistars, žurnāliste, reklāmas projektu vadītāja. Iegūtā informācija ļauj apkopot nepieciešamo, lai strādātu attālināti un izveidot attālinātā darba gatavības modeli.

2. Pēc attālinātā darba gatavības modeļa izveides tika veikts Mazsalacas novada izvērtējums. Informācijas iegūšanai tika veikta kvantitatīva klātienē aptauja Mazsalacas vidusskolā 10.-12.klases skolēniem. Papildus tika veikta klātienē intervijas ar Mazsalacas novada domes priekšsēdētāju H. Rokpelni un sabiedrisko attiecību speciālisti I. Mitāni, lai izprastu novada potenciālu, kļūstot par atbilstošu vietu attālinātajam darbam.

Rezultāti

Nepieciešamais, strādājot attālinātā darba formā

Attālinātā darba veicēju sniegtā pieredze ļāva izveidot attālinātā darba gatavības modeli (skatīt 1.attēlu):



1. Attēls. Attālinātā darba gatavības modelis

Avots: autores veidots attēls.

Ar darbu saistītie sadzīviskie apstākļi

Šādu darba formu katrs respondents ir izvēlējis, lai radītu sev piemērotus darba apstākļus – kādam ir vajadzīga klusa un mierīga vide, citam iespēja dzīvot laukos un strādāt pietiekami augsti kvalificētu darbam, vēl kādam iespēja palikt mājās tad, kad negribas iet uz darbu, laika pavadīšana ar ģimeni un sava laika plānošana. Attālinātā darba veicēji ir ļoti patstāvīgi ikdienas darbos, dažādu problēmu risināšanā un savas darba vides radīšanā atbilstoši darba specifikai un personīgajām īpašībām.

Nepieciešamās prasmes, strādājot attālinātā darba formā

Attālināti strādā visbiežāk tie, kuri ir ieguvuši augstāko izglītību. Strādājot šādā darba formā, jāpiemīt spējai plānot laiku, pašdisciplīnai, spējai rīkoties ar visbiežāk izmantojamajiem IKT rīkiem, mācai aizsūtīt un saņemt e-pastu, kā arī mājās apstākļos būtiska ir lietīšķās etiķetes pārzināšana. Visbiežāk izmantotie rīki, neskaitot specifiskos darba instrumentus, ir Microsoft Word un Excel, kas noder gan tiešo darbu veikšanai, gan sava darba grafika veidošanai.

Komunikācija ar darba devēju vai klientu visbiežāk noris, izmantojot e-pastu. Pamatā ir jāprot aizsūtīt un saņemt e-pastu, taču svarīga ir izpratne par vēstījuma nodošanu. Tiem attālinātā darba veicējiem, kuri strādā individuāli kā pašnodarbinātas personas, mārketinga zināšanas ir nepieciešamas, lai uzrunātu potenciālos klientus.

Vietas atbilstība attālinātā darba veikšanai

Lai izvēlētos laukus par dzīvesvietu un attālinātā darba vietu, nozīmīga ir interneta pieejamība, stabila elektrība (elektrības bojājumu gadījumos pēc iespējas ātrāka elektrības atjaunošana), kultūras pasākumi, iespēja sevi pilnveidot, kā arī pilsētas tuvums ir izšķirošs vēlmei dzīvot laukos. Svarīga ir informācijas esamība par attālinātā darba iespējām gan novada teritorijā, gan kopumā Latvijā (darba devēju atbalsts, sludinājumi, vietā pieejamajiem pakalpojumiem, prasmju pilnveidošanas iespējām).

Analīze

Mazsalacas novada gatavība kļūt par atbilstošu vietu attālinātajam darbam

Mazsalacas novada interneta pieejamības izvērtējums

Šobrīd novads ir gatavs uzņemt potenciālos attālinātā darba darītājus un ir atbilstoša vieta attālinātajam darbam, jo teritorijā ir pieejams interneta pārklājums, vietām tas ir kvalitatīvāks, vietām mazāk. Mazsalacas pilsēta ir vispiemērotākā vieta attālinātā darba veicējiem, kuriem darbā ir izšķirošs interneta ātrums. Savukārt no novada centra attālākās un interneta pārklājuma vājākās vietās, piemēram, Ramatā, ir piemērota vieta attālinātajiem tulkotājiem, pasākumu organizatoriem, treneriem un programmētājiem, kuri ikdienā nepārsūta lielus faila formātus. Mazsalacas novada bibliotēkas var nodrošināt ar bezvada interneta pieejamību un publiski pieejamajiem datoriem, kas uz noteiktu laiku ir izmantojami ikvienam.

Cilvēkresursi jeb potenciālie attālinātā darba veicēji Mazsalacas novadā

Novada iedzīvotāju pamatnodarbošanās visbiežāk ir nozarēs, kurās ir grūti vai nav iespējams ieviest attālinātā darba formu nozares specifikas dēļ (mežsaimniecība, lauksaimniecība u.tml.). Puse no aptaujātajiem Mazsalacas vidusskolēniem vēlētos strādāt attālināti no mājām, taču viņiem šobrīd trūkst specifisku zināšanu. Attālināto darbu veic visbiežāk augstāko izglītību ieguvušie, līdz ar to visdrīzāk šī brīža vidusskolēni kā potenciālie attālinātā darba veicēji novadā varētu būt pēc vairākiem gadiem. Mazsalacas novadā ir iespējams apmeklēt vairākas apmācības, kas ir derīgas attālinātā darba veikšanai (svešvalodu kursi, datorapmācības, datoranimācija). Potenciālie attālinātā darba veicēji Mazsalacas novadā ir jaunieši un novada jaunieši, kuri studē citviet.

Secinājumi

1. Attālinātais darbs potenciāli var būt lauku iespēju struktūras veicinātājs, jo tas ļauj apvienot augsti kvalificētu darbu un atbilstošu atalgojumu ar dzīvi laukos.
2. Attālinātie darbi visbiežāk ir zināšanu ietilpīgie darbi, kurus veic augsti kvalificēti darbinieki ar augstāko izglītību. Ir vairāki amati, kuros ir nepieciešama vien sistematiska datu ievade un pamata zināšanas IKT lietošanā (zvanu operators, datu ievades speciālists u.tml.).
3. Attālinātā darba gatavību nosaka interneta pieejamība un pārklājums, nepieciešamo prasmju esamība un informācijas pieejamība par attālināto darbu, tā ieguvumiem un veikšanas iespējām noteiktā teritorijā. Turklāt, ne vienmēr, attālināti strādājot, ir nepieciešams ātrs internets.

4. Mazsalacas novads šobrīd potenciālajiem attālinātā darba veicējiem var nodrošināt interneta pārklājumu lielākajā daļā teritorijas (arī brīvpiekļuves interneta vietas bibliotēkās un pilsētas centrā), attālinātajam darbam vērtīgas apmācības, ieguldījumu attālinātā darba atpazīstamības veicināšanā, par to stāstot novada vidusskolā, pievienojoties līdzīgai iniciatīvai „Soho Solo” un izstrādājot novada zīmolu.
5. Attālinātais darbs Latvijā ir vēl gluži jauns vārdu salikums, tāpēc ir nepieciešama mērķtiecīgāka komunikācija par darba ieguvumiem, strādāšanas vietām, interneta pieejamību noteiktā teritorijā. Līdzīga iniciatīva „Soho Solo” darbotos, ja tiktu izveidota viena platforma, kur informāciju ievietot būtu aicinātas pašvaldības. Atsevišķu mājas lapu vai jaunas sadaļas izveidi jau esošajā novada mājas lapā būtu problemātiski un finansiāli grūti uzturēt vienas pašvaldības ietvaros.

Priekšlikumi

Lai par attālināto darbu zinātu un to saredzētu kā iespēju turpināt dzīvot laukos vai pārcelties uz laukiem, ir nepieciešams par to stāstīt vairākos līmeņos.

Skolas kā attālinātā darba informatīvais kanāls:

Iepazīstināt skolotājus un skolas vadību ar attālinātā darba jēdzienu, specifiku, attālinātā darba profesijām. Karjeras dienās un klases stundās iepazīstināt skolēnus ar attālināto darbu. Ļaut skolēniem iepazīt un pilnveidot attālinātā darba veicējam nepieciešamās prasmes, piem., laika plānošanas treniņi, e-pasta sūtīšana un koncentrēta teksta izveide, mārketinga zināšanas.

Pašvaldība kā attālinātā darba informatīvais kanāls:

Uzrunāt novadā jau esošos attālinātā darba veicējus, aicinot tos dalīties savā darba pieredzē ar citiem gan novada ietvaros, gan ārpus tā. Izvietot attālinātā darba veicēju veiksmes stāstus novada informatīvajos kanālos. Parādīt citiem Latvijas iedzīvotājiem, ka novada attālākais stūris ar nedaudz vājāku internetu ir lieliski piemērots darba veikšanai, piemēram, tulkotājiem, programmētājiem - tiem attālinātā darba veicējiem, kuriem ir svarīga klusa, mierīga darba vide un darba veikšanu neietekmē lēnāks internets. Novada vēstījumā iestrādāt informāciju par attālinātā darba iespējām un novada sniegto atbalstu (bibliotēkas kā daļēji attālinātā darba centri, WiFi vietas, tuvākās printēšanas, skenēšanas, kopēšanas iespējas, noderīgi apmācību kursi).

Vidzemes plānošanas reģions kā attālinātā darba informatīvais kanāls:

Veidot atsevišķu platformu/mājas lapu, līdzīgu kā „Soho Solo”, arī reģiona ietvaros būtu finansiāli sarežģīti. Turpretim, starp jau esošajām (Kultūras ziņas, VPR jaunumi, Jaunumi pašvaldībās, ES jaunumi utt.) ziņu sadaļām VPR mājas lapā izveidot papildu sadaļu „Attālinātā darba jaunumi pašvaldībās” nebūtu tik laikietilpīgi un finansiāli pārmērīgi. Jau šobrīd VPR darbojas princips, ka katra pašvaldība iesūta preses relīzes, kuras VPR sabiedrisko attiecību speciālisti publicē mājas lapā. Ja tiktu izveidota šāda sadaļa, tā ļautu jaunienācējam ērti atrast informāciju par piemērotāko Vidzemes novadu attālinātā darba veikšanai. Pašvaldību uzdevums būtu regulāri sniegt informāciju.

Vidzemes plānošanas reģionam ir potenciāls būt informācijas nodošanas starpniekam starp pašvaldībām, skolām un jaunienācējiem Vidzemes reģionā, uzsverot attālinātā darba vērtību lauku apdzīvotībai. Pašvaldībām sadarbojoties, attālinātā darba forma var kļūt vairāk atpazīstama un pievilcīga jaunienācējiem reģionā.

Avotu saraksts

1. Krišjāne, Z., Lāce, T. (2012) *Emigrācijas un pilsētas-lauku migrācijas sociālā ietekme Centrālajā un Austrumeiropā.*[tiešsaiste]. 2.lpp. Pieejams: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8855&langId=lv> (aplūk. 20.12.2013.).
2. *Mazsalacas novada attīstības programma 2012.-2018. (2012) 1.daļa. [tiešsaiste]* 18,23.lpp., 122.,187.lpp. Pieejams:<http://www.mazsalaca.lv/lv/sadala/projekti/attistibas-planosanas-kapacitates-paaugstinasana/attistibas-programmas-izstrade> (aplūk. 27.04.2014.).
3. RTU, mājas lapa, sadaļa Projekti. Pieejams: <http://ievf.rtu.lv/content/view/2691/1610/lang,lv/> (aplūk. 20.10.2013.).
4. Vidzemes plānošanas reģions (2014) *Labo prakšu ieviešanas plāns ģeomātikas rīku pielietošanai Vidzemes plānošanas reģionā.* [tiešsaiste], 39.-41.lpp. Pieejams:http://www.vidzeme.lv/lv/labopraksu_ieviesana_plans_geomatikas_riku_pielietosana_vidzemes_planosanas_regiona/ (aplūk. 11.02.2014.).

