STUDĒJOŠO ZINĀTNISKI PĒTNIECISKO RAKSTU KRĀJUMS

Sējums 8

KULTŪRA UN MĀKSLA

Rīga 2021

Studējošo zinātniski pētniecisko rakstu krājums, 2021(8)

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

Studējošo zinātniski pētniecisko rakstu krājumā ir iekļauti Ekonomikas un kultūras augstskolas (EKA) un Alberta koledžas (AK) studējošo un absolventu valsts pārbaudījuma darbu fragmenti, kā arī EKA, AK un citu augstskolu studējošo zinātniskie raksti, kas tika iesniegti uz **Studentu starptautisko zinātniski praktisko konferenci „Studējošo pētnieciskā darbība: teorija un prakse'2020"**.

Sējumā ir iekļauti raksti, kuros ir atspoguļoti Ekonomikas un kultūras augstskolas un Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijas studējošo veikto pētījumu rezultāti kultūras un mākslas jomā.

Rakstu krājuma galvenā redaktore:

Jeļena Titko / Ekonomikas un kultūras augstskola

Rakstu krājuma redaktori:

Oksana Lentjušenkova / Ekonomikas un kultūras augstskola

Staņislavs Keišs / Ekonomikas un kultūras augstskola

Inga Šīna / Ekonomikas un kultūras augstskola

Vita Zariņa / Ekonomikas un kultūras augstskola

Jeļena Budanceva / Ekonomikas un kultūras augstskola

Nataļja Verina / Ekonomikas un kultūras augstskola

Vita Stiģe-Škuškovnika / Alberta koledža

Kaspars Šteinbergs / Alberta koledža

Jurijs Radionovs / Ekonomikas un kultūras augstskola

Sandra Tetere / Alberta koledža

Marta Kontiņa / Alberta koledža

Ilze Blauberga / Alberta koledža

© Ekonomikas un kultūras augstskola, 2021

© Alberta koledža, 2021

Izdevējs:

Ekonomikas un kultūras augstskola

Lomonosova 1/5, Rīga, LV1019, Latvija

SATURS

Baiba Uzulnīka. KĀZU PLĀNOŠANAS PALĪGRĪKA SATURA STRUKTŪRAS UN GRAFISKĀ DIZAINA IZSTRĀDE 4

Inta Strode. SKOLOTĀJA KALENDĀRA-PLĀNOTĀJA GRAFISKAIS DIZAINS 13

Ilona Pērkone. AUDUMU APDRUKAS DIZAINA ATTĪSTĪBA NO VĒSTURES LĪDZ MŪSDIENĀM 21

Aija Alhimionoka. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI 26

Beāte Bole. CILVĒKU VAJADZĪBA PĒC IEPAZĪŠANĀS KLĀTIENĒ 37

Maruta Grāvīte – Indrāne, Kristaps Maļarčiks, Krists Miļevskis, Edijs Roberts Judrups. JAUNIEŠU BEZDARBS RADOŠAJĀS INDUSTRIJĀS COVID-19 PANDĒMIJAS IESPAIDĀ 43

Elīza Kalniņa, Antra Salmgrieze, Alina Žitkeviča. LATVIJAS IEDZĪVOTĀJU IZPRATNE PAR LIKUMPROJEKTA PAR SATVERSMES 110. PANTA GROZĪJUMU IETEKMI UZ LATVIJAS ĢIMENĒM 52

Karlīna Druviņa, Signija Liepiņa. TIRANIZĒŠANAS IZPLATĪBA SKOLAS VIDĒ 60

Ance Pērkone. PERSONĀLA APMĀCĪBU PROCESS LATVIJAS SPORTA ORGANIZĀCIJĀS 67

Anete Karlīna Pole, Ieva Marija Galzone, Una Daniela Aizgale. COVID-19 PANDĒMIJAS IETEKME UZ KLĀTIENES STUDIJU FORMĀTA STUDENTIEM 81

Rūta Rotbaha, Ilze Ķirkuma, Loreta Kaliksone. KĀ STRĀDĀT AR Y PAAUDZI KULTŪRAS NOZARĒ 90

Nikola Elizabete Zonberga. PĒTĪJUMS PAR AIZSARGMASKU NĒSĀŠANAS PARADUMIEM COVID IEROBEŽOJUMU LAIKĀ 102

Baiba Uzulnīka. KĀZU PLĀNOŠANAS PALĪGRĪKA SATURA STRUKTŪRAS UN GRAFISKĀ DIZAINA IZSTRĀDE

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, Profesionālās augstākās izglītības maģistra studiju programma "Dizains"

baibauzulnika@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: asociētā profesore, Dr.paed., Mg.art, Mg.sc. ing., Aina Strode

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: pasākumu organizācijas dizains jeb pasākumu menedžments ietver vairākas komponentes – pasākuma koncepcijas izstrādi, situācijas analīzi, pasākuma vietas un vides dizainu, sadarbību ar radošo personālu, mēdijiem, pakalpojumu piegādātājiem, pasākuma budžeta apzināšanu utt. Pasākumi ir mūsu dzīves sastāvdaļa, un ar to sagatavošanas un organizēšanas nepieciešamību saskaras arī tie, kam nav gūta profesionālā pieredze pasākumu menedžmenta jomā. Spilgts piemērs ir kāzas. Kāzu rituāls ir vēsturiski sena tradīcija, kā Latvijā, tā arī visā pasaulē. Šo svinību plānošana un organizēšana prasa neizmērojami daudz laika un resursu, tādēļ, lai jaunais pāris spētu šos svētkus plānot paši, ir nepieciešama palīdzība, kas ļautu pārdomāt un vadīt kāzu sagatavošanas procesu līdz sīkākajai detaļai. Nepieciešamība kāzu svinību plānošanas procesa atvieglošanai, noteica vajadzību kāzu plānošanas rīka dizaina izstrādei. Šāda palīgrīka galvenais uzdevums ir nodrošināt atbilstošu plānošanas secību, ērtu, saprotamu rīka lietošanu, kā arī praktiskus padomus un ieteikumus personām, kurām nav iepriekšējas pieredzes svētku organizēšanā.

Pētījuma mērķis: kāzu tradīciju vēstures izpēte un kāzu plānošanas palīgrīka satura struktūras un dizaina izstrāde.

Pētījuma metodes: teorētiskās - literatūras un interneta avotu izpēte; empīriskās - aptauja; pētījumā iegūto datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: veikta kāzu tradīciju izpēte, lai veiksmīgāk izstrādātu mūsdienām aktuālu palīgrīku kāzu svinību plānošanai. Aptaujas rezultāti ļauj secināt, ka, ja jaunajiem pāriem būtu bijis šāds kāzu plānošanas palīgrīks – tas būtu atvieglojis svinību organizēšanas un plānošanas procesu.

Atslēgas vārdi: pasākumu organizācijas dizains, kāzu tradīcijas, dizains, palīgrīks.

Ievads

Svētki, pasākumi un dažādas svinības cilvēku dzīvē ieņem nozīmīgu lomu jau kopš seniem laikiem, tā vairs nav tikai tradīciju īstenošana, bet gan izklaides industrija, kas tāpat ir arī bizness. Mūsdienās pasākumi kļūst aizvien daudzveidīgāki, gan pēc to nozīmes, gan īstenošanas mērķa.

Pasākums ir dažādu cilvēku vai masu sanākšana kopā, lai īstenotu kādu noteiktu mērķi vai misiju. Apzinoties pasākuma mērķi, var izplānot un vai organizēt tā notikumu gaitu.

Elementi, kas raksturo pasākumu, ir šādi: ierobežots laiks – ar noteiktu sākumu un beigām, noteikts mērķis, organizēta, plānota gaita (šis punkts ietver arī noteiktas tradīcijas un rituālus, atkarībā no pasākuma veida), atbilstoša norise (Freibergs, 2020, 15. lpp.).

Pasākumu plānošana ir organizēšanas process, kurš sevī ietver ne tikai svinību plānošanu, bet arī sapulču vai publisku pasākumu, ceremoniju, ekskursiju vai jebkura cita procesa

īstenošanu. Šie procesi var būt dažāda lieluma, ilguma vai nozīmes, taču visi sastāv no daudzām mazām komponentēm, kuras ir savstarpēji saistītas un nozīmīgas. Tā var būt budžeta plānošana, pasākuma programmas izveide, pasākuma runu un tekstu izstrāde, vietu un aprīkojuma piemeklēšana, īstenošanas risku apzināšana, koordinēšana, saskaņošana, transportēšana, vizuālā noformējuma vai dizaina izstrāde u.c.

Viens no spilgtākajiem pasākumiem, kuru mūsdienās piedzīvo gandrīz katrs, ir kāzas. Kāzas ir visizplatītākais un strukturāli komplicētākais pasākumu veids (Freibergs, 2020, 67. lpp.). Tā ir tradīcija, kuras īstenošana atšķiras gandrīz katrā valstī ar savām īpatnībām. Pētot šī pasākuma īstenošanas organizāciju, radās nepieciešamība veikt padziļinātu izpēti kāzu svinēšanas vēsturē, tradīcijās un organizēšanas īpatnībās, lai izveidotu svētku organizēšanas palīgrīka dizainu, kas atvieglotu svētku organizēšanu arī personām bez iepriekšējām zināšanām pasākumu organizēšanā.

Pētījuma mērķis: kāzu tradīciju vēstures izpēte un kāzu plānošanas palīgrīka satura struktūras un dizaina izstrāde.

Mērķa sasniegšanai izvirzītie uzdevumi:

- Atlasīt, izpētīt un analizēt tematam atbilstošus informācijas avotus un literatūru;
- Veikt aptauju par kāzu palīgrīka nepieciešamību un izmantošanu.

Pētījuma jautājums: Vai kāzu organizēšanai nepieciešams palīgrīks?

Pētījuma metodes: teorētiskās - literatūras un interneta avotu izpēte; empīriskās - aptauja; pētījumā iegūto datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: veikta kāzu tradīciju izpēte, lai veiksmīgāk izstrādātu mūsdienām aktuālu palīgrīku kāzu svinību plānošanai. Aptaujas rezultāti ļauj secināt, ka, ja jaunajiem pāriem būtu bijis šāds kāzu plānošanas palīgrīks – tas būtu atvieglojis svinību organizēšanas un plānošanas procesu.

Analītiskais apskats

Ģimenes nodibināšana Eiropā tika regulēta jau mūsu ēras pirmajos gadsimtos, sākot ar laulību aizliegumu tuvu radinieku starpā. Sāka pārraudzīt arī sievas iegūšanas veidus, cenšoties iznīdēt vecāko no tiem - līgavas zagšanu. Sākot ar 16. gadsimtu, izdoti, rīkojumi laulāties baznīcā (Latviskās sadzīves tradīcijas un godi, 1991, 120. lpp.).

Svētku un svinamo dienu rindā katras tautas dzīvē visredzamāko vietu ieņem tie brīži, kas saistās ar liktenīgajiem notikumiem cilvēku dzīvē: dzimšanu, precēšanu un nāvi. Gandrīz visām tautām to primitīvākā dzīves laikā šie notikumi savienoti ar dažādām svinībām un ceremonijām, ar daudzām paražām, ticējumiem un māņiem. Kāzu ceremonijas un dažādās paražas, kuras saglabājušās līdz mūsu dienām, nav cēlušās jaunākos laikos, bet tās ir nepārtraukts tautu dzīves attīstības process un sastāvdaļa no senvēstures līdz mūsu dienām; tās ir latviešu pašu dzīves sastāvdaļa, bet tajās ir arī aizņēmumi no kaimiņiem. Daudzās kāzu paražas cēlušās no senču īpašā dzīvesveida un ticējumiem, no reliģijas, kulta; tām vēlāk pievienojās kristīgās baznīcas ceremonijas un aizguvumi. Pirmatnējie ticējumi un paražas turpināja dzīvot blakus baznīcas svētkiem. Tāpat arī vecās kāzu un precību paražas pieskaņojās kristīgās baznīcas laulībām un kopā izveidoja to plašo kāzu ceremoniju ciklu (Tihovskis, 1993, 5.-6.lpp.).

Katrai tautai kāzu tradīcijas veidojās atsevišķi, pat novadu ieražas uzrāda raksturīgas īpatnības, bet nenoliedzama arī savstarpējā ietekme. Tā, latviešu kāzu tradīcijām daudz radniecīga ar somu, slāvu un baltu tautu paražām (Tihovskis, 1993, 7.lpp.).

1975. gadā izdotās grāmatas "*Latgaļu tradicijas*" (latgaliešu valodā) autors Pīters Zariņš detalizēti izklāsta pētījumu par kāzām vai kā viņš tās saucis – precībām turpmākajā atkāpē. Šī informācija ļauj salīdzinoši izvērtēt kāzu tradīcijas, kuras ir pazīstamas arī mūsdienās un kuras ir zudušas sabiedrības sociālo un ekonomisko izmaiņu rezultātā.

Latvijā senos laikos, kad vecāki bija nolēmuši, ka, dēlam pienācis laiks precēties, tie aprunājās ar dēlu, un vai viņš to gribēja, vai nē, tēvs ar māti bija jāklausa. Tad sākās sievas meklēšana, kur liela teikšana bija tieši vecākiem. Līgava tika meklēta pēc tās mantiskā stāvokļa, labās slavas un tā, kā viņa tika pieminēta tautās. Tāpat bieži vien rīkojās arī meiteņu vecāki. Lika meitai gatavot pūru un lūgt Dievu, lai tiktu pie laba vīra. Vecāki varēja vienoties par savu bērnu apprecēšanu pat bez to ziņas. Vēstures fakti min, ka šāda tradīcija sastopama gandrīz visās Eiropas valstīs.

Par to, ka meitai, vai dēlam tiek meklēts partneris, tika stāstīts visiem tuvākiem un tālākiem radiem, draugiem un kaimiņiem. Pēc tam, kad vecāki bija vienojušies par bērnu precēšanu, par to pastāstījuši arī visiem tuviniekiem, notika precības, jeb jaunietis brauca bildināt savu topošo līgavu un saderināties. Tas gan nenotika tik vienkārši, jo notika pārrunas par pūru, kas meitai sagatavots, aprunāta kopdzīve ar topošās sievas vecākiem, kā arī noslēgtas dažādas vienošanās. Pēc saderināšanās jaunais pāris devās pie baznīckunga, lai ziņotu par saderināšanos un atbildētu uz baznīckunga stingrajiem jautājumiem 3 nedēļu garumā pēc vienošanās. Tikai pēc tam tika atļautas kāzas.

Senākos laikos pastāvēja likums, ka, lai sarīkotu kāzas, sākumā bija jāsaņem atļauja no muižas vai dzimtas kunga. Tikai pēc tam sākās viesu ielūgšanas uz svinībām. Pirmajā vietā bija tuvākie radi, pēc tam līgaviņa puses citi viesi. Par vedējtēvu parasti izraudzījās to cilvēku, kurš ar līgavaini brauca precībās un vedējmāte bija viņa sieva vai kāda cita sieviete no viņa puses. Pārējie kāzu viesi bija tuvākie draugi un kaimiņi. Viesu bija tik daudz, cik varēja atļauties pēc turības. Mazāk turīgās kāzās piedalījās tikai tuvākie radi. Bez jau iepriekš minētajiem viesiem bija arī stāvmači, jeb čigāni – tie varēja būt pat pilnīgi sveši cilvēki, kas tika uzaicināti pavisam nejauši. Tie bija neoficiālie viesi, kas parasti svinības ieviesa vislielāko jautrību.

Pēc tam, kad jaunie trīs reizes bija apmeklējuši baznīcu un atbildējuši uz visiem jautājumiem, drīkstēja notikt kāzas. Kā jaunais pāris, tāpat arī visi ielūgtie viesi gatavojās, šujot tērpus, veidojot rotaslietas, raudzējot alu, spodrināja zirga pajūgus un krāsoja ratus, to visu darot, gatavojās kāzu dziesmu dziedāšanai. Pirms kāzu dienās, ar ziediem un bērzu zariem tika pušķoti vārti, pagalmi un istabas. Katoļi kāzu rītā, ģērbjot līgavu, skaitīja lūgšanas un dziedāja svētās dziesmas.

Līgavainis ar saviem radiem brauca pēc līgavas uz tās tēva māju, kur līgava bija jāizpērk. Pēc tam visi jaunie radi kopā devās uz baznīcu, lai salaulātos un pēc ceremonijas atgrieztos uz svinībām un dzīrēm līgavas mājā. No rīta, pēc kārtīgi nosvinētas nakts, tika apdāvināti līgavas radi un goda viesi, kā arī kāzu "amatu" ļaudis. Viss turpinājās jaunās sievas tēva mājā, kur istabā viņa atvadījās no vecākiem, tuvākajiem radiem un draugiem. Šis bija brīdis, kad bira skumju un atvadu asaras.

Pēc atvadām no jaunās sievas mājas, jaunie ar visiem ciemiņiem devās pie vīra uz viņa māju. Visi brauca kolonnā līdz izpušķotiem vārtiem, kur notika jaunās sievas laišana jaunajās mājās un ģimenē. Svinības parasti notika lielā šķūnī vai mājā, citreiz ārā. Bija muzikanti, dejas, dziesmas un citas tradīcijas. Pie ieejas galda istabā jaunos sagaidīja tēvs ar māti, ar sālsmaizi, tāpat kā sievas mājā. Tā vecāki deva jaunajiem savu svētību, un jaunie ieņēma savas vietas aiz pusdienu galda zem appušķotas svētbildes. Vedēji sēdēja katrs savā pusē pie jaunā pāra. Notika apdziedāšana tostu teikšana ar saucieniem "Rūgts, Rūgts!". Pēc

vakariņām notika mičošana. Senākos laikos tā notika klētīs, taču vēlāk lielākās istabās. Dažādos novados mičošana notika dažādi, taču Latgalē jauno sievu apsēdināja uz krēsla un pēc tradicionālas apdziedāšanas jaunā vīra māte noņēma sievas vainadziņu vai plīvuru un uzlika to sievas jaunākajai māsai, ja tāda bija, vai kādai citai jaunākai meitai, ja tā nebija iepriekš sarunāta, tad vainags vai plīvurs tika mests pūlī, un ķert drīkstēja tikai neprecētie vīrieši un sievietes. Noķērējs tika uzskatīts par nākamo precību kandidātu.

Pēc mičošanas notika jauno guldināšana un vietas taisīšana ar apdziedāšanu un jauno pavadīšanu. Tomēr kāzu istabā gaisma nenodzisa visu nakti, un pagalms neapklusa līdz rītausmai. No rīta jaunie tika modināti ar skaļu mūziku un dziesmām. Netrūka arī asprātīgu izteicienu un uzrunu. Pēc brokastīm notika pastaigas pa pļavām un saimniecību. Tika apdāvināti jaunā vīra radi un tuvinieki. Pēc trešās dienas pusdienām sākās jaunās sievas radi sāka atvadītie un doties atpakaļ uz mājām. Skanēja atvadu dziesmas, citreiz jaunā vīra radi bija sastrādājuši kādus jokus ar sievas radu zirgu iejūgiem vai ratiem.

Pēc kāzām, nākamajā svētdienā, notika atkāzas. Uz atkāzām brauca jaunās sievas vecāki un citreiz kāds radinieks, kas nebija bijis kāzās. Atkāzu laikā līgavas vecāki iepazinās ar meitas vīra saimniecību, sētu un laukiem. Tika apstiprināta radniecība ar jaunajiem radiem un kopīgi pavadīts laiks. Nākamā tikšanās notika jaunās sievas vecāku mājā (Zariņš, 1975, 75.-111.lpp.).

Šodien 21. gadsimtā Latvijā nepastāv stingri likumi kāzu norisei. Tā var būt laulību reģistrācija dzimtsarakstu nodaļā ar lieciniekiem, vai ceremonija baznīcā ar viesiem un svinību turpinājumu kādā viesu namā, vai laulību ceremonija jūras krastā, pirmais tosts un došanās kāzu ceļojumā. Tomēr tie, kas izvēlas svinēt kāzas ar viesiem, joprojām piekopj un savā kāzu scenārijā iekļauj dažādas tradīcijas, jeb noteiktu kāzu svinību scenāriju.

Ar mūsdienu kāzu tradīcijām, kas skatītas turpmākajā tekstā, var iepazīties populārajā interneta vietnē precos.lv, ko daudzi jaunie pāri skata, gatavojoties savam svarīgajam notikumam.

Kāzu diena parasti iesākas ar līgavas pošanos pirms došanās uz laulību ceremoniju baznīcā vai dzimtsarakstu nodaļā. Tas izraisa pozitīvu satraukumu, jo beidzot var uzvilkt kopš bērnības izsapņoto kāzu kleitu, uzlikt plīvuru un īstenot visas citas kāzām piederīgas lietas. Parasti talkā nāk mamma, māsas un labas draudzenes, kuras palīdz šajā procesā – aizdarina tērpa āķīšus, sasien lentītes, piekārto volānus un zeķu mežģīnes, uzvelk kurpes, apliek rotas. Ja telpas atļauj un saskaņā ar kāzu dienas scenāriju tas ir iespējams, tad māsas un draudzenes var posties vienlaikus ar līgavu. Šāda kopības sajūta pirms laulību ceremonijas nomierina, līdzās būšana palīdz izvairīties no nevajadzīgas panikas, kā arī līgava var sagaidīt noderīgus padomus no mammas vai draudzenēm, kas jau ir precējušās ("Līgavas ģērbšana", 2021).

Līgavas izpirkšanas tradīcijas ievērošanai ir daži nosacījumi, piemēram, kur un kā notiks laulības reģistrācija. Ja ceremonija notiek baznīcā un līgavainis pirms tās līgavu neredz, tad šāda izpirkšana izpaliek. Ja līgavas tēvs ved līgavu līdz altārim, kur to sagaida līgavainis, tad arī šī izpirkšana īsti neiederas. Bet, ja ir vēlēšanās, var noorganizēt līgavas izpirkšanu no vecākiem, un tad tētis savu meitu aizved līdz altārim. Ja laulības reģistrācija notiek dzimtsarakstu nodaļā, tad jaunais pāris jau ir kopā, un līgavas izpirkšana pirms tam mājās šajā gadījumā iederas. Lielākoties līgava kāzu priekšvakarā dodas pie vecākiem un paliek tur pa nakti, lai nākamajā dienā varētu līgavainim, neredzot gatavoties kāzām. Pirms laulību ceremonijas topošais vīrs brauc uz vietu, kur atrodas līgava, un viņam tā ir jāizpērk, izpildot dažādus uzdevumus, kurus iepriekš sagatavojuši vedēji vai kāzu vadītājs ("Līgavas izpirkšana", 2021).

Pēc laulību reģistrācijas ceremonijas, bieži vien jaunais pāris dodas kāzu izbraucienā, kad tam tiek organizēta individuāla fotosesija vai neliels pikniks divatā. Tikmēr viesi dodas uz svinību vietu, ja nav plānotas papildus izklaides bez jaunajiem, un sagaida jaunlaulātos tur ("Kāzu viesi svinību vietā pirms jaunā pāra", 2021).

Joprojām bieži vien tiek piekopta tradīcija kāzu dienā šķērsot septiņus tiltus. Katram no tiltiem tiek piešķirts nosaukums un pielāgotas atbilstošas izdarības no kāzu vadītājiem. Tiltu šķērsošana parasti ir kāzu process, kas seko pēc laulības reģistrācijas ceremonijas, kad viesi jaunlaulātos ir apsveikuši un visi nobildējušies kopbildē. Šī tradīcija tiek īstenota visiem kopā, dodoties uz svinību vietu, vai arī jaunais pāris dodas ar vedējiem nelielā izbraucienā bez viesiem. Tilts savieno divus upes krastus – divas dzīves, tilts ir arī pāreja no viena krasta uz otru, simboliska pāreja no cilvēka vienas dzīves posma uz citu, no stāvokļa „mans, tavs" uz stāvokli „mūsu". Kopīgi veiktie uzdevumi uz tiltiem simbolizē harmonisku vienotību – saskaņu starp diviem cilvēkiem ("Kāzu ceļojums pāri tiltiem", 2021).

Ceļā no ceremonijas līdz svinībām ir vēl viena tradīcija, kura bieži vien tiek īstenota – kāzu vārti. Kāzu goda vārti ir īpaša jaunā pāra aizkavēšana, lai, ar laba vēlējumiem, bagātinātu viņu kāzu dienas ceļojumu. Lai vārtu licēji jauno pāri laistu tālāk, jaunlaulātajiem ir jāveic dažādas darbības un jāatpērkas. Tā ir vispār pieņemta tradīcija, kas nozīmē svētību jaunajam pārim ("Kāzu vārti", 2021).

Ierodoties svinību vietā, jaunajam pārim tiek sagatavoti dažādi uzdevumi, kas balstās uz senajām kāzu tradīcijām. Vai tā ir ābolā košana, lai izzīlētu dažādus pareģojumus jaunā pāra kopdzīvei, vai šķīvja saplēšana, lecot tam virsū, lai noteiktu cik bērnu būs jaunajā ģimenē, kā arī sālsmaizes saņemšana, kuru pasniedz vecāki, lai simbolizētu svētību un labklājību, ko vecāki dod līdzi jaunajiem viņu tālākajā dzīves ceļā ("Jaunā pāra ieiešana kāzu svinību namā", 2021).

Kad izturēti visi pārbaudījumi, jaunais pāris vai vedēji viesus aicina pie kāzu svinību galda. Mielasta laikā tiek piekoptas arī dažādas tradīcijas, kas ir sveču iedegšana, kad to darīt tiek aicināti jauno vecāki un paši jaunlaulātie, pirmais tosts, pateicības vārdi vai atmiņu stāsti gan no viesu puses, gan no pašiem jaunlaulātajiem. Tam seko kāzu mielasts, tosti, spēles un atrakcijas, kas tiek piedāvāti, kā pie galda sēžot, tā arī ceļoties kājās un piedaloties, kāzu vadītāja iepriekš sagatavotajās izklaidēs. Laikā no svētku mielasta līdz mičošanai bieži vien ir arī kāzu valsis, jeb pirmā kāzu deja, kad to uzsāk jaunlaulātie un vēlāk pievienojas arī viesi. Šī deja bieži vien ir arī iepriekš iestudēta un apgūta, lai jaunlaulātie var justies brīvi un pārliecināti par sevi.

Mičošana ir tas brīdis, kad jaunlaulātie tā pa īstam kļūst par vīru un sievu jeb tiek uzņemti precēto ļaužu pulkā. Ir beigusies kāzu diena, un jaunlaulātie zaudē līgavas un līgavaiņa statusu. Mičošana parasti notiek pusnaktī, kad sākas jauna diena, krīt plīvurs un jaunie pāriet sievas un vīra kārtā. Nu pašiem jākurina savs ģimenes pavards, jādomā par saviem pēcnācējiem un jākļūst pilnīgi patstāvīgiem. Līgavai tiek noņemts plīvurs vai vainadziņš, un līgavainim piespraude. Kam šie aksesuāri tiek nodoti ir ļoti dažādi, pēc pašu vēlmēm – līgavaiņa mātei, tiek mests neprecētajām meitenēm un puišiem, atstāj par piemiņu līgavai u.c. Šie aksesuāri parasti tiek nomainīti pret kaut ko citu, kas simbolizē ieiešanu patstāvīgajā dzīvē, sievai tas ir priekšautiņš un lakats, taču vīram cepure ("Mičošana", 2021).

Pēc mičošanas notiek kāzu tortes griešana. Šis kāzu process sasaucas ar senajām latviešu tradīcijām, kad jaunā sieva cienāja viesus ar pašas ceptu maizi, bet citu tautu parašās tās bija īpašas saldās kūkas vai tortes. Pirmo tortes gabaliņu jaunie ēd kopā, pabaro viens otru, un aicina torti saņemt arī viesus. Pasniegšanas kārtība arī ir var būt iepriekš saplānota,

pasniedzot pirmos gabaliņus vecākiem un tad pārējiem, vai kūkas dalīšanu uzticot apkalpojošajam personālam ("Kāzu tortes dalīšana", 2021).

Ar vienu no svarīgākajām kāzu ieražām – jaunā pāra guldināšanu – noslēdzas pirmā kāzu diena. Tas ir brīdis, kad jaunlaulātajiem pēc satraukumu pilnās dienas ir ļauts palikt divvientulībā. Senos laikos šī bija pirmā nakts, ko jaunais pāris pavadīja kopā, – viņi devās pie miera, bet viesi dejoja līdz rītam, tā vēlot laimi un pārticību jaunajai ģimenei. Mūsdienās tas viss ir citādāk, taču tas neliedz šo tradīciju izmantot un pielāgot esošajam laikmetam. Guldināšanas rituālā piedalās visi kāzu viesi, pavadot jaunos ar dziesmām un labas nakts vēlējumiem ("Guldināšana", 2021).

Tas, ka jaunais pāris dodas gulēt agrāk, nenozīmē, ka viesi dara tāpat. Svinēšana turpinās līdz rītausmai ar dejām un dzīrēm. Nevar nepiebilst arī to, ka pārsvarā kāzas tiek svinētas divas dienas, līdz, ar ko viesiem tiek nodrošinātas arī naktsmītnes. Otrā svētku diena tiek pavadīta brīvā gaisotnē ar brokastīm, soļanku un dažādām nepiespiestām aktivitātēm.

Mūsdienu kāzu svinībās liela nozīme ir detaļām. Svarīgs ir kāzu dizains, tematika, noformējums, svinību vieta, kāzu kleita, budžets, ēdinātāji, muzikanti, fotogrāfs, ziedi, dekori un daudzi daudzi sīkumi, detaļas un risinājumi, jo tieši šie ir noteicošie elementi tajā, vai viesiem kāzas patiks, vai tās būs atšķirīgas no citām kāzām, kuras apmeklētas vai redzētas interneta vidē. Nevar aizmirst arī par pašu būtiskāko, kas ir jaunā pāra vēlmes, fantāzijas un izsapņotās detaļas, kurām jābūt kāzu dienā.

Sabiedrība, kuras attīstības pamatā ir bijusi sekošana tradīcijām apvienojumā ar jaunu iespēju meklējumu, nomainījusies ar sabiedrību, kuras pamatā tiek likti jaunā meklējumi. Vai tas ir labāk vai sliktā, to rādīs laiks. Tas, kas zūd, nenozīmē, ka pazūd pavisam (Kursīte, 2008, 6.lpp.).

Teorētiskās izpētes rezultātā var secināt, ka kāzu tradīcijas ir daļēji saglabājušās. Mūsdienās tās netiek organizētas secīgi līgavas un līgavaiņa mājās, bet ir viens pasākums, visbiežāk viesu namā, kas spēj uzņemt noteiktu viesu skaitu un nodrošināt telpas pasākuma norisei un naktsmājas. Jaunais pāris, sadarbībā ar pasākuma vadītāju, bieži vien izvēlas, kurus no tradicionālajiem rituāliem iekļaut programmā. Pēdējā desmitgadē īpaša uzmanība tiek pievērsta kāzu galda noformējumam, telpas interjera un eksterjera dizainam, vienotam viesu dreskodam, fotosesijai, lai iemūžinātu nozīmīgo pasākumu. Diemžēl mūsdienās, pārvēršoties par izklaides pasākumu, kāzas sāk zaudēt savu īsteno būtību – divu dzimtu iepazīšanos un apvienošanos. Tāpat teorētiskās izpētes rezultātā tika aptverts ļoti plašs informācijas apjoms par to, kas ir jāzina jaunajam pārim, lai realizētu savas sapņu kāzas, tomēr, personām, kuras iepriekš nav organizējušas pasākumus, to realizēt bez speciālistiem ir sarežģīti. Tieši tādēļ kāzu organizēšanas procesā ir nepieciešams palīgrīks, kas būtu pieejams ikvienai līgavai un līgavainim, lai realizētu un organizētu savas sapņu svinības.

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma procesa laikā tika veikta literatūras un interneta avotu izpēte. Tā ļāva padziļināti izpētīt un izzināt kāzu tradīciju vēsturi, paražu un ticējumu nozīmi, mūsdienu kāzu tradīcijas, kāzu svinību un organizēšanas gaitu.

Lai saņemtu atgriezenisko saiti, tika izveidota aptauja un pielietota elektroniskās aptaujas metode internetā anketas veidā. Aptaujas ietvaros respondentiem tika uzdoti jautājumi par kāzu organizēšanas jautājumiem, plāniem un iepriekšējo pieredzi, lai veiksmīgāk izprasu, vai kāzu plānošanas rīks ir nepieciešams mūsdienu tirgū.

Aptauja par kāzu plānotāja nepieciešamību kā palīgrīku kāzu organizēšanai, tika izplatīta *google forms* platformā. Anketa sastāvēja no 25 jautājumiem. Respondentu uzdevums bija atzīmēt savu atbildi, izvēloties no piedāvātajiem variantiem, vai arī ierakstīt citu atbildes formulējumu. Atbildes tika saņemtas no 20 respondentiem, vecumā no 20 līdz 30 gadiem, 65% no respondentiem ir precējušies, un 35% respondentu ir līgavas, kuras plāno kāzu svinības.

Pētījuma rezultāti

Uz jautājumu par to kā noritēja kāzu plānošanas un īstenošanas process, 76,9% respondentu atbildēja, ka kāzas plānoja paši un īstenošanu uzticēja atsevišķiem pakalpojumu sniedzējiem – dekoratori, vadītāji, ēdinātāji, muzikanti u.c., taču 23,1% atbildēja, ka kāzas plānoja paši, kā arī īstenoja paši ar tuvinieku palīdzību.

76,9%, jeb 13 no precētajām respondentēm bijušas kāzas ar laulību reģistrāciju vai ceremoniju un svinību turpinājumu, vienai laulību ceremonija ar pašiem tuvākajiem, bez svinību turpinājuma un divām sievietēm ceremonija vai reģistrācija ar lieciniekiem un bez svinību turpinājuma.

Aptaujas respondentiem tika uzdots jautājums, vai viņi zināja, ka grāmatnīcās un citos veikalos ir iespējams iegādāties kāzu plānotāju. 61,5% norādīja, ka zināja, 23,1% atbildēja, ka nezināja par tādiem, un 15,4% respondentu šādi plānotāji bija iegādāti. Respondenti, kuriem kāzu plānotāja nebija, uz jautājumu vai šādu kāzu plānotāju būtu iegādājušās, ja kāzas tiktu organizētas tuvākajā laikā, atbildēja, ka 63,6% iegādātos un 36,4% respondentu atturētos, un plānotāju nepirktu. Respondenti, kuriem kāzu plānotājs bija uz jautājumu, vai tas noderēja kāzu plānošanā 100% atbildēja, ka tas noderēja, un tie ieteiktu plānotājus iegādāties arī citiem pāriem, kuri plāno kāzas.

35% no respondentiem, kuri gatavojās kāzām, uz jautājumu – vai viņiem ir priekšzināšanas pasākumu plānošanā vai organizēšanā, atbildēja, ka 85,7% respondentu priekšzināšanu nav, un 14,3% ir nelielas zināšanas. 85,7% kāzu formāts būs laulību reģistrācija vai ceremonija un svinību turpinājums ar viesiem, un pārējiem respondentiem būs tikai laulību ceremonija vai reģistrācija ar pašiem tuvākajiem. 85,7% no respondentiem kāzas plāno paši, taču īstenošanu uztic profesionāļiem, kas ir atsevišķi pakalpojumu sniedzēji, un 14,3% respondentu kāzu plānošanu ir uzticējuši profesionālai aģentūrai.

Uz jautājumu – vai zinājāt, ka grāmatnīcās un citur iespējams iegādāties kāzu plānotāju, 28,6% respondentu atbildēja, ka zināja, tikpat nezināja, un arī tikpat plāno iegādāties, taču 14,3% plānotājs jau ir. 66,7% līgavu plānotājs, šķiet, kā nepieciešams rīks kāzu plānošanai.

Kopā no visiem 20 respondentiem tieši 60,1% uzskata, ka kāzu plānotājs palīdzēja vai palīdzēs veiksmīgākā kāzu plānošanā, 27,8% uzskata, ka plānotājs nav nepieciešams un pārējie izvēlējās atbildi "Grūti pateikt, jo neesmu to redzējusi".

Aptaujas respondentiem tika uzdots jautājums par to, kādas sadaļas būtu svarīgi iekļaut plānotājā, lai atvieglotu kāzu plānošanas procesu, sniegtu nepieciešamo informāciju un iemācītu arī kaut ko jaunu, vai piešķirtu pievienoto vērtību šādam rīkam (1.tabula.).

1.tabula. Sadaļu uzskaitījums kāzu plānotājam/ rīkam (Avots: autora apkopojums)

Sadaļu uzskaitījums kāzu plānotājam/rīkam
Līgavas un līgavaiņa gaumes, vēlmju un interešu izzināšana, sadaļa iepazīt vienam otru vēl ciešāk
Ieteikumi kāzu organizēšanai – kāzu dienas secības un aktivitāšu apraksts

Budžeta plānošana
Laika grafiks aktivitāšu secīgai plānošanai
Kalendāra izveide, iezīmēšana ar datumiem un uzdevumiem
Uzdevumu sadaļa
Dažādu pakalpojumu sniedzēju, profesionāļu saraksts
Sadaļa vizuālajiem materiāliem – bildēm, attēliem

100%, jeb visi aptaujas respondenti aptaujā uz jautājumu – kas ir svarīgākais šādam kāzu rīkam, atzīmēja, ka svarīgs ir skaists dizains (2 tabula).

2. tabula. Kāzu palīgrīka dizaina nosacījumi (Avots: autora apkopojums)

Svarīgākais kāzu palīgrīkam/plānotājam
Mūsdienīgs skaists dizains, gan vizuāli, gan iekšpusē
Ērti saprotams un lietojams
Cena līdz 30EUR/gab.
Sadaļa, kur iespējams pievienot kāzu fotoattēlus, lai plānotājam būtu pievienotā vērtība, kā atmiņu grāmatai
Kalendāra izveide, iezīmēšana ar datumiem un uzdevumiem

Secinājumi

Veicot literatūras avotu izpēti un apkopojot pētījuma ietvaros gūtās, atbildes uz anketā uzdotajiem jautājumiem tika izdarīti šādi secinājumi:

1. Kāzu svinēšanai Latvijā daudzas vēsturiskās tradīcijas tiek interpretētas un izmantotas arī mūsdienu kāzu svinību organizēšanā.
2. Kāzu svinības ir zaudējušas savu vēsturisko nozīmi, kā divu dzimtu apvienošanos, un kļuvušas par pasākumu, kurā tiek izklaidēti viesi un īstenotas aktivitātes, kuras savā kāzu dienā izvēlas jaunais pāris, kopā ar kāzu pasākuma vadītāju.
3. No respondentu sniegtajām atbildēm uz aptaujas jautājumiem var secināt, ka respondenti uzņemas kāzu plānošanu bez profesionālu aģentūru starpniecības, jeb izvēlas dažādus pakalpojumu sniedzējus, kas īsteno nepieciešamo.
4. Kāzu plānošana ir komplicēts pasākums, kuru persona bez priekšzināšanām pasākumu organizēšanā, bieži vien nespēj saplānot bez profesionāļu palīdzības. Tas nosaka nepieciešamību izstrādāt kāzu palīgrīka - plānotāja struktūras saturu un dizainu, lai atvieglotu kāzu plānošanas procesu un dotu kopskatu par sagatavošanās darbu specifiku. To pierāda arī 61,7% no respondentiem, kas uzskata, ka kāzu plānotājs ir nepieciešams rīks kāzu plānošanai, kas atvieglos plānošanas procesu.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Guldināšana (2021). Elektroniskais resurss [skatīts 15.03.2021.]. Pieejams: https://www.precos.lv/lat/vedejiem/kazu-norise-soli-pa-solim/2419-11-guldinasana

Freibergs, Z. (2020). *Pasākumu vadīšanas māksla.* Rīga: Apgāds Zvaigzne ABC.

Jaunā pāra ieiešana kāzu svinību namā (2021). Elektroniskais resurss [skatīts 17.03.2021.]. Pieejams: https://www.precos.lv/lat/vedejiem/kazu-norise-soli-pa-solim/2414-6-jauna-para-ieiesana-kazu-svinibu-nama

Karaša, D. (1991). *Latviskās sadzīves tradīcijas un godi.* Rīga: Zinātne.

Kāzu ceļojums pāri tiltiem (2021). Elektroniskais resurss [skatīts 15.03.2021.]. Pieejams: https://www.precos.lv/lat/vedejiem/kazu-norise-soli-pa-solim/2412-4-kazu-celojums-pari-tiltiem

Kāzu tortes dalīšana (2021). Elektroniskais resurss [skatīts 15.03.2021.]. Pieejams: https://www.precos.lv/lat/vedejiem/kazu-norise-soli-pa-solim/2418-10-kazu-tortes-dalisana

Kāzu vārti (2021). Elektroniskais resurss [skatīts 15.03.2021.]. Pieejams: https://www.precos.lv/lat/vedejiem/kazu-norise-soli-pa-solim/2413-5-kazu-varti

Kāzu viesi svinību vietā pirms jaunā pāra (2021). Elektroniskais resurss [skatīts 15.03.2021.]. Pieejams: https://www.precos.lv/lat/vedejiem/kazu-norise-soli-pa-solim/2411-3-kazu-viesi-svinibu-vieta-pirms-jauna-para

Kursīte, J. (2008). *Kāzas Latgalē.* Rīga: Grāmatu apgāds Madris.

Kristapsone, S. (2008). *Zinātniskā pētniecība studiju procesā.* Rīga: SIA "Biznesa augstskola Turība".

Līgavas ģērbšana (2021). Elektroniskais resurss [skatīts 11.03.2021.]. Pieejams: https://www.precos.lv/lat/vedejiem/kazu-norise-soli-pa-solim/2408-1-ligavas-gerbsana

Līgavas izpirkšana (2021). Elektroniskais resurss [skatīts 15.03.2021.]. Pieejams: https://www.precos.lv/lat/vedejiem/kazu-norise-soli-pa-solim/2409-2-ligavas-izpirksana

Mičošana (2021). Elektroniskais resurss [skatīts 16.03.2021.]. Pieejams: https://www.precos.lv/lat/vedejiem/kazu-norise-soli-pa-solim/2417-9-micosana

Tihovskis, H. (1993). *Kāzu paražas Latgalē.* Rīga: Zinātne.

Zariņš, P. (1975). *Latgaļu tradīcijas.* P/s Latgaļu izdevnīceiba.

Inta Strode. SKOLOTĀJA KALENDĀRA-PLĀNOTĀJA GRAFISKAIS DIZAINS

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, profesionālā maģistra studiju programma "Dizains",

intao25@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr. paed., Mg. art, asoc. prof. Aina Strode

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Ikdienas darbu un ilgtermiņa darbu plānošana veicina laika taupīšanu, panākumu gūšanu un lielāku pašapziņu. Plānošana kā neatņemama uzdevumu un laika menedžmenta sastāvdaļa nozīmē sagatavošanos mērķu īstenošanai un laika strukturēšanu. Mūsdienās ir ļoti plašs kalendāru-plānotāju piedāvājums, katrs var izvēlēties sev atbilstoša veida, cenas un dizaina plānotāju. Daudzi uzņēmumi izstrādā kalendārus-plānotājus, kas ietver uzņēmuma vizuālo identitāti un citu specifisku informāciju, lai veicinātu korporatīvās piederības apziņu un atpazīstamību. Skolotāju darbs ir saistīts ar daudzveidīgu pienākumu veikšanu, noteiktos laika posmos. Tas nosaka nepieciešamību veikt regulāru dienas laika plānošanu un darba rezultātu pierakstus. Šim mērķim vairumā gadījumu tiek izmantots kalendārs-plānotājs. Lai atvieglotu plānošanas procesu, ietaupītu laiku un izmantotu kalendāru-plānotāju arī brīvo brīžu aktivitātēm, svarīgi izstrādāt ergonomisku, skolotāja darba specifikai atbilstošu kalendāra-plānotāja grafisko dizainu.

Pētījuma mērķis: izpētīt kalendāru-plānotāju uzbūves principus un grafiskā dizaina tendences vēsturiskā un mūsdienu kontekstā, analizēt skolotāju vēlmes, kas jāievēro, izstrādājot skolotāja kalendāra-plānotāja grafisko dizainu.

Pētījuma metodes: teorētiskā – literatūras un interneta resursu izpēte un analīze, empīriskā – aptauja.

Sasniegtie rezultāti: teorētiskās izpētes rezultāti apliecina, ka kalendāri-plānotāji laika gaitā no vēstures līdz mūsdienām ir pilnveidojušies gan kvalitātē, gan satura, formas un grafiskā dizaina izvēlē. Kalendārs-plānotājs, kas tiek lietots diendienā, ir kļuvis par nozīmīgu personiskās lietošanas dizaina priekšmetu. Aptaujas rezultāti apliecina kalendāra-plānotāja nepieciešamību skolotāja darba plānošanā. Skolotāja kalendārā-plānotājā jānodrošina tādas specifiskas informācijas ierakstus kā stundu saraksti, skolēnu saraksti ar vērtējuma ailēm, vieta piezīmēm katrai nedēļai, klašu stundu saraksti un pārbaudījumu plāni. Kā nozīmīgu kalendāra sastāvdaļu skolotāji uzskata tā grafisko noformējumu, kas ir saistošs arī brīvo brīžu pavadīšanas laikā.

Atslēgas vārdi: skolotāji, laika menedžments, kalendārs-plānotājs, grafiskais dizains.

Ievads

Laika menedžments – ir tehnoloģija, kas palīdz izmantot laiku saskaņā ar saviem mērķiem un vērtībām. Laiks ir vienīgais resurss, ko nevar uzkrāt, līdz ar to, laika menedžmentam var likt vienādības zīmi ar dzīves menedžmentu, kas mūsdienu dzīves ritmā ir ļoti būtisks.

Laiks tiek plānots neatkarīgi no tā, vai cilvēks to dara apzināti vai neapzināti. Kādi faktori ietekmē to, kā cilvēka laiks tiks saplānots? Nozīmīga ir apzināta sava personiskā laika plānošana, jo tādā veidā cilvēks pats ir noteicējs pār savu laiku, un to, kā laiks tiks izmantots. Laika plānošana sniedz arī stabilitātes un kontroles sajūtu pār situāciju, jo plānojot laiku, vienmēr tiek ieplānots rezerves laiks, kādu procesu izpildei, kā arī laika plānošanā būtisks apstāklis ir elastībai, jo nav iespējams visu ieplānot, ir daudzi ārēji faktori, kas var ietekmēt

ieplānoto (Sila, 2019). Laika vadīšana ir saistīta ar sevis vadīšanu, savu atbildību par to, kā tiek izmantots laiks savā dzīvē un darbā (Bayraktar et al., 2017).

Darba laika organizēšanas tehnoloģijas un līdzekļi atšķiras ar informācijas fiksēšanas principiem un lietošanas tehnikām. Tehnoloģiju laikmeta elektronisko ierīču izmantošanas pētījumi norāda to plusus - faktiski neierobežotas izmantošanas iespējas, kas ļauj dzēst, pārvietot un kodēt datus (Richmond, 1999). Tomēr, tiek atzīmēti arī mīnusi, kas piemīt elektroniskajiem plānošanas rīkiem. Tie ne visiem un ne vienmēr ir pieejami, ir uzmanīgi jāievada dati, tā ir piesaiste konkrētai programmatūrai un informācijas izklāsts notiek tikai noteiktajās pozīcijās un kārtībā.

Salīdzinoši, neatņemami plusi ir plānotājiem papīra formātā – to īpašnieki nav iepriekš jāapmāca lietošanā, jebkurā vietā var pievienot skices, idejas, attēlus, zīmējumus u.c. nepieciešamo informāciju. Kā mīnusi tiek minēti - grāmatas svars, pazaudēšanas iespējas, nav iespēju dzēst kļūdaini ievietotu informāciju u.tml. (Sharma, 2019).

Pētījumi liecina, ka laiku var izmantot efektīvāk un produktīvāk, ja veic ierakstus laika plānošanas žurnālā, kur atzīmē prioritāros uzdevumus, veido uzdevumu sarakstu un organizē to izpildi (Claessens et al., 2007).

Kalendārs-plānotājs skolotājiem var palīdzēt mērķtiecīgi organizēt dienas notikumus. Dažādu specifisku, skolotāja darbam paredzētu, nodaļu ievietošana, padara to par parocīgu darba rīku, kas palīdz organizēt un atvieglot daudzveidīgiem darba uzdevumiem piepildītas dienas. Lai izveidotu šīs nodaļas un plānotāja izstrādē pielietotu uzdevumam vislabāk piemērotus materiālus, ir skaidri jāformulē skolotāju vēlmes un vajadzības.

Iepriekš veiktie pētījumi liecina, ka kalendārs-plānotājs ir ļoti svarīgs stundu plānošanā, jo tas palīdz skolotājam sastādīt un strukturēt mācību stundu grafikus. Bloku grafiki var uzlabot mācīšanos un apmācību, palielināt un uzlabot skolotāju darba efektivitāti (Canady, 1995). Mūsdienās ir iespējams izvēlēties dažādus plānošanas rīku veidus. Tehnoloģiju laikmetā daudzi priekšroku dod digitālajiem kalendāriem. Tomēr, pētījumi apliecina, ka grāmatas veida kalendārs-plānotājs ir lietderīgāks un motivējošāks nekā tā digitālā versija (McCarthy, 2013).

Pētījumi par kalendāru dizainu norāda, ka arī kalendāru dizainā vērojamas *simple design* tendences, kuras raksturo dizaina un vizuālā vienkāršība. Labs dizains mūsdienās tiek raksturots kā nepārspīlēts un nepiesārņots ar dažādiem izskaistinājumiem. Savukārt otrs fakts liecina par cilvēka grafiskā dizaina lietu uztveri, ko dēvē par *skeuomorph:* lietas, kas neveic kādu konkrētu funkciju, bet cilvēka uztverei tās ir patīkamas. Tas liecina par mākslinieciska grafiskā dizaina lomu kalendāru-plānotāju noformējumā (Dabner, Stewart, Vickress, 2017).

Pētījuma mērķis: izpētīt kalendāru-plānotāju uzbūves principus un grafiskā dizaina tendences vēsturiskā un mūsdienu kontekstā, analizēt skolotāju vēlmes, kas jāievēro, izstrādājot skolotāja kalendāra-plānotāja grafisko dizainu.

Pētījuma metodes: teorētiskā – literatūras un interneta resursu izpēte un analīze, empīriskā – aptauja.

Kalendāra-plānotāja dizains vēsturiskā un mūsdienu kontekstā

Pirmais kalendārs-plānotājs tika radīts 1650. gadā Itālijā un sākotnēji bija dēvēts par dienas kārtību rakstu (latīņu: *agenda* - "lietas, kas jādara"). Itālijas izdevēji ļoti lepojas ar to, ka tieši šeit ir vēsturiskā kalendāra-plānotāja dzimtene, un ilgu laiku Itālijas pilsēta Bergamo, kopā ar šīs provinces administratīvo centru Milānu, tika uzskatīta ne tikai par Eiropas, bet arī par

pasaules populārāko kalendāru-plānotāju ražošanas centru.

Tika uzskatīts, ka kalendārs-plānotājs liecina par tā īpašnieka statusu. Senos laikos pašu piezīmju grāmatiņu izgatavoja pēc pasūtījuma un uz vāka bija tā īpašnieka iniciāļi vai ģimenes emblēma. Vāks tika izgatavots no izturīgiem materiāliem, bet tā inkrustācijas segumam izmantoja zeltīšanas tehniku. Laikā no 17. gadsimta beigām līdz mūsdienām kalendāra-plānotāja klātbūtne liecināja par personas nozīmīgumu, kā arī liecināja, kalendāra-plānotāja īpašniekam ir kaut kas svarīgs pierakstāms. Tādi pieraksti varēja būt parādzīmes, akti, nodokļu rēķini un rīkojumi vadītājiem (McCarthy, 2013). Pētot kalendāru-plānotāju dizainu un tendences, dizaina aizsākumus var meklēt tieši Franklina plānotājos (skat. 1. att.). To struktūra un dizains ir saglabājies arī līdz mūsdienām.

1. att. Bendžamina Franklina plānošanas sistēma (Avots:

(https://franklinplanner.knoji.com/compare-vs/hottopic/)

Bendžamins Franklins (*Benjamin Franklin*) (1706.-1790.) bija politiķis, diplomāts, zinātnieks, izgudrotājs, žurnālists, biznesmenis un viens no ASV konstitūcijas autoriem. Franklins bija pārliecināts, ka savas dzīves notikumu kontrole nes cilvēkam dvēseles mieru. Visu savu dzīvi viņš mācījās, veltot daudz laika pašattīstībai. 20 gadu vecumā viņš izstrādāja uzskatu sistēmu, kurai sekoja visu savu dzīvi. Franklina sistēma ietvēra šādas norādes:

- Vērtības – fundaments, uz kura balstās visa mūsu dzīve.
- Globālais mērķis – izriet no dzīves vērtībām.
- Maksimāli vēlamais rezultāts - dzīves mērķis. Ja vērtības dod izpratni par jautājumu "kāpēc es vispār dzīvoju?", tad globālais mērķis dod izpratni par to, kā to sasniegt un atbild uz jautājumu – ko gribam atstāt pēc sevis?
- Mērķu sasniegšanas ģenerālplāns – instrukcija soli pa solim, kā sasniegt globālo mērķi.
- Ilgtermiņa plāns – plāns 3-5 gadiem (ziloņi).
- Plāns nedēļai, mēnesim – kā atsevišķi posmi ilgtermiņa plāna sasniegšanai.
- Plāns katrai dienai – sīkākais solis, kā sasniegt globālo mērķi (Sila, 2019).

Franklin Planner sistēmu var izmantot kā motivējošu failu krātuvi, vai arī kā norādi nākotnes plānošanai un mērķu sasniegšanai. Lielākajā daļā *Franklin* sistēmas kalendāru gada versijā ir iekļauti arī gada kalendāri vismaz pieciem gadiem; ikmēneša kalendāri

vismaz trim gadiem; un kārtējā gada lapas un saistītie mēneša kalendāri plānošanai. Lietojot kā kopēju paketi, sistēma nodrošina detaļu izsekošanu; parakstīto līgumu glabāšanu (īpaši, ja lapas tiek arhivētas); un uzņēmējdarbības un personīgo izdevumu uzskaiti nodokļu jomā.

Pirmo reizi Franklina dienas plānotāju 1984. gadā sāka ražot *Franklin International Institute*, *Inc.,* kas vēlāk kļuva par *Franklin Quest. Franklin Planner* pamatā ir uzņēmums *FC Organizational Products*, *LLC*, kas ir ekskluzīvs zīmola *FranklinCovey*® licenciāts visā pasaulē (Smith, 1987).

Pateicoties Franklina kalendāram-plānotājam, daudzi dizaineri ir pievērsušies plānotāju dizaina izstrādei, aktualizējot mūsdienu tendences. Piemēram, Anglijas dizaineru veidotais kalendārs-plānotājs *Ponderlily® Weekly Planner*, ar EKO stila auduma vākiem, kura galvenais uzdevums ir iedvesmot un rast iedvesmu. *Ponderlily* autori raksturo plānotāju ar vārdu "skaisti", jo tas atbalsta patērētāju vēlmi, lai kalendārs-plānotājs būtu stilīgs un vienkāršs lietošanā (skat. 2. att.).

2. att. *"Goal Digger Planner Classic - MiGoals"* (Avots: https://migoals.com/products/2021-goal-digger-planner-classic)

Kalendārs-plānotājs *"Goal Digger Planner Classic - MiGoals "* ir vēl viens klasiskā dizaina paraugs, kas tiek izgatavots Austrālijā. Kā atzīmē tā izstrādātāji – "Pats galvenais, ka jums ir personīgās attīstības rīks, kas palīdz dzīvot mērķtiecīgu dzīvi. Padomājiet par to, kā par savu personīgās dzīves treneri, kas koncentrējas uz mērķiem, mudina veidot pozitīvus ieradumus un dod jums iespēju rīkoties, lai sasniegtu savus sapņus" (skat. 3. att.).

3. att. *"Goal Digger Planner Classic - MiGoals "* nedēļas atvēruma izkārtojums (Avots: https://migoals.com/products/2021-goal-digger-planner-classic)

Līdz 20. gadsimtam darba laika plānošana tika veikta, izmantojot primitīvas metodes: piezīmes, uzdevumu sarakstus utt. Pagājušā gadsimta sākumā, līdz ar uzņēmējdarbības attīstību, tika plaši izplatīti jauni rīki, lai atvieglotu vadītāja laika plānošanas darbu. Ideja, pielāgot mājsaimniecības kalendāru biroja darbiem, radās 19. gadsimtā un 1870. gadā materializējās, kā vaļēju lapu kalendārs. Katrai dienai tika piešķirta viena kalendāra lapa, kurā bija norādīts datums, diena, mēnesis un gads. Brīvas vietas piezīmēm ļāva veikt nepieciešamās atzīmes: sarunas, sanāksmes, izdevumi, sanāksmes. Gandrīz gadsimtu galda kalendārs ir bijis galvenais vadītāju laika plānošanas rīks.

Ideja apvienot kalendāru, piezīmju grāmatiņu un tālruņu grāmatu vienā ērtā rīkā, tika veiksmīgi realizēta 1921. gadā "organizatora" (no angļu val. - *organizer*) formā. Turpmākā rīka uzlabošana tika veikta, mainot formātu, dizainu, papīra kvalitāti un ārējo apdari. Šeit vienā rīkā tika apvienoti datu nesēji un tehniskie līdzekļi (kalendārs, piezīmju grāmatiņa, adrešu un tālruņu grāmata, vizītkaršu turētājs, pildspalva, kalkulators). Tajā pašā laikā nebija skaidras ierakstu klasifikācijas un sistematizācijas (Enkuri efektīvai iesaistei…, b. g.).

Mūsdienu izpratnē biznesa piezīmju grāmata ir paredzēta ikdienas lietvedības, plānu, rezultātu un citu ar personas vai uzņēmuma/ organizācijas ikdienas vai ar uzņēmējdarbību saistītu dokumentu reģistrēšanai.

Slavenais "laika menedžeris" tika izveidots Dānijā, 1975. gadā. "Laika menedžeris" īstenoja ideju par mērķtiecīgu personīgo rezultātu plānošanu, pamatojoties uz tipisku funkciju klasifikatoru ("galvenie uzdevumi") un globālo notikumu īstenošanas tehnoloģiju ("ziloņu uzdevumi"). Tajā pašā laikā "laika pārvaldnieka" izmantošana izrādījās pieņemama tikai cilvēkiem, kuri bija organizēti un disciplinēti pēc būtības, turklāt apmācībai un apguvei bija nepieciešami ievērojami finanšu izdevumi. Neskatoties uz to, šāda veida "organizatora" nosaukums - "laika menedžeris" - ir kļuvis par vispārpieņemtu vārdu un šodien apzīmē vispārēju pieeju laika aktīvai izmantošanai kā vadības resursam (Enkuri efektīvai iesaistei…, b. g.). Mūsdienu kalendāra-plānotāja un tā lietošanas tradīcijas ir kļuvušas plaši izplatītas. Uzdevumu saraksta un laika plānošanas princips ir ieviests daudzās laika pārvaldības jomās, piemēram, projektu vadībā.

Neskatoties uz lielo dažādību, vispopulārākais ir kalendārs-plānotājs grāmatas veidā, cietajos vākos, kas izgatavoti no mīkstas ādas. Parasti tajā tiek ievietota arī papildus informācija - telefona sakaru kodi, attālumu tabulas starp vietējiem reģionālajiem centriem, mērvienību pārveidošana, starptautiskās brīvdienas utt. un datētām dienasgrāmatām, sagatavotas gada, mēneša, nedēļas un dienas grafiku lapas.

Tradicionālākie kalendāra-plānotāja formāti:

- A4 - darbvirsmas versija, jo šādas grāmatas līdzņemšanai uz sanāksmēm un biznesa sarunām ir neērtas.
- A5 - vispopulārākais formāts, jo atvieglo grāmatas ievietošanu portfelī vai somā.

Papildus izmēram, kalendāra-plānotāja izgatavošana ietver to iekšējā satura izstrādi. Papīrs tiek ņemts ar blīvumu 70-80 g/ m^2, krāsu shēma visbiežāk ir balta vai krēmkrāsas.

Latvijā arvien populārāki kļūst plānotāji, kas ne tikai kalpo par palīgu laika plānošanā, bet ietver sevī arī relaksācijas un iedvesmas elementus. Ja agrāk vairāk tika vērtēts plānotāja praktiskums un funkcionalitāte, tad šodien tas ir aksesuārs, ar noteiktu dizaina stilu, kas raksturo tā lietotāja gaumi un statusu. Cilvēki ir gatavi maksāt par noformējumu – tādēļ

arvien vairāk zīmolu un sabiedrībā zināmu personību sāk radīt savus plānotājus, kas ir daudz pievilcīgāki un personiskāki par klasiskajām gadagrāmatām (Dizaina plānotāji, 2015).

Attīstoties uzņēmējdarbības videi, dažādās valstīs, kalendārs-plānotājs, sākot no personīgā produkta, ko pārdod mazumtirdzniecības ķēdēs, tiek izmantots arī kā biznesa suvenīrs, ko parasti uzņēmuma vārdā pasniedz labākajiem klientiem vai partneriem. Reklāmas aģentūras ir apguvušas dažādas zīmolu veidošanas un ekskluzīvas kalendāra-plānotāja izgatavošanas metodes, lai uzsvērtu uzņēmuma tēlu, kā arī dāvanas vērtību un cieņu pret personu, kurai šāda dāvana tiek pasniegta.

Mūsdienās alternatīva kalendāram-plānotājam grāmatas formātā ir daudzveidīgi rīki personīgā un darba laika plānošanai, sākot no līdzīgi izmantotajiem dienas plānotājiem līdz mobilajām lietojumprogrammām.

Skolotājiem paredzētie kalendāri-plānotāji arī var tikt attiecināti uz noteiktas profesionālās darbības - pedagoģijas specifisko jomu. Tā sastādīšanā skolotājiem nozīmīgie aspekti tiks noskaidroti aptaujas rezultātu analīzē.

Pētījuma metodoloģija

Rakstā apkopoti dizaina produkta izstrādes procesa pirmā posma - priekšizpētes rezultāti, t.i. teorētiskā izpēte - kalendāru-plānotāju dizaina attīstības apskats un empīriskā izpēte – aptauja. Aptauja, kas notika ar anketēšanas palīdzību, tika veikta ar mērķi, noskaidrot kalendāra-plānotāja lietotāju vēlmes un vajadzības. Tika izveidota anketa ar 10 jautājumiem. Pētījums notika no 2020. gada februāra līdz martam. Anketa tika izveidota elektroniski un izplatīta ar *Google* platformas palīdzību. Anketēšanā piedalījās 26 skolotāji, vecumā no 23 līdz 60 gadiem. Visas 26 anketas tika atbilstoši aizpildītas un tika izmantotas pētījuma rezultātu apkopošanā.

Pētījuma rezultāti

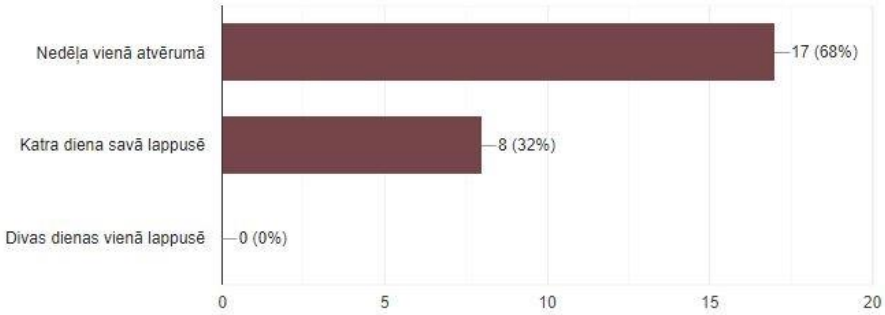
Izvērtējot jautājumu "Vai ikdienā Jūs izmantojat kalendāru-plānotāju?", atbildes sagrupējās šādi: 52%- jā, katru dienu, 32% - dažkārt, savukārt 16% kalendāru-plānotāju ikdienā neizmanto. Kopumā, var secināt, ka kalendārs-plānotājs ir būtisks skolotāju ikdienas darbu plānošanas rīks.

Uz jautājumu: "Vai izvēloties kalendāru-plānotāju, pievēršat uzmanību grafiskajam noformējumam (šrifts, attēli)?", 79.2% respondentu atbildēja pozitīvi un pārējie 20,8% - negatīvi. Tas nozīmē, ka skolotājam ir būtisks kalendāru-plānotāju grafiskais dizains, tā vizuālais tēls.

Atbildot uz jautājumu "Vai kalendārā-plānotājā ir svarīgi ievietot papildus informāciju vai interaktīvas darbības iespējas, piemēram, spēles vai iedvesmojošus citātus?", respondenti izvēlējās arī, cik bieži to gribētu skatīt. Skolotāju atbildes nebija viennozīmīgas. Populārākā atbilde, ko izvēlējās 36% respondentu, apliecina, ka ir svarīgi, līdzās darba plānošanas lapām, skatīt iedvesmojošus citātus vai saistošus attēlus katras nedēļas atvērumā (skat. 4. att.).

4. att. Atbildes uz jautājumu "Vai kalendārā-plānotājā ir svarīgi ievietot papildu informāciju vai interaktīvas darbības iespējas?" (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Būtiskākais jautājums, kalendāra-plānotāja iekšlapu dizaina izveidē, kas nosaka arī kalendāra-plānotāja grāmatas apjomu, ir nedēļas dienu izkārtojums. Lielākā daļa respondentu (68%) izvēlējās redzēt nedēļu vienā atvērumā, jo tas ļauj pārskatīt nedēļas plānu kopumā (skat. 5. att.).



5. att. Atbildes uz jautājumu "Kā Jūs vēlētos redzēt kalendāra atvērumu?" (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

Laika menedžmenta pamatelementi ir dzīves mērķu gradācija, vērtību apzināšana, darba un atpūtas laika līdzsvarošana, pašmotivācija, prioritāšu noteikšana, laika plānošana, deleģēšana, rīcības plāna un nepieciešamo resursu noteikšana.

Pirmais kalendārs-plānotājs radies vairāk nekā pirms četriem gadsimtiem un tika izmantots darba procesu, pārdomu un ikdienas uzdevumu pierakstīšanai.

Mūsdienu izpratnē kalendārs-plānotājs ir piezīmju grāmata, ar daudzveidīgu pielietojumu: no nedēļas uzdevumu pierakstīšanas līdz biznesa lietvedībai. Tas var būt datēts ar iepriekš noteiktiem datumiem katrai lapai vai bez datumiem, tikai ar nedēļas nosaukumu. Tas var būt piemērots konkrētu profesiju pārstāvju vajadzībām. Mūsdienu aktualitāte – oriģināla dizaina elementu izmantošana kalendāra-plānotāja noformējumā.

Izmantojot pētījuma rezultātus skolotāju kalendāra-plānotāja grafiskā dizaina izstrādē, tiks ņemtas vērā skolotāju vēlmes - papildināt iknedēļas darba plānošanas atvērumus ar saistošiem attēliem un interaktīvu darbību iespējām.

Skolotāja kalendārā-plānotājā jānodrošina tādas specifiskas informācijas ierakstus kā stundu saraksti, skolēnu saraksti ar vērtējuma ailēm, vieta piezīmēm katrai nedēļai, klašu stundu saraksti un pārbaudījumu plāni. Kā nozīmīgu kalendāra sastāvdaļu skolotāji uzskata tā grafisko noformējumu, kas ir saistošs arī brīvo brīžu pavadīšanas laikā.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Bayraktar, H. V., Dogan, M. C. (2017). Investigation of Primary School Teachers' Perception of Discipline Types They Use for Classroom Management. *Higher Education Studies*, *1*(7), 30-45.

Canady, R. L. (1995). *Block Scheduling: A Catalyst for Change in High Schools.* Full Text Available Eye on Education. eBook. 266p. Database: eBook Collection (EBSCOhost)

Claessens, B. V., van Eerde W., Rutte, C. G. Roe, R. A. (2007). *A Review of the Time Management Literature.* Elektroniskais resurss. [skatīts 20.02.2020]. Pieejams: https://www.researchgate.net/publication/228664480_A_Review_of_Time_Management_Literature

Dabner, D., Stewart, S., Vickress, A. (2017). *Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design.* Full Text Available Sam Warrington. eBook. 208p. Database: eBook Collection (EBSCOhost)

Dizaina Plānotāji. (2015). Elektroniskais resurss. [skatīts 02.02.2020]. Pieejams: https://www.alberts.lv/dizaina-planotaji-tendence-kas-atklaj-vizuala-tela-nozimibu/

Enkuri efektīvai iesaistei. Laika plānošanas rīki. (b.g.) Elektroniskais resurss. [skatīts 02.02.2020]. Pieejams: https://ik-ptz.ru/lv/diktanty-po-russkomu-yazyku--4-klass/yakorya-dlya-effektivnogo-vklyucheniya-v-rabotu-instrumenty-planirovaniya.html

McCarthy, M. A. (2013). *The Accidental Diarist: A History of the Daily Planner in America.* Full Text Available The University of Chicago Press. eBook. 199p. Database: eBook Collection (EBSCOhost)

Richmond, G. (1999). Block Scheduling: From Principles to Practice. Full Text Available *Book Report*. eBook. 14p. Database: eBook Collection (EBSCOhost)

Sharma, M. (2019). *Dating the Diary, Planning on Paper in the Digital Age.* eBook. 155p. Database: eBook Collection (EBSCOhost).

Sila, I. (2019). Laika plānošanas praktiski instrumenti. Elektroniskais resurss. [skatīts 02.02.2020]. Pieejams: https://lpva.lv/storage/files/kgDKNrnwONSCbh2b37ClvhDxK5OwQinXzrScwz9E.pdf

Марковича, Г. А. (2020). *История календаря в России и в СССР*. Elektroniskais resurss. [skatīts 02.10.2020]. Pieejams: http://grigam.narod.ru/kalend/kalen19.htm

Ilona Pērkone. AUDUMU APDRUKAS DIZAINA ATTĪSTĪBA NO VĒSTURES LĪDZ MŪSDIENĀM

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, profesionālā maģistra studiju programma "Dizains"

ilona.perkone@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr.paed., Mg.sc.ing., Mg.art. Asociētā profesore Aina Strode

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: pētot zinātniskās datubāzes tika atklāts, ka audumu apdruka ir pētīta minimāli, ir atrodami nelieli fakti un raksti, par to, kā audumu apdruka attīstījās vēsturiski.

Pētījuma mērķis: izpētīt audumu apdrukas attīstības vēsturi un analizēt mūsdienu audumu apdruku lietotāju vajadzības.

Pētījuma metodes: literatūras un interneta resursu izpēte un analīze, lietotāju anketēšana.

Sasniegtie rezultāti: zinātnisko rakstu izpēte ļauj secināt, ka audumu apdrukas attīstība vēsturiski ir strauji attīstījusies gan dizaina, gan tehnoloģiju jomā un to izmantošanas iespējas kļuvušas daudzveidīgākas. Audumu apdruka mūsdienās ir kļuvusi par svarīgu dizaina elementu.

Atslēgas vārdi: apdruka; dizains; audumi; audumu apdrukas vēsture.

Ievads

Cilvēka vēlme pēc skaistām lietām ir tikpat veca kā pati cilvēce. Par pirmo tekstilmateriālu apdruku, dekorēšanu un apdari var uzzināt no vēstures literatūras, sienu gleznojumiem alās, dažādām skulptūrām un keramikas figūrām. Audumu fragmenti atrasti izrakumos seno kultūru dzīvesvietās, kā arī gar senajiem karavānu ceļiem (Bērziņa, 1997).

Gadsimtiem ilgi audumu apdare bija mājsaimniecības nozare. Tā notika nelielās darbnīcās, pēc tam rūpnīcās. Audumus sākotnēji balināja saulē nedēļām un mēnešiem ilgi, krāsoja ar augu vai dzīvnieku krāsvielām.

Arheoloģisko tekstiliju pētniecībai Latvijā ir pietiekami gara, interesanta un nozīmīga vēsture. Šai jomā ir gūti ievērojami rezultāti, ko sekmējis atradumu klāsts un izpētes process (Žeiere, 2008).

Tikai 19.gadsimta otrajā pusē, kad jau bija noteikts dabisko šķiedru ķīmiskais sastāvs, iegūtas pirmās sintētiskās krāsvielas un sāka parādīties apdares tekstilmašīnas, kā atsevišķa tehnisko zinātņu nozare sāka attīstīties arī tekstilmateriālu apdares tehnoloģija. Izpēte ļoti cieši saistīta arī ar iegūto atradumu interpretēšanas mēģinājumiem – seno tērpu rekonstrukcijām gan zīmējumu, gan reāli tapušu tērpu un rotu veidā.

Raksta mērķis – izpētīt audumu apdrukas attīstības vēsturi un analizēt mūsdienu audumu apdruku lietotāju vajadzības.

Mērķa sasniegšanai izvirzītie uzdevumi:

- atlasīt, izpētīt un analizēt tematam atbilstošus informācijas avotus un literatūru;
- analizēt audumu apdrukas vēsturi;
- pētīt audumu apdrukas vēsturiskās īpašības un likumsakarības.

Audumu apdrukas vēsture

Vēlme īpašā veidā izcelt un rotāt apģērbu vai tā daļas, ar apdruku palīdzību, zināma jau ļoti sen un tā saistāma ar sociālās pašapliecināšanās nepieciešamību.

Mūsdienās apģērbi ar apdruku ir moderna cilvēka garderobes neatņemama sastāvdaļa. Rezultātu, ko agrāk panāca ar rokām apšujot, izrotājot un pielīmējot, tagad ir iespējams panākt vienā mirklī apdrukājot apģērbu.

Pētot zinātniskās datubāzes tika atklāts, ka audumu apdruka ir pētīta minimāli, ir atrodami nelieli fakti un raksti, par to, kā audumu apdruka attīstījās vēsturiski.

Audumu apdrukas vēsture sākās, kad cilvēki sāka apkrāsot paši sevi. Vēlāk viņi sāka apkrāsot arī audumus, kurus bija atklājuši un ar kuriem sāka sevi rotāt. Audumu apdrukas dzimtene ir austrumu valstis, jo Āzijā meklējama visgarākā vēsture saistībā ar apģērbu apdruku. Vissenākie atrastie apģērba iespiešanas bloki tiek datēti pat ar 3000 gadu pirms Kristus. Jau tad, kad 327. gadu pirms Kristus Aleksandrs Lielais iekaroja Indiju, sākās apdrukāto audumu neliela bet tomēr popularitāte. Tā kā lēnām arī tika atklāti tirdzniecības ceļi – audumi ceļoja uz Āziju, Ēģipti un Grieķiju. Otrajā gadsimtā audumi ieceļoja arī Eiropā un Āfrikā. Tajā pat laikā Ķīnā tika aizsākta ļoti skaista un smalka apģērba apdruka, izmantojot trafaretu metodes, ar ko ķīnieši iepazīstināja arī japāņus (Reiko, 2008).

Drukāšana uz auduma savu popularitāti guva, kad pastiprināti parādījās interese par raibiem mēbeļu audumiem. 17.gs. no Indijas vairumā sāka ceļot apdrukātie mēbelēm paredzētie audumi. Šie kokvilnas audumi tika ļoti bagātīgi krāsoti un tajos atspoguļojās eksotiskās floras un faunas skati. Importētie kokvilnas apdruku audumi ieguva popularitāti visā Eiropā un tika uzskatīts, ka tie apdraud zīda aušanas nozari. Šī paša iemesla dēļ, apģērba apdrukas bizness nebija veiksmīgs līdz 18.gs. Francija un Anglijā pat ar likumu aizliedza importēt un pat ražot apdrukātos audumus. Tomēr vēlāk Anglijā tiek atļauts apdrukāt audumus tikai un vienīgi eksportam, tā šī nozare varēja likumīgi attīstīties (Geijer, 2021).

Pirmā metode, lai zīmējumu pārnestu uz auduma - bija izmantot koka blokus, līdzīgi kā izmanto zīmogus. Šī metode atļāva uzspiest samērā smalkas apdrukas, taču bija nepieciešams sagatavot vairākus blokus – katru savai krāsai, kas sarežģīja procesu un lika meklēt citus risinājumus. Mazi laukumi, ko nespēja aptvert ar blokiem, tika aizkrāsoti ar roku (Social History, 2021).

Iegravētu vara plākšņu metode radās 1752. gadā Īrijā, drīz pēc tam to pārņēma arī Anglijā. Izmantojot vara plākšņu metodi, bija iespēja izstrādāt vēl smalkākas detaļas, gandrīz tādas pašas kā uzspiežot uz papīra, taču arī šai metodei bija mīnuss – vara plāksni varēja izmantot tikai vienā krāsā, tāpēc bija jāgatavo vairākas. Tehnikas tika apvienotas, taču process joprojām bija sarežģīts. Anglija bija vienīgā, kas izmantoja audumu apdruku ar vara plāksnēm, līdz 1759. gadā Francijā tika atcelts aizliegums izmantot šo tehniku (Reiko, 2008).

Ar veltņa tehniku pasaule tika iepazīstināta 18.gs. Vara veltnis deva ražotājiem iespēju apdrukāt daudz lielākus audumus, darīt to ar lielāku ātrumu, par zemākām cenām, tādējādi 19.gs. drukāto kokvilnas audumu apjoms ievērojami palielinājās (Vasiļjevs, 2012).

19.gs. arī attīstījās krāsvielu ķīmijas tehnoloģijas, radot apvērsumu audumu apdrukas jomā. Veidojās labāka izpratne par procesu, un pirmo reizi plaši pieejami kļuva rakstaini apģērbi. Ekstravaganto dekoru nomainīja vienkāršāki austi un uzdrukāti raksti, īpaši uz smalkiem

vilnas un kokvilnas audumiem.

20.gs. 30. gados, laikā, kad sieviešu apģērbu silueti kļuva sievišķīgāki, palielinājās audumu izvēle un parādījās rāvējslēdzējs, moderni kļuva atpūsties arī pludmalē – jūras motīvi bija populāra pludmales kostīmu audumu apdruka. Printi nereti bija speciāli izstrādāti platām biksēm. Tās bija paredzētas valkāšanai pludmalē vai atpūtai mājās. Citur bikses valkāt nebija piedienīgi (Reiko, 2008).

Četrdesmitie gadi nebija radošuma, bet vairāk funkcionālisma gadi. Šajos gados valdība bija noteikusi ierobežojumus cik daudz audumu sieviete drīkst pirkt, lai uzšūtu sev apģērbu. Kara laika sieviešu modē tekstilmateriālu dizainu bagātināja ar košiem ziedu rakstiem, tā novēršot uzmanību no askētiskā tērpa piegriezuma.

Kad karš bija beidzies, sieviešu modē sākās apvērsums – ļoti kupli svārki, akcentēta vidukļa līnija. 1952. gadā K. Diors sāka strādāt ar Londonas *Ascher* ražotajiem audumiem. Vēlāk viņš atzinās, ka tieši audums ar ziedu apdruku bija iedvesmojis viņu modeļu tapšanu. K. Diora ietekmē 50. gados ziedu apdruka iemantoja milzu popularitāti (Palmer, 2009).

Pludmales tērpu apdruka, kas 40. gados bieži vien bija visai uzkrītoša, nākamajā desmitgadē kļuva pat ļoti izsmalcināta. ASV bija iecienīti Havaju salu un Japānas iedvesmoti raksti.

60. gadu vidū aizsākās jauna aizraušanās ar krāšņiem rotājumiem, kas bija vērojama gan sieviešu, gan vīriešu modernajos apģērbos. Emilio Puči raksturīgie kaleidoskopiskie virpuļi iedvesmoja psihodelisko revolūciju modē. 60. gados tiekšanās pēc garīguma un hipiju ceļojumi uz Maroku un Indiju popularizēja tur mītošo tautu tradicionālos tērpus, kas piesaistīja uzmanību ar eksotisko apdruku. Radās maksimāli daudzfunkcionāls, dzimumu vienādojošs tērps, ko spiedīgajos festivāla apstākļos varēja izveidot pat no indiešu kokvilnas palagiem.

70. un 80. gadi bija mazliet mierīgāki apģērba apdruku ziņā, pēc trauksmainajiem hipiju laikiem notika, atgriešanās pie zemes. 90. gados mode integrējās popkultūrā. Versačes džinsu reklāma padarīja viņa zīmolu ļoti iekārojamu. To panāca ar veiksmīgu oriģinālu tērpu apdruku, izcilu fotogrāfu darbu un tā laika pieprasītāko modeļu – Lindas Evandželistas, Helēnas Kristensas un Kristijas Tērlingtones piedalīšanos.

Vēlāk dizaineri jau kārtu kārtām lietoja apdrukātus audumus savās kolekcijās. Īpaši izcēlās 1999. gada Makkvīna pavasara-vasaras kolekcija. Londonas modes nedēļas laikā – modes skates noslēguma modeles baltā kleita tika apsmidzināta ar krāsu ar divu robotu palīdzību (Reiko, 2008).

Mūsdienās audumu apdrukas izmanto ne tikai apģērbu dizainā, bet arī citās jomās. 21. gadsimtā ir iespējamas daudz un dažādas tehnoloģijas, ar kuru palīdzību var apdrukāt neskaitāmu veidu audumus. Drukāt uz auduma ir iespējams gandrīz visas krāsas un to salikumus. Pastāv arī ļoti daudzi veidi kā izdruka tiek pārnesta uz auduma. Tā var būt sublimācijas metode, izšūšanas metode, rotācijas druka, piekausēšanas metode un vēl daudz citas.

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma pamatā tika izmantota teorētiskā - literatūras un interneta avotu izpētes metodoloģija. Literatūras avotu izpēte un analīze ir jebkura pētnieciska darba svarīga sastāvdaļa. Šajā posmā tika izvērtēta un precizēta tēma, noteikti uzdevumi un pētījuma galvenā ideja. Sistemātiska speciālās literatūras izpēte ir viens no priekšnoteikumiem sekmīgai pētījuma risināšanai. Literatūras analīze par audumu apdrukas vēsturisko attīstību, sniedza informāciju par pētāmo tēmu un arī par tās saistību ar citām tēmām, tāpat

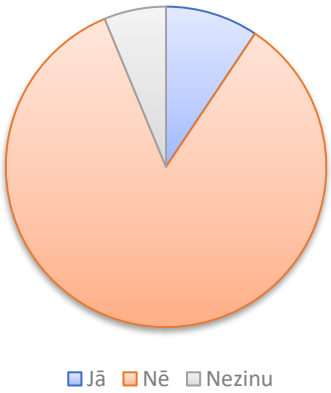
sniedz informāciju, kas šīs tēmas izpētē ir paveikts iepriekš. Informācijas avotu apskata rezultātā, kas atbilst tematam un mērķim – ir izpētīta un apkopota audumu apdrukas vēsturiskā attīstība.

Lai apzinātu lietotāju vajadzības, tika veikts izmēģinājuma empīriskais pētījums - anketēšana, kurā piedalījās 32 respondenti. Anketa ir strukturēta metode datu ievākšanai un tā paredzēta informācijas iegūšanai no lietotājiem. Anketas mērķis bija iegūt noteiktu informāciju par lietotāju garderobē esošiem Latvijā radītiem apdrukātiem apģērbiem, izvēli tos iegādājoties un vajadzībām. Anketas metodi izmanto, ja vajadzīgas ziņas par indivīda rīcības motīviem, uzskatiem, vajadzībām un vērtību sistēmu (Jurgena, 2002). Anketēšana tika veikta 2021. gada februārī un tā tika izplatīta 32 respondentiem. Anketā tika iekļauti pieci jautājumi.

Anketa tika veidota, ņemot vērā teorētiskos nosacījumus, lai anketa būtu viegli uztverama, neaizņemtu daudz laika, kā arī nenogurdinātu respondentus, kas pretējā gadījumā varētu ietekmēt atbilžu kvalitāti. Anketas saturā ir iekļauti jautājumi par respondentu ienākuma līmeni, par iepirkšanās tradīcijām, demogrāfisko stāvokli, par to, vai potenciālie klienti ir ieinteresēti iegādāties Latvijā dizainētus un apdrukātus apģērbus no dabīgiem materiāliem. Anketā tika iekļauts arī jautājums, kas palīdzētu izprast, kādas nianses apdrukās potenciālie klienti novērtētu visaugstāk.

Pētījuma rezultāti

Pētījuma laikā autore veica potenciālo klientu anketēšanu, lai noskaidrotu cilvēku iepirkšanās paradumus un pētījuma gaitā tika aptaujāti 32 respondenti. Atbildot uz jautājumu - Vai pēdējā gada laikā esat iegādājies Latvijas dizaineru apģērbu? - lielākā daļa respondentu - 84% atzīmēja, ka neko nav iegādājušies. Tas var liecināt arī par ierobežotajiem veikalu darba laika apstākļiem sākot no 2020. gada marta līdz šim brīdim – 2021.gada martam.



1.att. Vai pēdējā gada laikā esi iegādājies Latvijas dizainera apģērbu? (Avots: autora veiktās anketēšanas rezultātu apkopojums)

Anketā iegūtās respondentu atbildes liecina, ka 70% savu garderobi atjauno vai papildina vismaz reizi gadā, bet gandrīz trešā daļa gada laikā to dara pat četras un vairāk reizes. Savukārt, biežāka garderobes papildināšana raksturīga gados jaunākām respondentēm, bet, vecumam pieaugot, apģērba iegādes intensitāte samazinās, un jaunus apģērbus sievietes pērk retāk: 78% meiteņu vecumā no 18-35 gadiem jaunu apģērbu iegādājas vismaz reizi

trīs mēnešos. Salīdzinājumam, šāda pat pieredze ir vien 29% aptaujāto dāmu vecumā pēc 50 gadiem.

Pētījumā iegūtās respondentu atbildes parāda arī attiecību starp iedzīvotāju ienākumiem un pirktspēju. Jo lielāki ir cilvēku ienākumi, jo vairāk līdzekļu tie var atvēlēt sava apģērba iegādei un arī orģināla apģērba izvēlei. Līdz ar pirktspējas palielināšanos pircēji, īpaši sievietes, lielāku uzmanību pievērš ne tikai apģērba cenai, bet arī tā kvalitātei, zīmolam un dizainam.

Secinājumi

Noslēdzot darbu un apkopojot iegūto informāciju, autore izdara secinājumus, ka audumu apdrukas attīstība ir strauji attīstījusies gan dizaina, gan tehnoloģiju jomā un to izmantošanas iespējas kļuvušas daudzveidīgākas. Audumu apdruka ir kļuvusi par svarīgu dizaina elementu mūsdienās. 21. gadsimtā ir iespējamas daudz un dažādas tehnoloģijas, ar kuru palīdzību var apdrukāt neskaitāmu veidu audumus. Drukāt uz auduma ir iespējams gandrīz visas krāsas un to salikumus. Savukārt, veicot respondentu aptauju un analīzi, var secināt, ka pieprasījums pēc Latvijā radīta apģērba ir salīdzinoši mazs, jo ražošanas pašizmaksas ir ļoti augstas un cena precei veidojas augsta. Pētījums parāda attiecību starp iedzīvotāju ienākumiem un pirktspēju. Jo lielāki ir cilvēku ienākumi, jo vairāk līdzekļu tie var atvēlēt sava apģērba iegādei, tajā ietilpst arī dabīgu materiālu apdrukāti apģērbi ar īpašu dizainu.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Bērziņa, V. (1997). *Tekstilmateriālu apdare.*Rīga, Avots.

Easey, M. (2009). *Fashion marketing*. Oxford; Ameslowa: Wiley-Blackwell, 260.

Geijer, A. (1982). A *History of Textile Art*. Elektroniskais resurss [skatīts 17.03.2021]. Pieejams: A History of Textile Art | Semantic Scholar

Jurgena I. (2002). *Vispārīgā pedagoģija.* Rīga, 32.

Misāns, I. Hanza. *Nacionālā enciklopēdija*. Elektroniskais resurss [skatīts 27.02.2021]. Pieejams: https://enciklopedija.lv/skirklis/23779, 243-245.

Palmer, A. (2009). *Christian Dior: History and Modernity, 1947 – 1957*. Hirmer Publishers.

Parute, E. (2020). *Rīdzinieku modes tērpa vēsturiskā evolūcija.* Promocijas darbs, Rīga, Latvijas Mākslas akadēmija**.** Pieejams: A History of Textile Art | Semantic Scholar

Reiko K. (2008). *A Fashion History of the 20th Century.* Taschen. 159-173.

Social History 1920s to 1940s. Life between the Wars in England. (2021). Elektroniskais resurss [skatīts 02.03.2021]. Pieejams: https://fashion-era.com/1920s_life_between_the_wars.htm

Tungate, M. (2005). *Fashion brands: branding style form Armani to Zara*. London; Philadelphia: Kogan.

Žeiere, I. (2008*.) Arheoloģiskās liecības par apģērbu Latvijā 13.-18.gs.* Latvijas Nacionālais vēstures muzejs.

Вейс, Г. (2000). *История цивилизации: архитектура, вооружение, одежда, утварь: Классическая древность (до IV в.)*. Изд-во ЭКСМО Пресс.

Aija Alhimionoka. DARBINIEKU MOTIVĒŠANAS INSTRUMENTI

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Kultūras vadība“

aija.alhimionoka@gmail.com

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Uzņēmuma vadībai, jebkurā nozarē ir jāmeklē jaunas pieejas un instrumentus kā savus darbiniekus motivēt un stimulēt, lai darbinieku rezultāti padarītajam darbam būtu visaugstākie.

Pētījuma mērķis: Noteikt un izpētīt kādus darbinieku motivēšanas instrumentus izmanto SIA "Izdevniecība RAKA".

Pētījuma metodes: Tiek izmantota anketēšana un viena intervija.

Pētījuma galvenā ideja ir noskaidrot vai uzņēmumā SIA "Izdevniecība Raka" tiek pielietoti motivēšanas instrumenti, lai stimulētu uzņēmuma darbiniekus un paaugstinātu uzņēmuma darba ražīgumu. Sākotnēji darba autors veica zinātniskās literatūras izpēti par motivēšanu un motivēšanas instrumentiem uzņēmējdarbībā. Pēc zinātniskās literatūras izpētes par motivēšanas metodēm darba autors veica aptauju ar SIA "Izdevniecība Raka" divpadsmit patstāvīgajiem darbiniekiem, lai uzzinātu vai uzņēmuma darbinieki ir motivēti un jūtas komfortabli darba vidē. Aptauja sastāvēja no divpadsmit slēgtajiem jautājumiem no kuriem autors noskaidroja, ka SIA "Izdevniecība Raka" patstāvīgie darbinieki ir apmierināti ar darba samaksu un vidi, kā arī jūtas komfortabli un pašmotivēti strādāt uzņēmumā. Darba ietvaros autors veica klātienes interviju ar SIA "Izdevniecība Raka" vienīgo īpašnieku un vadītāju Romānu Alhimionoku, lai uzzinātu vai uzņēmējs pielieto dažādus motivēšanas instrumentus, kā arī noskaidrotu vai īpašnieks izmanto motivēšanas metodes darba ražīguma uzlabošanai. Intervija sastāvēja no pieciem jautājumiem no kuriem autors var secināt, ka R. Alhimionoks savā uzņēmumā pielieto dažādus pozitīvās motivēšanas metodes, kā prēmiju izsniegšanu divas reizes gadā, konkurētspējīgu darba algas izmaksu, vadošajiem darbiniekiem mobilos tālruņus un apmaksātas sarunas, kā arī uzslavas un labus vārdus darbinieku pašapziņas pacelšanai. Autors pēc pētījuma var secināt, ka uzņēmumā SIA "Izdevniecība Raka" tiek pielietoti dažādi motivēšanas instrumenti, lai uzlabotu darba ražīgumu un darbinieki uzņēmumā jūtas komfortabli un pašmotivēti strādāt, lai sasniegtu uzņēmuma noteiktos mērķus.

Atslēgas vārdi: motivēšana; metodes; uzņēmums; aptauja; intervija.

Ievads

Mūsdienu laikmetā, kad sabiedrības locekļu neatņemama sastāvdaļa ir darbs, kas nodrošina katra cilvēka eksistenci, pašizpausmi, iespējas sevi pierādīt ir ļoti svarīgi, ka darbinieku novērtē un motivē darba vidē. (Garleja, 2010) Darba vidē ir svarīgi, lai darbinieki būtu kompetenti un izglītoti. Kā viena no svarīgākajām darba ražīguma sastāvdaļām ir pareiza darbinieku motivēšana un stimulēšana. Mūsdienās, kad profesijas strauji mainās un attīstās pētīt darba spēka motivāciju kļūst sarežģītāk, jo ne vienmēr darbojas princips – paaugstināt algu, darbinieks strādā labāk, tādēļ darba vadītajiem un HR speciālistiem ir nemitīgi jāmeklē jaunas darbinieku motivēšanas metodes un formas.

Darba autors izsaka hipotēzi, ka izmantojot dažādus motivēšanas instrumentus SIA "Izdevniecība RAKA" vadībai iespējams paaugstināt darba ražīgumu un atbildīgumu par savu darbu.

Pētījuma mērķis ir noteikt un izpētīt kādus darbinieku motivēšanas instrumentus izmanto SIA "Izdevniecība RAKA".

Pētījuma uzdevumi, lai sasniegtu izvirzītos mērķus:

1. Izpētīt speciālo literatūru par motivēšanas instrumentiem;
2. Izpētīt kādas SIA "Izdevniecība RAKA" pielieto motivēšanas metodes;
3. Veikt anketēšanu ar SIA "Izdevniecība RAK" darbiniekiem;
4. Veikt interviju ar SIA "Izdevniecība RAKA" valdes locekli

Lai sasniegtu pētījuma mērķi tiek veikta anketēšana ar konkrēto mērķauditoriju – SIA "Izdevniecība Raka" darbiniekus, lai uzzinātu viņu viedokli. Anketēšanu kā pētījuma metode tika izvēlēta, jo respondentiem nav nepieciešams izteikt plašu viedokli un jautājumi ir īsi, konkrēti un viegli saprotami. Anketēšanā piedalās 12 cilvēki, sievietes un vīrieši no 23 līdz 76 gadiem. Anketā ir 11 jautājumi. Pētījuma padziļinātākai izpētīšanai darba autore veica interviju ar SIA "Izdevniecība RAKA" īpašnieku un vienīgo lēmuma pieņēmēju, lai gūtu informāciju par pielietotajām darbinieku motivēšanas metodēm.

Analītiskais apskats

Uzņēmumu vadītājam un HR speciālistam galvenais uzdevums ir noturēt un motivēt savus darbiniekus, lai katrs darbinieks atdotu sevi darbam pēc iespējas vairāk. Jebkuram nodarbinātam cilvēkam visbiežāk ar ikmēneša atalgojumu ir par mazs, tādēļ darba vadītājiem un HR specialistiem ir jāmeklē dažādi motivēšanas instrumenti, lai darba kvalitāti uzlabotu.

Uzņēmuma vadītāju mūžīgais jautājums ir: "Kā lai es piespiežu darbinieku darīt, to, ko es vēlos?" Motivācijas psiholoģija ir ļoti kompleksa un darbinieku pārliecināšanās rezultāti – nosacīti. (Harvard Business Review, 2007) Darbā svarīga ir labvēlīga darbinieku savstarpējā attieksme kolektīvā un piemēroti darba apstākļi uzdevumu veikšanai. Uzņēmumam ir svarīgi atbalstīt darbinieku iespējas tālāk izglītoties (semināri, kursi, u.c.). Motivācija ir cilvēka iekšējais resurss, kuru viņš var ieguldīt darbā un var arī neieguldīt. Vadītāja uzdevums ir radīt vidi, kurā darbinieks var būt motivēts. (Gaile & Pavlova, 2017)

Pēc K. Alfrēda teorijas cilvēki iet strādāt, lai būtu izaugsmes iespējas nākotnē. Izaugsmes vajadzības ir cilvēka darbības un apkārtējās vides savstarpējās iedarbības rezultāts. Tas iekļauj gan vēlēšanos pēc atzīšanas un cieņas, gan pašapliecināšanās. Cilvēkam, saskaroties ar problēmām, kuras atrisināt liedz ierobežotās spējas vai zināšanas, var rasties iemesls sevis pašattīstībai. (Praude, 2015)

Motivēšanu pielieto uzņēmumā, lai paaugstinātu darbinieka darba efektivitāti un radītu apmierinātību ar darbu. Ričards L. Drafts savā grāmatā "Menedžments" uzsver, ka pie darbinieku motivācijas ļoti svarīgi tieši vērot darbinieku veselību un labklājību, lai uzliktā darba slodze nebūtu pārmērīgi liela. Lai darbinieku darba vietā būtu draudzīgs un saprotošs darba kolektīvs, kas paaugstina darba efektivitāti un, lai darbiniekam darba iespējas darba izaugsmei būtu atbilstoša viņa izglītībai, šeit priekšnoteikumi ir ļoti svarīgi efektīvai darbinieku motivēšanai. (Drafts, 2015)

Mūsdienās modernās motivēšanas metodes ietver sevī visas motivēšanas teorijas un papildina tās lielu pilnvaru piešķiršanu uzņēmuma darbiniekiem.

1. Nefiksētās atlīdzības programmas izstrāde – darba algu atkarībā no darba rezultātiem, piedalīšanās uzņēmuma peļņas sadalē, piedalīšanās uzņēmuma īpašumā (daļas, akcijas, dividendes), vienreizējas prēmijas, darba algas saistība ar zināšanām,

elastīgi darba grafiki, darba algas saistība ar rīcību komandā, nemateriālās atlīdzības veidi (ceļojumi, telefons, dators utt.).

2. Pilnvaru deleģēšana – ir menedžera pilnvaras nodošana padotajiem, realizējot darba uzdevumus. Tas ir, darbiniekam jābūt ne tikai zināšanām, bet arī varai un atlīdzības iespējām. Pieredze liecina, ka pilnvaru deleģēšana veicina darbinieku darba efektivitātes paaugstināšanu, jo tiem tiek dota iespēja izvēlēties funkcionālo pienākumu izpildes paņēmienus un realizēt savus radošos potenciālus.
3. Darbības svarīgumu uzturēs nodrošināšana – tās mērķis ir panākt, lai darbinieki savu darbu uztvertu kā ļoti svarīgu un nozīmīgu ne tikai organizācijai, bet arī visai sabiedrībai. (Praude, 2012)

Grāmatas "Motivējošās pārvaldības organizatoriskās sistēmas" autori V. Gāga un H. Millere uzsver, ka motivējošo sistēmu vajag uzņēmumā atsevišķi izskatīt administrācijas stimulēšanai, ražošanas stimulēšanai un citu darbinieku stimulēšanai. Motivēšanas formas un instrumentus ir jāizstrādā dažādi, atkarībā no ieņemamā amata. (Gāga & Millere, 2012)

Pētījuma metodoloģija

Darba autore pētījuma ietvaros veica anketēšanu, kurā piedalījās 12 SIA "Izdevniecība Raka" darbinieki. No respondentiem 5 bija sievietes un 7 vīrieši, kuri atbildēja uz anonīmu anketu ar slēgtiem jautājumiem, jo ar tiem vislabāk var iegūt konkrētu atbildi, lai noskaidrotu, kādas ir attiecības kolektīvā, vai darbinieks jūtas pietiekami motivēts un vai uzticas darba devējam.

Autors izstrādāja anketu ar 11 jautājumiem un izvēlējās datu savākšanas metodi – anonīmo anketēšanu, lai saņemtās atbildes būtu ticamākas. Savāktos datus autors apstrādās un apkopos diagrammas, analizējot respondentu atbildes, autors noteiks vai SIA "Izdevniecība Raka" darbinieki ir pietiekoši motivēti un ko darba devējam varētu ieteikt uzlabot uzņēmumā.

Darba autore pētījuma ietvaros veica arī interviju ar SIA "Izdevniecība Raka" vienīgo īpašnieku – valdes locekli Romānu Alhimionoku. Intervijā tika iekļauti 5 jautājumi. Jautājumi balstās uz analītiskā apskata un autors iepazīstinās Romānu Alhimionoku ar anketēšanas rezultātiem, pēc tam analizējot rezultātus. Mutiskie jautājumi tika sagatavoti iepriekš un respondents tika nointervēts klātienē.

Intervijas mērķis bija izzināt respondenta viedokli par to vai tiek motivēti uzņēmuma darbinieki un kā tie tiek motivēti SIA "Izdevniecības Raka", un iepazīstināt vadītāju ar autores veiktās aptaujas rezultātiem. Intervijā darba autore centās noskaidrot, vai iespējams SIA "Izdevniecība Raka" uzņēmumā vairāk motivēt darbiniekus, lai tie produktīvāk veiktu savus darba pienākumus.

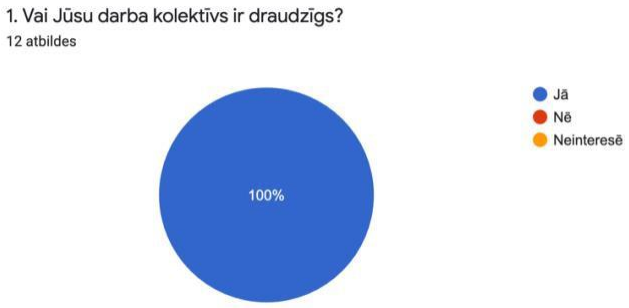
Pētījuma rezultāti

Atbilstoši motivācijas teorijām autors sastādot jautājumus anketēšanai vēlējās noskaidrot cik SIA "Izdevniecība Raka" darbinieki ir pašmotivēti savam darbam un pildīt darba pienākumus, un vai tie ir motivēti kolektīvam darbam, lai labāk sasniegtu uzņēmuma mērķus, kā arī vai ir motivēti papildināt savas zināšanas un izaugsmi. Autors vēlējas uzzināt vai uzņēmumā vispār tiek pielietotas darbinieku motivēšanas metodes, kā prēmijas, bonusi, u.c. labumi. Darba autors sākumā veica anketēšanu ar SIA "Izdevniecība Raka" darbiniekiem, lai uzzinātu vai darbā ir draudzīgs kolektīvs, vai uzticas savam darba devējam un vai uzņēmumā notiek pozitīvā motivēšana un vai kādreiz netiek pielietota arī

negatīvā motivēšana (rājieni un atlaišanas draudi).

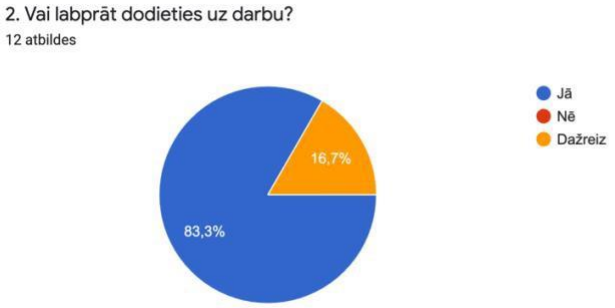
Autors intervijā ar darba devēju noskaidroja, ka uzņēmumā darbiniekiem netiek piešķirta veselības apdrošināšana. Šobrīd Covid-19 vīrusa izraisītās pandēmijas laikā veselības apdrošināšana varētu būt ļoti aktuāla darbinieku drošībai, kā arī efektīvs motivēšanas instruments labākam darbam.

Autors aptaujas rezultātā noskaidroja ka SIA "Izdevniecība Raka" kolektīvs ir draudzīgs, jo visi darbinieki, to apliecināja ar saviem sniegtajiem rezultātiem. No 12 cilvēkiem visi vienbalsīgi atbildēja "Jā". (1.att)



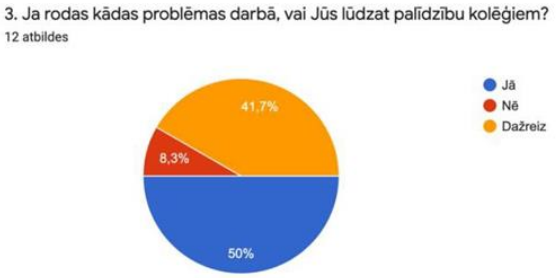
1.att. Vai Jūsu darba kolektīvs ir draudzīgs? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Anketēšanas rezultāti pierāda, ka vairākums 83,3% no izdevniecības darbiniekiem vēlas labprātīgi doties uz darbu, jo ar darba apstākļiem ir apmierināti. Neviens darbinieks neatbildēja ar "Nē". Tikai 16,7% atbildēja, ka "dažreiz" labprāt nedodas uz darbu. (2.att)



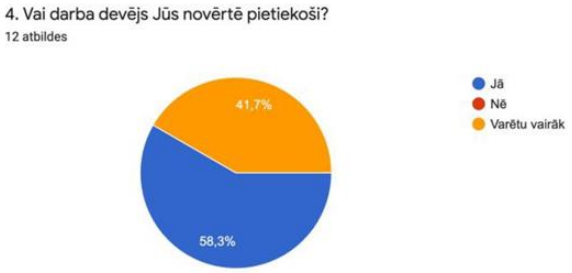
2.att.Vai labprāt dodaties uz darbu? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Darba autors, uzskata, ka darbinieki nekautrējas prasīt palīdzību kolēģiem, ja nepieciešams. Aptauja liecināja, ka 50% prasa labprātīgi uzticas kolēģiem un 41,7% prasa dažreiz. Tas liecina, ka darbinieki ir motivēti strādāt kolektīvā, lai sasniegtu kopīgo mērķi, ir pašmotivēti un vēlas veikt savus darba pienākumus atbilstoši uzņēmuma uzstādītajiem mērķiem. (3.att)



3.att. Ja rodas kādas problēmas darbā vai Jūs lūdzat palīdzību kolēgiem? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Autors pēc rezultātiem var secināt, ka lielākā daļa 58,3% uzņēmuma darbinieku jūtas uzņēmumā novērtēti, taču 41,7% uzskata, ka varētu būt vairāk novērtēti. Pēc šiem rezultātiem var secināt, ka kopumā uzņēmuma darbinieki ir novērtēti, bet neatteiktos arī no papildus novērtējuma vai bonusa. Neviens darbinieks uzņēmumā nejūtas nenovērtēts. (4.att)

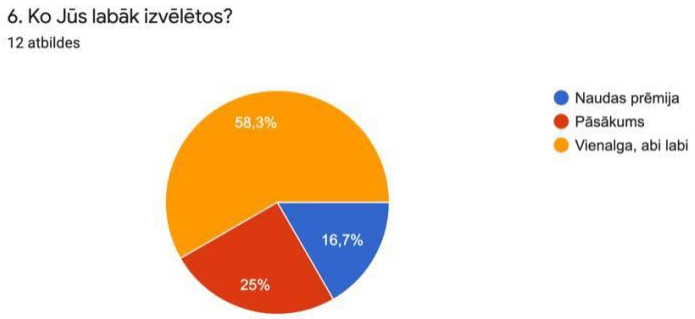


4.att Vai darba devējs Jūs novērtē pietiekoši? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Atalgojums par darbu darbiniekiem ir vislielākā motivācija veikt savus pienākumus. Autors noskaidroja, ka uzņēmuma darbinieki ir apmierināti ar savu darba samaksu. 75% no respondentiem nav prasījuši liekāku darba samaksu, taču 16,7% ir prasījuši lielāku samaksu un 8,3% domā par algas palielināšanu, autora aptaujā tas ir viens darbinieks. (5.att)

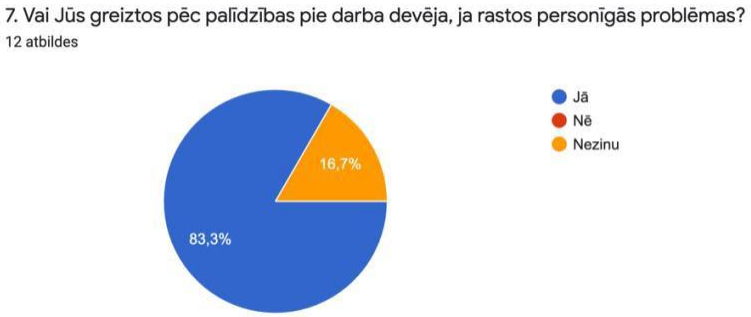
5.att. Vai pēdējā gada laikā esiet prasījis lielāku samaksu par darbu? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Autors pēc anketas rezultātiem noskaidroja, ka darbinieki labprāt pieņemtu papildus bonusu, kādu organizētu pasākumu uzņēmumā par to liecina vairākums 25% konkrēti pasākumu un 58,3% pasākumu vai naudas prēmiju. Tikai 16,7% vēlas naudas prēmiju. (6.att)



6.att. Ko Jūs labāk izvēlētos? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēc anketas rezultātiem autors var secināt, ka SIA "Izdevniecība Raka" darbinieki uzticas un jūtas komfortabli darba devēja vadībā. 83,8% darbinieku vērstos pie darba devēja pēc palīdzības, ja tā būtu nepieciešama un 16,7% par to nav domājuši. Tas liecina, ka uzņēmuma darbinieki uzticas savam vadītājam (7.att)



7.att. Vai Jūs grieztos pēc palīdzības pie darba devēja, ja rastos personīgās problēmas? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

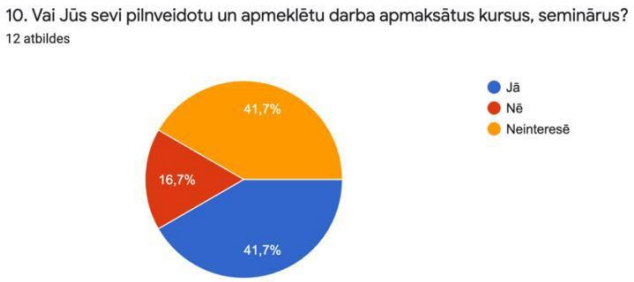
SIA "Izdevniecība Raka" lielākā daļa darbiniek (75%), apgalvo, ka pret tiem netiek izmantotas nevienas negatīvās motivācijas paņēmieni. 16,7% darbinieku uzskata, ka dažkārt pret tiem tiek izmantoti negatīvie motivācijas paņēmieni, 8,3%, uzskata, ka pret tiem tiek izmantoti šie paņēmieni (1 darbinieks). (8.att)

8.att. Vai jūsu uzņēmumā pret darbinieku tiek pielietoti negatīvi motivācijas paņēmieni? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

SIA "Izdevniecība Raka" darbinieki, apgalvo, ka uzņēmumā vadītājs pielieto pozitīvās motivācijas paņēmienus, kā prēmijas, bonusus, uzslavas u.c. Pēc anketas rezultātiem var redzēt, ka visi darbinieki ir atbildējuši ar "Jā". (9.att)

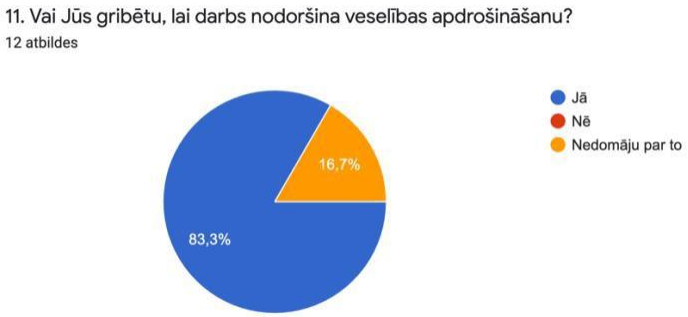
9.att Vai jūsu uzņēmumā pret darbinieku tiek pielietoti pozitīvās motivācijas paņēmieni? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Autors, var secināt, ka daļa no SIA "Izdevniecības Raka" darbiniekiem vēlas pilnveidoties un izglītoties, lai būtu labāki profesionāļi savā nozarē, tas pierāda ka 41,7% darbinieku ir motivēti turpināt izglītoties un attīstīties, lai sasniegtu labākus mērķus. 41,7% darbinieku tālāk izglītošanas neinteresē, un 16,7% nevēlētos. (10.att)



10.att. Vai Jūs sevi pilnveidotu un apmeklētu darba apmaksātus kursus, seminārus? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uzņēmumā SIA "Izdevniecība Raka" darbiniekiem nav nodrošināta veselības apdrošināšana un darba autors pēc anketēšanas rezultātiem noskaidroja, ka lielākā daļa darbinieku to vēlētos 83,3% un 16,7% par to vēl nav domājuši un neviens respondents neatbildēja ar nē. (11.att)



11.att. Vai Jūs gribētu, lai darbs nodrošina veselības apdrošināšanu? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Cilvēka vēlmes un vajadzības ir neierobežotas un tās pilnībā apmierināt nav iespējamas, bet uzņēmuma vadītājam jārod kompromiss ar kādiem motivācijas instrumentiem panākt vienošanos ar cilvēku, lai viņš gribētu nāk uz darbu un viņam savs darbs patiktu. Aptaujas rezultātos autors var secināt, ka SIA "Izdevniecība Raka" darbinieki ir apmierināti ar savu darbu un kolektīvu, kā arī jūtas motivēti un uzņēmuma īpašnieks darbiniekus stimulē ar dažādiem motivācijas paņēmieniem, instrumentiem. Teorijā iegūtā informācija, ka darba atmosfēra ļoti svarīga, lai darbinieks justos labi un spētu pašmotivēt sevi ar aptaujas rezultātiem ir apstiprinājusies. Veiktās anketas rezultāti arī pierāda, ka izdevniecības vadītājs darbiniekus motivē ar dažādiem pozitīvās motivācijas instrumentiem. Noskaidrojās, ka darbinieki labprātāk vēlētos doties kolektīvos pasākumos vai kolektīvās ekskursijās. Lielākā daļa darbinieku vēlētos kā motivāciju un drošību veselības apdrošināšanu. Kopumā, pēc anketas rezultātiem darbinieki ir pašmotivēti un labprāt dodas uz savu darba vietu ir motivēti strādāt kolektīvā, lai sasniegtu uzņēmuma noteiktos mērķus, tas liecina, ka darbinieki ir apmierināti ar darba vidi un darba apstākļiem.

Darba autors pētījuma ietvaros veica interviju ar uzņēmuma SIA "Izdevniecība Raka" vienīgo īpašnieku un vadītāju Romānu Alhimionoku. R. Alhimionokam tika sagatavoti 5 jautājumi par uzņēmuma kolektīvu, ar kādiem motivēšanas instrumentiem vadītājs motivē savus darbiniekus labākiem darba rezultātiem. Ar intervijas palīdzību tika noskaidrots, vai vadītājs pielieto negatīvās vai pozitīvās motivācijas paņēmienus. Intervija tika novadīta klātienē un intervijas atbildes un rezultātus R. Alhimionoks atļāva publicēt.

R. Alhimionoks apstiprina, ka uzņēmuma kolektīvs ir profesionāli darbinieki, kuri spēj sadarboties kolektīvā. Viena no svarīgākajām motivācijām, lai kvalitatīvi pildītu savu darbu cilvēkam ir pašmotivācija, vēlme un patikšana iet un pildīt konkrēto darbu. Tātad darbinieku apmierina darba vide un darba kolektīvs.

Autors intervijā ar R. Alhimionoku noskaidroja, ka galvenais SIA "Izdevniecība Raka" motivātors ir savlaicīgi izmaksāta darba alga, jo tas darbiniekiem dod drošības sajūtu un stimulāciju strādāt, jo darbinieki zina, ka alga tiks izmaksāta savlaicīgi un R. Alhimionoks uzsvēra, ka 30 gadu vadīšanas laikā, nekad nav nokavējis darba algas izmaksas. Intervijas rezultātā autors noskaidroja, ka uzņēmumā divas reizes gadā tiek izmaksātas prēmijas, kā

arī dotas apmaksātas brīvdienas. Vadošajiem darbiniekiem SIA "Izdevniecība Raka" tiek piešķirti darba telefoni, kā arī degviela tiek nosegta. Autors pēc intervijas uzzināja, ka R. Alhimionoks savus darbiniekus motivē ne tikai materiāli, bet arī nemateriāli, izmantojot pozitīvās motivācijas paņēmienu kā pateicību un uzslavas. Uzņēmējs uzskata, ka darbiniekiem ir jāpasaka labi vārdi par labu darbu, tas cilvēku psiholoģiski motivē strādāt vēl labāk. Pēc anketēšanas rezultātiem R. Alhimionoka teiktais apstiprinās, jo darbinieki uzticas savam vadītājam, ka pat grūtos brīžos dosies pēc palīdzības. Anketēšanas rezultāti pierāda, ka R. Alhimionoks izmanto pozitīvas motivācijas paņēmienus kā uzslavas, bonusus u.c. Autors pēc anketēšanas rezultātiem secina, ka tikai 41,7% darbinieku vēlas papildināt savas zināšanas darba apmaksātos kursos un semināros, tātad daļa darbinieku nevēlas pašizglītoties, lai paaugstinātu savas zināšanas un prasmes.

Intervijā ar R. Alhimionoku autors noskaidroja, ka vadītājs nekad nav izmantojis negatīvās motivācijas paņēmienus pret saviem darbiniekiem. Uzņēmējs uzskata, ka sava darbinieka cienīšana ir ļoti svarīga jo tie vairo uzņēmuma peļņu. Aptaujas rezultātos autors noskaidroja, ka viens cilvēks tomēr jūtas apdraudēts darba vidē un intervijas rezultātos autors secina, ka uzņēmumā strādā gados vecāks darbinieks (76 gadi) un uzņēmuma īpašnieks ir runājis vai darbinieks nevēlētos doties pelnītā atpūtā, taču darbinieks to ir uztvēris kā draudu. Pēc R. Alhimionoka teiktā, ka katrs cilvēks informāciju uztver subjektīvi un interpretē savā skatījumā. Autors var secināt, ka R. Alhimionoks nepielieto negatīvās motivācijas paņēmienus uzņēmumā, jo uzņēmuma darbiniekus ciena un motivē, lai tie strādātu pēc iespējas labāk uzņēmuma labā.

R. Alhimionoks ir noslēdzis ar darbiniekiem Darba koplīgumu, kurā ir paredzēti dažādi bonusi, piemēram, apmaksātas darba pusdienas, brilles, ja nepieciešams lai uzlabotu strādāšanas procesu, paredzēti vienreizējie pabalsti ārkārtējās situācijas, bērēs, vai kāzas u.c. Autors secina, ka uzņēmumā darbiniekiem ir rakstiski uz līguma pamata garantēta motivācija bonusu veidā.

Autors vēlējas noskaidrot vai SIA "Izdevniecība Raka" darbiniekiem ir veselības apdrošināšana. Autors secina, ka 2019. gada beigās izraisītā pandēmija pasaulē varētu motivēt darba devējus aizsargāt darbinieku veselību. R. Alhimionoks apgalvo, ka SIA "Izdevniecība Raka" darbiniekiem nepiešķir un nepiešķirs veselības padrošināšanu, jo šis pakalpojums mazam uzņēmuma ir pārāk dārgs. Aptaujas rezultātos respondenti apstiprina, ka vēlētos veselības apdrošināšanu. Autors uzskata, ka darbinieku veselības apdrošināšana varētu būt kā jauns motivācijas instruments, ko ieviest izdevniecībā.

Secinājumi

1. Autors secina, ka galvenā darbinieku motivācija SIA "Izdevniecība Raka" ir savlaicīgi izmaksāta darba alga, jo tas dod darbiniekiem drošību un motivē labi veikt savus darba pienākumus, kā arī pēc anketas rezultātiem darbinieki ir apmierināti ar patreizējo darba samaksu.
2. Pēc intervijas rezultātiem autors secina, ka ļoti svarīgi ir pašmotivēti darbinieki, kuri labprāt iet pildīt savus darba pienākumus, aptaujas rezultāti norāda, ka tikai 41,7 % darbinieku vēlās paplašināt savas zināšanas un tālāk izglītoties, lai uzņēmums un indivīds sasniegtu augstākus mērķus.
3. Pēc intervijas un aptaujas rezultātiem autors noskaidroja, ka uzņēmumā SIA "Izdevniecība Raka" tiek pielietotas pozitīvās motivācijas instrumenti materiālie – prēmijas, bonusi un nemateriālie – uzslavas.
4. Autors pēc intervijas un anketas rezultātiem secina, ka uzņēmumā netiek pielietotas

negatīvās motivācijas metodes, kā draudi atlaist un rājieni un SIA "Izdevniecība Raka" vadītājs, uzsver, ka negatīvās motivācijas metodes nevar izmantot darba ražīguma stimulēšanai.

5. Intervijas rezultātā autors noskaidroja, ka uzņēmumā SIA "Izdevniecība Raka", kā motivācijas instruments ir rakstisks un līguma pamata dokuments Darba koplīgums, kas ir noslēgts starp uzņēmuma vadītāju un darbiniekiem, kurā ir paredzēti dažādi materiālie labumi darbiniekiem, kā darba brilles, pusdienas, vienreizējie pabalsti, u.c.
6. Aptaujas rezultātā autors noskaidroja, ka uzņēmuma darbinieki ir motivēti strādāt komandas darbu, lai sekmīgāk sasniegtu uzņēmuma mērķus, tātad tas ir uz rezultātu balstīts darbs.
7. Aptaujas rezultātā autors secina, ka SIA "Izdevniecība Raka " darbinieki kā papildus motivātoru vēlas veselības apdrošināšanu, pasākumus un naudas prēmijas.
8. Autora izvirzītā hipotēze apstiprinās, jo darbinieki SIA "Izdevniecība Raka" strādā profesionāli, tādēļ, ka viņi darbā tiek novērtēti un atbilstoši motivēti ar dažādiem pozitīvās motivēšanas instrumentiem.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Business Review., (2007). *Darbinieku motivācija.* Rīgā: Lietišķās informācijs dienests izdevnoecība.

Gāga, V., Millere, H., (2012). *Motivējošās pārvaldības organizatoriskās sistēmas.* Rīga: Zinātne.

Gaile, A., Pavlova, M., (2017). *Efektīva vadītāja rokasgrāmata.* Rīgā: Valsts Kanceleja

Garleja, R., (2010). *Darbs, organizācija un psiholoģija.* Rīgā: SIA "Izdevniecība Raka" Harvard

Praude, V., (2012). *Menedžments 2. grāmata.* Rīga: BRUTENE

Praude, V., Šalkovska, J., (2015). *Integrētā marketinga komunikācija 1.* Rīgā: BRUNETE

Дафт, Р., (2015). *Менеджмент 10-е издание.* Санкт-Петербург: Питер

Pielikums. Intervija

Intervija notiek ar: SIA "Izdeviecība Raka" vienīgo īpašnieku un lēmuma pieņēmēju Romānu Alhimionoku.

Intervija notiek: 5. janvārī, 2021. gadā

Tēma: Darbinieku motivēšanas instrumenti

1. Kā jūs vērtējiet sava uzņēmuma darbiniekus, kolektīvu?

Kolektīvu es vērtēju kā darbspējīgu, labi apmācītu un kas izturas apzinīgi pret saviem pienākumiem. Kolektīvs ir draudzīgs un izturas labi viens pret otru. Nedzirdu, ka viņi kautos un rātos, nē tādas lietas nav. Nav bijuši tādi gadījumi, kad kāds nāk un sūdzas par kādu, vai kāds kādu sliktu darbu dara citiem. Visi ir draudzīgi un profesionāli savā jomā.

2. Ar kādiem motivācijas instrumentiem Jūs motivējiet savus darbiniekus?

Pirmkārt, svarīgākais laikā un vienmēr laikā, izmaksāt darba algas. 30 gados es nekad neesmu nokavējis darba algas izmaksu, vienmēr laikā esmu samaksājis. Darbiniekam ir jāzina, ka noteiktā datumā viņš saņems to naudiņu, kas ir paredzēta, gan avansu, gan visu. Nu tas ir pats galvenais. Mēs vēl tādas nelielas prēmijas maksājam uz Jāņiem un Ziemassvētkiem, dažkārt piešķiram brīvdienas, piemēram to laiku starp Ziemassvētkiem līdz jaunajam gadam, šogad sanāca 3 brīvdienas starpā, es viņiem apmaksāju tās. Arī uz šiem svētkiem ir tāda tradicionālā kopā "savākšanas", to mēs saucam par "kalendāru dienu", jo katram darbiniekam tiek dāvināti 10 Rakas taisītie kalendāri, plānotājs pildspalva un maza prēmija. Es vienmēr viņiem pasaku – paldies par padarīto darbu šajā gadā. Redzi, tavs padotais darbinieks, ne tikai gaida tās dāvanas, bet arī labus vārdus, jo visi taču gribam tikt novērtēti… šādos pasākumos arī darbinieku bērni paliek neaizmirsti, jo arī viņi dabū mazu konfekšu maisiņu uz svētkiem. Jāņos darām to pašu, tikai ēdam sieru un dzeram kvasu. Šāda vieda kopā "savākšanās" jau notiek 30 gadus, tas ir mūsu rituāls. Vadošajiem darbiniekiem mēs apmaksājam mobilo telefonu, viņu sarunas, tad, maksājam par degvielu un vēl dažus sīkumus.

3. Vai Jūs izmantojiet negatīvos motivācijas paņēmienus, jeb pātagas metodi?

Es kopš esmu uzsācis savu biznesu, stingri turos pie viena no saviem galvenajiem principiem. Tie ir – ļoti labi izturēties pret saviem darbiniekiem un vienmēr es esmu teicis arī saviem padotajiem priekšniekiem, ka vienmēr jāatceras, ka šis cilvēks strādā manā labā, rada materiālus vērtīgus sev un man, viņš ir jāciena un vienmēr ar cieņu pret viņu ir jāizturas, tā kā man nekad šāda problēma nav bijusi. Es viņus visus ļoti cienu, viņi strādā manā un uzņēmuma labā.

Es aicinu savu vecāko darbinieku, tipogrāfijas vadītāju, kuram ir 76 gadi, doties pelnītā atpūtā un nenākt vairs uz darbu. Viņš savu laiku jau nostrādājis 25 gadus. Viņš uztver to kā draudu, ka vēlos tik no viņa vaļā, bet es jau negribu lai viņam ir grūti vai savainojas. Man ir tādi darbinieki, kuri tik ļoti mīl darbu, ka nevēlas doties prom. To es arī novērtēju, bet dažreiz cilvēks uztver arī informāciju negatīvāk, kā viņa patiesībā ir. To es varētu piebilst, kā vienu no tādiem atgadījumiem, kad mans darbinieks, uzskata, kad es it kā to "pātagu" izmantoju, bet nu vai tad tā ir?

4. Kādi saistošie dokumenti ir uzņēmumam SIA "Izdevniecība Raka", lai motivētu darbiniekus produktīvi strādāt?

Mums ir divi dokumenti – darba līgums, kur mēs prasām pildīt no abām pusēm, gan no darba devēja puses, gan no darba ņēmēja. Mums arī ir koplīgums. Koplīgums ir kurā administrācijas apņemas, veikt kaut kādus zināmus pasākumus, piemēram ēdināšanu, cilvēkiem, kuriem vajag brilles mēs palīdzam viņiem iegādāties un arī bērēs dodam pabalstu, kāzās arī. Mēs nu tā palīdzam ar daļu.

5. Uzņēmumā Jūs nodrošiniet saviem darbiniekiem veselības apdrošināšanu?

Nē, mēs esam izrēķinājuši, esam tā paskaitījuši, ka veselības aprūpe priekš maza uzņēmuma, kā mēs ir par dārgu. Tas ir par dārgu, diemžēl. Arī tādi lieli uzņēmumi, kuriem apgrozījums ir 10 miljoni eiro ir arī attiekušies no veselības apdrošināšanas. Arī viņiem tas ir par dārgu, labāk maksāt par slimību, slimības lapām. Tā vienkārši sanāk izdevīgāk, manuprāt.

Beāte Bole. CILVĒKU VAJADZĪBA PĒC IEPAZĪŠANĀS KLĀTIENĒ

Ekonomikas un Kultūras augstskola, kultūras vadība

betabole12@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Iepazīšanās portāli ir viens no modernākajiem veidiem mūsdienās kā iepazīties ar jauniem cilvēkiem. Šī šķietami iespēju pilnā vide, diemžēl, sev līdzi nes dažādas problēmas. Galvenokārt, tās ir pastāvošās izvarošanas un nolaupīšanas briesmas, tādēļ, ka daudzi no profiliem ir neīsti, uzdodoties par citiem personāžiem. Ar šo problēmu jāsaskaras ikvienam, kurš vēlas iepazīšanās portālu komunikāciju pārcelt uz reālo dzīvi, bet šaubās vai otrs cilvēks patiesi ir tas, kas profila bildē.

Pētījuma mērķis: Pētījuma galvenie mērķi ir noskaidrot pastāvošās problēmas cilvēkiem iepazīstoties klātienē un izzināt klātienes iepazīšanās nozīmīgumu. Šie mērķi sasaucas ar manu topošo biznesa plānu, kura iecere ir šīs pastāvošās problēmas mazināt, pārnesot iepazīšanās portālu satikšanās vidi uz drošu un izklaides pilnu atmosfēru.

Pētījuma metodes: Izmantota kvantitatīvā pētījumu metode. Mērķa grupas viedoklis tika iegūts veicot tiešsaistes interneta aptauju *(Goodgle veidlapas)* Papildus analizēju citus informācijas avotus un izskatīju šajā tēmā jau esošos pētījumus.

Sasniegtie rezultāti: Iegūtie rezultāti sniedz skaidru informāciju par to, ka lielākā daļa no aptaujātajiem neizvēlas lietot iepazīšanās portālus, turklāt uzskata, ka to vide ir tikai daļēji droša. Vairums ir jutušies nedroši dodoties satikties ar personu no interneta. Neņemot vērā lielo iespēju klāstu, ko sniedz iepazīšanās internetā, vairākums cilvēku dod priekšroku reālajai dzīvei. Nozīme un vajadzība pēc iepazīšanās klātienē ir ļoti liela.

Atslēgas vārdi: Iepazīšanās; drošība; klātiene.

Ievads

Pētījuma temats ir aktuāls ne tikai jauniešu, bet arī vecāka gada gājuma cilvēkiem, jo iepazīšanās opcija internetā ir ļoti populāra un to izmanto lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju. Iepazīšanās portālu pieredzi ir ieguvis vismaz 1 no 10 iedzīvotājiem. To cik daudz neīstu, potenciāli bīstamu profilu ir šajā vidē, par laimi, šķiet saprot vairākums iedzīvotāju un jebkurš, kurš sasniedzis attiecīgo vecumu, lai izmantotu iepazīšanās portālus, zina, ka kritiski jāizvērtē otrs cilvēks un jābūt uzmanīgam, pasargājot sevi. Ar šī pētījuma rezultātu palīdzību varētu parādīt, tēmā ieinteresētajiem, ka iepazīšanos klātienē var padarīt par drošāku pasākumu.

Pētījuma ideja ir noskaidrot pastāvošās problēmas un nozīmīgumu cilvēkiem iepazīstoties klātienē. Šī pētījuma rezultāti sniegs ieskatu esošajās problēmās un, iespējams, rosinās idejas problēmu mazināšanai. Tāpat zināšanas par nozīmīgumu cilvēkiem iepazīstoties klātienē sniegs manā nākotnes biznesa plānā lielu ieguldījumu, kurš tiks veidots sabiedrības vajadzībām.

Pētījuma uzdevumi ir aptaujāt cilvēkus izmantojot tiešsaistes aptauju, tāpat arī apkopot rezultātus un izsecināt galveno no tiem. Aptaujas veida metodoloģija ir vieglākais un ātrākais datu iegūšanas veids konkrētam skaitam cilvēku, tapēc izmantoju tieši to.

Pētījuma rezultāti sniedz ieskatu cilvēku personīgajās pieredzēs saistībā ar iepazīšanās portāliem un sniedz viņu viedokli par drošību iepazīstoties internetā. Pētījuma rezultāti noved pie secinājuma, ka drošas iepazīšanās internetā pamats ir drošība, kuru nodrošina šo portālu, vai aplikāciju administratori. Viņu labas darba kvalitātes rezultātā cilvēkiem būtu mazāka iespēja sastapt neīstu profilus un pakļaut sevi potenciālām briesmām.

Analītiskais apskats

Viedierīces ir pārveidojušas daudzus sabiedrības aspektus un redzējumus, tostarp to kā cilvēki satiekas un nodibina attiecības – romantiskas vai citādas. Attieksme par iepazīšanās lietotnēm un pakalpojumiem pēdējos gados ir kļuvusi arvien pozitīvāka. Par šādu faktu liecina viens no daudzajiem pētījumiem šajā jomā – uzņēmums *"Pew Research Center"* 2005. gadā aptaujāja amerikas iedzīvotājus par tiešsaistes iepazīšanos. Tikai 44% atzina, ka šī aktivitāte ir labs veids kā satikt cilvēkus, turpretim vairākums aptaujāto uzskatīja, ka tas ir slikts aizstājējs attiecību nodibināšanai reālajā dzīvē.

Tomēr, veids kā cilvēki sazinās, tiekās un pauž mīlestību ir krasi mainījies kopš tā laika, tādēļ, 10 gadus vēlāk, šī pati kompānija vēlreiz aptaujāja amerikā dzīvojošos. To skaits, kas tieššaistes iepazīšanos uzskatīja par labu veidu kā satikt cilvēkus, bija pieaudzis līdz 59%. Tas kā mēs veidojam savas attiecības, mainās, un ir skaidrs, ka tehnoloģijām ir galvenā loma šajās pārmaiņās. Mūsdienās cilvēki vēršas pie savām ierīcēm ne tikai, lai strādātu, iepirktos un izklaidētos, bet arī lai pārvaldītu savu personīgo dzīvi. Iepazīšanās tiešsaistē ir kļuvusi ļoti populāra, taču vēljoprojām pastāv iespējamas briesmas izmantojot tos. Šī te pati kompānija nolēma noskaidrot arī to, kādi ir galvenie iemesli iepazīšanās portālu izmantošanai un šādi ir rezultāti: ("*Dangerous Liaisons: is everything doing it online?*", nav gada) / (1. tabula)

1.tabula. Iepazīšanās portālu izmantošanas iemesli (Avots: https://www.kaspersky.com/blog/online-dating-report/)

	Kopumā	**Vīrieši**	**Sievietes**
Izklaidei	48%	51%	43%
Draugu atrašanai	41%	41%	41%
Labi pavadītam laikam ar interesantu personu	24%	28%	18%
Partnera atrašanai	19%	20%	17%
Seksuālām attiecībām	13%	18%	5%
Laulātā drauga atrašanai	11%	12%	10%
Esošā partnera uzticības pārbaudei	5%	5%	5%
Cits iemesls	4%	3%	7%
"Vēlētos neizpaust"	12%	10%	14%

Protams, šajā tēma ir daudz citu pētījumu, atklājumu un rakstu, piemēram, Psiholoģiskās Zinātnes Asiocācija izveidoja rakstu par iepazīšanos Internetā – *"Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science"* 2. (Finkel u.c., 2012), kurā psiholoģiski izanalizēja kāpēc cilvēki lieto iepazīšanās portālus un cik labi tie palīdz cilvēkiem atrast to, ko tie meklē, un nonāca pie secinājuma, ka vienīgais guvums, ko dod iepazīšanās internetā ir cilvēku daudzums ar kuriem var sazināties, un ar kuriem, visticamāk, dzīvē nekad nesastapsies. Kopumā iepazīšanās klātienē tika atzīta par drošāku iepazīšanās veidu. (Finkel u.c., 2012, 53.lpp.)

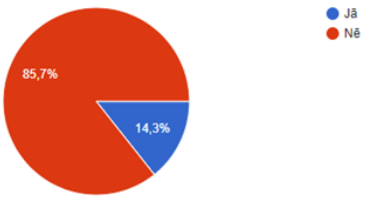
Pētījuma metodoloģija

Vairums (97%) no aptaujātajiem dalībniekiem ir dažādu programmu augstskolas studenti, precīzāk, Ekonomikas un Kultūras augstskolas studenti. Pētījuma datu ievākšanai izmantoju tiešsaistes aptauju: *Google veidlapas* un tā sastāvēja no 13 jautājumiem. Aptaujāto vecums, pārsvarā, bija no 18 – 30 gadiem, tieši tā vecuma grupa, kura visaktīvāk iepazīstas internetā. Aptaujā iekļāvu jautājumus, kuri saistīti ar personīgo pieredzi iepazīstoties internetā un uzdevu jautājumus, vai viņuprāt, iepazīšanās internetā ir droša, un ja nav, tad kāpēc. Informācijas iegūšanai izmantoju arī jau pastāvošos pētījumus šajā nozarē. Analizējot tos, meklēju kā secinājumi sasaucas ar manu tēmu. Pētījuma veikšanā, izņemot aptauju un dažus elektroniskos avotus, neizmantoju neko citu, jo šo tēmu esmu agrāk jau izanalizējusi.

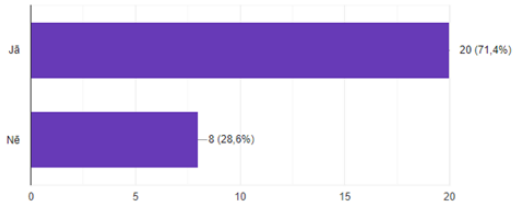
Pētījuma rezultāti

Dati liecina, ka lielākā daļa aptaujāto (85,7%) neizmanto iepazīšanās portālu opciju (1.att.) un pamato to ar faktu, ka ir attiecībās (2.att.), taču atzīst, ka ir lietojuši agrāk. 69,6% aptaujāto min, ka ar savu otro pusīti ir iepazinušies reālajā dzīvē, 26,1%, ka internetā, bet 8,7% min citu atbildi (3.att.). No aptaujātajiem, kas izmanto iepazīšanās portālus (21,5%) min, ka izmanto tieši "Tinder" (17,9%), kas ir viena no popularākajām iepazīšanās aplikācijām pasaulē (4.att.). 78,6% atbildēja, ka viņuprāt, iepazīšanās portālos ir daudz neīstu profilu (5.att.), savukārt tikai 32,1% atbildēja, ka spētu atšķirt īstu profilu no neīsta. 14,3% atzina, ka nespētu, 53,6% šaubās par savām spējām to izdarīt (6.att.). 20 atbildes, jeb 71,4% sacījs, ka, viņuprāt, iepazīšanās portāli kopumā šķiet tikai daļēji droši. (7.att.) No kopējām atbildēm (28) puse atzīst, ka ir devušies uz satikšanos ar kādu no iepazīšanās portāla (8.att.) un 40% no tiem ir jutušies nedroši to darot. 26,7% jutušies neitrāli, bet 33,3% jutušies droši. (9.att.) Vairākums (85,7%) piekīt, ka pārnesot iepazīšanās portālus uz reālo dzīvi un padarot to par speciālu satikšanās vietu visiem interesentiem, tas padarītu drošāku šo procesu – iepazīties internetā. (10.att.)

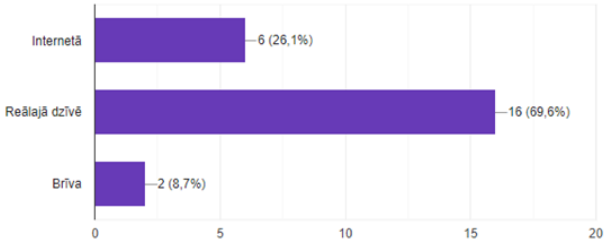
Pētnieciskā instrumenta paraugs: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeHo474XmqmPY4UlXXP4qvp40xKjD4k-mMohdh8rOoxPifqzw/viewform?gxids=7628



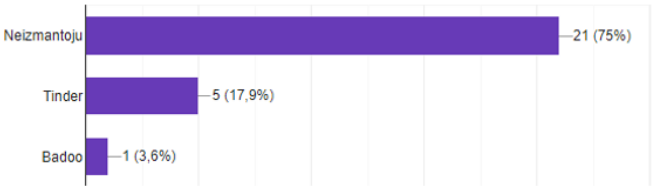
1. att. Iepazīšanās portālu izmantošanas skaita apkopojums (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



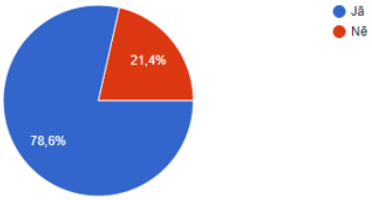
2.att. Attiecībās esošo un neesošo cilvēku skaits (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



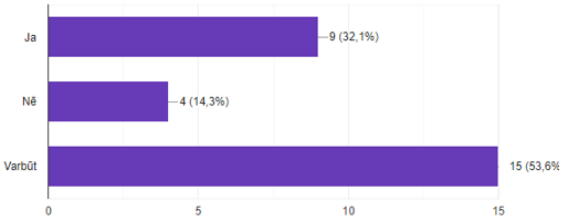
3. att. Vietas, kur iepazinušies ar partneriem (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



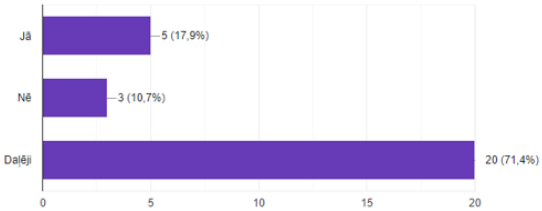
4. att. Iepazīšanās portālu vietnes, kuras izmanto (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



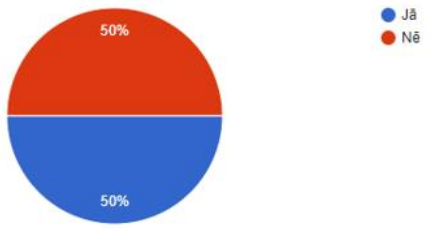
5. att. Cilvēku skaits, kuri uzskata, ka iepazīšanās portālos ir daudz neīstu portālu (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



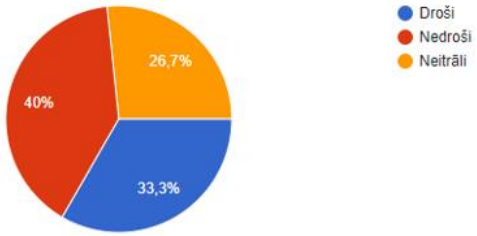
6. att. Cilvēku skaits, kuri domā, ka spēj, nespēj, vai varbūt spēj, atšķirt īstu profilu no neīsta (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



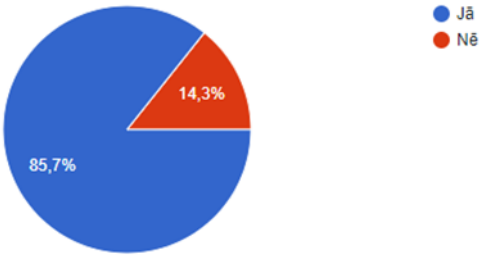
7. att. Attainojums tam vai cilvēki uzskata, ka iepazīšanās portāli ir droši (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



8. att. Tik cilvēki ir devušies uz satikšanos ar kādu no iepazīšanās portāla (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



9. att. Cilvēku skats, kas jutušies droši, nedroši, vai neitrāli dodoties uz satikšanos ar svešu cilvēku (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



10. att. Tik cilvēku uzskata, ka pārnesot iepazīšanās portālus uz reālo dzīvi, tas iepazīšanos internetā padarīs drošāku (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

1. Pēc aptaujas rezultātiem var secināt, ka vismaz daļa, no cilvēkiem, kuri mūsdienās izmanto iepazīšanās portālus, par laimi saprot tajos pastāvošas briesmas un daudzo neīsto profilu skaitu.
2. Cilvēki vairāk uzticas iespējai iepazīties reālajā dzīvē, nevis internetā.
3. Liela daļa no aptaujātajiem sprieda, ka pat pēc portālu izmēģināšanas, sapratuši, ka tas nav viņiem piemērots veids, kā iepazīt citus.
4. Lielākā daļa no cilvēkiem, ejot uz satikšanos ar kādu no interneta, nejūtas droši.
5. Vairākums atzīst, ka visticamāk, ja pastāvētu konkrēta, droša vieta šīm satikšanām, tad cilvēki dotos uz to nebaidoties, ka var pakļaut sevi briesmām. Problēmas, kuras pastāv iepazīstoties internetā ir saistītas tikai un vienīgi ar šo portālu, vai aplikāciju darbību. Darbiniekiem un tehnoloģijām, kuras analizē un atlasa īstos profilus no neīstajiem vajadzētu uzlabot savu darbības kvalitāti. Pretējā gadījumā pavirša attieksme pret to mūsdienās, bieži vien, noved pie diezgan bēdīgām beigām. Protams, pastāv arī laimīgas beigas un pāri, kuri ir iepazinušies tieši interneta vidē, bet, domājams, pat viņi uzskatītu iepazīšanās portālus par tikai daļēji drošu vidi. Pēc elektronisko resursu analizēšanas un sava pētījuma veikšanas esmu nonākusi pie secinājuma, ka cilvēkiem ir liela vajadzība pēc iepazīšanās klātienē. Tā ir ļoti nozīmīga, lai cilvēki spētu

satuvināties un radīt jebkādu kontaktu – romantisku vai citādu. Šo pētījumu es, pati, izmantošu par informācijas avotu savam nākotnes biznesa plānam. Papildināt šo pētījumu varētu ar vairāku resursu iekļaušanu teorijas ziņā, kā arī ar lielāku cilvēku skaita aptaujāšanu, lai spētu iegūt precīzākus rezultātus.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

APS association for Psychological Science (2012) *Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science.* Elektroniskais resurss [skatīts 30.03.2021]. Pieejams: https://www3.nd.edu/~ghaeffel/OnineDating_Aron.pdf

Kaspersky Daily (nav gada) *Dangerous Liaisons: is everyone doing it online?* Elektroniskais resurss [skatīts 30.03.2021]. Pieejams: https://www.kaspersky.com/blog/online-dating-report/

Maruta Grāvīte – Indrāne, Kristaps Maļarčiks, Krists Miļevskis, Edijs Roberts Judrups. JAUNIEŠU BEZDARBS RADOŠAJĀS INDUSTRIJĀS COVID-19 PANDĒMIJAS IESPAIDĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma „Kultūras vadība"

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente, Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Kopš 2020. gada 13. marta visa pasaule, tostarp, radošo industriju nozare, atrodas attālinātā saskarsmes režīmā un dīkstāvē, lai ierobežotu koronavīrusa SARS-CoV-2 izraisītās slimības COVID-19 izplatību. Šobrīd, jau gadu daļa jauniešu pārgājuši uz darbu un studijām attālināti, taču daļa darbu zaudējuši dažādu iemeslu dēļ – ierobežojumi pasākumu nozarē , atlaišana, nespēja strādāt attālināti u.c. Darbu pārtraukuši teātri, pasākumu veidotāji, muzeji, deju kompānijas. Minētajās vietās strādājošie jaunieši bieži ir studenti vai radošo industriju nozares pārstāvji sava profesionālā ceļa sākumā, tāpēc nozares apstāšanās un darba zaudēšana nav viegli atrisināma problēma. Darbu pārsvarā saglabā tikai pamatdarbinieki, no darba atbrīvojot apkalpojošo personālu, tehniskos darbiniekus, asistentus. Šī bezdarbnieku grupa bieži vien nekvalificējas pabalstiem, taču darbu atrast arī ir problemātiski, jo pat veikalos un kafejnīcās darbinieki vairs nav nepieciešami. Tā kā radošajās profesijās praktiskā pieredze ir viens no stūrakmeņiem, šāda profesionālās ikdienas transformēšanās var nopietni ietekmēt ne tikai jaunieša turpmāko profesionālo izaugsmi radošajās industrijās, bet arī finansiālo stabilitāti un mentālo veselību.

Pētījuma mērķis: Izpētīt, kā pandēmijas apstākļi ietekmējuši jauniešu nodarbinātību radošo industriju nozarē.

Pētījuma metodes: Sekundāro datu analīze, aptauja – anketēšana (18-25 gadus veci jaunieši).

Sasniegtie rezultāti: Aptaujājot 80 jauniešus, kas pārstāv radošās industrijas, secināts, ka vairāk nekā puse zaudējusi darbu. Pandēmijas situācija visvairāk ietekmējusi mūzikas un atpūtas/izklaides apakšnozares radošajās industrijās. Aptaujātie jaunieši atzīst, ka trūkst informācijas par atbalsta mehānismiem, kas pieejami sadzīvošanai ar pandēmijas izraisīto bezdarbu. Jauniešiem ir strauji pasliktinājusies mentālā un fiziskā veselība - depresija, liekais svars, apreibinošo vielu patēriņš u.c., taču daži rod jaunus veidus kā pavadīt laiku un turpināt pašattīstības procesu.

Atslēgas vārdi: COVID-19; pandēmija; bezdarbs; radošās industrijas.

Ievads

Pētījuma aktualitāte: Kopš 2020. gada 13. marta visa pasaule, tostarp, radošo industriju nozare, atrodas attālinātā saskarsmes režīmā un dīkstāvē, lai ierobežotu koronavīrusa SARS-CoV-2 izraisītās slimības COVID-19 izplatību. Šobrīd, jau gadu daļa jauniešu pārgājuši uz darbu un studijām attālināti, taču daļa darbu zaudējuši dažādu iemeslu dēļ – ierobežojumi pasākumu nozarē , atlaišana, nespēja strādāt attālināti u.c. Darbu pārtraukuši teātri, pasākumu veidotāji, muzeji, deju kompānijas. Minētajās vietās strādājošie jaunieši bieži ir studenti vai radošo industriju nozares pārstāvji sava profesionālā ceļa sākumā, tāpēc nozares apstāšanās un darba zaudēšana nav viegli atrisināma problēma. Darbu pārsvarā saglabā tikai pamatdarbinieki, no darba atbrīvojot apkalpojošo personālu, tehniskos darbiniekus, asistentus. Šī bezdarbnieku grupa bieži vien nekvalificējas nekāda veida pabalstiem, taču atbilstošu darbu atrast arī ir problemātiski, jo pat veikalos un kafejnīcās darbinieki vairs nav nepieciešami, it īpaši, ja jaunietis studē un nevar izvirzīt šo darbu par prioritāti. Tā kā radošajās profesijās tieši praktiskā pieredze ir viens no stūrakmeņiem, šāda profesionālās ikdienas transformēšanās var nopietni ietekmēt ne tikai jaunieša turpmāko

profesionālo izaugsmi radošajās industrijās, bet arī finansiālo stabilitāti un mentālo veselību.

Pētījuma mērķis: Izpētīt, kā pandēmijas apstākļi ietekmējuši jauniešu nodarbinātību radošo industriju nozarē.

Pētījuma uzdevumi:

- Aktualizēt problēmu ar jauniešu bezdarbu radošajās industrijās;
- Izveidot aptaujas anketu, kas ļautu iegūt statistisku, pieredzi aptverošu viedokli par radošo industriju nozares darbu;
- Iegūt izpratni par to, vai un ko jaunieši izvēlas darīt konkrētajā situācijā;
- Veikt aptaujā iegūto datu apstrādi un analīzi;
- Izvērtēt pētījuma rezultātus;
- Secināt un salīdzināt anketas dotās atbildes ar analītisko daļu.

Pētījuma metodes: Sekundāro datu analīze, aptauja - anketēšana (18-25 gadus veci jaunieši).

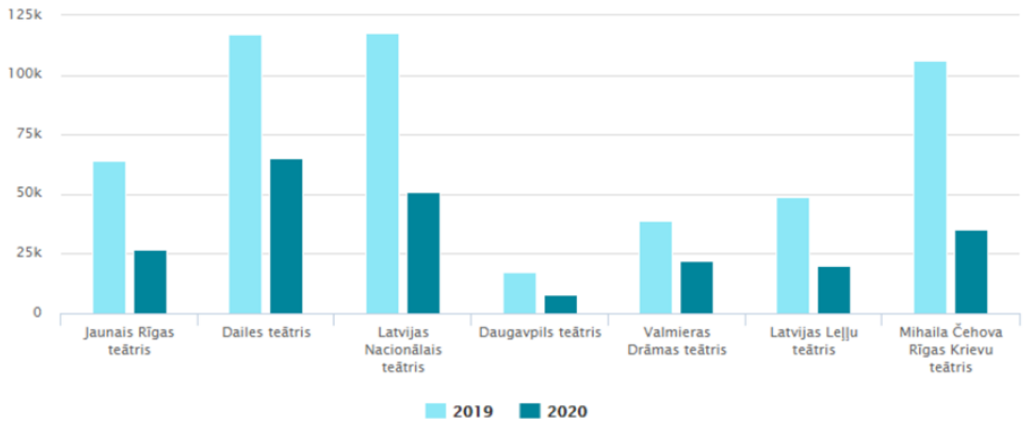
Pētījuma rezultāti: Aptaujājot 80 jauniešus, kas pārstāv radošās industrijas, secināts, ka vairāk nekā puse zaudējusi darbu. Covid-19 izraisītā situācija visvairāk ietekmējusi mūzikas un atpūtas/izklaides apakšnozares radošajās industrijās. Aptaujātie jaunieši atzīst, ka trūkst informācijas un tās pieejamība saistībā ar atbalsta mehānismiem, kas pieejami sadzīvošanai ar pandēmijas izraisīto bezdarbu. Tāpat jauniešiem ir strauji pasliktinājusies mentālā un fiziskā veselība - depresija, liekais svars, apreibinošo vielu patēriņš u.c., taču bieži vien jaunieši rod jaunus veidus kā pavadīt laiku un turpināt vismaz pašattīstības procesu.

Analītiskais apskats

Bezdarbs COVID-19 laikā ir ar vien biežāk sastopams. Vispārzināms raksturojums ir šāds - bezdarbs ir situācija ekonomikā, kad darbaspējīgi, atbilstošas kvalifikācijas strādnieki par atbilstošu samaksu nevar atrast darbu. Sakarā ar COVID-19 notikušo ārkārtas situāciju valstī, kas sākās 12.03.2020., strauji palielinājies bezdarba līmenis, kas ir ietekmējis visus cilvēkus, it sevišķi radošajās industrijās. Radošās industrijas attiecas uz plašu ekonomisko un kultūras aktivitāšu loku, kas saistītas ar zināšanu un informācijas veidošanu un izmantošanu jeb kino, teātris, koncerti, dažādas menedžmenta jomas, māksla, arhitektūra u.c. kultūras nozares.

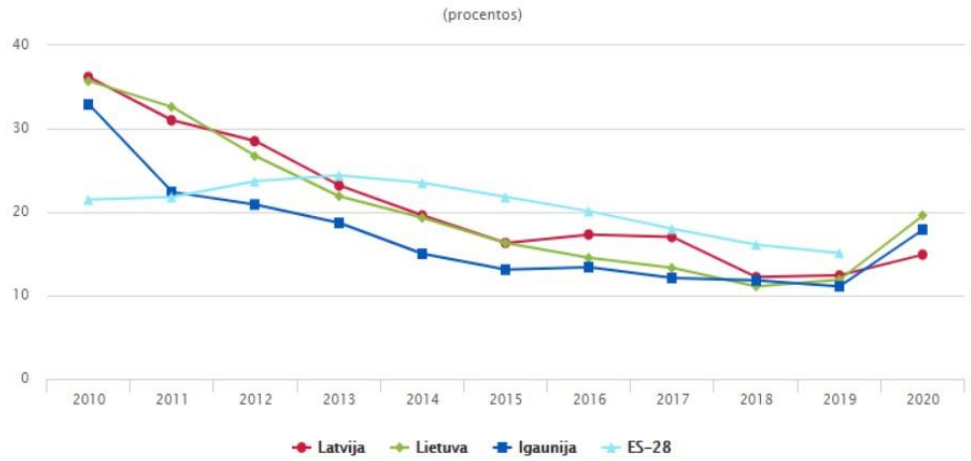
COVID-19 ietekme uz dažādām kultūras nozarēm

2020. gadā muzeji Latvija tika slēgti no marta vidus līdz maija vidum. Pēc muzeju atvēršanas publikai, pirmās 4 nedēļas apmeklētāju skaits bija salīdzinoši mazs (10-20% no iepriekšējā gada apmeklētāju skaita). Nākamo četru nedēļu laikā apmeklētāju skaits lēnām pieauga, bet tāpat nepārsniedzot 60% no pagājušā gada apmeklējuma. Šo ietekmēja gan ārvalstu, gan vietējo tūristu trūkums, kas radīja bezdarbu visiem tā darbiniekiem, kā arī netika realizēti dažādi skolu pasākumi jauniešiem (projekts ''Latvijas skolas soma''). Teātra darbība tika ietekmēta līdzīgā veidā, proti, 2020. gada pirmajos 9 mēnešos apmeklētāju skaits septiņos valsts teātros bija tikai 55% no 2019. gada deviņos mēnešos. Lielākais apmeklētāju skaita samazinājums bija Mihaila Čehova Rīgas Krievu teātrim, kur klientu skaits samazinājās par 67%, bet mazākais - Valmieras drāmas teātrim, kur apmeklētāju skaits samazinājās par 43%. (skat. 1. att.)



1.att. Teātra apmeklētāju skaits valsts teātros 2020. gadā (Avots: Covid ietekme uz radošajām industrijām | Centrālā statistikas pārvalde (csb.gov.lv))

COVID-19 ietekmē liela daļa cilvēku tika atlaisti no darbavietām, kā arī citu darbavietu atrašana bija ļoti sarežģita, līdz ar ko bezdarba līmenis ir palielinājies gan pieaugušajiem, gan jauniešiem. "2020. gadā jauniešu bezdarba līmenis bija 14,9 %, kas ir par 2,5 procentpunktiem augstāks nekā pirms gada (2019. gadā – 12,4 %). No visiem bezdarbniekiem 8,8 tūkstoši jeb 11,2 % bija jaunieši vecumā no 15 līdz 24 gadiem. Gada laikā jauniešu bezdarbnieku skaits ir palielinājies par 1,1 tūkstoti, bet īpatsvars kopējā bezdarbnieku skaitā samazinājies par 1,4 procentpunktiem." [2] "Kopš 2013. gada jauniešu bezdarba līmenis Latvijā bija zemāks nekā ES dalībvalstu vidējais rādītājs, bet augstāks nekā Igaunijā un Lietuvā. Savukārt 2020. gadā Latvijā bija zemākais jauniešu bezdarba līmenis Baltijas valstīs – Igaunijā jauniešu bezdarba līmenis bija 17,9 %, bet Lietuvā – 19,6 %" Viens no iespējamiem cēloņiem lielākam bezdarbam jauniešiem ir pastiprinātie valsts noteiktie ierobežojumi un vairāku darbavietu slēgšana un darba izpildes apgrūtināšana.



2.att. Jauniešu bezdarba līmenis Baltijas valstīs un vidēji Eiropas Savienībā (Avots: Bezdarbs 2020. gadā | Centrālā statistikas pārvalde (csb.gov.lv))

Pētījuma metodoloģija

Šī socioloģiskā pētījuma metodoloģija ietver kvantitatīvo metodes veidu.

Pētījuma respondenti tika uzrunāti gan personiski, gan sociālajos tīklos un aicināti aizpildīt aptauju elektroniskā formātā.

Aptauja tika veidota anketas veidā un tajā tika izmantoti gan atvērtie, gan slēgtie jautājumi, lai iegūtu informāciju par respondentu (skat. 1.pielikumā):

- vecumu;
- piederību radošo industriju apakšnozarei;
- nodarbinātību;
- finansiālo, mentālo un fizisko stāvokli pandēmijas un bezdarba apstākļos;
- iespējām darba tirgū pandēmijas iespaidā.

Pētījuma laikā tika izstrādāta aptauja elektroniskas anketas formātā vietnē *Google Forms*. Aptauja izpildei respondentiem bija atvērta no 2021.gada 25. līdz 29.martam. Minētajā laikā aptaujā piedalījās 80 respondenti attiecīgajā kopā.

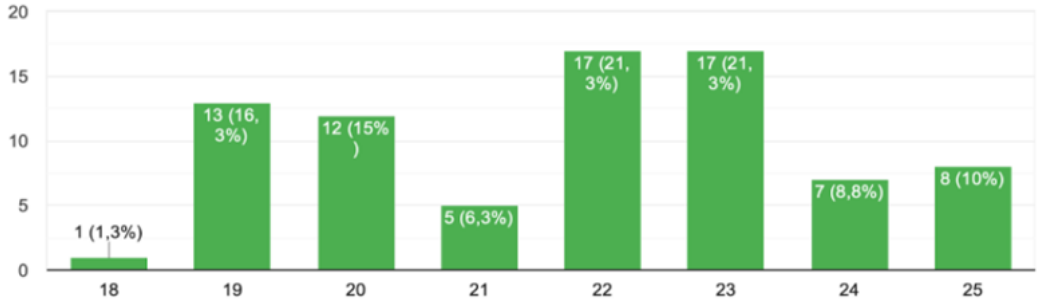
Par aptaujas respondentiem tik izvēlēti 18-25 gadus veci jaunieši, kas pārstāv kādu no radošo industriju apakšnozarēm. Respondenti tika informēti, ka, lai kvalificētos kā nozares pārstāvis, viņiem nav obligāti jābūt ar pastāvīgu darbu nozarē vai vienīgajam/galvenajam ienākumu avotam. Precizitātei respondentam bija jāizvēlas vismaz viena no radošo industriju apakšnozarēm, lai apstiprinātos, ka nozare tiešām tiek pārstāvēta. Tāpat anketā tika izmantots filtra jautājums gadījumiem, kad respondents pandēmijas laikā nav piedzīvojis darba zaudējumu.

Aptaujā iegūtie dati tika analizēti apkopotā veidā, taču atvērto jautājumu atbildes sniedza plašāku ieskatu respondentu dzīves situācijās, tādējādi ļaujot analīzē dziļāk izprast viedokļus un likumsakarības.

Pētījuma rezultāti

Kāds ir Jūsu vecums?

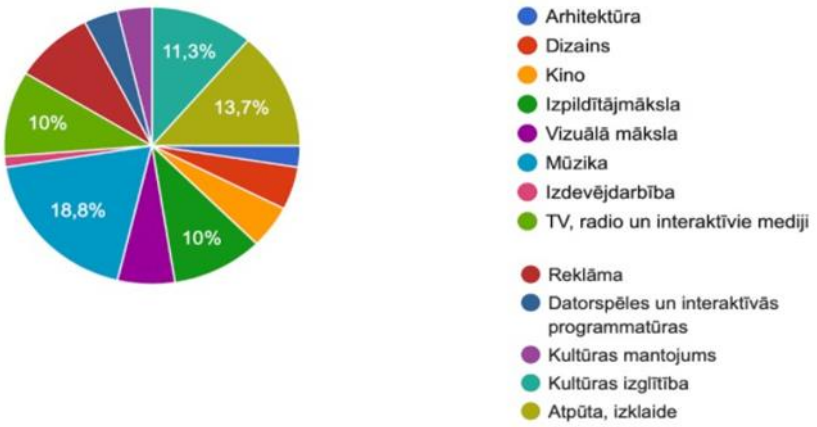
Vispirms darba autori vēlējās noskaidrot radošās industrijas darbojošo respondentu vecumu. Kā redzams 1.attēlā, uz jautājumu 1,3 %, jeb 1 respondents atbildēja, ka ir 18 gadus vecs, 16,3%, jeb 13 respondenti atbildēja, ka ir 19 gadus veci, 15%, jeb 12 respondenti atbildēja, ka ir 20 gadus veci, 6,3%, jeb 5 respondenti atbildēja, ka ir 21 gadus veci, 8,8%, jeb 7 respondenti atbildēja, ka ir 24 gadus veci un 10%, jeb 8 respondenti atbildēja, ka ir 25 gadus veci. Lielākais respondentu skaits ir starp 22 un 23 gadu veciem jauniešiem, kurā respondentu skaits abās vecuma kategorijās sasniedza vienādu skaitu, jeb 21,3 %. (skat. 3.att.) Pēc pirmā jautājuma iegūtajiem datiem var secināt, ka jauniešu kategorija starp 22 un 23 gadiem visvairāk tiek ietekmēta, sakarā ar to, ka šajā vecuma posmā jaunieši sāk dzīvot patstāvīgi, bet 18 gados vēl tikai iegūst vidusskolas vai profesionālo vidējo izglītību.



3. att. Respondentu vecums (darba autoru veidota diagramma)

Kuru radošo industriju apakšnozari Jūs pārstāvat?

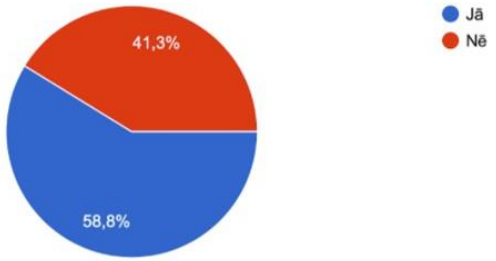
Uz šo jautājumu 2 respondenti, jeb 2,5% atbildēja, ka pārstāv arhitektūras apakšnozari, 5% jeb 4 respondenti pārstāv dizaina apakšnozari. 5% jeb 4 respondenti pārstāv kino apakšnozari, 10% jeb 8 respondenti pārstāv izpildītājmākslas apakšnozari, savukārt 6,2% jeb 5 respondenti pārstāv vizuālās mākslas apakšnozari. Lielākā daļa - 18,8% pārstāv mūzikas apakšnozari. 1 respondents pārstāv izdevējdarbības apakšnozari. 10% jeb 8 respondenti pārstāv TV/radio/interaktīvos medijus, 8,8% jeb 7 respondenti pārstāv reklāmu, 3,7% jeb 3 respondenti pārstāv datorspēļu un interaktīvo programmatūru apakšnozari. Kultūras mantojuma apakšnozari pārstāv 3 respondenti, turpretī, kultūras izglītības apakšnozari pārstāv 11,3 %. 13,7% jeb 11 respondenti pārstāv atpūtas un izklaides nozari (skat. 4.att.). Tā kā lielākā daļa respondentu pārstāv mūzikas un atpūtas/izklaides nozari, tad var secināt, ka šīs ir visvairāk skartās nozares Covid-19 pandēmijas ietekmē.



4. att. Respondentu pārstāvētās radošo industriju apakšnozares (darba autoru veidota diagramma)

Vai darbība radošajās industrijās ir bijis Jūsu galvenais ienākumu avots?

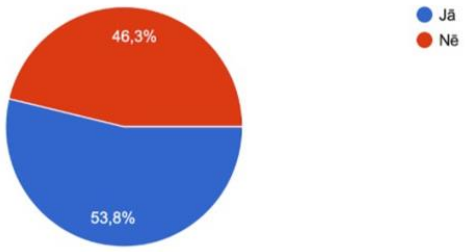
Šis jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu, cik ļoti šo ienākumu, kas gūti no darbības radošajās industrijās, esamība ietekmē respondentu finanses. Uz šo jautājumu 41,3% jeb 33 respondenti atbildēja, ka tas nav galvenais ienākumu avots, bet 58,8%, jeb 47 respondenti atbildēja, ka tas ir galvenais ienākumu avots (skat. 5.att.).



5.att. Ienākumu avots (darba autoru veidota diagramma)

Vai pandēmijas dēļ esat zaudējis darbu?

46,3 %, jeb 37 respondenti atbildēja, ka nav zaudējuši pandēmijas ietekmē darbu, bet 53,6%, jeb 43 respondenti atbildēja, ka ir zaudējuši darbu pandēmijas ietekmē (skat. 6.att.). Jāpiemin, ka šis jautājums tika izmantots arī kā filtra jautājums, lai uz atlikušajiem jautājumiem atbildētu cilvēki, kam nācies piedzīvot darba zaudējumu. Pēc respondentu sniegtajām atbildēm, var secināt, ka COVID-19 ir būtiski ietekmējis radošo industriju nozaru darbību, jo 2020. gadā bezdarba līmenis jauniešu vidū paaugstinājās par 2,5 % (skat. 6.att.).



6.att. Darba statuss pandēmijas ietekmē (darba autoru veidota diagramma)

Kā nākamos jautājumus, uz kuriem atbildēja tikai bezdarba skartie respondenti (43), darba autori respondentiem uzdeva, lai izprastu, kā mainījusies viņu dzīve pēc darba zaudējuma.

Vai esat pieteicies kādam atbalsta mehānismam?Ja esat pieteicies atbalsta mehānismam - kādam? Ja neesat - kādēļ? Vai uzskatāt, ka pieejamie atbalsta mehānismi jauniešiem ir pietiekami? Kāpēc?

67,4 % jeb 29 respondenti atbildēja, ka nav pieteikušies nevienam atbalsta mehānismam, bet 32,6% jeb 14 respondenti atbildēja, ka ir pieteikušies atbalsta mehānismam, piemēram, dīkstāves vai bezdarbnieku pabalstam. Tie, kuri atbildēja, ka nesaņem vai nav pieteikušies atbalsta mehānismam, kā vienu no faktoriem min, ka nav pietiekami daudz informācijas vai nezin, kur to īsti var izdarīt, daļa atbildēja, ka strādā neoficiāli, tāpēc nav jēgas pieteikties atbalsta mehānismam vai ir atraduši "haltūras", kurās piestrādā. Liela daļa uzskata, ka tiem nav jēgas pieteikties, jo to atlīdzība ir pārāk niecīga vai arī pandēmijas ietekmē ir pārvākušies pie vecākiem. Daļa atbildēja, ka nevar saņemties un viena persona izteicās šādi: *biju pieteikusies, nepiešķīra atbalstu, ko šajā extra situācijā kā jebkurš normāli dzīvot gribošs cilvēks, meklēju alternatīvu un nokļuvu darba vietā kā oficiāls darbinieks, līdz ar ko valsts mani*

kā muzikas industrijas pārstāvi atteicās atbalstīt. Pēc kā var secināt, ka atbalsta mehānisms nav izstrādāts līdz galam korekti un, ka ir specifiskās nozares, kuras dabū un notiek sava veida atlase, kaut vai mūzikas nozare un izklaides, atpūtas nozare ir viena no vistrakāk ietekmētajām nozarēm Covid-19 pandēmijas laikā izraisītajam bezdarbam.

Teju visi respondenti atbildēja, ka neuzskata pieejamos atbalsta mehānismus par pietiekamiem. 3 respondenti atbildēja, ka tie ir pietiekami. Daži respondenti nespēja pamatot savu atbildi, bet uzskata, ka nav pietiekams atbalsts. Atbalsta mehānismiem esot ir pārāk specifiski nosacījumi, lai tiem atbilstu. Viens respondents atbildēja, ka ir iespēja pieteikties atbalsta mehānismam studējošajiem jauniešiem, bet vecuma ierobežojums to neļauj, no kā var secināt, ka atbalsta mehānismi ir nekorekti arī vecuma ierobežojuma ziņā, Pēc autoru domām, tas nav korekti, jo ir studenti, kuri studijas uzsāk vēlāk vai gadu izlaiž, lai saprastu, ar ko vēlās saistīt savu nākotni un kurš izglītības ceļš būs piemērotākais.

Kā izmantojat laiku, ko citkārt būtu aizņēmis darbs?

Liela daļa respondentu atbild, ka studē un cenšās studēt, neskatoties uz Covid-19 situāciju, daudzi atbild, ka mēģina mainīt rutīnu, vingrot un kāds arī raksta mūziku vai arī mēģina izdzīvot šo laika posmu, jo neesot iedvesmas šajā laika periodā kaut ko darīt. Pandēmijas izraisītais dzīves veids ne tikai rada problēmas, bet arī liek atrast jaunus, iespējams, radošus veidus, kā pavadīt savu laiku.

Kā darba zaudēšana ietekmējusi Jūsu finansiālo stabilitāti?

Daļa respondentu izdzīvoja no iekrājumiem, bet, tiem beidzoties, bija spiesti pārvākties pie vecākiem, prasīt atbalstu no tuviniekiem vai pārvākties uz daudz sliktāku dzīvokli, lai varētu nosegt rēķinus. Ir izveidojušies parādi, jo rēķinus nevar nomaksāt un ienākumi ir samazinājušies līdz pat trim reizēm. Bet daļa atzīst, ka pandēmijas stāvoklis tomēr finansiālo stāvokli nav ietekmējis. Viens no faktoriem varētu būt, ka uztur vecāki vai arī bija spiesti meklēt citu darbu, vai arī atrast darbu citā nozarē, kuru finansiāli neietekmēja Covid-19 pandēmija.

Kā darba zaudēšana ietekmējusi Jūsu mentālo veselību?

Viens no respondentiem saka šādi: *Šķiet, ka diezgan pamatīgi, jo ar katru dienu viss šķiet arvien bezjēdzīgāks, nesasniedzamāks. Esmu darba meklējumos jau kopš oktobra beigām un līdz šim nesekmīgi*

- neatkarīgi no tā, vai tā ir "mana nozare", vai tā ir apkalpojošā/pakalpojumu nozare vai jebkas cits. Vieniem darbiem mana kvalifikācija ir par zemu, citiem par augstu, bet lielākoties nesaņemu nekādas atbildes un tas viss diezgan pamatīgi grauj pašapziņu, pašvērtējumu. Ir ļoti liela padošanās sajūta un ar katru dienu ir arī arvien mazāka vēlme vispār kaut ko darīt, saņemties jebkādām darbībām - sākot ar ikdienišķām un sadzīviskām, beidzot ar sevis pilnveidošanu un agrāko mērķu sasniegšanu.

Teju visi respondenti atbild apstirpinoši - daudzām lietām neredz jēgu, meklē lētus terapeita pakalpojumus, kā arī ir palielinājies alkohola un citu vielu patēriņš, jo jūtās nomākti un pat nevajadzīgi, kā arī nevar socializēties klātienē, jo nav atļautas klātienes satikšanās. Piemēram, agrāk cilvēks pēc darba varēja aiziet ar kolēģiem vai draugiem uz bāru iedzert vienu dzērienu, taču tagad tas nav iespējams, tādēļ šādas tikšanās nenotiek vai arī notiek online vidē, kā rezultātā alkohola patēriņš ir krietni augstāks.

Kā darba zaudēšana ietekmējusi Jūsu fizisko veselību?

Daudzi uzsver, ka fiziskā veselība nav mainījusies, jo cenšās kustēties mājās apstākļos, bet ir arī respondenti, kuri atzīst, ka ir pieņēmušies svarā no 5-12 kg, kas var atstāt nopietnas

sekas uz veselību nākotnē. Respondenti atzīst, ka ir zudusi motivācija kaut ko darīt, jo grūti saskatīt jēgu, apzinoties, ka visa dzīve norisinās četrās sienās.

Anketas noslēgumā, autori aicināja respondentus padalīties ar to, ko viņi iemācījušies vai izmēģinājuši pēc darba zaudējuma. Daļa atbildēja, ka ir apmeklējuši dažādus kursus online, apgūst jaunas zināšanas citās nozarēs, piemēram, attīsta dziedāšanas prasmes, datorprogrammu lietošanas prasmju pastiprināšanu,veido māla rokdarbus, apmeklē online deju nodarbības, seminārus, valodas kursus u.c.

Atbildot uz jautājumu par darba meklējumiem, visi respondenti atbild, ka tas sekmējies neveiksmīgi, jo radošajās industrijās šobrīd darba rokas nav nepieciešamas, jo nozares darbība ir samazinājusies. Savukārt, citās nozarēs darbiniekus nevēlas pieņemt bez pieredzes vai arī nav iedvesmas meklēt, kā arī ir respondenti, kuri neredz sevi citās nozarēs vai viņus šobrīd uztur vecāki.

Secinājumi

- Latvijā 2020. gadā bezdarbs jauniešu vidū pieaudzis par 2,5%. Šo pieaugumu var novērot arī šī pētījuma ietvaros veiktajā aptaujā – vairāk nekā puse respondentu atklāj, ka saskārušies ar darba zaudējumu.
- Trūkst informācijas par atbalsta mehānismiem, kas pieejami sadzīvošanai ar pandēmijas izraisīto bezdarbu.
- Covid-19 izraisītā situācija visvairāk ietekmējusi mūzikas un atpūtas/izklaides apakšnozares radošajās industrijās.
- Pandēmijas laikā, pasliktinoties darba iespējām, jauniešiem ir strauji pasliktinājusies mentālā un fiziskā veselība - depresija, liekais svars, apreibinošo vielu patēriņš u.c.
- Radošās industrijas pārstāvošie jaunieši, kas zaudējuši darbu, bieži vien rod jaunus veidus kā pavadīt laiku un turpināt vismaz pašattīstības procesu - viņi pievēršas jaunām aktivitātēm, piemēram, mūzikas vai tekstu rakstīšanai, online izglītībai vai vingrošanai.
- Lai gūtu plašāku izpratni par patiesajām sekām, ko uz radošo industriju pārstāvjiem tieši no jauniešu vidus atstājuši pandēmijas apstākļi, būtu vērtīgi pētījumā izmantot arī fokusa grupas metodi vai dziļās intervijas, kas dotu iespēju iedziļināties situācijas nopietnībā.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Centrālā statistikas pārvalde (2020). *Covid ietekme uz radošajām industrijām.* Elektroniskais resurss [skatīts 22.03.2021.] Pieejams: https://www.csb.gov.lv/lv/Statistika/Covid19/covid-ietekme-uz-radosajam- industrijam

Centrālā statistikas pārvalde (bez gada). *2020. gadā bezdarbnieku skaits palielinājies par 28,4 %.* Elektroniskais resurss [skatīts 22.03.2021.] Pieejams: https://www.csb.gov.lv/lv/statistika/statistikas- temas/socialie-procesi/nodarbinatiba/meklet-tema/2974-bezdarbs-2020-gada

Kultūras Ministrija (2020). *Kultūras un radošo industriju definīcija.* Elektroniskais resurss [skatīts 22.03.2021.] Pieejams: https://www.km.gov.lv/lv/kulturas-un-radoso-industriju-definicija

Latvijas kultūras akadēmija (2020). *Veikts pētījums par Covid-19 pandēmijas ietekmi uz kultūras nozari* Elektroniskais resurss [skatīts 22.03.2021.] Pieejams: https://lka.edu.lv/lv/aktuali/jaunumi/veikts-petijums- par-covid-19-pandemijas-ietekmi-uz-kulturas-nozari/

1.pielikums. Aptaujas instruments – anketa (darba autoru veidota anketa)

Jauniešu bezdarbs radošajās industrijās Covid-19 pandēmijas iespaidā

Mēs esam Ekonomikas un kultūras augstskolas profesionālā bakalaura programmas "Kultūras vadība" studenti. Ļoti daudz jauniešus, kuri darbojās radošajās industrijās ir ietekmējusi Covid-19 pandēmija, kuras rezultātā darbs ir zaudēts vai mainīts. Šī ir tēma, kura šobrīd ir ļoti aktuāla, bet pētīta Latvijā un tās atbalsts ir ļoti mazs, tāpēc būsim pateicīgi, ja aizpildīsi šo aptauju. Aptaujas aizpildīšanas laiks - apmēram 10 minūtes. Uz jautājumiem, kas atzīmēti ar "*", jāatbild obligāti.

Kāds ir Jūsu vecums?*

Kuru radošo industriju apakšnozari Jūs pārstāvat?*

- Arhitektūra
- Dizains
- Kino
- Izpildītājmāksla
- Vizuālā māksla
- Mūzika
- Izdevējdarbība
- TV, radio, interaktīvie mediji
- Reklāma
- Datorspēles un interaktīvās programmatūras
- Kultūras mantojums
- Kultūras izglītība
- Atpūta, izklaide

Vai darbība radošajās industrijās ir bijis Jūsu galvenais ienākumu avots?*

Jā / Nē

Vai pandēmijas dēļ esat zaudējis darbu?*

Jā / Nē

Ja uz iepriekšējo jautājumu atbildējāt ar "nē", uz nākamajiem jautājumiem Jums nav jāatbild.

Vai esat pieteicies kādam atbalsta mehānismam?*

Jā / Nē

Ja esat pieteicies atbalsta mehānismam - kādam? Ja neesat -kādēļ?*

Vai uzskatāt, ka pieejamie atbalsta mehānismi jauniešiem ir pietiekami? Kāpēc?*

Kā izmantojat laiku, ko citkārt būtu aizņēmis darbs?*

Kā darba zaudēšana ietekmējusi Jūsu finansiālo stabilitāti?*

Kā darba zaudēšana ietekmējusi Jūsu mentālo veselību?*

Kā darba zaudēšana ietekmējusi Jūsu fizisko veselību?*

Padalies, ko jaunu esi iemācījies/-usies vai izmēģinājis/-usi kopš darba zaudējuma?

Kā veicies ar jauna darba atrašanu pandēmijas laikā? (Neatkarīgi, vai meklējat to tieši savā radošajā nozarē vai citur)*

Elīza Kalniņa, Antra Salmgrieze, Alina Žitkeviča. LATVIJAS IEDZĪVOTĀJU IZPRATNE PAR LIKUMPROJEKTA PAR SATVERSMES 110. PANTA GROZĪJUMU IETEKMI UZ LATVIJAS ĢIMENĒM

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma "Kultūras vadība",

elizakalnina2002@gmail.com, antra7171@gmail.com, ravenjai1975@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: 2021. gada 7. janvārī politiskā partija "Nacionālā Apvienība – Tēvzemei un Brīvībai/LNNK" iesniedza Saeimā likumprojektu par Satversmes 110. panta grozījumiem, kas paredz mainīt pantu un definēt ģimeni kā savienību starp vīrieti un sievieti. Likumprojekta pieņemšanas gadījumā apdraudētas kļūtu ne tikai ģimenes, kas sastāv no viendzimuma pāriem, bet arī vientuļo vecāku un viņu bērnu ģimenēm, kā arī daudzām citām, jo tās zaudē ģimenes statusu Latvijā, tādā veidā tiekot pakļautas paaugstinātiem maksājumiem par nodokļiem, juridiskām grūtībām kāda ģimenes locekļa slimības vai nāves gadījumā. Daudzas Latvijas ģimenes zaudē valsts atbalstu un aizsardzību sabiedrības un likuma priekšā. Ja pietiekami liela daļa Latvijas iedzīvotāju apzinātos riskus, kādiem tiktu pakļautas nepasargātās ģimenes, tad būtu iespējams ietekmēt Saeimas deputātu lēmumu.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot Latvijas iedzīvotāju viedokli par 110. panta grozījumiem, kā arī noskaidrot, vai Latvijas iedzīvotāji apzinās šo grozījumu ietekmi uz Latvijas ģimenēs, kas netiek iekļautas jaunajā ģimenes definīcijā. Informēt aptaujātos par problēmām, kuras var izraisīt LNNK likumprojekta pieņemšana.

Pētījuma metodes: Aptaujas interneta vidē.

Sasniegtie rezultāti: Noskaidrota respondentu informētība un izpratne par "Nacionālās Apvienības" Saeimā iesniegtā likumprojekta, kas paredz izmaiņas Latvijas Republikas Satversmes 110. pantā, ietekmi uz Latvijas ģimenēm, to ikdienas dzīvi, kā arī ekonomisko un, iespējams, demogrāfisko situāciju Latvijā.

Atslēgas vārdi: ģimenes; Latvija; politika.

Ievads

2021. gada 7. janvārī viena no Latvijas politiskajām partijām "Nacionālā Apvienība – Tēvzemei un Brīvībai/LNNK" iesniedza Saeimā likumprojektu par Satversmes 110. panta grozījumiem, kas paredz ieviest pantā izmaiņas un definēt ģimeni kā savienību starp sievieti un vīrieti. Likumprojekts ir reakcija uz Satversmes tiesas 2020. gada spriedumu, ka ģimenē vecāki var būt arī viena dzimuma pārstāvji. Šī likumprojekta pieņemšana būtiski ietekmētu lielu daļu Latvijas ģimeņu ikdienu, jo tādā gadījumā tās paliktu bez valsts atbalsta. Tomēr, lai ietekmētu likumprojekta lasīšanu rezultātus, arī Latvijas sabiedrībai būtu aktīvi jāpauž savs pamatots viedoklis. Dotā pētījuma mērķis ir saprast, cik daudz Latvijas iedzīvotāju ir informēti par notiekošo valstī saistībā ar ģimenes definīcijas jautājumu, kā arī apjaust, vai informētie iedzīvotāji zina arī par iespējām ietekmēt Saeimas deputātu domas par doto likumprojektu. Pētījuma rezultāti tika iegūti izmantojot anonīmas interneta aptaujas gan

latviešu, gan krievu valodā lielākai respondentu piesaistei. Saites uz aptaujām abās valodās tika ievietotas dažādos sociālajos medijos, kā arī bija izplatītas caur tiešajiem saziņas līdzekļiem, piemēram, e-pastā vai WhatsApp aplikācijas privātajās vēstulēs.

Analītiskais apskats

Likumprojekts ir reakcija uz Satversmes tiesas 2020. gada spriedumu, ka ģimenē vecāki var būt arī viena dzimuma pārstāvji. Deputāts Jānis Iesalnieks (Nacionālā apvienība), kurš 2021.gada 14. janvārī runāja projekta iesniedzēju vārdā, uzsvēra, ka Satversmes tiesas spriedums pārkāpj tās likumā noteiktās pilnvaras un ietver ģimenes jēdzienā viendzimuma partneru ģimenes. Savukārt deputāte Marija Golubeva ("Attīstībai/Par") sacīja, ka grozījumi ir aicinājums šķirot ģimenes, diskriminējot daļu no tām. Tie esot pretrunā ar cilvēka cieņu un valsts starptautiskajām saistībām. ("Saeimā skatīs Nacionālās apvienības rosinājumu noteikt ģimenes jēdzienu Satversmē", 2021)

Uz šī raksta tapšanas momentu Latvijas Republikas Satversmes 110. pantā ir teikts, ka "valsts aizsargā laulību – savienību starp vīrieti un sievieti, ģimeni, vecāku un bērna tiesības. [..]" (Latvijas Republikas Satversme, 07.11.1992.). Satversmē jēdziens "ģimene" nav definēts, taču pēc Nacionālās enciklopēdijas datiem: "Ģimene kā demogrāfiskais termins nozīmē sociālu grupu, ko veido divas vai vairākas personas, starp kurām pastāv radniecība vai laulība, kurām ir kopīga saimniecība un kuras dzīvo kopīgā dzīvojamā vienībā (mājā, dzīvoklī u. c.); šaurākā nozīmē – laulātie un viņu bērni, kamēr tie atrodas nedalītā saimniecībā." (Nacionālā enciklopēdija, 2021) Arī pašvaldības pašas definē ģimeni dažādi, piemēram, Valmierā ģimene ir "personu grupa, kuru saista radniecība vai citas personiskas attiecības, kurām ir kopēju izdevumi par uzturu un kuras mitinās vienā mājoklī un tā uzturēšanu veic kopīgi." ("Par ģimenes vai atsevišķi dzīvojošas personas atzīšanu…", 02.04.2020.) Savukārt Ventspils pilsētā šim pašam likumam: "Ģimene – šo saistošo noteikumu izpratnē, laulātie, bērni un personas, kurām ir kopēji izdevumi pamatvajadzību nodrošināšanai un kuras mitinās vienā mājoklī." ("Par maznodrošinātas ģimenes (personas) statusa noteikšanu…", 17.03.2012.) Līdzīgas definīcijas ir arī citām pašvaldībām. Kopējā tendence, definējot ģimeni, nosaka trīs galvenās pazīmes: laulība, kopējs mājoklis, kopēji izdevumi. Vienīgā pazīme, kas norāda, ka ģimeni nevarētu veidot viendzimuma pāris, ir laulības pazīme, taču pārējās divas ģimenes pazīmes attiecas arī uz viendzimuma pāriem. Latvijā ģimene var būt gan vīrieša un sievietes savienība, gan divu sieviešu savienība, gan vientuļie vecāki ar saviem bērniem. Ģimenes definīcijā ir ietverti asinsradinieki, precēti pāri ar vai bez bērniem, vientuļie vecāki ar vienu vai vairākiem bērniem, bērni bez vecākiem (ar aizgādņiem), neprecēti pāri ar kopīgiem bērniem, kā arī jebkuras personas, kurām ir kopēji izdevumi pamatvajadzībām un kopīga pastāvīgā dzīvesvieta.

Uz doto brīdi neviens no Latvijas likumiem nediskriminē nestandarta ģimenes un Latvijas Republika sniedz atbalstu jebkurām ģimeniskām savienībām.

Latvijas Republika atbalsta Latvijas ģimenes ar dažādu veidu pabalstiem. Viens no tiem ir ģimenes valsts pabalsts, kuru piešķir personai, kura audzina vismaz vienu bērnu un kura apmērs ir atkarīgs no audzināmo bērnu skaita. (Valsts sociālo pabalstu likums, 19.11.2002.) Arī augstākminēto Valmieras un Ventspils ģimenes definīciju avoti min, ka ģimenes var pieteikties maznodrošināto statusu un saņemt arī šādus pabalstus.

Daudzbērnu ģimenēm Latvijā ir iespējams saņemt arī "3+ Ģimenes karti", kas reizē kalpo arī kā apliecinošs dokuments tam, ka ģimenē aug trīs un vairāk bērni vecumā līdz astoņpadsmit gadiem, kā arī pilngadīgas personas, kuras nav sasniegušas 24 gadu vecumu,

ja tās iegūst vispārējo, profesionālo vai augstāko izglītību. Šīs kartes īpašniekiem ir iespēja saņemt atlaides, izmantojot pakalpojumus, kurus piedāvā valsts un privātie uzņēmumi Latvijā. Karte pienākas, ja persona pati vai kopā ar laulāto aprūpē vismaz trīs bērnus, tai skaitā audžuģimenē vai aizbildnībā esošus bērnus un pilngadīgas personas, kuras nav sasniegušas 24 gadu vecumu, ja tās iegūst vispārējo, profesionālo vai augstāko izglītību, un personai un tās laulātajam un minētajiem bērniem ir deklarēta dzīvesvieta Latvijas Republikā ("Par 3+ ģimenes karti", 2021).

Tāpat no 2020.gada 1. jūlija pilnveidota līdzšinējā garantijas programma mājokļa iegādei ģimenēm ar bērniem, gan palielinot maksimālo piešķiramo summu, gan dodot tiesības pretendēt uz atbalstu arī ģimenēm, kurās vēl tikai gaidāms ģimenes pieaugums. Apstiprināta arī jaunas atbalsta programmas "Balsts" uzsākšana, kas ļaus saņemt neatmaksājamu valsts subsīdiju jeb grantu mājokļa iegādei vai būvniecībai ģimenēm, kurās aug trīs un vairāk bērnu ("Mājokļa iegādei ģimenēm ar bērniem būs pieejami arī granti", 2020).

Ja "Nacionālās Apvienības" likumprojekts tiks pieņemts, tad jēdziens "ģimene" tiks definēts kā vīrieša un sievietes savienība, tad valsts atbalstu zaudēs visas ģimenes, kas neatbilst "vīrieša un sievietes savienības" jēdzienam: vientuļie vecāki ar saviem bērniem, ģimenes, kas sastāv no bērniem bez vecākiem, kā arī viendzimuma ģimenes ar vai bez bērniem. Šīs izmaiņas arī nokļūtu pretrunās ar Latvijas Republikas Satversmes 91. pantu, kurā ir teikts, ka cilvēka tiesības Latvijā tiek īstenotas bez jebkādas diskriminācijas, jo tad likums sāktu "šķirot" derīgās un nederīgās ģimenes. (Latvijas Republikas Satversme, 07.11.1992.)

2021. gada 12. janvārī publiskā vēstulē vairāki desmiti teoloģijas akadēmiķu un reliģiskās vides, kā arī citu nozaru pārstāvju atklātā vēstulē vērsās pret "Nacionālās Apvienības" ierosinājumu minot, ka: " vēsturē neeksistē "zelta laiki", kuros pastāvēja viens "pareizais" ģimenes modelis. Tā ir vēsturiska fikcija. Mūsdienās liela daļa bērnu dzīvo nepilnajās vai paplašinātajās ģimenēs. Arī šiem cilvēkiem, tāpat kā jebkuram, ir jādod iespēja justies un būt piederīgiem," viņi raksta ("Vairāki desmiti teologu, garīdznieku un citu nozaru pārstāvju…", 2021).

Dotie Satversmes grozījumi arī ietekmēs sabiedrības attieksmi pret LGBTQ+ komūnu, atbalstot domu, ka viendzimuma attiecības un ģimenes no viendzimuma pāriem ir nelikumiskas, ka cilvēkiem, kam patīk un kas vēlas veidot attiecības un ģimeni ar sava dzimuma pārstāvi, to nevajadzētu atļaut. Iespējams, pārgalvīgs, bet ne nereāls secinājums būtu, ka šāda veida likuma noteikšana var arī ietekmet demogrāfisko situāciju valstī.

Tā kā Latvija ir demokrātiska valsts (Latvijas Republikas Satversme, 07.11.1992.), tad tās iedzīvotājiem ir iespēja ietekmēt valsts pārvaldes lēmumus, izsakot savus viedokļus – balsojot tādos valsts portālos kā ParVaiPret.lv vai arī rakstot elektroniskās vēstules Saeimas deputātiem uz e-pastu, arī caur piketiem, protestiem u.c. Apzinoties, cik liela daļa iedzīvotāju zina par izmaiņām, kas, iespējams, notiks Latvijas Republikas Satversmē, un cik daudzi no tās daļas ir informēti par iespējām ziņot valsts pārvaldei par savam domām par šo tēmu, būs iespēja arī izprast Latvijas iedzīvotāju attieksmi pret politiku, cilvēktiesībām valstī un interesi par savu līdzcilvēku labklājību.

Pētījuma metodoloģija

Pētījums tika veikts, izmantojot aptaujas anketas, kas tika izveidotas pakalpojumā Google Docs, un publicējot saites dažādos sociālajos tīklos (Facebook, Twitter, Instagram, VKontakte), kā arī daloties ar tām tieši caur e-pastu un privātajām īsziņām augstākminētajos sociālajos tīklos, kā arī aplikācijās WhatsApp un Telegram. Aptaujas tika

veidotas divās valodās – latviešu un krievu, lai iespēja aizpildīt aptauju būtu arī tiem respondentiem, kas ir Latvijas iedzīvotāji, bet nezina latviešu valodu pietiekamā līmenī. Tādējādi tika ievāktas atbildes no respondentiem ar dažādu dzīves pieredzi, no dažādām ģimenēm. Vienīgā pazīme, kas teorētiski bija kopīga pilnīgi visiem respondentiem – viņi visi ir Latvijas iedzīvotāji.

Anketas tika veidotas tā, lai respondentiem būtu iespēja palikt anonīmiem, taču anketu beigās bija pievienota iespēja dalīties ar savu e-pastu, lai, ja respondents to vēlējās, pēc pētījuma rezultātu iegūšanas ar viņu varētu sazināties un dalīties ar dotā pētījuma rezultātiem. Respondentiem tika jautāts arī kādai vecuma grupai viņi pieder ar domu, ka dažādām paaudzēm varētu atšķirties viedoklis atšķirīgas audzināšanas un dzīvesveida dēļ.

Papildus iepriekš nosauktajiem, aptaujas saturēja arī tādus jautājumus:

- Kā jūs saprotat jēdzienu «ģimene»?
- Vai jūs bijāt informēti par LNNK iesniegto likumprojektu pirms šīs aptaujas atvēršanas?
- Vai jūs uzskatāt, ka likumprojekts būtu jāpieņem, definējot ģimeni kā vīrieša un sievietes savienību?
- Pēc jūsu domām, kāda veida ģimenes tiks ietekmētas, ja likumprojekts un grozījumi Satversmē tiks pieņemti?
- Vai jūs esat informēti par iespējām ietekmēt šo grozījumu pieņemšanu/nepieņemšanu?

Pirmais jautājums tika uzdots, lai izprastu, cik ļoti Latvijas iedzīvotāju domas par jēdzienu "ģimene" sakrīt ar Latvijas politiķu un likumu domām par doto jēdzienu. Pārējie jautājumi tieši attiecas uz pētījuma problēmu – vai Latvijas iedzīvotāji atbalsta "Nacionālās Apvienības" Saeimā iesniegto likumprojektu.

Saites tika publicētas 2021. gada 26. martā un rezultāti tika analizēti 2021. gada 31. martā.

Pētījuma rezultāti

Kopā tika ievāktas aizpildītas anketas no 27 respondentiem – 6 cilvēki aizpildīja aptauju krievu valodā, 21 cilvēks aizpildīja aptauju latviski.

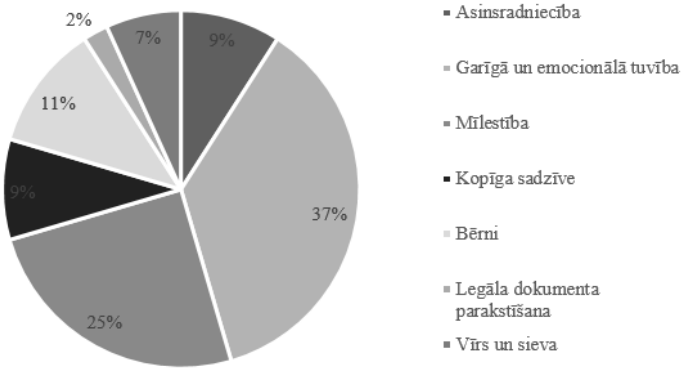
Lielāka daļa aizpildījušo aptauju bija jaunieši no 18 līdz 25 gadiem – gandrīz 63%. Pa vienam respondentam tika saņemts arī no 36-45 un 46-60 gadu vecuma grupām, kas sastādīja 3.7% no visiem respondentiem katrs. Vecuma grupās respondentiem līdz 18 gadiem, kā arī aizpildījušie anketu vecumā no 26-35 gadi bija pa 4 cilvēki, kas sastādīja pa 14.81% no visiem aizpildījušiem aptaujas anketu. Labākai uzskatāmībai visi dati tika apkopoti tabulas veidā (1. tabula).

1. tabula. Respondentu vecuma grupas (Avots: autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Vecuma grupa, gados	Respondenti, gab.	Respondenti, %
< 18	4	14.81
18-25	17	62.96
26-35	4	14.81
36-45	1	3.7
46-60	1	3.7

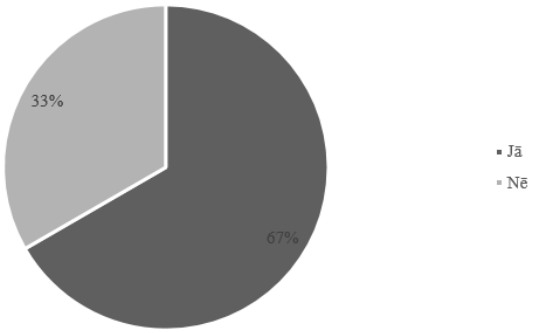
Izpētot visus aptauju rezultātus, korelācija starp respondentu vecumu un viedokli/informētību netika atrasta.

Veiksmīgai otrā jautājuma, kur tika jautāts par "jēdziena" ģimeni nozīmi respondentiem, apkopošanai, visās atbildēs tika atrasti atslēgas vārdi, kuri visbiežāk atkārtojās, un tika saskaitīts, cik daudzās atbildēs tie parādījās. Šos atslēgas vārdus varētu apsaukt par ģimenes pazīmēm. 37% no atbildēm saturēja garīgo un emocionālo tuvību, savukārt 25% atbilžu respondenti uzskatīja, ka viena no ģimenes pazīmēm ir mīlestība pret savas ģimenes locekļiem. Trešo vietu pēc svarīguma aizņem bērnu esamība vai plānošana radīt pēcnācējus nākotnē, tomēr var secināt, ka emocionālā tuvība un mīlestība ģimenē ir svarīgākais, pēc aptaujas respondentu domām. (1. att).

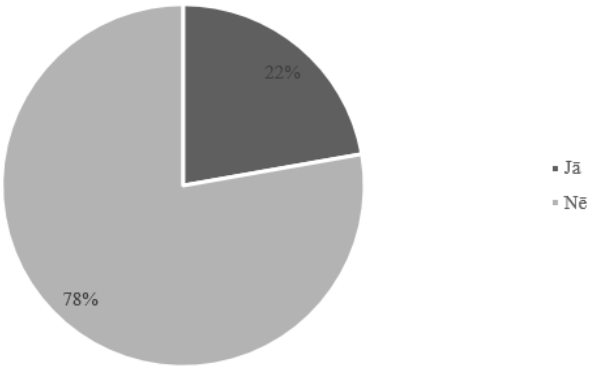


1. att. Svarīgākās ģimenes pazīmes pēc respondentu domām (Avots: autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

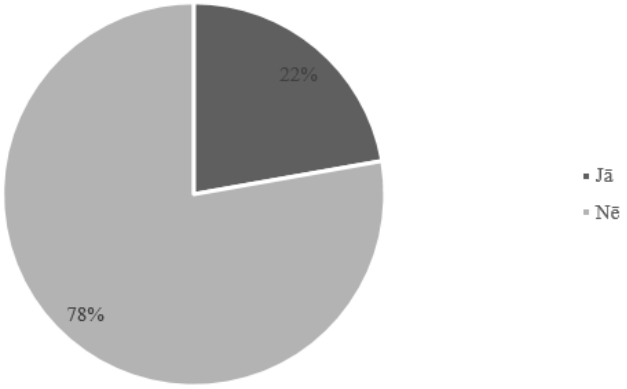
Aptaujas rezultāti arī liecina par to, ka tikai 33% no aptaujātajiem nezināja par pētījumā apskatīto likumprojektu pirms saskaršanās ar šajā pētījumā izmantoto aptauju (2. att), taču 78% no visiem respondentiem ir pret likumprojekta pieņemšanu (3. att.), un arī tieši tik pat daudz respondentu nav informēti par veidiem, kā tieši viņi var ietekmēt likumprojekta pieņemšanas iespējas (4. att.), taču nekāda veida korelācija starp atbildēm uz diviem pēdējiem jautājumiem netika atrasta.



2. att. Respondentu informētība par Nacionālās Apvienības Saeimā iesniegto likumprojektu par Latvijas Republikas Satversmes 110. punkta izmaiņām (Avots: autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

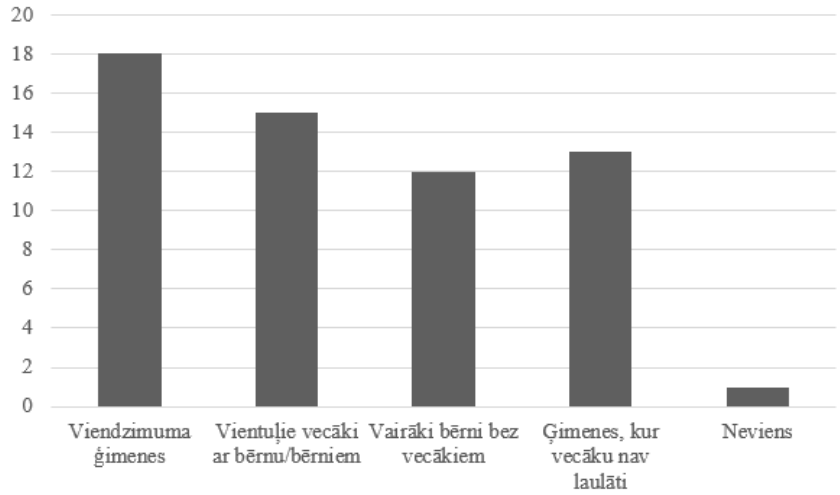


3. att. Respondentu atbildes uz jautājumu "Vai būtu jāpieņem piedāvātās izmaiņas Latvijas Republikas Satversmē?" (Avots: autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



4. att. Respondentu atbildes uz jautājumu: "Vai jūs esat informēti par iespējām ietekmēt likumprojekta pieņemšanu?" (Avots: autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Runājot par respondentu saprašanu par to, kādas ģimenes nokļūs riska zonā likumprojekta pieņemšanas gadījumā, lielākā daļa respondentu (18 cilvēki) apzinās, ka visvairāk tiks ietekmētas ģimenes, kuras sastāv no viendzimuma pāriem. 15 respondentu atzīmēja arī nepilnas ģimenes, kuras satur vientuļo vecāku un vienu vai vairākus bērnus. Trešā pareizā atbilde bija arī ģimenes, kuras sastāv no vairākiem bērniem, māsām vai brāļiem, kuriem nav vecāku. Šo variantu atzīmēja 12 cilvēki. Savukārt ģimenes, kuras veido nelaulāti vīrietis un sieviete (ar vai bez bērniem) tomēr netiks apdraudētas, jo tā vēl joprojām skaitīsies kā vīrieša un sievietes savienība. 13 cilvēki tika dezinformēti par likumprojekta niansēm, un vēl viens respondents piedāvāja savu variantu, ka jaunais likumprojekts neietekmēs nevienu (5. att.).



5. att. Respondentu domas par to, kādi ģimeņu veidi tiktu ietekmēti, ja Nacionālās Apvienības iesniegtais likumprojekts tiktu apstiprināts (Avots: autoru veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

Pētījuma aptaujas bija aizpildījuši tikai 27 cilvēki, kas nevar reprezentēt visus Latvijas iedzīvotājus, kā rezultātā tika analizēta nevis visu Latvijas iedzīvotāju informētība, bet gan autoru izdevīguma izlasē ietilpstošo Latvijas iedzīvotāju informētība par "Nacionālās Apvienības" Saeimā iesniegto likumprojektu par Satversmes 110. panta izmaiņām. Nepietiekams respondentu skaits varētu būt kā sekas tam, ka aptaujas interneta vidē tika ievietotas pārāk vēlu un respondentiem nepietika laika atrasties un aizpildīt aptaujas. Tas nozīmē, ka turpmākajos pētījumos jāsāk aptaujāt cilvēkus daudz agrāk.

Taču analizējot iegūtos datus, var secināt, ka lielākā daļa, apmēram 2/3, respondentu zina par to, ka likumprojekts ir iesniegts, tomēr tikai 22% no visiem respondentiem zina, kā ietekmēt likumprojekta pieņemšanas iespējas, kas liecina par to, ka respondenti nav pietiekami izglītoti šajā tēmā, lai spētu kā izteikt savu viedokli par izmaiņām. Daudzi respondenti ir arī maldināti par jaunā likumprojekta īsto nozīmi, jo uzskata, ka ģimenes, kas arī likumprojekta pieņemšanas gadījumā paliktu drošībā, tādā situācijā tomēr zaudētu valsts atbalstu.

Aptaujas rezultāti liecina arī par to, ka tikai mazai daļai respondentu – 7%, pāra, kas vēlas veidot ģimeni, dzimumi ir svarīgi, kas nozīmē, ka jaunā likumprojekta nosacījumi ir diskriminējoši pēc lielākuma domām.

Pēc pētījuma rezultātiem ir iespējams secināt arī par to, cik ļoti izglītības sistēma valstī un arī valsts kā tāda tiek galā ar savu pienākumu informēt savus iedzīvotājus par iespējām izteikt savu viedokli arī ārpus vēlēšanu iecirkņa vēlēšanu dienā, un ka būtu jāmeklē veidi, kā veiksmīgi informēt tautu par tādiem portāliem kā ParVaiPret.lv un citām iespējām paust savas domas tā, ka Latvijas valdība patiešām spētu tās saklausīt un ņemt vērā.

Nākotnē pētījumu varētu veikt atkārtoti, palielinot laika intervālu, kurā ir iespējams pildīt aptaujas, kā arī paplašinot respondentu loku, lai padarītu izlasi relevantu Latvijas iedzīvotāju vai vismaz kāda Latvijas rajona iedzīvotāju viedoklim.

Izmantotās literatūras un avotu saraksts

Latvijas Goda Ģimenes apliecība "3+ ģimenes karte (2021). *Par 3+ ģimenes karti*. Elektroniskais

resurss [skatīts 27.03.2021.]. Pieejams: https://www.godagimene.lv/par-karti/

Latvijas Republikas Satversme (spēkā esošs, 07.11.1922.). *Latvijas Vēstnesis;* 43, 01.07.1993. [skatīts 26.03.2021.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/57980-latvijas-republikas-satversme

Latvijas Sabiedriskie Mediji (2021). *Saeimā skatīs Nacionālās apvienības rosinājumu noteikt ģimenes jēdzienu Satversmē*. Elektroniskais resurss [skatīts 26.03.2021.]. Pieejams: https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/saeima-skatis-nacionalas-apvienibas-rosinajumu-noteikt-gimenes-jedzienu-satversme.a388877/

Latvijas Sabiedriskie Mediji (2021). *Vairāki desmiti teologu, garīdznieku un citu nozaru pārstāvju iebilst pret ģimenes jēdziena noteikšanu Satversmē*. Elektroniskais resurss [skatīts 27.03.2021.]. Pieejams: https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/vairaki-desmiti-teologu-garidznieku-un-citu-nozaru-parstavju-iebilst-pret-gimenes-jedziena-noteiksanu-satversme.a388616/

Latvijas Vēstnesis (2020). *Mājokļa iegādei ģimenēm ar bērniem būs pieejami arī granti*. Elektroniskais resurss [skatīts 27.03.2021.]. Pieejams: https://lvportals.lv/skaidrojumi/317658-majokla-iegadei-gimenem-ar-berniem-bus-pieejami-ari-granti-2020

Nacionālā enciklopēdija (2021). *Ģimene Latvijā*. Elektroniskais resurss [skatīts 26.03.2021.]. Pieejams: https://enciklopedija.lv/skirklis/21140-%C4%A3imene-Latvij%C4%81°

Par ģimenes vai atsevišķi dzīvojošas personas atzīšanu par maznodrošinātu un sociālās palīdzības pabalstiem Valmieras pilsētas pašvaldībā (spēkā esošs 02.04.2020.). *Latvijas Vēstnesis;* 65, 01.04.2020. [skatīts 26.03.2021.] Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/313561-par-gimenes-vai-atseviski-dzivojosas-personas-atzisanu-par-maznodrosinatu-un-socialas-palidzibas-pabalstiem-valmieras-pilsetas-pasvaldiba

Par maznodrošinātas ģimenes (personas) statusa noteikšanu un pašvaldības sociālo pabalstu saņemšanas kārtību Ventspils pilsētā (spēkā esošs 17.03.2012.). *Latvijas Vēstnesis;* 44, 16.03.2012. [skatīts 26.03.2021.]. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/245445-par-maznodrosinatas-gimenes-personas-statusa-noteiksanu-un-pasvaldibas-socialo-pabalstu-sanemsanas-kartibu-ventspils-pilseta

Valsts sociālo pabalstu likums (spēkā esošā redakcija, 01.01.2003.). *Latvijas Vēstnesis;* 168, 19.11.2002. [skatīts 26.03.2021.]. Pieejams: https://likumi.lv/doc.php?id=68483

Karlīna Druviņa, Signija Liepiņa. TIRANIZĒŠANAS IZPLATĪBA SKOLAS VIDĒ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma "Kultūras vadība",

karlinadruvina1@gmail.com , signijaliepina@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma mērķis bija noskaidrot, tiranizēšanas jeb bulinga izplatību skolu un skolnieku vidū. Pētījumā piedalījās 223 9.-12. klašu skolēni, no kuriem 162 (72,6%) sieviešu dzimtes pārstāves un 61 (27,4%) vīriešu dzimtes pārstāvji, respondenti vecumā no 14-19 gadiem. Aptauju aizpildē piedalījās vairākas Latvijas vidusskolas, 50 (22,4%) devītklasnieki, 57 (25,6%) desmitklasnieki, 23 (10,3 %) vienpadsmitklasnieki un 93 (41,7 %) divpadsmitklasnieki. Visi 223 respondenti pēc aptaujas aizpildes tika sadalīti atbilstošajās apakšgrupās- upuris 25,56%, upuris/tiranizētājs 33,63%, 5,83% tiranizētāji , neiesaistītie 34,98% . Balstoties uz rezultātiem procentuāli vairāk bija upuris/tiranizētājs. Tika izmantota vardarbības aptauja "Kā tev klājas skolā" (balstoties uz T.Auroras izstrādāto aptauju par dzīvi skolā („The life in School checklist", Aurora & Thompson, 1987), kā arī aptauja tika papildināta ar autoru izdomātiem paplidus jautājumiem. Atbildot uz pētījumā izvirzītajiem jautājumiem, tika secināts, ka augstāka tiranizēšanas izteiktības pieredze prognozē zemākus SEV (sociāli emocionālā veselība) [4] rādītājus un otrādāk.

Pētījuma aktualitāte: Tiranizēšana mūsdienās ir aktuāla un izplatīta problēma, kura jauniešus noved līdz mentālās veselības problēmām. Tādēļ ir būtiski izglītot un iepazīstināt vairāk cilvēkus par sekām, ar kādām jaunieši saskarās pēc tiranizēšanas un ko tā nodara mentālajai veselībai.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot tiranizēšanas jeb bulinga izplatību skolu un skolēnu vidū.

Pētījuma metodes: Kvantitatīvā anektēšanas metode

• Tiranizēšanas pieredzes datu ievākšanai tiek izmantota V. Rumpēteres (2007) tulkotā aptauja par iesaistīšanos/neiesaistīšanos tiranizēšanā. Vardarbības aptauja "Kā tev klājas skolā" (balstoties uz T.Auroras izstrādāto aptauju par dzīvi skolā „The life in School checklist", Aurora & Thompson, 1987).

Sasniegtie rezultāti: Tika noskaidrota tiranizēšanas izplatība skolēnu vidū.

Atslēgas vārdi: tiranizēšana; sociāli emocionālā veselība; jaunieši

Ievads

Tiranizēšana jeb bulings mūsdienās ir aktuāla un izplatīta problēma, kura jauniešus noved līdz mentālās veselības problēmām. Tādēļ ir būtiski izglītot un iepazīstināt vairāk cilvēkus par sekām, ar kādām jaunieši saskarās pēc tiranizēšanas un ko tā nodara mentālajai veselībai. Kas ir tiranizēšana? Skolēnu tiranizēšana ir apzināti naidīga uzvedība, ko veic viens vai vairāki skolēni ar nodomu sāpināt un apdraudēt kādu citu skolnieku.[2] Turklāt, skolniekam, pret kuru vērsta šī naidīgā uzvedība, ir grūtības vai arī viņš nespēj sevi aizstāvēt konkrētajā situācijā. Tiranizēšana nav tad, ja notiek labsirdīga ķircināšanās vai zobošana. Arī tā nav tiranizēšana, ja skolēni ar līdzīgiem spēkiem un spēju pastāvēt par sevi, sastrīdas vai sakaujas. Tiranizēšana jeb plašāk pazīstama kā bulings, var būt apsmiešana, mantu bojāšana, fiziska spēka pielietošana pret citu u.c. Pēc 2018. gada publicētajiem statistikas datiem, tika noskaidrots, ka, salīdzinot ar citām valstīm, Latvija ierindojas pirmajā vietā tiranizēšanas pieredzes datos, sniedzot informāciju par to, ka 35% jauniešu vismaz pāris reizes mēnesī izjūt tiranizēšanu. Šo tematu darba autores izvēlējās tāda iemesla dēļ, ka pašas ir novērojušas tiranizēšanu skolas vidē un uzskata, ka tā ir aktuāla problēma.

Pētījuma mērķis bija noskaidrot tiranizēšanas jeb bulinga izplatību skolu un skolēnu vidū, klašu grupā no 9. līdz 12.klasei. Uzdevumi mērķa sasniegšanai bija izveidot aptauju par tiranizēšanu, kas ietver dažādus jautājumus, izsūtīt skolām to, analizēt datus un izdarīt secinājumus. Pētījumā tika pielietota kvantitatīvā anketēšanas metode. Analizējot aptaujas rezultātus, tika secināts, ka šī problēma ir aktuāla, kā arī uzzināts, ka liela daļa respondentu-upuru nevēršas pēc palīdzības bulinga gadījumā. Tika noskaidrots, ka augstāki bulinga pieredzes radītāji prognozē zemākus sociāli emocionālās veselības rādītājus, un otrādi, ka zemāki bulinga pieredzes rādītāji prognozē augstākus sociāli emocionālās veselības rādītājus.

Pētījuma dalībnieki

Kopumā petījumā piedalījās 223 9.-12.klašu skolēni, no kuriem 162 (72,6%) sieviešu dzimtes pārstāves un 61 (27,4%) vīriešu dzimtes pārstāvji, vecumā no 14-22 gadiem, vidējais vecums 16,98. Aptauju aizpildē piedalījās vairākas Latvijas vidusskolas, 50 (22,4%) devītklasnieki, 57 (25,6%) desmitklasnieki, 23 (10,3 %) vienpadsmitklasnieki un 93 (41,7 %) divpadsmitklasnieki (skat. 1. tabulu).

1.tabula. Demogrāfiskie rādītāji

	Meitenes (n=162)	Zēni (n=61)	Kopā (n=223)
Vecums M	17,04	16,85	16,99
9.klase	35	15	50
10.klase	40	17	57
11.klase	16	7	23
12.klase	71	22	93

Analītiskais apskats

Balstoties uz veiktajiem pētījumiem par tiranizēšanu jeb bulingu skolēnu vidū, var saprast to, ka tiranizēšana ir ļoti aktuāla un nopietna problēma mūsdienu sabiedrībā. Ar šāda veida pāri nodarījumu, pēc statistikas cieš vismaz viens no pieciem jauniešiem vairākas reizes mēnesī. Vairāku ziņu portālu, kā piemēram Delfi un Apollo raksti par bulingu jeb tiranizēšanu sasaucās ar šī pētījuma rezultātiem, kuri apstiprina to, ka pāri nodarījums atstāj lielas sekas uz jaunieša mentālo un fizisko veselību, apstiprinot, ka sekas, kuras atstāj tiranizēšana, var ietekmēt jaunieša nākotni. Šī pētījuma rezultātus autores salīdzināja ar pētījumu "Neklusē 2019. / 2020.m.g" [3], kurā tika izveidota aptauja gan skolēniem, gan viņu vecākiem, kā arī skolotājiem. Šajās aptaujās tika noskaidrots, kāda ir bijusi saskarsme ar tiranizēšanu jeb mobingu pašiem skolniekiem, kā arī tika jautāts vecākiem un skolotājiem, cik bieži viņi saskarās ar sūdzībām no jauniešu puses par tiranizēšanas aktualitāti viņu vidū. Šajā pētījumā tika atbildēts uz jautājumiem par to, cik ļoti tiranizēšana ir ietekmējusi pašnovērtējumu, mentālo stāvokli un citus faktorus. Šo jautājumu atbildes sasaucās ar SEV rādītājiem. Var secināt, ka pētījuma problēmas aktualitāte ir nozīmīga, jo tā ne tikai palīdz saprast jauniešu iemeslus mobingam, bet arī palīdz tos samazināt un izprast tiranizēšanas sakni.

Pētījuma metodoloģija

Pētījumā tika pielietota anketa rakstiskā formā, kura tika veikta neklātienē, sadarbojoties ar Latvijas skolām. Jautājumu forma ietvēra gan atvērtus, gan slēgtus un daļēji atvērtus jautājumus. Kā arī šis ir salīdzinoši aprakstoša veida pētījums, kurā tiek salīdzinātas atšķirības starp tiranizētāju, upuri un malā stāvošo jeb neiesaistīto.

Kopumā petījumā piedalījās 223 vidusskolēni, no kuriem 162 (72,6%) sieviešu dzimtes pārstāves un 61 (27,4%) vīriešu dzimtes pārstāvis, vecumā no 14-19 gadiem. Aptauju aizpildē piedalījās vairākas Latvijas vidusskolas. Jaunieši, aizpildot aptauju par tiranizēšanas pieredzi, tika klasificēti attiecīgajās lomās- tiranizētājs, upuris, upuris/tiranizetājs un malā stāvētājs jeb tiranizēšanā neiesaistītais.

Tika iegūta piekrišana no skolām par pētījuma norisi, sniedzot informāciju, ka skolas nosaukums netiks minēts darbā.

Pētījuma laikā tika izmantota vardarbības aptauja "Kā tev klājas skolā" (tulkojusi V.Rumpētere, balstoties uz T.Auroras izstrādāto aptauju par dzīvi skolā („The life in School checklist", Aurora & Thompson, 1987, kā minēts Aurora & Thompson,2002). Šī aptauja ļauj noskaidrot tiranizēšanas procesā iesaistīto lomu sadali, kā arī to pieredzi. Lai uzzinātu cēloņus, sekas un noskaidrotu atbildes uz citiem bulinga saistītajiem jautājumiem, autores ievietoja arī papildus jautājumus.

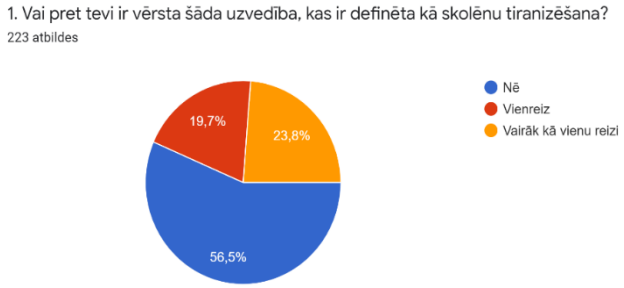
Tā, kā aptauja ir aizpildāma elektroniski, tad skolu direktori aptaujas linku nosūtīja tālāk klases audzinātājiem, kuri aptauju pārsūtīja pašiem skolēniem. Aptaujas aprakstā ir paskaidrots, kas ir tiranizēšana, kā arī norādīts arī tas, ka aptaujām nav pareizu vai nepareizu atbilžu, ka ir uz jautājumiem jāatbild godīgi un, ka tā ir anonīma. Aptauja tika izmantota, lai noskaidrotu kāda ir tiranizēšanas situācija skolēnu vidū, sadalot respondentus attiecīgajās lomās- tiranizēšanas upuris, pāridarītājs, kā arī tiranizēšanā neiesaistītais. Tālāk tika veikta datu apstrāde.

Pētījuma rezultāti

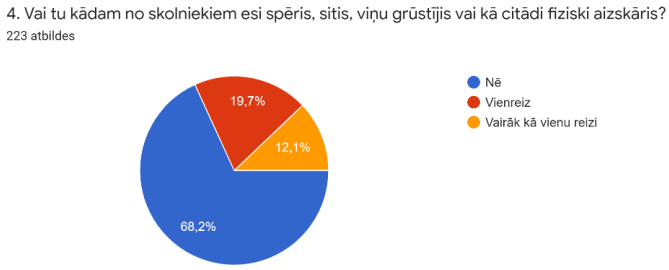
Uz pirmo jautājumu '' Vai pret tevi ir vērsta šāda uzvedība, kas ir definēta kā skolēnu tiranizēšana?'' (skat. Attēls 1.) lielākā daļa jeb 56,5 % skolēnu atbildējuši nē, taču otra daļa respondentu atbildējusi, ka vienreiz vai vairākas reizes pret viņiem ir vērsta tiranizēšana, tāpat kā uz citiem jautājumiem, piemēram, ''Vai kāds no skolniekiem ir tevi apsaukājis, izsmējis vai kā citādi verbāli aizskāris?'' (Attēls 5.) 49,3% respondentu atbildējuši vairāk nekā vienu reizi, kas nozīmē, ka apstiprinājās tas, ka šī problēma ir aktuāla. Tomēr uz jautājumiem, vai skolēni paši ir veikuši darbības pret citiem, kas saistītas ar tiranizēšanu (skat. Attēls 7.), 77,1% jeb lielākā daļa skolēnu atbildējuši, ka nē vai arī nevēlējušies to atzīt.

Svarīgi bija arī noskaidrot, vai problēmās nonākušajiem jauniešiem ir pieejama palīdzība un atbalsts gan skolā, gan ģimenē. Uz 15. apgalvojumu '' Manā skolā ir skolotājs vai cits pieaugušais, kurš klausās manī un palīdz grūtos brīžos.''(skat. Attēls 8.) 37,7% aptaujāto skolēnu atbildēja, ka lielā mērā piekrīt, 34,1% atbildēja- patiesi atbilst man, 14,8% daļēji piekrīt šim apgalvojumam. No kā izriet, ka pārsvarā ir pieejama palīdzība skolā, taču mazākā daļa jeb 6,7% atbildēja, ka apgalvojums neatbilst respondentam. Tika uzdoti jautājumi par to, kā skolnieks rīkojies tiranizēšanas gadījumā kā upuris, uz kuru 57% bija atbildējuši, ka klusējis un centies izvairīties, taču pārējie 43% respondentu atbildēja, ka vērsušies pēc palīdzības pie pedagogiem, draugiem un vecākiem.

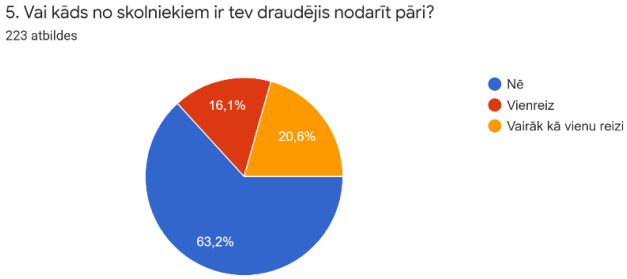
Visi 223 respondenti pēc aptaujas aizpildes tika sadalīti atbilstošajās apakšgrupās- upuris 25,56%, upuris/tiranizētājs 33,63%, 5,83% tiranizētāji , neiesaistītie 34,98% .



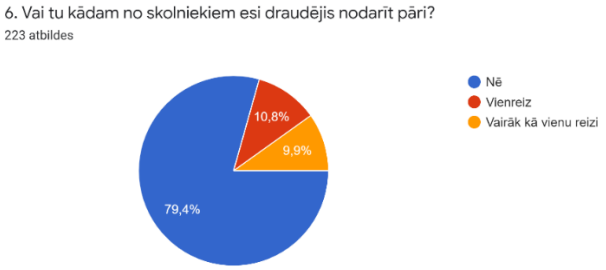
1.att. (Avots: Aptauja- ''Tiranizēšana skolēnu vidū'')



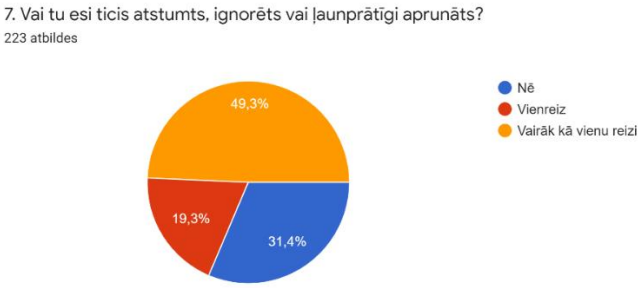
2.att. (Avots: Aptauja- ''Tiranizēšana skolēnu vidū'')



3.att. (Informācijas avots: Aptauja- ''Tiranizēšana skolēnu vidū'')



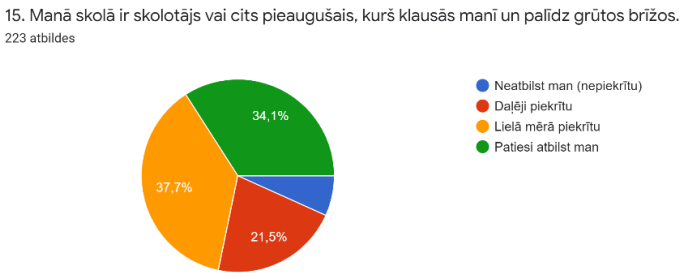
4.att. (Informācijas avots: Aptauja- ''Tiranizēšana skolēnu vidū'')



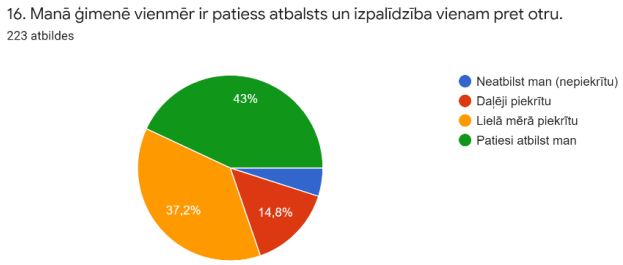
5.att. (Informācijas avots: Aptauja- ''Tiranizēšana skolēnu vidū'')

6.att. (Informācijas avots: Aptauja- ''Tiranizēšana skolēnu vidū'')

7.att. (Informācijas avots: Aptauja- ''Tiranizēšana skolēnu vidū'')



8.att. (Informācijas avots: Aptauja- ''Tiranizēšana skolēnu vidū'')



9.att. (Informācijas avots: Aptauja- ''Tiranizēšana skolēnu vidū'')

Secinājumi

Viena no galvenajām pētījuma atziņām un atbilde uz vienu no pētījuma jautājumiem ir, ka apstiprinājās tas, ka šī pētījuma problēma ir aktuāla. Šis ir arī salīdzinoša apraksta pētījums, jo 223 respondenti pēc aptaujas aizpildes tika sadalīti atbilstošajās apakšgrupās- upuris 25,56%, upuris/tiranizētājs 33,63%, 5,83% tiranizētāji , neiesaistītie 34,98% . Rezultātā tika noskaidrots, ka augstāki bulinga pieredzes radītāji prognozē zemākus sociāli emocionālās veselības rādītājus, un otrādi, ka zemāki bulinga pieredzes rādītāji prognozē augstākus sociāli emocionālās veselības rādītājus. Šis iegūtais rezultāts sniedz apstiprinājumu, ka ir būtiski šo problēmu samazināt, jo izskaust pilnībā nav iespējams. Tā, kā šī pieredze prognozē SEV rādītāju, tad neapstādinot tiranizēšanu, netiek arī uzlabota šī sociāli emocionālā veselība, kas var sikti ietekmēt pašu indivīdu, novedot viņu pie emocionālajai labklājībai negatīvajām izpausmēm, kā arī depresīvām epizodēm, kopumā ietekmējot arī attiecīgā indivīda nākotni (Furlong, Jones et.all 2015, kā minēts Kņaze, 2017).[1]

Veicot analītisko aprakstu, tika secināts, ka aplams ir sabiedrības uzskats, ka pārejot pusaudžu vecumam, mainās arī konfliktu risināšanas metodes un attieksme pret citiem cilvēkiem. Diemžēl, pusaudzim pieaugot, bulings nemazinās, mainās vienīgi viedi, kā tas tiek īstenots, arī tas kļūst grūtāk atpazīstams. Kā arī būtiski ir vērsties pēc palīdzības, jo apstrādājot aptaujas datus, autores secināja, ka liela daļa jauniešu noklusē savas ciešanas, kas izraisītas tiranizēšanas dēļ, jo sekas, nerisinot šo problēmu, var atstāt negatīvu iespaidu

uz indivīda sociāli emocionālo veselību. Tāpēc ļoti nozīmīgi ir jau agrā vecumā skolēniem mācīt mūsdienu sabiedrības pamatprincipus, kas balstās uz savstarpēju cieņu, izpratni un iecietību.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Furlong, J. M., Carnazzo, K., Dowdy, E., & Kim, E. (2014). Covitality: fostering the building blocks of complete mental health.

Kas ir bulings? (2019) Elektroniskais resurss [skatīts 19.03.2021] Pieejams: https://www.monday.lv/lena-inde-mobings/

Neklusē ''Pētījums par mobingu'' (2020). Elektroniskais resurss [skatīts 20.03.2021] Pieejams: https://nekluse.lv/petijums/

Sociāli emocionālā veselība. Elektronisks resurss [skatīts 20.03.2021] Pieejams: https://www.ecmhc.org/tutorials/social-emotional/mod1_0.html

Ance Pērkone. PERSONĀLA APMĀCĪBU PROCESS LATVIJAS SPORTA ORGANIZĀCIJĀS

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma "Kultūras vadība",

anceperkone@inbox.lv

Zinātniskā vadītāja: MBA, docente Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Darba apmācības personālam sniedz nepieciešamās zināšanas, lai viņi būtu kompetenti un zinoši savā specialitātē, bet uzņēmumam paaugstināsies resursu vērtība. Ir svarīgi darbiniekus apmācīt regulāri, jo tendences katru gadu mainās jebkurā nozarē un jomā, tāpēc sekošana tām līdzi nodrošinās augstu organizācijas līmeni.

Pētījuma mērķis: Izpētīt personāla apmācību procesu 4 Latvijas sporta organizācijās- Latvijas Basketbola savienībā, Latvijas Handbola federācijā, Latvijas Hokeja federācijā un Latvijas Florbola savienībā.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze par personāla apmācību procesu, tās nozīmīgumu un metodēm, intervijas analīze, lai tiktu korekti aprakstīts darbinieku apmācības process Latvijas sporta organizācijās.

Sasniegtie rezultāti: Izpētītas tādu Latvijas sporta organizāciju veiktās darbības saistībā ar personāla apmācību procesu kā Latvijas Basketbola savienībā, Latvijas Handbola federācijā, Latvijas Hokeja federācijā un Latvijas Florbola savienībā.

Atslēgas vārdi: personāla apmācību process; sporta nozare; Latvijas sporta organizācijas

Ievads

Pētījums ir aktuāls, jo darba apmācību process ļauj personālam sasniegt nepieciešamās zināšanas un kļūt kompetentiem un zinošiem, pārzinot savu specialitāti, bet uzņēmumam tas nozīmē, ka tiek paaugstināta visa viņa resursu vērtība. Regulāras darbinieku apmācības nodrošina augstu organizācijas līmeni, jo katru gadu tendences mainās visās nozarēs un jomās, un personālam ir jābūt informētam par visu aktuālo.

Pētījuma mērķis: Izpētīt personāla apmācību procesu tādās Latvijas sporta organizācijās kā Latvijas Basketbola savienībā, Latvijas Handbola federācijā, Latvijas Hokeja federācijā un Latvijas Florbola savienībā.

Pētījuma mērķa sasniegšanai autore izvirzījusi šādus **uzdevumus:**

1. Izpētīt personāla apmācību procesu teorētisko bāzi
2. Ar intervijas palīdzību raksturot personāla apmācību procesu Latvijas Basketbola savienībā, Latvijas Handbola federācijā, Latvijas Hokeja federācijā un Latvijas Florbola savienībā
3. Izstrādāt secinājumus par personāla apmācību procesu Latvijas sporta organizācijās, balstoties uz iegūtajiem pētījuma rezulātiem

Izmantotās **datu vākšanas metodes**:

- Literatūras analīze
- Intervija

Izmantotās **datu apstrādes metodes:**

- Transkripcija

Darbs sastāv no anotācijas, ievada, secinājumiem, izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksta un no 3 nodaļām- analītiskā apskata, pētījuma metodoloģijas un pētījuma rezultātiem. Darbā tiek izpētīta teorētiskā literatūra par darbinieku apmācības procesu, tās nepieciešamību un veidiem, lai varētu aprakstīt to, kādas personāla apmācības veic Latvijas sporta organizācijas. Tālāk darbā autore izklāsta informāciju par tādām Latvijas sporta organizācijām kā Latvijas Basketbola savienību, Latvijas Handbola federāciju, Latvijas Hokeja federāciju un Latvijas Florbola savienību un to darbībām, un veic intervijas analīzi par organizāciju apmācību procesu. Intervijas analīzē autore iegūst informāciju par to, kādi personālu apmācību procesi norisinās organizācijās, kas atbild par personāla apmācībām organizācijā, vai organizācijā ir darbinieki kuri netiek apmācīti, cik bieži tiek veiktas personāla apmācības organizācijā, cik būtiski organizācijai ir veikt personāla apmācības, vai ir sarežģījumi, veicot personāla apmācības un vai ir plānots veikt izmaiņas organizācijas personāla apmācīšanas procesā nākotnē.

Analītiskais apskats

Lielākā sabiedrības daļa, kura ir darbspējas vecumā, zina ko nozīmē strādāt algotu darbu, jo vismaz reizi savā dzīvē ir slēguši līgumu ar darba devēju un pildījuši savus darba pienākumus. Autore citē Termini.gov.lv jēdziena "personāls" definīciju: "Visi uzņēmumā vai organizācijā nodarbinātie." (Termini.gov.lv). Autore skaidro, ka personāls ir ne tikai zemāk amatā strādājošie kā, piemēram, apkopēji, bet arī vadītāji un direktori. Vēl autore piebilst, ka uzņēmuma personāls ir tas pats, kas darbinieki, tāpēc turpmāk pētījumā tiek lietots arī jēdziens "darbinieki".

Lai uzņēmumam nebūtu lejupslīde, bet gan nemitīga attīstīšanās ar panākumiem, uzņēmumam ir nepieciešams investēt savos darbiniekos. "Pēc cilvēku resursu teorijas izdevumi personālam nav vis vienkārši izmaksas, bet ilgtermiņa investīcijas- ieguldot cilvēkos, tiek paaugstināta visa uzņēmuma resursu vērtība." (Zīlīte, 2013, 7.lpp.). Autore uzskata, ka, tādējādi, rodas abpusēji izdevīga sadarbība, jo darbiniekiem tiek veltīta uzmanība, tāpēc viņi uzņēmumā jūtas novērtēti, bet uzņēmums gūst aizvien uzticamākus savus darbiniekus, kas nozīmē- uzņēmuma vērtība paaugstinās.

Daudzi cilvēki izvēlas strādāt pie citiem, nevis dibināt savu uzņēmumu, tāpēc ir ļoti svarīgi, lai cilvēks savā darba vietā justos ne tikai labi, bet arī būtu zinošs, kā darbu veikt. Lai darbinieks būtu kompetents un zinošs savā specialitātē, viņu ir nepieciešams apmācīt. "Apmācība kā viena no galvenajām attīstošajām personāla vadības funkcijām kļūst aizvien nozīmīgāka personāla vadības praksē." (Ešenvalde, 2008, 152.lpp.). Autoresprāt, apmācības no vadības puses norāda uz to, ka uzņēmumam rūp viņu darbinieku zināšanas, bet darbiniekiem jaunas zināšanas ir arī kā personīgs ieguvums. "Ikvienam darba devējam vajadzētu atcerēties, ka darbiniekiem ir tiesības kaut ko nezināt, savukārt ikvienam darbiniekam ir jābūt vēlmei apgūt nepieciešamās zināšanas." (Dombrovska, 2009, 87.lpp.). Autore piebilst, ka personāla apmācības attiecas ne tikai uz algotu darbu, bet arī uz prakses iespējām, kuras studentiem ir ļoti aktuālas.

"Tātad mācību plānošanas process sastāv no šādiem apakšprocesiem:

1. Prioritāro mācību vajadzību noteikšana,
2. Mācību veida un kārtības izvēle,
3. Ar mācībām saistītu izdevumu aprēķināšana un mācību budžeta noteikšana,

4. Mācību programmu izstrāde un saskaņošana,
5. Mācību pakalpojuma sniedzēja izvēle." (Dombrovska, 2009, 105.lpp.).

Uzsākot darbu jaunā vietā, apmācības no vadības puses ļauj darbiniekam uzzināt ne tikai to, kā pārzināt sava darba specifiku, bet arī to, kādas ir uzņēmuma stratēģijas, mērķi utt., kas palīdzētu saprast, kāda ir darbinieka loma uzņēmumā. "Lai labāk iekļautos organizācijā, personībai un lomai ir jāsader." (Hendijs, 1990, 70.lpp.). Apmācību process ir iespēja darbiniekam gūt ne tikai pieredzi un zināšanas, bet arī saprast, vai darbs vispār ir viņam piemērots. Autore uzskata, ka liela nozīme, vai apmācību procesā darbiniekam veiksies labi, ir tam, ko darbinieks sagaida no apmācībām, jo, piemēram, ja darbinieks sagaidīs, ka viņam tiks uzdoti jautājumi par organizāciju vai par savu ieņemamo amatu, viņam ir iespēja jau laicīgi nodrošināties ar zināšanām.

Apmācību procesa laikā personālam ir iespēja uzzināt ne tikai par uzņēmuma vērtībām, bet arī iepazīties ar vismaz 1 darbinieku, proti, jauno kolēģi, kurš iepazīstinās ar pārējiem kolēģiem- ja ne klātienē tiekoties ar viņiem, tad vismaz raksturojot viņus, viņu pienākumus un lomu uzņēmumā. "(...) cilvēks kļūst par personību, tikai iekļaujoties grupās, piedaloties to dzīvē un darbībā, internalizējot grupu normas, vērtības un uzvedības standartus." (Omārova, 2003, 102.lpp.). Autore uzsver, ka jau apmācību procesa laikā, iepazīstoties ar kolēģiem, arī ļaus palīdzēt saprast darbinieka lomu uzņēmumā, ko autore minēja jau iepriekš.

Darba autore uzskata, ka personāls ir jāapmāca ne tikai pirms darba, bet arī regulāri darba laikā, piemēram, reizi 3 mēnešos, apmaksājot darbiniekiem atbilstošās jomas semināru vai kursus par aktuālajām tendencēm, jo tās nemitīgi mainās. "Pasaulē norisinās nepārtrauktas pārmaiņas, kas ietekmē gan vidi, kurā darbojas uzņēmumi, gan arī pašus uzņēmumus." (Dombrovska, 2009, 89.lpp.). Autoresprāt, uzņēmumi, kuri regulāri apmāca savus darbiniekus, rūpējas par to, lai viņu uzņēmuma izaugsme nebeigtos. Vēl autore piebilst, ka uzņēmumi, kuri var atļauties regulāri nodrošināt darbiniekiem seminārus, kursus utt., noteikti ir ļoti attīstīti uzņēmumi un ka regulāra apmācība nav nepieciešama tādu profesiju pārstāvjiem kā pārdevējiem- šos profesijas pārstāvjus ir jāapmāca tikai iesākot darbu, piemēram, ar kases aparātu, atskaišu veikšanu utml. Izņēmums ir, ja tiek mainīts kāds no pārdevēja nepieciešamajiem atribūtiem, piemēram, kase, jo tad vēlreiz ir nepieciešamas apmācības.

Izdala šādus mācību iespējas veidus (1.att.):

1.att. Mācību nodrošināšanas iespējas (Avots: Dombrovska, 2009, 95.lpp.)

Pēc autores domām, visaktuālākās no mācību nodrošināšanas iespējām katrā metodē Latvijas sporta organizācijās ir sadarbība ar citiem darbiniekiem un darbs grupās (praktiskās mācības), jo parasti organizāciju darbiniekiem ir jāstrādā pie kopīgiem projektiem, pašizglītošanās (tradicionālās mācības), jo visas sporta organizācijām ir ierobežots finansējums, lai tiktu nodrošināti semināri vai kursi personālam, pieredzes apmaiņa (cita veida mācības), jo daudzus darbiniekus apmāca iepriekšējais darbinieks vai kāds, kas pārzina jomu.

"Arī šajā procesā personāla speciālistam jākļūst par biznesa funkciju vadītāju partneri, konsultantu un atbalstu." (Ešenvalde, 2008, 152.lpp.). Autore, balstoties uz Ešenvaldes sacīto, secina, ka ar personāla apmācību organizācijās ir jānodarbojas speciālistam, proti, personāla speciālistam. Lai gan tieši speciālists vislabāk zinātu, kā ne tikai apmācīt jaunos darbiniekus, bet arī zinātu, kā nemitīgi pilnveidot jau esošo darbinieku zināšanas, daudzi uzņēmumi izvēlas paši apmācīt savus darbiniekus, ko parasti dara uzņēmuma vadītājs, kuram nav obligāti jābūt direktoram, bet gan tādam, kurš pārzina visu uzņēmuma darbību, un, kā jau darba autore minēja iepriekš, arī sporta organizācijās personāla apmācībām netiek piesaistīts kāds speciālists, bet par to sīkāk autore izklāstīs pētnieciskajā nodaļā.

Autore uzskata, ka viegli ir apmācīt personālu, kurš neietilpst zem kategorijas "vadītājs", jo jebkurā gadījumā šī darbinieku daļa ir vadītāja pakļautībā, turpretī pašus vadītājus apmācīt ir grūtāk. "Vadītājiem ir jāmācās vairāk un citādi nekā pakļautībā esošiem darbiniekiem, tādēļ vadītāju mācības ieteicamas organizēt atsevišķi." (Dombrovska, 2009, 102.lpp.). Pēc autores domām, vadītājus ir nepieciešams apmācīt kādam, kas ir vai nu augstāk amatā esošs darbinieks, vai nu līdzvērtīgs, lai topošajam vadītājam būtu liela cieņa pret to, kurš viņu apmāca, kā arī informācija tiktu uztverta nopietni. "Vadītāju mācību procesu var apgrūtināt dažas specifiskas problēmas, jo vadītāji:

- Nelabprāt atzīst, ka viņi kaut ko nezina vai neprot,
- Nav pārliecināti, ka kāds viņam var kaut ko iemācīt,
- Nevēlas, ka par viņu nepieciešamību mācīties uzzina kolēģi." (Dombrovska, 2009, 103.lpp.).

Pēc autores domām, ir ļoti būtiski apmācīt vadītājus, jo tieši šīs profesijas pārstāvjiem ir vislielākā ietekme par to, kā uzņēmums attīstīsies. "Vadītājam ir svarīgi būt ekspertam savā darba jomā." (Praude&Beļčikovs, 2001, 407.lpp.). Lai vadītājs būtu lietpratējs savā amatā, viņam ir nepieciešams pārzināt ne tikai uzņēmumu, kuru viņš vada, bet arī jāprot šādas prasmes:

- "Prasme pārliecināt
- Prasme uzsākto darbu novest līdz galam
- Vārdu un darbības vienotība
- Labvēlīga attieksme pret padotajiem
- Spēja pamatoti riskēt
- Ieinteresētība darbinieku sasniegumos." (Praude&Beļčikovs, 2001, 415.lpp.).

Vēl autore piebilst, ka svarīgi ir zināt, kā strādājis ir iepriekšējais vadītājs (ja tāds ir bijis), piemēram, kā viņš sastrādājās ar komandu, vai viņam izdevās pārliecināt, vai viņu cienīja, kā izpaudās viņa riskēšana darba jomā utt., jo, autoresprāt, šāda informācija palīdzētu nākošajam vadītājam veiksmīgāk veikt savus darba pienākumus un mācīties no iepriekšējā

vadītāja kļūdām, ja tādas ir bijušas.

Šajā nodaļā darba autore secina, ka personālā ietilpst visi uzņēmumā vai organizācijā strādājošie, un uzņēmumam ir nepieciešams investēt savos darbiniekos, jo tieši tādā veidā uzņēmums var gūt panākumus. Personāla apmācības ir nepieciešamas, jo tās sniedz darbiniekiem zināšanas, veicina uzņēmuma darbības attīstību un ļauj darbiniekiem saprast, kāda ir viņa loma organizācijā, kas ir šī pētījuma aktualitāte. Arī prakses iespējas ir saistītas ar personāla apmācībām, kas studentiem ir ļoti aktuāli. Būtisks secinājums ir par to, ka mūsdienās ļoti strauji mainās tendences- tas, kas bija aktuāls pirms gada, šobrīd var sabiedrību neinteresēt-, tāpēc personāla apmācības ir nepieciešamas veikt regulāri, jo tas nodrošinātu darbinieku nemitīgu izaugsmi, kas ir ieguvums gan personīgi darbiniekam, gan arī uzņēmuma attīstībai. Autore secina, ka sporta nozares organizācijām no mācību nodrošināšanas iespējām visvairāk izmantotās ir sadarbība ar citiem darbiniekiem un darbs grupās (praktiskās mācības), pašizglītošanās (tradicionālās mācības) un pieredzes apmaiņa (cita veida mācības). Būtiskas atšķirības ir starp vadītāju apmācīšanu un pārējo nozaru speciālistu apmācīšanu, kuri neieņem augstāko darba amatu, jo vadītāji ir tie, kas atbild gan par pārējiem darbiniekiem, gan par uzņēmumu kopumā.

Pētījuma metodoloģija

Pētījumu rezultātu nodaļā darba autore, balstoties uz pētāmajām Latvijas sporta organizāciju mājaslapām un uz uzņēmuma datu bāzes reģistra mājaslapas "Lursoft.lv" informāciju, izklāstīs sīkāk par tādām organizācijām kā Latvijas Basketbola savienību, Latvijas Handbola federāciju, Latvijas Hokeja federāciju un Latvijas Florbola savienību, to vēsturi, nodarbošanos, mērķiem, mērķauditoriju, darbiniekiem utt.

Darba autore veica 4 intervijas ar pētāmo Latvijas sporta organizāciju pārstāvjiem, kuru mērķis bija uzzināt, kādi personāla apmācību procesi norisinās Latvijas sporta organizācijās, kas atbild par personāla apmācībām organizācijā, vai organizācijā ir darbinieki, kuri netiek apmācīti, cik bieži tiek veiktas personāla apmācības organizācijā, cik būtiski organizācijai ir veikt darbinieku apmācīšanu, vai ir sarežģījumi, veicot darbinieku apmācības organizācijā, kā arī, vai tiek plānots veikt izmaiņas organizācijas personāla apmācīšanas procesā nākotnē.

Uz autores uzdotajiem jautājumiem atbildēja Latvijas Basketbola savienības ģenerālsekretārs Kaspars Cipruss, Latvijas Handbola federācijas ģenerālsekretārs Normunds Blome, Latvijas Hokeja federācijas valdes loceklis, ģenerālsekretārs, viceprezidents Viesturs Koziols un Latvijas Florbola savienības prezidents, valdes priekšsēdētājs Ilvis Pētersons.

Autore izmantoja nestrukturēto interviju jeb atvērto interviju, kur intervējamie varēja brīvi atbildēt uz 7 autores uzdotajiem jautājumiem. Intervijas norisinājās interneta vidē, izmantojot e-pastu, tādējādi, intervējamie varēja atbildēt uz jautājumiem sev piemērotā laikā un vietā. Visas intervijas ir pievienotas pētījuma pielikumu sadaļā.

Pētījuma rezultāti

Latvijas Basketbola savienība (turpmāk arī LBS) tika dibināta 1923. gada 26. novembrī un pēc juridiskās formas ir biedrība (BDR). LBS darbības joma ir sporta atbalstīšana, bet darbības veidi ir sporta objektu darbība un sporta klubu darbība. Reģistrācijas numurs 40008025619. (Latvijas Basketbola savienība lursoft.lv).

LBS darbības mērķi:

- Basketbola attīstības veicināšana un popularizēšana Latvijas Republikas teritorijā
- Basketbola organizēšana Latvijā
- Latvijas basketbola integrācijas starptautiskajā sporta kustībā vadīšana. (Latvijas Basketbola savienība lursoft.lv).

Latvijas Basketbola savienība atbild par plašu mērķauditoriju, un, lai nodrošinātu godīgas spēles principu visiem, ir sadalītas līgas atbilstoši vecumiem un dzimumiem- vecumā no 11 gadiem līdz neierobežotam vecumam.

LBS pārstāvji ir divi- Raimonds Vējonis (LBS prezidents) un Kaspars Cipruss (LBS ģenerālsekretārs), kuriem ir tiesības pārstāvēt uzņēmumu atsevišķi. (Basket.lv).

Latvijas Handbola federācija tika dibināta 1993.gada 12.maijā un pēc juridiskās formas ir biedrība (BDR). Organizācijas darbības joma ir veselības veicināšana un sporta atbalstīšana, bet darbības veidi ir šādi:

- Citur neklasificētu organizāciju darbība
- Profesionālu organizāciju darbība. (Latvijas Handbola federācija lursoft.lv).

Latvijas Handbola federācijas mērķi ir nodrošināt handbola spēles attīstību Latvijā un Latvijas handbola augstu rezultātu sasniegšanu starptautiskā līmenī, īstenojot biedrības biedru intereses. Reģistrācijas numurs 40008022078. (Latvijas Handbola federācija lursoft.lv).

Organizācijas mērķauditorija ir bērni no 7 gadu vecuma un līdz neierobežotam vecumam, jo Latvijas Handbola federācija organizē šādus čempionātus un turnīrus, kuros var piedalīties gan bērni, gan pieaugušie, gan arī veterāni. (Handball.lv).

Latvijas Handbola federācijas pārstāvji ir divi- Mārtiņš Bičevskis (Latvijas Handbola federācijas prezidents), Normunds Blome (Latvijas Handbola federācijas ģenerālsekretārs). (Handball.lv).

Latvijas Hokeja federācija (turpmāk arī LHF) tika dibināta 1993.gada 22.jūnijā un pēc juridiskās forma ir biedrība (BDR). LHF darbības joma ir sporta atbalstīšana, bet darbības veids ir citas sporta nodarbības. Organizācijas darbības mērķis ir, saskaņojot LHF biedru darbību, darboties hokeja attīstībai un augstu rezultātu sasniegšanai hokejā bez peļņas gūšanas nolūka un rakstura. Reģistrācijas numurs 40008022294. (Latvijas Hokeja federācija lursoft.lv).

Tā kā Latvijas Hokeja federācija nodrošina 3 čempionātus, organizācija aptver plašu mērķauditoriju:

- Latvijas Hokeja federācija (Latvijas Čempionāts sievietēm, Bērnu un jaunatnes čempionāts, Latvijas veterānu čempionāts, Junioru Attīstības Hokeju līga)
- Optibet Hokeja līga (Latvijas Čempionāts hokejā)
- Maxima jauno hokejistu super kauss (Latvijas bērnu un jaunatnes čempionāts hokejā). (Lhf.lv).

Kopumā Latvijas Hokeja federācijas organizētos turnīros, atbilstoši savam vecumam un dzimumam, var piedalīties no 10 gadu vecuma līdz neierobežotam vecumam. (Lhf.lv).

Latvijas Hokeja federācijas pārstāvji ir 6- Aigars Kalvītis (LHF valdes priekšsēdētājs, prezidents), Viesturs Koziols (LHF valdes loceklis, ģenerālsekretārs, viceprezidents), Edgars Buncis (LHF valdes loceklis), Valentīns Bļugers (LHF valdes loceklis), Oskars Mors

(LHF valdes loceklis), Māris Martinsons (LHF valdes loceklis). (Lhf.lv).

Latvijas Florbola savienība (turpmāk arī LFS) tika dibināta 1994.gada 18.februārī un pēc juridiskās formas ir biedrība (BDR). Organizācijas darbības joma ir sporta atbalstīšana, bet darbības veidi ir sporta klubu darbība un citas sporta nodarbības. Reģistrācijas numurs 40008025888. (Latvijas Florbola savienība lursoft.lv).

Latvijas Florbola savienības darbības mērķi ir:

- Vadīt un koordinēt florbola sporta veidā, kā arī pārstāvēt šo sporta veidu attiecīgajās starptautiskajās sporta organizācijās
- Savā darbībā ievērot antidopinga konvenciju prasības
- Saskaņojot LFS biedru darbību, veicināt florbola attīstību, popularitāti un augstu rezultātu sasniegšanu bez peļņas gūšanas nolūka un rakstura, ievērojot Sporta likuma noteikumus. (Latvijas Florbola savienība lursoft.lv).

Organizācijas mērķauditorija ir no 7 gadu veciem zēniem un meitenēm līdz neierobežotam vecumam, jo LFS organizē čempionātus gan vīriešiem, gan sievietēm, gan jaunatnei, gan arī veterāniem. (Florball.lv).

Latvijas Florbola savienības parstāvis ir viens- Ilvis Pētersons (Latvijas Florbola savienības prezidents un valdes priekšsēdētājs). (Florball.lv).

Darba autore shematiski attēloja visu pētāmo Latvijas sporta federāciju darbinieku skaitu (2.att.):

2.att. Latvijas sporta federāciju darbinieku skaits (Avots: autores apkopojums)

Darba autore secina, ka vismazāk darbinieku strādā Latvijas Handbola federācijā (6 cilvēki) un Latvijas Florbola savienībā (6 cilvēki), bet visvairāk Latvijas Basketbola savienībā (20 cilvēki), kam seko Latvijas Hokeja federācija (16 cilvēki). Vēl darba autore piebilst, ka norādītais darbinieku skaits ir konkrēti tie darbinieki, kuri strādā ofisā, piemēram, finanšu direktori, mārketinga speciālisti, grāmatveži utt., bet katra Latvijas sporta organizācija piesaista arī tādus darbiniekus kā tiesnešus, galdiņa sekretariātu un citus darbiniekus, kas aktuāli ir tieši uz pasākumiem, proti, turnīriem, čempionātiem utt.

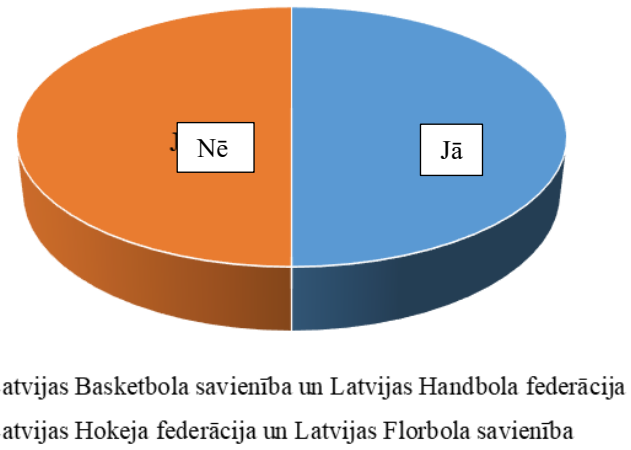
Intervijas analīze

Uz jautājumu, kādi personāla apmācību procesi tiek veikti organizācijā, Latvijas Basketbola

savienības ģenerālsekretārs aprakstīja, ka LBS darbiniekiem ir iespēja piedalīties Latvijas Sporta federācijas padomes rīkotos semināros un ka grāmatvedības nodaļas darbiniekiem ir iespēja apmeklēt sev aktuālus seminārus (1.pielikums), turpretī Latvijas Handbola federācijas ģenerālsekretārs skaidroja, ka organizācijas darbinieki, kuri strādā ofisā, netiek apmācīti, bet tiek apmācīti tikai treneri un tiesneši, kuriem tiek nodrošināti kursi un semināri (2.pielikums). Latvijas Hokeja federācijas ģenerālsekretārs norādīja, ka tiek organizēti kursi gan hokeja treneriem, gan tiesnešiem, uz kuriem tiek pieaicināti gan vietējie, gan ārzemju konkrētās jomas speciālisti (3.pielikums). Latvijas Florbola savienības prezidents apmācību procesu raksturoja šādi- darbiniekiem, iestājoties darbā tiek nodrošināta ievadapmācība, kuru vada iepriekšējais konkrētās pozīcijas darbinieks vai kāds cits pieredzējis darbinieks ar atbilstošām prasmēm (4.pielikums). Vēl LFS prezidents piebilda, ka organizācijā personāla rotācija ir reti un ka darbiniekiem tiek nodrošināti dažādi semināri, kursi un Starptautiski sacensību/konferenču apmeklējumi.

Par jautājumu, kurš atbild organizācijās par personāla apmācīšanu, organizāciju pārstāvju atbildes ir līdzvērtīgas- Latvijas Basketbola savienībā atbild ģenerālsekretārs, Latvijas Hokeja federācijā atbild ģenerālsekretārs un sporta direktors un Latvijas Florbola savienībā par personāla apmācībām atbild LFS valdes priekšsēdētājs un pilnvarotās personas. Latvijas Handbola federācijā ofisa darbiniekus vajadzētu apmācīt ģenerālsekretāram, bet tā kā tiek apmācīti tikai treneri un tiesneši, to nodrošina attiecīgās jomas federācijas darbinieks, piemēram, sacensību direktors, turklāt tiek piesaistīti arī cilvēki no malas, kuri, kāda projekta ietvaros, uzņemas rīkot seminārus vai kursus.

Tā kā uz jautājumu, vai organizācijā ir darbinieki, kuri netiek apmācīti var atbildēt ar jā vai nē, darba autore izvēlējās šī jautājuma atbildes attēlot shematiski (3.att.):



3.att. Intervijas analīzes 3.jautājuma atbildes (Avots: autores apkopojums)

Latvijas Basketbola savienībā un Latvijas Handbola federācijā ir tādi cilvēki, kuri netiek apmācīti, kā pamatojumu Latvijas Basketbola savienība min, ka tā ir pašu darbinieku izvēle, jo apmācības nav obligātas, bet Latvijas Handbola federācijā netiek apmācīti visi 6 ofisa darbinieki, kam kā iemesls tiek minēts, ka nav personāla apmācību procesa speciālists un ka nav bijusi nepieciešamība to darīt līdz šim. Turpretī Latvijas Hokeja federācijā un Latvijas Florbola savienībā visi darbinieki tiek apmācīti.

Latvijas Basketbola savienība savus darbiniekus apmāca 1-2 reizes gadā, bet, ja kāds darbinieks pats atrod sev piemērotas apmācības, organizācija piedāvā apmaksāt pusi no

izmaksām. Līdzīgi kā LBS, arī Latvijas Handbola federācijā darbinieku apmācības norisinās 1-2 reizes gadā. Latvijas Hokeja federācijā personāla apmācības tiek organizētas vismaz četras reizes gadā, bet Latvijas Florbola savienība saviem darbiniekiem apmācības organizē vismaz 2-3 reizes gadā.

Uz jautājumu, cik būtiski organizācijai ir apmācīt savus darbiniekus, Latvijas Basketbola savienības ģenerālsekretārs skaidro, ka tas ir svarīgi, ja apmācības spēj pilnveidot darbinieku savā profesijā, turpretī Latvijas Handbola Federācijas ģenerālsekretārs skaidro, ka būtiski būtu apmācīt vadītājus lietvedības un dokumentācijas jomā, bet tiesnešus un sekretārus ir ļoti svarīgi apmācīt, jo tieši no viņiem ir atkarīga gan handbola spēle, gan turpmākā handbola nākotne. Latvijas Hokeja federācijas ģenerālsekretārs uzskata, ka organizācijai ir ļoti būtiski apmācīt savu personālu. Latvijas Florbola savienības prezidents skaidro, ka organizācijai ir ļoti svarīgi apmācīt personālu, jo darbiniekiem ir jābūt profesionāļiem, lai LFS, kā mazs darbinieku kolektīvs, varētu sniegt augstu pakalpojuma kvalitāti, organizējot gan vietēja, gan starptautiska mēroga sacensības un seminārus tiesnešiem, treneriem un brīvprātīgajiem.

Latvijas Basketbola savienība kā vienīgo sarežģījumu, kas rodas, veicot personāla apmācību procesu, min, ka reizēm uz Latvijas Sporta federācijas padomes rīkotajiem semināriem ir ierobežots skaits darbinieku, tāpēc ir jāizlemj, kuram piešķirt iespēju apmeklēt semināru, bet kuram atteikt. Latvijas Handbola federācija, kā sarežģījumu vadību neapmācību saistībā, min laika trūkumu un to, ka treneriem un tiesnešiem bieži neder piedāvātie laiki un norises vieta, kā arī attieksme no viņu puses reizēm ir slikta, piemēram, telefona izmantošana semināra laikā. Latvijas Hokeja federācijas ģenerālsekretārs uzskata, ka organizācijas rīkotajos darbinieku apmācību procesos sarežģījumu nav, jo kursi ir ļoti apmeklēti un uzaicinātie speciālisti atbalsta organizāciju. Līdzīgu atbildi sniedza Latvijas Florbola savienības prezidents, atbildot, ka nav sarežģījumu, veicot personāla apmācību procesu.

Par to, vai ir plānotas kādas izmaiņas nākotnē veikt saistībā ar personāla apmācību procesu Latvijas Basketbola savienības ģenerālsekretārs, Latvijas Hokeja federācijas ģenerālsekretārs un Latvijas Florbola savienības prezidents min, ka nav plānots veikt izmaiņas, bet Latvijas Handbola federācijas ģenerālsekretārs skaidro, ka uz organizācijas ofisa darbinieku apmācīšanu nav plānotas izmaiņas, bet treneru apmācībās ir plānots veikt tādas darbības, lai viņi tiktu pshiholoģiski sagatavoti, un ir plānots veikt apmaiņu programmas ar ārzemju treneriem un speciālistiem, kā arī ir plānots palielināt viena gada piedāvāto kursu, semināru skaitu.

Autore secina, ka Latvijas Basketbola savienībā, Latvijas Handbola federācijā, Latvijas Hokeja federācijā un Latvijas Florbola savienībā netiek piesaistīti personāla apmācību speciālisti, bet apmācības personālam norisinās iekšēji organizācijā, jo tās veic vai nu ģenerālsekretārs, vai nu iepriekšējais konkrētās pozīcijas darbinieks, vai nu kāds pieredzējis darbinieks ar atbilstošām prasmēm u.tml. Vēl autore secina, ka tikai divās no četrām organizācijām tiek apmācīti visi darbinieki, jo organizācijas uzskata, ka tā ir darbinieku pašu izvēle. Apmācību biežums organizācijās, autoresprāt, tikai Latvijas Hokeja federācijā ir pietiekams, jo apmācības tiek veiktas vismaz 4 reizes gadā, bet pārējās organizācijās retāk, kam, autoresprāt, izskaidrojums varētu būt, ka Latvijas sporta organizācijām ir ierobežots finansējums, tāpēc, izvirzot prioritātes, personāla apmācībām tiek iedalīts salīdzinoši mazāks finansējums nekā citām ar personālu saistītām lietām, piemēram, izklaidei. Autore secina, ka organizācijas apzinās darbinieku apmācības procesa nepieciešamību. Kā sarežģījumi no organizācijas pārstāvju puses tika minēti laika trūkums, ierobežots skaits seminārā, darbiniekiem neder piedāvātais laiks vai vieta, turpretī Latvijas Hokeja federācijas un Latvijas Florbola savienības pārstāvji minēja, ka organizācijām nav

sarežģījumu, veicot personāla apmācības. No visām pētījumam izvēlētajām organizācijām tikai Lavijas Handbola federācijas pārstāvis atbildēja, ka ir plānots veikt izmaiņas personāla apmācību procesa ietvaros.

Secinājumi

Balstoties uz pētījuma rezultātiem, autore ir izvirzījusi šādus **secinājumus:**

1. Personāla apmācību process ir ļoti svarīgs un nepieciešams, tāpēc uzņēmumiem ir jāinvestē savos darbiniekos, tādējādi, paaugstinot uzņēmuma vērtību ar kompetentu un zinošu personālu. Apmācību process arī palīdz personālam saprast, kādas ir organizācijas stratēģijas un mērķi, tādējādi, darbinieks var saprast savu lomu organizācijā.
2. Tā kā mūsdienās tendences katrā jomā mainās vismaz reizi gadā, un tas, kas bija aktuāls pagājušo gadu, visticamāk, šogad vairs nebūs aktuāls, personāls ir jāapmāca regulāri, nevis tikai vienu reizi, kad darbs tiek uzsākts. Veicot personāla apmācības regulāri, darbinieki tiek nodrošināti ar aktuālāko informāciju savā nozarē, kas veicina uzņēmuma attīstību.
3. Uzņēmuma vadītāji ir jāapmāca citādāk nekā citu nozares speciālistus, jo tieši vadītāji atbild par organizācijas personāla apmācīšanas iespējām un par pašu uzņēmumu kopumā.
4. No intervijas analīzes autore secina, ka Latvijas Basketbola savienībā, Latvijas Handbola federācijā, Latvijas Hokeja federācijā un Latvijas Florbola savienībā netiek piesaistīts personāla apmācību speciālists, jo darbiniekus apmāca vai nu ģenerālsekretārs, vai nu iepriekšējās konkrētās pozīcijas darbinieks, vai nu kāds pieredzējis dalībnieks ar atbilstošam prasmēm.
5. Lai gan visas autores pētījumam izvēlētās Latvijas sporta organizācijas uzskata, ka personāls ir jāapmāca, tikai divās organizācijās no četrām tiek apmācīti visi darbinieki, kā iemeslu minot, ka tā ir darbinieku izvēle- tikt apmācītam vai nē.
6. No visām pētāmajām Latvijas sporta organizācijām tikai Latvijas Hokeja federācijā personāla apmācības norisinās vismaz 4 reizes gadā, bet pārējās organizācijās retāk. Tam kā iemeslu autore min, ka Latvijas sporta organizācijām ir ierobežots finansējums, lai nodrošinātu personālam apmācības biežāk.
7. Sarežģījumus, kas rodas, apmācot personālu, Latvijas Basketbola savienībai ir, ka reizēm semināros ir ierobežots dalībnieku skaits, turpretī Latvijas Handbola federācijai sarežģījumi rodas, kad jāsaskaņo apmācības ar personālu, jo darbiniekiem neder piedāvātais laiks vai vieta. Latvijas Hokeja federācijai un Latvijas Florbola federācijai sarežģījumu, apmācot personālu, nav.
8. Tikai Handbola federācijas vadībai ir plānots veikt izmaiņas personāla apmācību procesa ietvaros, piemēram, rīkojot biežāk seminārus, sagatavot trenerus psiholoģiski, veikt apmaiņas programmas ar ārzemju treneriem un speciālistiem, vairāk piesaistīt un apmācīt tiesnešus.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Basket.lv. Elektroniskais resurss [skatīts 09.01.2021]. Pieejams: http://basket.lv/

Dombrovska, R. L. (2009). *Cilvēkresursu kapitāla vadība. Teorija un prakse.* Rīga: Zvaigzne ABC

Ešenvalde, I. (2008). *Personāla vadības mūsdienu metodes.* Rīga: Merkūrijs LAT

Florball.lv. Elektroniskais resurss [skatīts 09.01.2021]. Pieejams: https://www.floorball.lv/

Handball.lv. Elektroniskais resurss [skatīts 09.01.2021]. Pieejams: https://handball.lv/

Hendijs, Č. (1990). *Veiksmīgs darbs organizācijās. Divdesmit viena ideja menedžeriem.* Rīga: Zvaigzne ABC

Latvijas Basketbola savienība lursoft.lv. Elektroniskais resurss [skatīts 09.01.2021]. Pieejams: https://company.lursoft.lv/latvijas-basketbola-savieniba/40008025619

Latvijas Florbola savienība lursoft.lv. Elektroniskais resurss [skatīts 09.01.2021]. Pieejams: https://company.lursoft.lv/latvijas-florbola-savieniba/40008025888

Latvijas Handbola federācija lursoft.lv. Elektroniskais resurss [skatīts 09.01.2021]. Pieejams: https://company.lursoft.lv/latvijas-handbola-federacija/40008022078

Latvijas Hokeja federācija lursoft.lv. Elektroniskais resurss [skatīts 09.01.2021]. Pieejams: https://company.lursoft.lv/latvijas-hokeja-federacija/40008022294

Lhf.lv. Elektroniskais resurss [skatīts 09.01.2021]. Pieejams: https://lhf.lv/lv

Omārova, S. (2003). *Cilvēks dzīvo grupā.* Rīga: Kamene

Praude, V., Beļčikovs, J. (2001). *Menedžments.* Rīga: Vaidelote

Termini.gov.lv. Elektroniskais resurss [skatīts 08.01.2021]. Pieejams: https://termini.gov.lv/kolekcijas/71/skirklis/384908

Zīlīte, L. (2013). *Personāla vadība un socionika*. Rīga: BA Turība

1.pielikums

Intervijas transkripcija

Intervējamā persona: Latvijas Basketbola savienības ģenerālsekretārs Kaspars Cipruss

1. Kādi personāla apmācības procesi tiek veikti Latvijas Basketbola savienībā un kāpēc izvēlaties tieši šos?

LBS darbiniekiem tiek dota iespēja piedalīties Latvijas sporta federāciju padomes (LSFP) organizētajos semināros. Grāmatvedības nodaļas darbiniekiem ir iespēja apmeklēt seminārus, kas ir aktuāli un saistoši viņiem.

2. Kas atbild par personāla apmācībām Latvijas Basketbola savienībā?

LBS ģenerālsekretārs

3. Vai Latvijas Basketbola savienībā ir darbinieki, kuri netiek apmācīti? Ja atbilde ir jā, tad kāpēc viņi netiek apmācīti?

Jā. Tā ir viņu pašu izvēle. Apmācības nekad nav obligātas.

4. Cik bieži tiek veiktas personāla apmācības Latvijas Basketbola savienībā?

Šāda iespēja tiek piedāvāta 1 – 2 reizes gadā. Bet, ja kāds darbinieks pats atrod sev piemērotas apmācības, tad LBS piedāvā apmaksāt 50% no izmaksām.

5. Cik būtiski Latvijas Basketbola savienībai ir apmācīt savus darbiniekus?

Tas ir svarīgi, ja apmācības spēj pilnveidot darbinieku attiecīgajā profesijā/darba virzienā.

6. Vai ir sarežgījumi, veicot darbinieku apmācības Latvijas Basketbola savienībai? Ja ir, tad kādi?

Dažreiz LSFP rīkotie semināri piedāvā ierobežotu darbinieku skaitu, ko varam sūtīt uz apmācībām. Tādā gadījumā nākas izlemt kurš darbinieks ir pelnījis, kuram tas būtu lietderīgi un attiecīgi kādam darbiniekam nākas atteikt iespēju apmeklēt semināru.

7. Vai plānojat veikt izmaiņas Latvijas Basketbola savienības personāla apmācību procesā nākotnē? Ja atbilde ir jā, tad kādas tieši izmaiņas ir plānotas un kāpēc tieši šīs?

Pagaidām nav plānu veikt izmaiņas.

2.pielikums

Intervijas transkripcija

Intervējamā persona: Latvijas Handbola federācijas ģenerālsekretārs Normunds Blome

1. Kādi personāla apmācības procesi tiek veikti Latvijas Handbola federācijā un kāpēc izvēlaties tieši šos?

Netiek apmācīti darbinieki, kuri strādā ofisā, jo organizācijā strādā tikai 6 darbinieki, kas ir jau kaut kur iepriekš kvalificējušies savos amatos, bet tiek apmācīti tiesneši un treneri- viņi apmeklē kursus un seminārus, kurus organizē un apmaksā Latvijas Handbola federācija.

2. Kas atbild par personāla apmācībām Latvijas Handbola federācijā?

Neatbild neviens, jo netiek veiktas personāla apmācības konkrēti organizācijā, bet būtu jāveic ģenerālsekretāram. Tiesnešus un trenerus apmāca atbildīgās jomas pārstāvis, piemēram, sacensību direktors, kurš veicina apmācību. Vēl tiek piesaistīti cilvēki arī no malas, kuri, kaut kāda projekta ietvaros, uzņemas rīkot seminārus un kursus.

3. Vai Latvijas Handbola federācijā ir darbinieki, kuri netiek apmācīti? Ja atbilde ir jā, tad kāpēc viņi netiek apmācīti?

Netiek apmācīti vadības darbinieki, kuri strādā ofisā. Kā viens no iemesliem varētu būt, jo līdz šim nav bijis darbinieks, kurš varētu to izdarīt kā, piemēram, personāla apmācību speciālists, otrkārt, vadība pēdējos gados ir regulāri mainījusies, tāpēc, iespējams, nav bijusi ģenerālsekretāram vajadzība vai interese to darīt.

4. Cik bieži tiek veiktas personāla apmācības Latvijas Handbola federācijā?

1-2 tiesnešu un treneru kursi gada laikā.

5. Cik būtiski Latvijas Handbola federācijai ir apmācīt savus darbiniekus?

Katru amata pārstāvi būtu nepieciešams sūtīt uz personāla apmācības kursiem, kas ir saistīti ar lietvedību, dokumentāciju. Būtu nepieciešami kursi, kas varētu būt saistīti ar viņa konkrēto jomu vai apmaiņas programmas

pie citām federācijām vai ārpus valsts, citām organizācijām. Tiesnešus un trenerus ir ļoti svarīgi apmācīt, jo no viņiem ir atkarīga gan handbola spēle, gan turpmākā handbola nākotne un spēles stils.

6. Vai ir sarežģījumi, veicot darbinieku apmācības Latvijas Handbola federācijā? Ja ir, tad kādi?

Vadības apmācībām tas varētu būt laika trūkums. Ar treneriem un tiesnešiem saistībā tas, ka bieži neder apmācību laiks, vieta uz attiecošo semināru, kā arī attieksme, piemēram, telefonā sēdēšana semināra laikā.

7. Vai plānojat veikt izmaiņas Latvijas Handbola federācijas personāla apmācību procesā nākotnē? Ja atbilde ir jā, tad kādas tieši izmaiņas ir plānotas un kāpēc tieši šīs?

Šobrīd nav plānotas, jo jaunā vadība ir tikai no 2020.gada septembra un līdz galam nav sastrādājušies darbinieki, tiek vērtēti plusi un mīnusi, kas izdodas un kas neizdodas. Saistībā ar treneriem- protams, ir daudz plānu attīstīt ne tikai audzināšanā, bet arī psiholoģiskā sagatavotībā un veikt apmaiņas programmas ar ārzemju treneriem un speciālistiem. Tiesnešus, it īpaši, jaunos tiesnešus iesaistīt un apmācīt. Arī treneru un tiesnešu kursi ir plānoti veikt vairāk nekā 1-2 gadā.

3.pielikums

Intervijas transkripcija

Intervējamā persona: Latvijas Hokeja federācijas valdes loceklis, ģenerālsekretārs, viceprezidents Viesturs Koziols

1. Kādi personāla apmācības procesi tiek veikti Latvijas Hokeja federācijā un kāpēc izvēlaties tieši šos?

Tiek organizēti hokeja kursi treneriem, tiesnešiem ar pieaicinātiem vietējiem un arī ārvalstu konkrētās jomas speciālistiem.

2. Kas atbild par personāla apmācībām Latvijas Hokeja federācijā?

Ģenerālsekretārs un sporta direktors.

3. Vai Latvijas Hokeja federācijā ir darbinieki, kuri netiek apmācīti? Ja atbilde ir jā, tad kāpēc viņi netiek apmācīti?

Nav speciālistu, kuri netiek apmācīti. Ja kāds speciālists izrāda interesi par kursu apmeklēšanu, konkrētais gadījums tiek izskatīts un federācija atbalsta darbinieku.

4. Cik bieži tiek veiktas personāla apmācības Latvijas Hokeja federācijā?

Gan treneriem, gan tiesnešiem kursi un semināri tiek organizēti vismaz četras reizes gadā.

5. Cik būtiski Latvijas Hokeja federācijai ir apmācīt savus darbiniekus?

LHF uzskata par ļoti svarīgu darbinieku apmācību.

6. Vai ir sarežģījumi, veicot darbinieku apmācības Latvijas Hokeja federācijā? Ja ir, tad kādi?

Īpaši sarežģījumi nav, pamatā kursi ir ļoti apmeklēti. Arī pieaicinātie speciālisti atbalsta federāciju apmācības procesos.

7. Vai plānojat veikt izmaiņas Latvijas Hokeja federācijas personāla apmācību procesā nākotnē? Ja atbilde ir jā, tad kādas tieši izmaiņas ir plānotas un kāpēc tieši šīs?

Turpināsim personāla apmācību bez lielām izmaiņām.

4.pielikums

Intervijas transkripcija

Intervējamā persona: Latvijas Florbola savienības prezidents, valdes priekšsēdētājs Ilvis Pētersons

1. Kādi personāla apmācības procesi tiek veikti Latvijas Florbola savienībā un kāpēc izvēlaties tieši šos?

Darbiniekiem, stājoties darbā, tiek nodrošināta ievadapmācība, kuru vada iepriekšējais šīs pozīcijas darbinieks vai kāds cits pieredzējis darbinieks ar atbilstošām prasmēm. Ņemot vērā, ka mums kadru mainība ir ļoti maza, tad reāli praksē pie darbinieku rotācijas vai aizstāšanas mums vismaz 2-3 nedēļas strādā tandēmā ar iepriekšējo darbinieku, kā arī vienojamies par attālinātām konsultācijām pēc nepieciešamības.

Darbiniekiem tāpat tiek nodrošināti dažādi semināri un kursi, kā arī Starptautisku sacensību/konferenču apmeklējums.

2. Kas atbild par personāla apmācībām Latvijas Florbola savienībā?

LFS Valdes priekšēdētājs un pilnvarotās personas.

3. Vai Latvijas Florbola savienībā ir darbinieki, kuri netiek apmācīti? Ja atbilde ir jā, tad kāpēc viņi netiek apmācīti?

Nē.

4. Cik bieži tiek veiktas personāla apmācības Latvijas Florbola savienībā?

Vismaz 2-3x gadā.

5. Cik būtiski Latvijas Florbola savienībai ir apmācīt savus darbiniekus?

Ļoti būtiski. Darbiniekiem savā jomā ir jābūt profesionāļiem, lai mēs kā salīdzinoši mazs kolektīvs spētu sniegt augstu pakalpojuma kvalitāti organizējot vietēja un starptautiska mēroga sacensības, tālākizglītības seminārus treneriem, tiesnešiem un brīvprātīgajiem ievērojot LR likumdošanā noteiktās prasības.

6. Vai ir sarežgījumi, veicot darbinieku apmācības Latvijas Florbola savienībā? Ja ir, tad kādi?

Nav

7. Vai plānojat veikt izmaiņas Latvijas Florbola savienības personāla apmācību procesā nākotnē? Ja atbilde ir jā, tad kādas tieši izmaiņas ir plānotas un kāpēc tieši šīs?

Nē, jo mūsu specifikai - sporta nozarei nav iespēju iegūt pamatzināšanas ārpus organizācijas.

Piem.Nozīmīga pozīcija - sacensību komitejas darbiniekiem, kuriem jāstrādā ar specifiski florbolam izstrādātu datu bāzi - licencēšana, izspēles kārtība, spēļu kalendārs, tiesnešu nozīmējumi,statistika,online sistēma. Līdzīgi ar Nacionālo izlašu koordinatoru, kuram jāpārzina attiecīgā sporta veida specifika un Starptautiskās organziācijas reglementi, prasības.

Anete Karlīna Pole, Ieva Marija Galzone, Una Daniela Aizgale. COVID-19 PANDĒMIJAS IETEKME UZ KLĀTIENES STUDIJU FORMĀTA STUDENTIEM

Ekonomikas un Kultūras augstskola, studiju programma "Kultūras vadība",

pkercat95@gmail.com, thegalzonee@gmail.com, una.aizgale@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Tēma ir ļoti aktuāla it īpaši šobrīd, kad studenti mācās attālināti jau gadu. Pandēmija Latvijā ir jau kopš 2020. gada 12. marta, kad Latvijas valdība izsludināja ārkārtas situāciju valstī ar mērķi ierobežot COVID-19 izplatību ārkārtējās situācijas spēkā esamības laikā.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis ir noskaidrot pandēmijas ietekmi uz Ekonomikas un Kultūras augstskolas klātienes studiju formāta studentiem, un kā pandēmijas laikā noteiktie valsts ierobežojumi ir ietekmējuši studentu izglītības procesu, garīgo un fizisko veselību, kā arī nodarbinātību.

Pētījuma metodes: Informācijas vākšanai - aptaujas metode.

Sasniegtie rezultāti: Covid-19 pandēmija ir spēcīgi un, galvenokārt, negatīvi ietekmējusi vairuma studentu dzīves jomas, kā piemēram, nodarbinātību, izglītības procesu, kā arī ir ļoti jūtamas pārmaiņas jauniešu veselībā. Studentu mentālā un fiziskā veselība ir kritiskā līmenī sakarā ar valstī noteiktajiem ierobežojumiem, tāpat cieš arī izglītības kvalitāte, jo studenti nespēj sevi pietiekami motivēt šajos apstākļos un noturēt uzmanību attālinātajam mācību procesam. Valstī noteiktie ierobežojumi ir būtiski skāruši arī studentu nodarbinātību, rezultāti rāda, ka liela daļa jauniešu, kas nav strādājuši pirms pandēmijas, šobrīd ir nokļuvuši darba attiecībās, iespējams finansiālo grūtību dēļ, kā arī daļa studentu, kas jau strādāja pirms pandēmijas, ir bijuši spiesti mainīt darba vietu.

Atslēgas vārdi: Covid-19; pandēmija; ietekme; studenti; veselība.

Ievads

Pētījuma temats šobrīd ir ļoti aktuāls ne tikai studentu un jauniešu dzīvēs, bet arī cita gada gājuma cilvēkiem. Pandēmija Latvijā ir jau kopš 2020. gada 12. marta, kad Latvijas valdība izsludināja ārkārtas situāciju valstī ar mērķi ierobežot COVID-19 izplatību ārkārtējās situācijas spēkā esamības laikā. Šī brīža situācija skar pilnīgi visus, nedalot pēc dzimuma, vecuma vai rases. Slimības uzliesmojums un pandēmijas stāvoklis cilvēkiem rada bailes un satraukumu par iespējamību saslimt vai nomirt, kā arī bailes par līdzcilvēku veselību un to iespējamo zaudēšanu, un tas rada bezpalīdzības stāvokli. Papildus tam ir arī valstī noteiktie ierobežojumi, kas var radīt un/vai pastiprināt vēl citas problēmas, piemēram, ir konstatēts, ka starp mentālās veselības traucējumiem pandēmijas uzliesmojuma laikā ir arī depresija, trauksme, panikas lēkmes, somatiskie simptomi, posttraumatiskā stresa sindroms, delīrijs, psihoze un pat pašnāvības. Daudzi šī gada laikā ir bijuši spiesti pamest vai mainīt darbu, klātienes mācības notiek attālinātā formātā, kas var izmainīt izglītības kvalitāti, un ikdienas dzīve ir pilnībā mainījusi tās ierasto ritmu. Cilvēki ir spiesti pielāgoties pārmaiņām.

Pētījuma mērķis ir izprast pandēmijas un valstī noteikto ierobežojumu ietekmi uz Ekonomikas un Kultūras augstskolas klātienes studiju formāta studentiem. Kā tie ir

ietekmējuši studentu izglītības procesu, garīgo un fizisko veselību, kā arī nodarbinātību. Pētījuma rezultāti sniegs ieskatu esošajās problēmās un to nopietnībā, kā arī, iespējams, palīdzēs rosināt idejas šo problēmu atvieglošanai vai pat mazināšanai. Lai to sasniegtu, mēs izveidojām aptauju, ar kuras palīdzību tiešsaistē aptaujājām EKA klātienes studentus, lai izprastu reālo situāciju par to, kā savu veselību raksturo paši pusaudži, kā arī izpētījām, apkopojām un analizējām informāciju no līdzīgiem esošiem pētījumiem.

Analītiskais apskats

Covid-19 pandēmija jo īpaši postoši ietekmē jauniešus, kaitējot viņu nodarbinātības situācijai, traucējot izglītības procesu un ietekmējot viņu garīgo un fizisko veselību un labklājību. Esošie pētījumi liecina, ka pēdējo gadu laikā, pirms pandēmijas sākšanās, studentiem un jauniešiem ievērojami pasliktinās mentālā veselība, taču šobrīd, pandēmijas un valsts noteikto ierobežojumu laikā, mentālā un fiziskā veselība pasliktinās vēl straujāk. Diezgan paredzami, ka šāda veida krīze var ietekmēt cilvēku mentālo veselību vai arī veicināt kādu grūtību saasinājumus. Ja mēs mēģinām uzskaitīt faktorus, kas var veicināt kādas grūtības mentālās veselības sfērā, tad šajā laikā tādi ir gana daudz un, iespējams, daļai pat visi vienlaikus. Piemēram, finanšu grūtības, darba zaudējums vai tieši otrādi - papildus slodze, izmainīts dienas ritms, studijas attālinātā formātā, attiecību problēmas, kas var izrietēt no visa iepriekš minētā.

Pusaudžu un jauniešu psihoterapijas centrs 2020. gada nogalē īstenoja apjomīgu pētījumu iesaistot vairāk kā 1660 (12 līdz 19 gadus vecus) jauniešus Latvijā. Pētījums analizēja jauniešu mentālo veselību un pandēmijas ietekmi uz to. Pētījums rāda, ka jaunieši savu psiholoģisko labsajūtu vērtē kā kritisku, un pandēmija to ir būtiski ietekmējusi.

1. tabula. Pandēmijas ietekme uz jauniešu mentālo veselību: (Avots: Pusaudžu un jauniešu psihoterapijas centra veikts pētījums)

Pandēmijas ietekme uz jauniešu mentālo veselību:		
Mentālās veselības vērtējums	**Pirmais vilnis**	**Otrais vilnis**
Ļoti labi	19.5%	7.6%
Lielākoties labi	38.1%	23.2%
Pieņemami	24.3%	31.6%
Slikti	13.5%	29.8%
Kritiski slikti	4.6%	7.8%

54,5% - pusaudžu atzīst, ka viņu mentālā veselība ir pasliktinājusies;

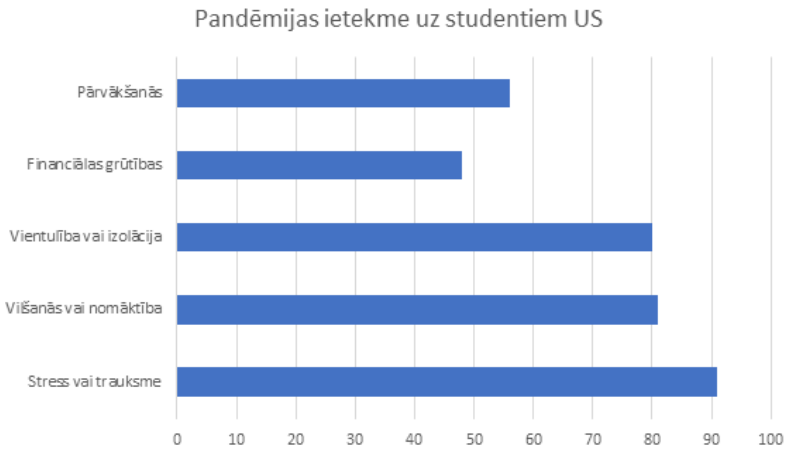
19,8% - atzīst, ka ļoti pasliktinājusies Covid-19 laikā;

70,4% - atzīst, ka pēdējo 2 nedēļu laikā ir piedzīvojuši nomāktību, depresiju;

79,2% - sastopas ar grūtībām mācīties;

vairāk kā 60% - piedzīvo uzmācīgas domas vai ir ļoti viegli aizkaitināmi.

2.tabula. Pandēmijas ietekme uz studentiem US: (Avots : Active Minds pētījums)



Protams, par šo tēmu ir vēl dažādi citi pētījumi un raksti, piemēram, Amerikāņu organizācija ''*Active Minds*" 2020. gadā izveidoja pētījumu *''Covid-19 impact on college student mental health*", aptaujājot 2'086 Amerikas studentus. Pētījumā 80% studentu atzīst, ka Covid-19 pandēmijai ir bijusi negatīva ietekme uz viņu mentālo veselību, to ir izraisījis stress un trauksme, skumjas un vilšanās sajūta, vientulība, izolēšanās, finansiālās grūtības un nepieciešamība mainīt dzīvesvietu.

76% - sastopas ar grūtībām noturēt ikdienas rutīnu;

73% - sastopas ar grūtībām pietiekami nodarboties ar fiziskām aktivitātēm;

63% - sastopas ar grūtībām uzturēt kontaktu ar citiem;

85% - atzīst, ka noturēt fokusu uz skolu un darbu, neskatoties uz traucēkļiem, ir grūtākais mājsēdes uzdevums.

Pētījuma metodoloģija

Pētījumam tika aptaujāti Ekonomikas un Kultūras augstskolas klātienes formāta studenti no dažādām studiju programmām, lai sasniegtu iespējami precīzākos rezultātus. Pētījuma datu ievākšanai tika izmantota aptaujas metode - izstrādāta tiešsaistes aptauja (*Google docs veidlapas*), kas sastāvēja no 17 jautājumiem. Respondenti ir vecumā no 18 - 32 gadiem. Aptaujā tika iekļauti jautājumi, kas skar jauniešu personīgo pieredzi par attālināto studiju kvalitāti un pilnvērtīgu vielas apgūšanu šī brīža pandēmijas apstākļos, izglītības procesu, motivāciju, darbu, emocionālo labsajūtu, garīgo un fizisko veselību, kā arī kaitīgo ieradumu pastiprināšanos. Informācijas iegūšanai izmantojām arī jau pastāvošos pētījumus konkrēti par šo tēmu un analizējām, kā tie sasaucas ar mūsu veiktā pētījuma datiem.

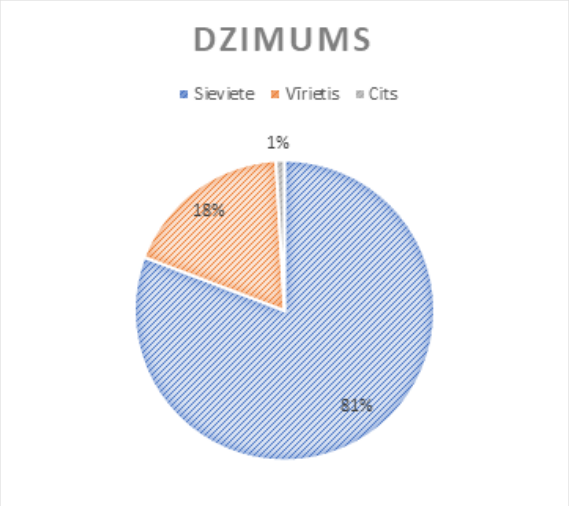
Pētījuma rezultāti

Dati liecina, ka uz lielāko daļu aptaujāto studentu, Covid-19 pandēmija ir atstājusi ļoti negatīvu ietekmi dažādās sfērās. Piemēram, izglītības jomā, 67% no aptaujāto studentu ir pasliktinājusies motivācija studēšanai un darbu izpildei (5.att.), 47% ieslēdz lekcijas fonā, taču neiedziļinās to saturā (4.att.), 67% atzīst, ka attālināto mācību laikā netiek pilnvērtīgi apgūta studiju viela (6.att.) un 61% norāda, ka attālināto mācību rezultātā tiem ir radusies pārslodze**,** salīdzinājumā ar tāda paša satura apguvi klātienes nodarbībās (7.att.).

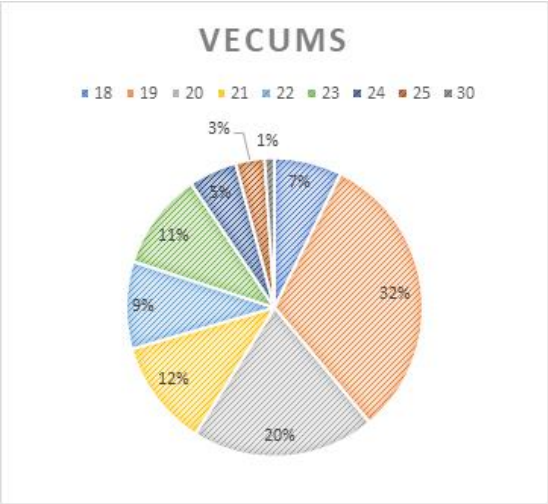
Interesants fakts, ka laikā pirms pandēmijas, 54% no aptaujāto studentu strādāja paralēli studijām (8.att.), taču šobrīd pandēmijas laikā, strādā vēl lielāks studentu skaits - 66% (9.att.). Lielākajai daļai studentu (79%) nācās mainīt darba vietu Covid-19 laikā (10.att.) un 37% darba maiņa bijusi pandēmijas ietekmes dēļ (11.att.). Satraucoši ir mentālās veselības lejupslīdes rādītāji pandēmijas laikā. 65% studentu mentālā veselība ir pasliktinājusies vai pat ļoti pasliktinājusies, un tikai 14% ir uzlabojusies un 3% ļoti uzlabojusies (12.att.). Vislielākā ietekme 82% ir uz jauniešu motivācijas zudumu un 71% gribasspēku, 70% uz emocionālo labsajūtu un 46% miega traucējumiem, 38% ir apgrūtināta komunikācija un 30% novēroti kognitīvie traucējumi (13.att.). Pandēmijas laikā jaunieši savā ikdienā un sevī visvairāk ir novērojuši neveselīgus ēšanas paradumus (72%), biežu vainas izjūtu (60%), trauksmi (52%) un diemžēl arī depresiju (40%), panikas lēkmes (33%), psihozi (22%), kā arī veģetatīvās distonijas pazīmes (16%) un delīriju (10%), (14.att.). Fiziskā veselība 61% aptaujāto ir pasliktinājusies un tikai 14% uzlabojusies (15.att.). Aptaujājot par kaitīgajiem ieradumiem pandēmijas laikā, 23% tie ir pastiprinājušies un 10% ir sākušies jauni kaitīgie ieradumi, taču 11% ir atmetuši savus kaitīgos ieradumus (16.att.). Vispopulārākais kaitīgais ieradums jauniešu vidū ir tabakas/nikotīna lietojums (40%), alkohols (30%), kā arī sociālo tīklu pārmērīgs lietojums (30%), (17.att.).

Pētnieciskā instrumenta paraugs:

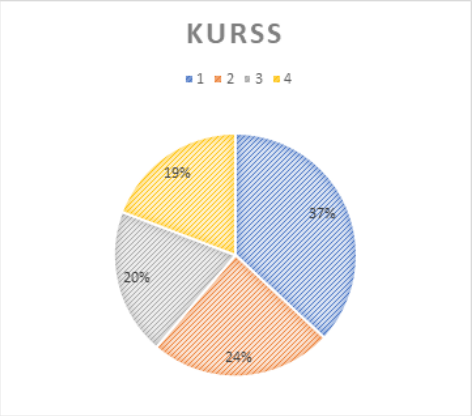
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdyNSZxi-M17Wsa3INEPepUmKuJm6GnFrbtPPtMXDEtAqq4UA/formResponse?embedded=true



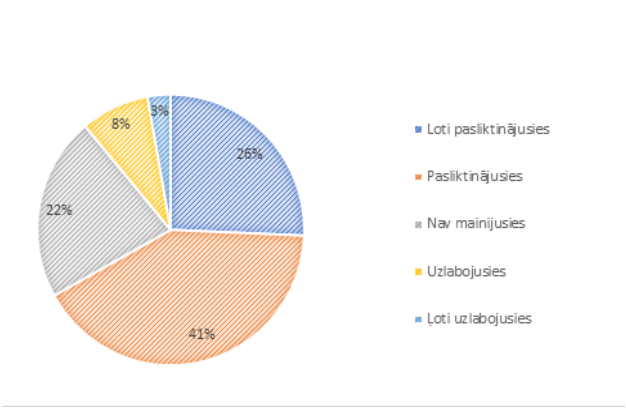
1.att. Dzimums (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



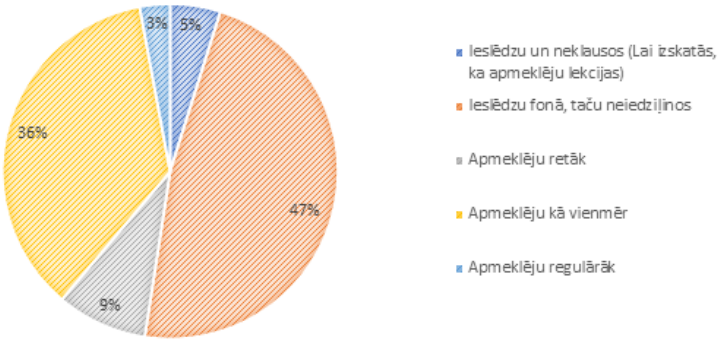
2.att. Vecums (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



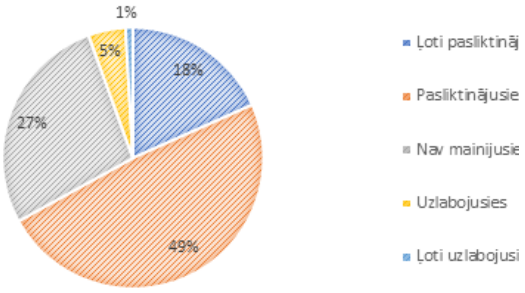
3.att. Kurss (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



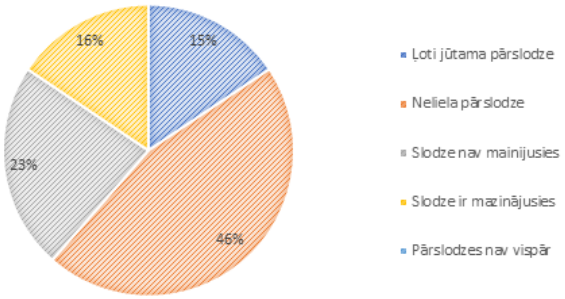
4.att. Vai attālināto mācību laikā ir mainījusies motivācija studēšanai un darba izpildei? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



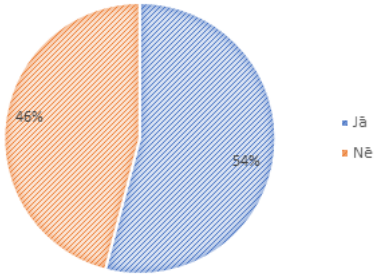
5.att. Kā attālināto mācību laikā ir mainījies lekciju apmeklējums? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



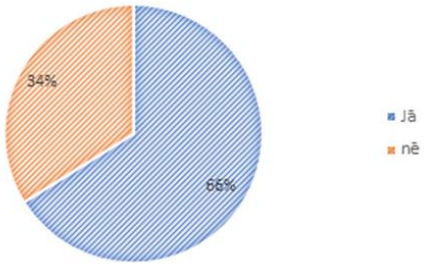
6.att. Kā jūs novērtētu, vai attālinātās mācībās pilvērtīgi apgūstat studiju vielu? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



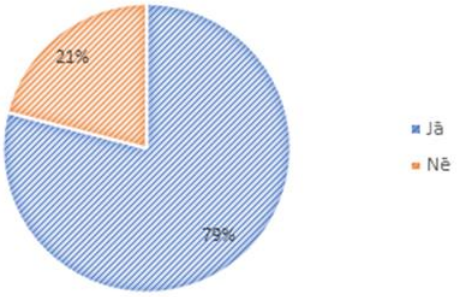
7.att. Vai attālināto mācību rezultātā jums ir radusies pārslodze salīdzinājumā ar tāda paša satura apguvi klātienes nodarbībās? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu



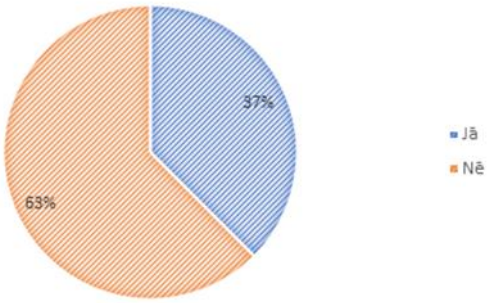
8.att. Vai jūs strādājāt pirms pandēmijas? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



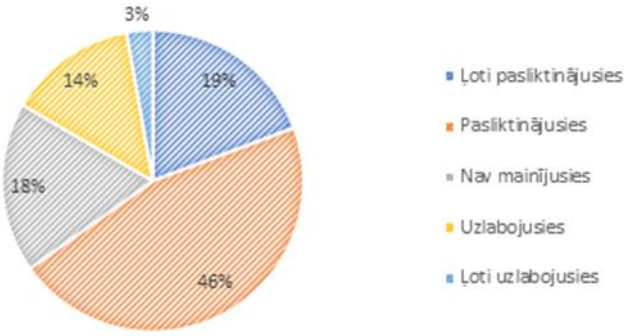
9.att. Vai šobrīd strādājat paralēli studijām? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



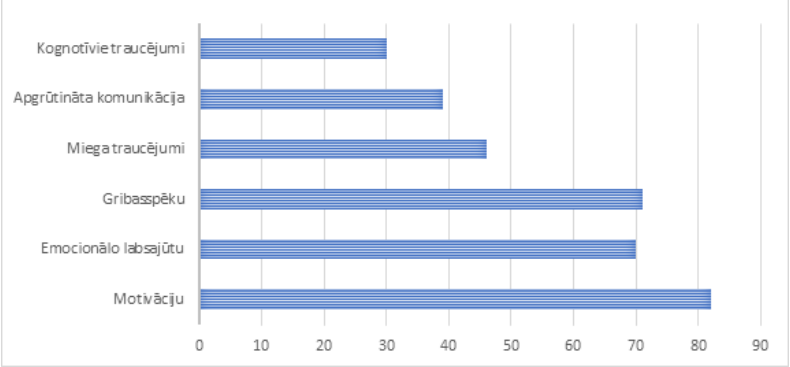
10.att. Vai pandēmijas laikā esiet mainījis darba vietu/as? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



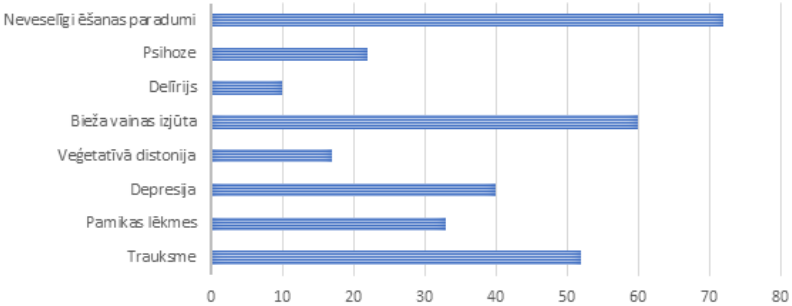
11.att. Vai darba maiņa bijusi saistībā ar pandēmiju? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



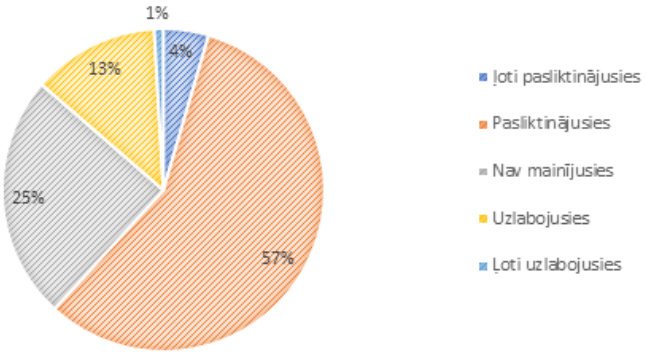
12.att. Kā ir mainījusies garīgā veselība pandēmijas laikā? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



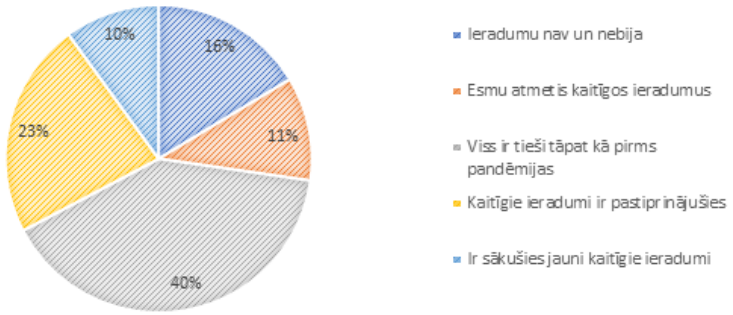
13.att. Ko pandēmija ir ietekmējusi visvairāk? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



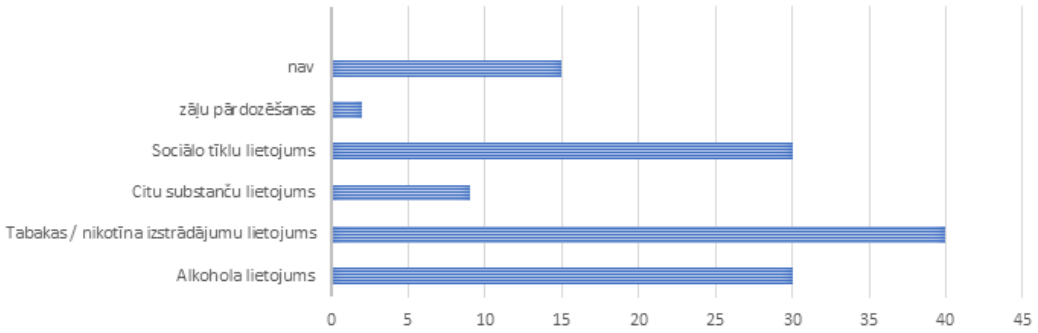
14.att. Vai pandēmijas laikā ir novērota vai atklāta kāda no šīm pazīmēm? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



15.att. Kā ir mainījusies fiziskā veselība pandēmijas laikā? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



16.att. Pandēmijas ietekme uz kaitīgajiem ieradumiem (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)



17.att. Kuri no kaitīgajiem ieradumiem ir uzradušies vai pastiprinājušies pandēmijas laikā? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

1. Mūsu hipotēze apstiprinājās - pandēmijai ir spēcīga, negatīva ietekme uz lielu daļu no Ekonomikas un Kultūras augstskolas studentiem
2. Jauniešu mentālā veselība ir kritiskā līmenī, kas pasliktinājusies tieši pandēmijas laikā, izraisot pat depresiju
3. Krasi samazinās to jauniešu skaits, kuri pandēmijas laikā jūtas emocionāli un fiziski labi
4. Covid-19 ir liels izaicinājums studentu ikdienai, mentālajai un fiziskajai veselībai, nodarbinātībai un finansiālai iztikai
5. Balstoties uz novērojumiem un pētījumiem, var secināt ka pandēmija un vīrusa uzliesmojums ļoti būtiski ietekmē cilvēku psiholoģisko veselību, radot dažādus psihiskos traucējumus
6. Attālināto mācību laikā netiek pilnvērtīgi apgūta studiju viela un studentiem ir zudusi motivācija mācīties
7. Ir ļoti būtiski veikt šādu pētījumu atkārtoti, ja pandēmija turpināsies vēl ilgāk, jo ar katru Covid-19 vilni, tā ietekmē studentus ar vien spēcīgāk un negatīvāk,

kā arī šis pētījums būtu jāveic atkārtoti kādu laiku pēc pandēmijas beigām, kad studenti būs lēnām iejutušies ierastā ikdienas dzīves ritmā, lai noskaidrotu, vai pandēmija ir atstājusi ilgtermiņa sekas uz studentu mentālo veselību.

8. Papildināt šo pētījumu varētu ar vēl lielāku studentu skaita aptaujāšanu no dažādām Latvijas skolām un pilsētām, lai iegūtu vēl precīzākus rezultātus

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Active Minds (2003) *Covid 19 impact on college student mental health.* Elektroniskais resurss [skatīts 30.03.2021] Pieejams: https://www.activeminds.org/wp-content/uploads/2020/04/Student-Survey-Infographic.pdf

Pusaudžu un jauniešu psihoterapijas centrs (2020). Pētījums *Covid-19 pandēmijas ierobežojumu ietekme uz Latvijas pusaudžiem un jauniešiem.* Elektroniskais resurss [skatīts 31.03.2021] Pieejams: https://www.pusaudzis.lv/pētījums

Rūta Rotbaha, Ilze Ķirkuma, Loreta Kaliksone. KĀ STRĀDĀT AR Y PAAUDZI KULTŪRAS NOZARĒ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma "Kultūras vadība"

Zinātniskā vadītāja: MBA, docente J. Budanceva

Anotācija

Mileniāļi uzauga interneta laikmetā, kad cilvēki sazinās, izmantojot e-pastus, sociālos medijus un aplikācijas. Viņi ir pieraduši veikt lielāko daļu no ikdienas funkcijām tikai ar dažiem klikšķiem uz klēpjdatora vai viedtālruņa. Mileniāļi pārzina tehnoloģijas un vienmēr ir informēti par jauninājumiem un dažādām tehnoloģijām. (Corporate Finance Institute, 2021)

Pētījuma aktualitāte: Jebkuras paaudzes grupā ir daudz dažādu indivīdu. Katra paaudze ir atšķirīga, tās domāšanas veidā, paražu vai ieaudzināto īpašību un apkārtnes ietekmes vadīta. Tās demonstrē atšķirīgas īpašības ikdienas dzīvē un arī darba vietā. Mileniāļi, kas pazīstams arī kā Y paaudze, kas ir viena no visvairāk apspriestajām paaudzēm pašreizējā biznesa literatūrā. Darba autorēm būtu interesanti izpētīt savas paaudzes attieksmi un darba īpašības.

Pētījuma mērķis: Izpētīt Y paaudzi un uzzināt tās specifiku darba vidē.

Autoru izvirzītie uzdevumi mērķa sasniegšanai: Raksturot Y paaudzi, tās īpašības un attieksmi pret darbu, **v**eikt anketēšanas rezultātu analīzi un izvirzīt secinājumus.

Pētījuma ierobežojumi: Pētījums tika veikts laika posmā no 2021. gada 17. līdz 24. maijam. Tika izsūtīti e-pasti ar anketu 119 pašvaldībām, kā arī publicēti darba autoru Facebook kontos.

Izmantotās datu ieguves metodes: Literatūras un elektronisko avotu analīze, anketa.

Izmantotās datu apstrādes metodes: Kontentanalīzes metode, grafiskā metode.

Analītiskais apskats

Y paaudze, jeb mileniāļi ir paaudze, kas uzaugusi tehnoloģiju pārmaiņu laikmetā. Nevar precīzi noteikt, kad šī paaudze sākās vai beigsies. Dažādos pētījumos un rakstos norādīti atšķirīgi gadu skaitļi, bet visbiežāk par paaudzes dzimšanas gadiem nosaka 1980. – 1995. gadu. Šīs paaudzes unikālā pieredze ir interneta bums, globalizācijas un tehnoloģiju ienākšana visās dzīves jomās.

"Līdz ar televīzijas parādīšanos vairums cilvēku pārstāja savstarpēji sarunāties pie vakariņu galda, bet nolika krēslus puslokā ap tālrādi un skatījās, kā sarunājas citi. Līdz ar interneta ienākšanu ikdienā sociālie paradumi izmainījās vēl vairāk – tagad mēs krēslu ienesam savā istabā un aiztaisām aiz sevis durvis." (Rubene, 2018)

Zanda Rubene savā pētījumā apgalvo arī, ka tieši 1982. gads ir robeža starp X un Y paaudzi, jo šajā laika periodā tehnoloģijas nebija tik ļoti attīstījušās, un cilvēkam bija nepieciešama lasītprasme. Tāpēc, tie, kas dzimuši 1982. gada laika periodā, iemācījās lasīt un rakstīt ap 1988.–1989. gadu, kļūstot par vienu no pirmajiem bērniem, kas no mazotnes sāka izmantot tehnoloģijas ikdienā.

Y paaudzei ir trīs reizes augstāki narcisma rādītāji nekā iepriekšējās paaudzes pārstāvjiem Viņi ir apmāti ir slavu un popularitāti un tieksmi izrādīties – tic, ka tiks novērtēti "kā īpaši" un ik pēc diviem gadiem saņems paaugstinājumu amatā. Pārliecināti par savu pārākumu – lielākā daļa uzskata, ka viņiem ikvienā situācijā ir taisnība. Y paaudzei raksturīga pašpārliecinātība, pašapzinīgums, optimisms un viņi raugās nākotnē ar paļāvību. Bieži

izvēlas joprojām dzīvot pie vecākiem, jo pieraduši pie tā labklājības līmeņa, ko vecāki viņiem bērnībā bija nodrošinājuši. (Rubene, 2018)

Y paaudzei piemīt vēlme un potenciāls būt līderiem, grib visu ātri un uzreiz. Viņu trumpis ir labās valodu zināšanas un digitālās prasmes Nerespektē hierarhiju – strādā nevis darba devējām, bet kopā ar viņu. Negrib vairs strādāt tik smagi kā iepriekšējās paaudzes. Šīs paaudzes pārstāvji vēlas vairāk laika veltīt hobijiem un personīgajai dzīvei. Ciena statusa simbolus un prestižus zīmolus. (Swedbank, 2017)

Mileniāļi ir paaudze, kas maina lietu kārtību gan attiecībā uz brīvā laika pavadīšanu, gan darba dzīvi. Ne vienmēr viņu rīcība un attieksme iepriekšējām paaudzēm ir saprotama un pieņemama, bet arvien vairāk parādās interese izprast Y paaudzi un veidot vidi tādu, kas viņus motivē, jo tas beigās nes ieguvumus visiem.

Y paaudzei jeb mileniāļiem, salīdzinājumā ar iepriekšējo paaudzi, ir atšķirīgs skatījums uz darbu. Mileniāļi ir labi izglītoti, labi orientējas tehnoloģijās, ir ļoti pašpārliecināti, spēj darīt vairākus darbus vienlaicīgi. Viņiem ir augstas prasības pret sevi, kā arī viņi labāk strādā komandā nevis individuāli. Mileniāļi tiecas pēc izaicinājumiem, bet tiem arī ir ļoti svarīgs darba un privātās dzīves līdzsvars.

Mileniāļi ir manāmi pārveidojuši darba vidi, ienākot darba tirgū un pārņemot to arvien vairāk. Mileniāļiem svarīgi dot savu ieguldījumu un līdzdarboties sabiedriskajā dzīvē. Atšķirībā no iepriekšējās paaudzes, viņi vairāk strādā komandās un vairāk izmanto tehnoloģijas. Mileniāļiem ir svarīgi būt radošiem. Viņi vēlas radoši risināt problēmas un atrast atbildes uz sarežģītiem jautājumiem, iesaistīties, mainīt lietu kārtību. (Gilbert, 2011)

Mileniāļi sagaida ātru karjeras kāpumu. Viņi nav gatavi gadiem gaidīt, kad viņus paaugstinās amatā vai viņi varēs uzņemties jaunus pienākumus vai izaicinājumus. Viņiem ir svarīga personīgā attīstība, bieži vien pat svarīgāka par atalgojumu. Ja mileniāļi nejūt izaugsmi, tad zaudē interesi, distancējas un meklē citas iespējas. Lielākais vadītāju izaicinājums ir meklēt veidus, kā attīstīt šo darbinieku potenciālu, iesaistītu projektos un noturētu viņu uzmanību. (Ošleja, 2018)

Mileniāļiem ir svarīga sajūta, ka viņi spēj ietekmēt un mainīt pasauli. Viņiem svarīgi saskatīt jēgu tajā, ko viņi dara. Ir vērts izzināt katra darbinieka personīgo motivāciju, jautājumus, kas viņam ir svarīgi. Tas palīdzēs arī veiksmīgāk vadītājam strādāt ar mileniāļiem. Zinot mileniāļu vērtības, būs vieglāk viņu motivēt un virzīt pareizajā virzienā uz labāku rezultātu sasniegšanu.

Nozīmīgs jautājums ir mileniāļu vēlme pēc atsauksmēm. Viņi vēlas regulāri un bieži saņemt novērtējumu, nepietiek ar ikgadējo sarunu ar vadītāju. Ja atsauksmes nesaņem, jūtas nenovērtēti. Atsauksmēm jābūt skaidrām un konkrētām. Šī nav paaudze, kas vēlas strādāt savā nodabā. Viņiem svarīgi stāstīt par paveikto, izrunāties ar vadītāju un saņemt novērtējumu, kas ne vienmēr ir viegli saprotams iepriekšējai paaudzei un nereti rada abu pušu neapmierinātību. Mileniālis jūtas nenovērtēts, savukārt iepriekšējās paaudzes pārstāvis nesaprot novērtējuma nozīmīgumu.

Darbā ar mileniāļiem vertikālais vadības stils vairs tik labi nedarbojas. Vadītājam jābūt atvērtam, jāveicina iesaiste, jājautā viņu domas, jābūt patiesam, reizēm arī ievainojamam. Mileniāļiem darbs nav tikai darbs, bet gan ļoti svarīga dzīves sastāvdaļa. Darbu viņi uztver arī kā vietu, kur socializēties, radīt inovācijas, pilnveidoties. Svarīga ir komunikācija savā starpā, nozīmīgas is darba sapulces, arī tikšanās ārpus darba. Šobrīd nav nekas neparasts vadītājam doties pusdienas ar saviem darbiniekiem. Tas ir labs veids kā iepazīt mileniāļus, rūpīgi uzklausīt un iedziļināties. Jo jēgpilnākas būs attiecības, jo vairāk mileniāļi būs gatavi ieguldīties darbā. (Ošleja, 2018)

Nav šaubu, ka Y paaudze ir ienesusi darba tirgū daudz speciālistu, izmainījusi darba vidi, motivācijas sistēmas, attiecības starp kolēģiem. Ne vienmēr to ir viegli pieņemt iepriekšējo paaudžu pārstāvjiem, bet skaidrs, ka sadarbība ir ceļš uz panākumiem arī šajā situācijā.

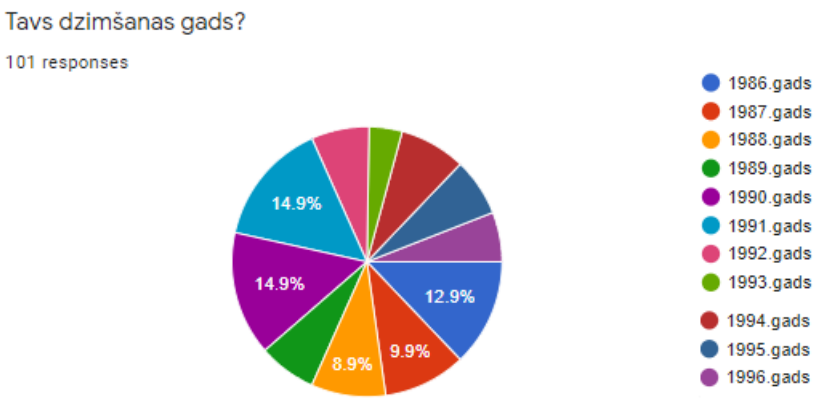
Pētījuma metodoloģija

Darba autores veica anketēšanu Y paaudzes darbniekiem kultūras jomā. (sk. 1. pielikumu) Anketas mērķis ir uzzināt, vai Y paaudzes kultūras darbinieki zina, ka ietilpst šajā paaudzē, un ko tieši tā nozīmē – tās raksturīgākās īpašības.

"Y paaudzes pētījums kultūras darbinieku vidū" tika veikts laika posmā no 2021.gada 17. līdz 24. maijam. Anketas tika izveidotas elektroniskā formātā, "Google veidlapās", tās tika izsūtītas pa e-pastu (aptuveni 900 e-pasti) pašvaldībām - kolektīviem, mūzikas skolām, izglītības iestādēm un kultūras namiem), kā arī ievietotas visu 3 darba autoru personīgajos *Facebook* kontos. Iegūtie dati attēloti kolonnu un sektoru diagrammās, tās analizētas un komentētas darbā. Respondentiem tika uzdoti 15 izvēles jautājumi un 1 atvērtais jautājumsKopā anketu aizpildīja 102 respondents vecumā no 25 līdz 35 gadiem; no tiem - 14 vīrieši (13,9%) un 87 sievietes (86,1%), savukārt viens respondents savu dzimumu norādīt nevēlējās.

Pētījuma rezultāti

Visvairāk atbildēja respondenti, kas dzimuši 1990. gadā un 1991. gadā (14,9%). Nākošie aktīvākie respondenti bija 1986. gadā dzimuši (12,9%), tad sekoja 1987.gadā dzimušie (9,9%) un 1988. gadā dzimušie (8,9%). (sk. 1. att.)

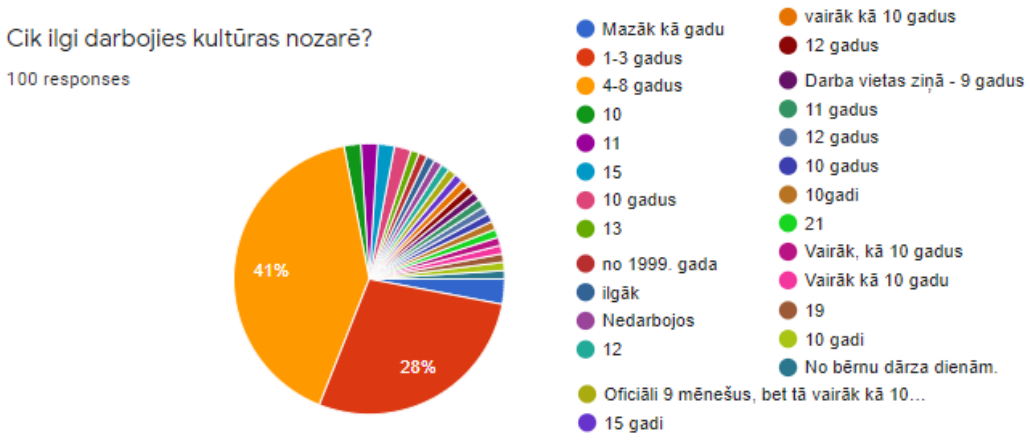


1. att. Respondentu sadalījums pēc vecuma. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

Anketas pirmajā jautājumā, darba autores vēlējās noskaidrot, vai respondenti zina, kas ir Y paaudze un tas, ka viņi tajā ietilpst, attiecīgi savam vecumam. 74 respondenti (72,5%) norādīja, ka ir dzirdējuši par Y paaudzi, taču 24 respondenti (27,5%) norādīja, ka nav sapratne par to, kas tā ir. (sk. 2. att.)

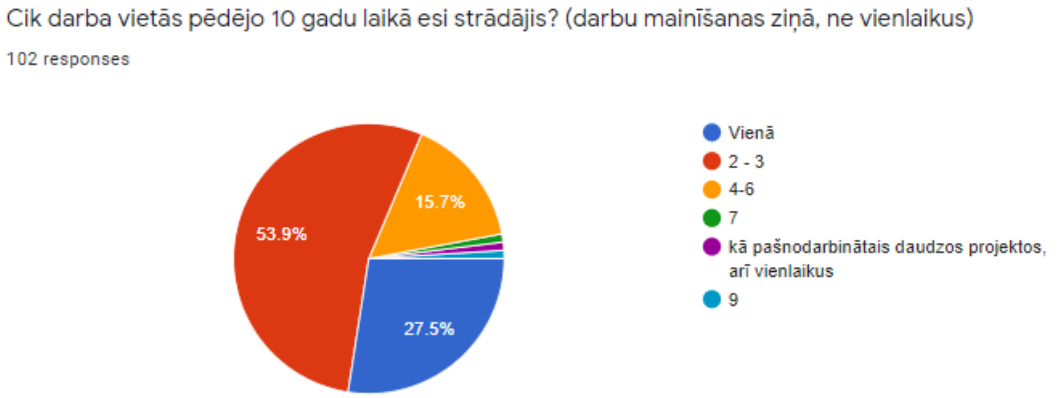
2. att. Respondentu sadalījums pēc sapratnes par Y paaudzi. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

41 respondenti (41%) kultūras nozarē strādā 4-8 gadus, savukārt 1 no respondentiem (1%) atbildēja, ka šajā nozarē darbojas veselus 22 gadus, kas to padara par visilgāk strādājošo respondentu no visiem, kā arī par to, kurš sāka strādāt kultūras jomā vidēji no 13 gadu vecuma un vairāki (28%) respondenti atzina, ka šajā nozarē darbojas 1-3 gadus, kas arī ir diezgan ilgi attiecinot uz vienu darba vietu. Nozīmīgs fakts, ka 21 respondents (21%) šo nozari pārstāv vairāk kā 10 gadus (10 gadi - 21gadi), kas pierāda, ka kultūras nozarē strādājošie var darboties tur ilgstoši, jo patīk tas, ko ikdienā dara. (sk. 3. att)



4. att. Respondentu sadalījums pēc strādāšanas laika kultūras nozarē. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

55 respondenti (53,9%) atzina, ka pēdējo 10 gadu laikā ir strādājuši 2-3 darba vietās, savukārt 28 (27,5%) šajā periodā strādājuši tikai vienā darba vietā, tātad uzticīgi savai darba vietai kultūras jomā ir salīdzinoši daudz respondentu, ko pierāda arī atbilde uz iepriekšējo jautājumu par kultūras nozarē darbošanās ilgumu. 1 respondents (1%) ir pievienojis savu atbildi "kā pašnodarbinātais daudzos projektos, arī vienlaikus". (sk. 4. att.)



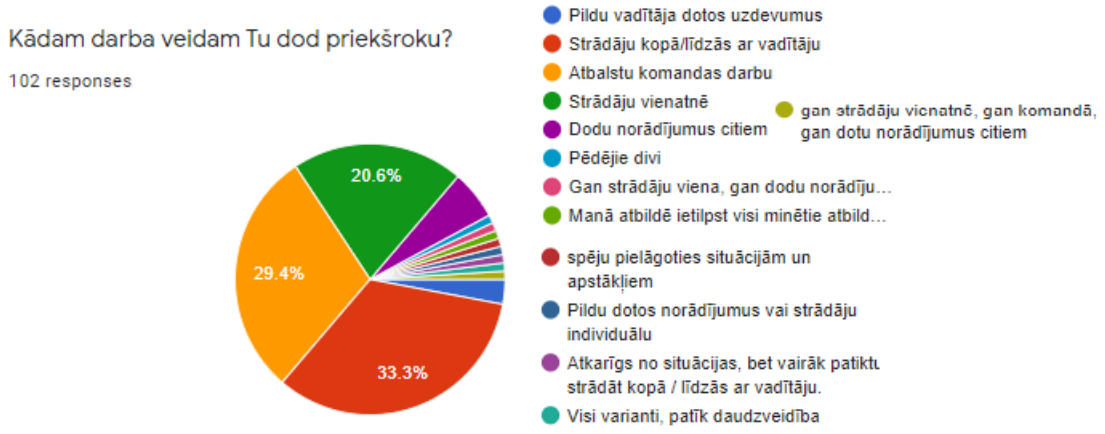
4.att. Respondentu sadalījums darba vietas maiņas pēdējo 10 gadu laikā. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

No 102 respondentiem 45 (45,1%) ir pārliecināti, ka strādā savu sapņu darbu, savukārt 35 respondenti (34,3%) norāda, ka nestrādā savu sapņu darbu, taču ar pašreizējo situāciju var samierināties. 7 no respondentiem (6,9%) atzīst, ka tuvākajā laikā mainīs savu darba vietu. Vairāki respondenti vēlējās atbildēt ārpus piedāvātajām atbildēm, atbildot, ka darba vieta apmierina, ar norunu, ka nemitīgi var tiekties pēc jaunām virsotnēm; vēlas darboties šajā nozarē, tikai lielākā pilsētā; darba vieta apmierina, taču sapņo par kādu citu darbu; ir problēmas ar komunikāciju pret pašu kā cilvēku, savukārt darba uzdevumi vienmēr tiek izpildīti un atzinīgi novērtēti; interesanta ir atbilde par to, ka kultūras joma nav kā pamatdarbs, bet gan kā sapņu darbs. (sk. 5.att)

5. att. Respondentu sadalījums pēc sapņu darba vietas. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

Nākamais jautājums bija par respondentu darba vietu, no 102 respondentiem 2 (1,8%) nevēlējās norādīt savu darba vietu. No 100 respondentu atbildēm, 36 (36%) ir kultūras centra/nama/iestādes vadītāji/direktori, 24 (24%) ir pedagogi (koncertmeistari, dejo kolektīvu vadītāji, mūziķi, folkloras kopu vadītāji), 14 (14%) - kultūras pasākumu/dzīves/procesu organizatori, 11 (11%) ir projektu vadītāji (1 no tiem arī izstāžu darba organizators), 3 (3%) lietveži, 3 (3%) bibliotēkas vadītāji, 3 (3%) menedžeri, 2 (2%) dizaineri/mākslinieki, 2 (2%) komunikācijas un sabiedrisko attiecību speciālisti, AML analītiķis un metodiķis (kopējā skaitā ietilpst arī vadītāja vietnieks, brīvmākslinieks, kāzu dekorators/ pasākumu organizators, menedžeris, kultūras tūrisma organizators un kultūras darba organizators).

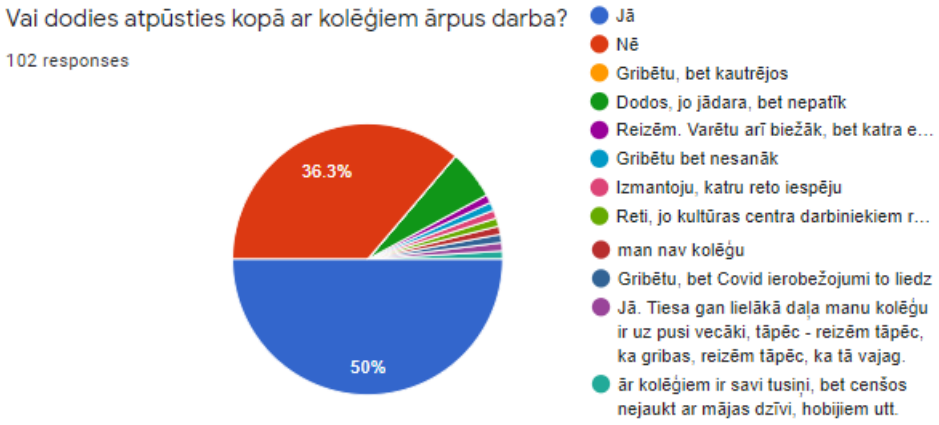
Jautājumā par to, kādam darba veidam respondenti dod priekšroku, atbildes bija salīdzinoši dažādas - 34 no respondentiem (33,3%) dod priekšroku darbam līdzās ar vadītāju, kā arī komandas darbam (29,4%), savukārt 21 (20,6%) labprātāk strādā vienatnē, bet 6 (5,9%) dod norādījumus citiem. Un tikai 3 respondenti (2,9%) atzina, ka pilda vadītāja dotos norādījumus. Arī šajā jautājumā daudzi izpaudās, pierakstot sev raksturīgo darba veidu, kurš nebija minēts atbilžu variantos, respektīvi, 5 respondenti atzina visas atbildes par sev raksturīgām, un 1 respondents atzina, ka spēj pielāgoties situācijai un darboties kā konkrētajā brīdī nepieciešams. (sk. 6. att.)



6. att. Respondentu sadalījums pēc darba veida, kam respondenti dotu priekšroku. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

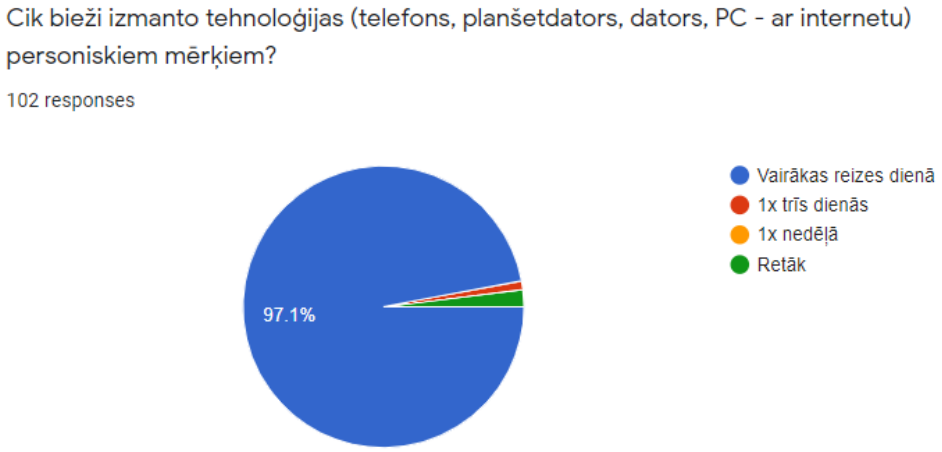
Interesantas atbildes bija uz jautājumu, "Vai dodies atpūsties kopā ar kolēģiem ārpus darba?", 51 (50%) atbildēja apstiprinoši, taču tikai nedaudz mazāk (36,3%) respondenti atbildēja noraidoši. Savukārt 6 (5,9%) minēja, ka īsti nepatīk to darīt, bet jādara. Daudzi atkārtoti izpaudās, kur respondenti atzīst, ka viņi gribētu dodies kopā atpūsties, taču vai nu ir dažādas intereses, vai reti brīvais laiks iekrīt kopā ar kādu kolēģi un dēl Covid-19 ierobežojumiem laika pavadīšana ir liegta, cits nevēlas jaukt darba dzīvi

ar hobijiem/ikdienu mājās. Ne mazāk interesanta bija atbilde par kolēģu vecumu (vecāki kā respondents), tā minot attaisnojumu, ka atpūsties kopā ar kolēģiem nav vēlmes. Savukārt 1 no respondentiem nav kolēģu. (sk. 7. att.)



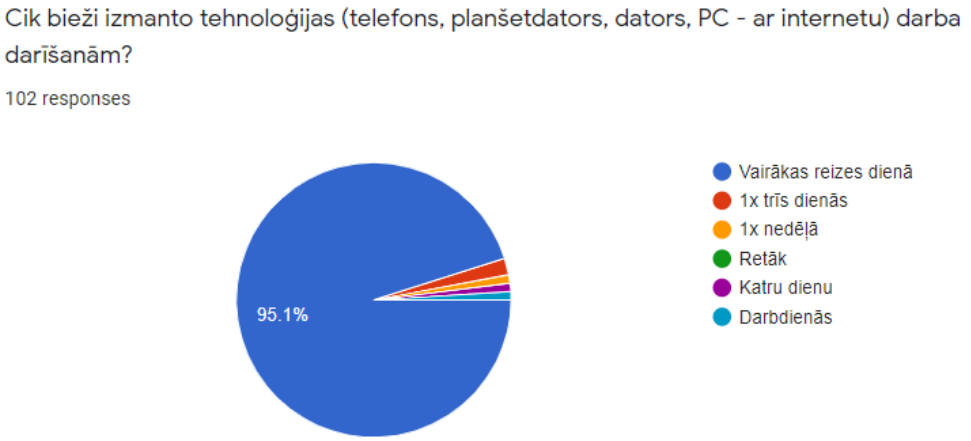
7. att. Respondentu sadalījums pēc laika pavadīšanas ar kolēģiem ārpus darba. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

Respondentiem tiek jautāts, cik bieži viņi izmanto tehnoloģijas (mobilie telefoni, planšetdatori u.c.) personiskiem mērķiem – 97 respondenti (97.1%) atbild, ka tehnoloģijas izmanto vairākas reizes dienā, 2 (2%) – retāk un 1 (1%) 1x trīs dienās. (sk. 8. att.)



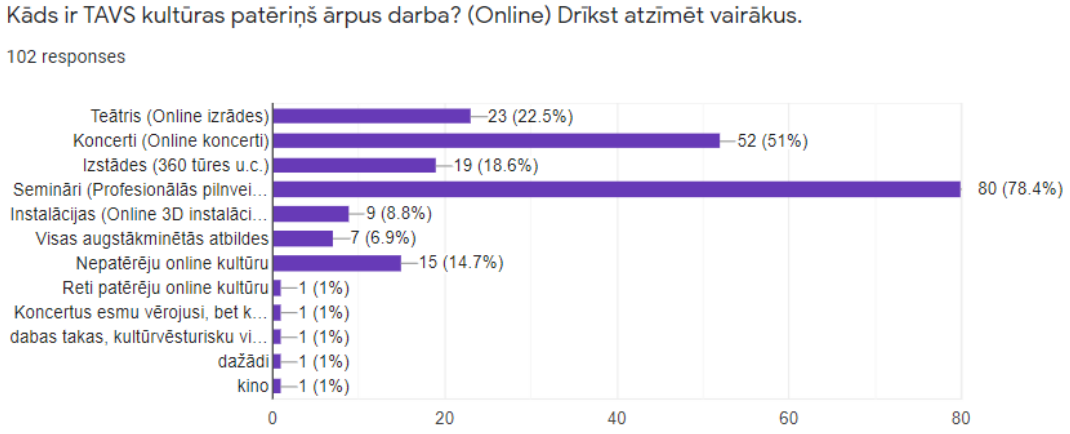
8. att. Respondentu sadalījums pēc izmantoto tehnoloģiju biežuma personiskiem mērķiem. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

Respondentiem tiek jautāts, cik bieži viņi izmanto tehnoloģijas (mobilie telefoni, planšetdatori u.c.) darba vajadzībām, uz ko 95 (95,1%) atbild, ka tās izmanto vairākas reizes dienā, 2 (2%) 1x trīs dienās, 1 (1%) darba dienās, katru dienu un retāk (sk. 9. att.)



9. att. Respondentu sadalījums pēc izmantoto tehnoloģiju biežuma darba darīšanām. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

Nākamais, ko autores vēlējās uzzināt, kāds ir respondentu kultūras patēriņš ārpus darba laika. Uz šo jautājumu bija iespējams izvēlēties vairākas atbildes. Vadībā izvirzījās variants par semināru (profesionālās pilnveides kursiem u.c.), kuru par sev atbilstošu izvēlējās veseli 80 (78,4%) respondenti. Online koncertus apmeklē 52 (5`%) no 102 respondentiem (100%), online teātra izrādes - 23 respondenti (22,5%). 15 respondenti (14,7%) atzīst, ka online kultūru nepatērē nemaz, saprotams, darba profesionālisms neatļauj. Par vismazāk izklaidējošu tika atzīts online kino (1 %). (sk 10.att.)



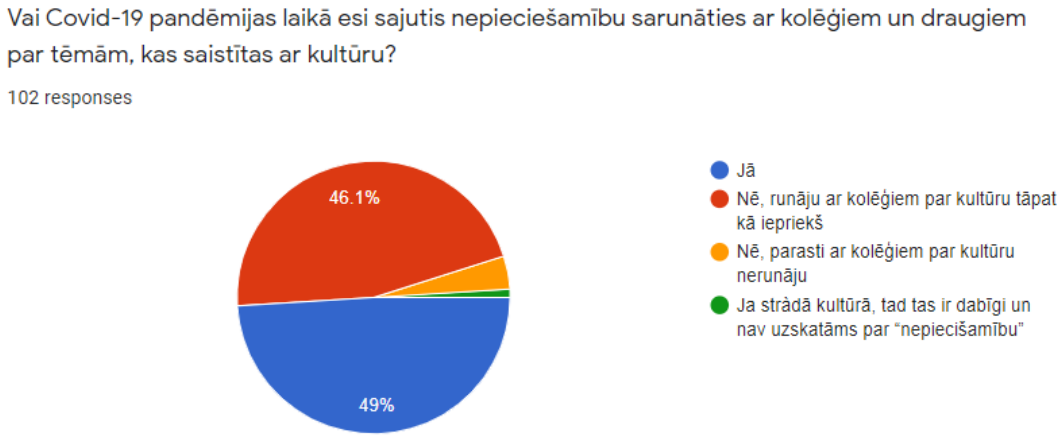
10. att. Respondentu sadalījums pēc kultūras patēriņa ārpus darba laika. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

Autores uzdeva jautājumu par to, vai kultūras darbinieks izmanto ārzemju mājas lapas pētnieciskos nolūkos, uz kuru negaidīti liels skaits – 82 respondents (80,4%) atbildēja, ka jā, taču 16 (15,7%) šādu iespēju neizmanto un pētnieciskos darbus veic tepat – Latvijas

lapās. 1 (1%) izmanto tikai ārzemju lapas, vai ļoti reti tās izmanto, dažreiz, vai tikai tad, ja ir vajadzība. (sk. 11.att.)

11. att. Respondentu sadalījums pēc ārzemju mājas lapu izmantošanas internetā, pētnieciskajos nolūkos. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

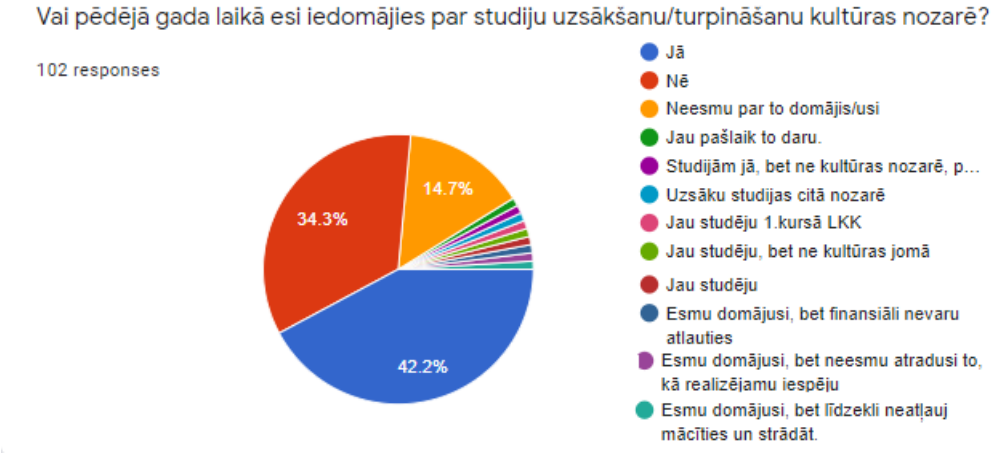
Interesantas atbildes varēja vērot jautājumam par to, vai Covid-19 laikā kultūras darbiniekam pietrūkst sarunas ar kolēģiem, 50 (49%) respondenti atzina, ka sarunas par kultūru pietrūkst, un līdzīgs respondentu skaits (47 respondenti – 46,1%) atzina, ka runā ar kolēģiem par kultūru tieši tāpat kā iepriekš, tikai 4 (2,9%) respondenti par kultūru ar kolēģiem nerunā, acīm redzot tas, kuram kolēģu nebija. (sk. 12. att.)



12. att. Respondentu sadalījums pēc nepieciešamības sajūtas izjušanas, kas vērsta uz sarunām ar kolēģiem un draugiem par tēmām, kas saistītas ar kultūru. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

Pēdējā atbilžu variantu jautājumā par to, vai pēdējā laikā ir bijusi doma par to, ka jāturpina/jāuzsāk mācības kultūras nozarē, ar gandrīz vienādu atbilžu skaitu respondenti atbildēja gan jā (43 – 42,2%), gan nē (35 – 34,3%), savukārt 15 (14,7%) par to ir domājuši, 5 (4,9%) respondenti jau to pašlaik dara un 2 (1,9%) no tiem ar kultūru nesaistītā nozarē. 2 (1,9%) no respondentiem vēlas mācīties, bet finansiāli to nevar atļauties, kas liek domāt

par atvieglojumiem mācību maksas segšanā, ja studē tajā pašā, vai līdzīgā virzienā kā darba vietā. (sk. 13. att.)



13. att. Respondentu sadalījums pēc pēdējā gada laika domām par studiju turpināšanu/uzsākšanu kultūras nozarē. (Avots: Autoru veiktās aptaujas apkopojums)

Pēdējais jautājums bija atvērtais, taču vairāk kā pateicība par anketas aizpildīšanu, kā arī aicinājums dalīties ar kādu interesantu faktu, vai kaut ko, ko respondents vēlas piebilst. Uz jautājumu tika saņemtas 80 respondentu atbildes, no kurām minot 14 interesantākās.

Respondentu atbildes:

Interesē saprast esošās paaudzes.

Ļoti lepojos, ka esmu Y paaudze, jo manuprāt, šī ir paaudze, kura piedzīvoja gan padomju laiku norietu (un no tā ir guvusi savu labumu), gan tehnoloģiju straujo ieviešanu dzīvē. Manuprāt, šī paaudze ir universāla, pielāgoties spējīga.

Prieks, ka kultūras nozares darbība līdz ar pandēmiju atdzima jaunā formātā, kas savukārt paplašina sasniegt lielāku skatītāju un sekotāju pulku virtuālā vidē.

Lai gan iekļaujos Mileniāļu laika periodā, minētās rakstura īpašības lielākoties neraksturo mani. Nav vēlme būt līderim, patīk miers un stabilitāte, ir jāpiestrādā pie pašapziņas celšanas. Ir vēlme iesaistīties dažādos projektos, jo īpaši ārvalstīs, bet zemais pašnovērtējums attur no "dzīves baudīšanas".

Mana pieredze un sajūtas rāda, ka jau sākot ar 1995. gadu un jaunākiem cilvēkiem ir problemātiskāk komunicēt un rast kopīgu valodu, jo šķiet, ka tā jau ir cita paaudze, ar savādāku dzīves pieredzi un tās uztveri.

Nav nozīmes Y vai Z paaudze. Svarīgs ir kultūras produkts un patērētāja apmierinātība.

Online kultūra nespēj sniegt sajūtas, pārdzīvojumus, atmosfēru dažādu mākslas jomu baudīšanā.

Varbūt tas, ka šī paaudze ātri adaptējas visam digitālajam, viegli pielāgojas jaunumiem digitalizācijā.

Ilgus laika posmus esmu vienlaikus strādājusi vairākos darbos un paralēli ārpus darba vēl paildus īstenojusi citas ar kultūru saistītas inicatīvas.

Tā kā strādāju no mājām, man ir lieliska iespēja apvienot savu pamatdarbu ar ģimeni un

ģimenes biznesu. Tāpat kā mans vīrs, abi esam radoši, neredzam sevi strādājot birojā no 8.00-17.00. Plānojam paši savu laiku un darbus.

Pandēmijas laikā prieks strādāt ir mazinājies, jo pietrūkst atgriezeniskā saite gan no vadības, gan no veidoto tiešsaistes pasākumu apmeklētājiem.

Bieži domāju par profesijas maiņu šajā covid laikā.

Mana vēlme - lai mēs kā sabiedrība kopumā vairāk izprastu, ka kultūra nav tikai izklaide vai pasākums.

Šis laiks ir pierādījis, ka daudz varam paveikt attālināti un iegūt laiku. Iemācījis novērtēt dzīvas sarunas un aktivitātes.

Šī jautājuma atbildēs likās interesanta vairāku respondentu iesaiste, par ko varētu uzsākt rezumējošas diskusijas. Kā dažas no atbildēm bija novērojums par to, ka starp kultūras institūcijām ir atvērtāka dalīšanās ar idejām, jo iepriekš licies, ka katra kultūras iestāde "tur savas idejas azotē", taču šobrīd visi aktīvi dalās sociālajos tīklos un priecājas viens par otru, kā arī online kultūra nespēj sniegt sajūtas, pārdzīvojumus, atmosfēru dažādu mākslas jomu baudīšanā. Šī aptauja bija ļoti noderīga, bija jūtama atklātība atbildēs un interesanti fakti.

Secinājumi

1. Literatūras un elektronisko avotu analīze, darba autores secina, ka lai Y paaudzes darbinieks justos darba vietā novērtēts un motivēts, darba devējam ir svarīgi uzzināt katra darbinieka personīgo motivāciju, pārzināt mileniāļu vērtības, kā arī svarīgi ir novērtēt mileniāļu padarīto, lai šī paaudze iegūtu gandarījumu par izdarīto darbu un justos novērtēti.
2. No anketas analīzes, darba autores secina, ka Y paaudzes raksturojums atbilst šīs anketas respondentu raksturojumam, gan tehnloģiju izmantošanas ziņā, gan arī par sarunu nepieciešamību ar kolēģiem.
3. No anketas analīzes, darba autores secina, ka liela daļa respondentu šobrīd nestrādā savu sapņu darbu, kas varētu būt atkarīgs no dažādiem iemesliem, piemēram, Y paaudzes uzsvars uz to, ka darbs nav tikai darbs, bet gan ļoti svarīga dzīves sastāvdaļa, kurā pilveidoties un socializēties.
4. Darba autores secina, ka iegūtie anketēšanas analīzes dati var tikt izmantoti, lai pētītu Y paaudzes darba vietas nozīmi viņu dzīvē, kā arī mileniāļu atšķirības un viedokļu dažādības.
5. Darba autores secina, ka šo pētījumu par Y paaudzi darba vietā varētu pētīt paplašinātāk, izmantojot vairāk atvērtos jautājumus, lai precīzāk būtu skaidri Y paaudzes mērķi un vajadzības attiecībā uz darba vietu, vidi un atmosfēru, kā arī veicot grupu intervijas padziļinātākai informācijas uzzināšanai.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Gilbert, J. (2011). *The Millennials: A new generation of employees, a new set of engagement policies.* Elektroniskais resurss [skatīts 02.06.]. Pieejams: https://iveybusinessjournal.com/publication/the-millennials-a-new-generation-of-employees-a-new-set-of-engagement-policies/

Ošleja, K. (2018). *Mileniāļi – darba devēja nasta ar lielu potenciālu.* Elektroniskais resurss [skatīts 02.06.]. Pieejams: https://www.delfi.lv/news/versijas/katrina-osleja-mileniali-darba-deveja-nasta-ar-lielu-potencialu.d?id=49771273

Rubene, Z. (2018). *Jaunajai paaudzei ir vienaldzīga sociālā hierarhija*. Elektroniskais resurss [skatīts 03.06.]. Pieejams: https://lvportals.lv/viedokli/299610-jaunajai-paaudzei-ir-vienaldziga-sociala-hierarhija-2018

Rubene, Z. (2018). *X, Y, Z un A paaudze: izaicinājumi darba devējiem, vecākiem, pedagogiem.* Elektroniskais resurss [skatīts 03.06.]. Pieejams: http://logopedi.lv/faili/faili/2019/x_y_z_a.pdf

Swedbank (2017). *Darbinieku paaudzes: X, Y, Z – kā tās "tikšķ".* Elektroniskais resurss [skatīts 02.06.]. Pieejams: https://biznesam.swedbank.lv/ievads/izaugsme/darbinieku-paaudzes-52780

Nikola Elizabete Zonberga. PĒTĪJUMS PAR AIZSARGMASKU NĒSĀŠANAS PARADUMIEM COVID IEROBEŽOJUMU LAIKĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola, studiju programma "Kultūras vadība",

nikola.zonberga@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: COVID-19 Latviju ir skāris un ārkārtīgi ietekmējis sabiedrības ikdienu jau vairāk nekā 12 mēnešus. Kā vienu no pamatprasībām vīrusa izplatības mazināšanai uzskata masku nēsāšanu publiskās vietās. Šī prasība ir ieviesta likumdošanas līmenī. Lai noskaidrotu, kura sociālā grupa ir atbildīgākā un ievēro prasības, tiek atjautāti respondenti vecumā no 7 gadu vecuma līdz pensijas vecumam. Aizsargmasku efektivitāte reālajā pasaulē daudzējādā ziņā ir atkarīga no cilvēku uzvedības. Taču realitātē aizsargmaskas tiek valkātas pēc katra indivīda ieskatiem, materiālajām iespējām, vai, mēģinot iederēties kādā sociālā grupā, tās netiek valkātas, vai arī tiek mudināta pārējā sabiedrība to nedarīt.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, vai cilvēki Latvijā ievēro masku nēsāšanas prasības. Noskaidrot, kurā vecuma grupā tiek visvairāk ievērotas prasības.

Pētījuma metodes: Respondentu atbilžu ieguvei tiek izmantota kvantitatīva pieeja anketēšanas formā, iesniedzot respondentiem anketu ar 10 (desmit) jautājumiem. Pēc iegūtajām atbildēm tiek veikta rezultātu analīze. Anketas tiek izsūtītas elektroniski ar iespēju to aizpildīt tiešsaistē. Anketas tiek izsūtītas privātos saziņas līdzekļos un aplikācijās, kā arī izvietota Facebook platformā. Atbilžu sniegšana ir anonīma.

Sasniegtie rezultāti: Pēc iegūtajiem rezultātiem var secināt par sabiedrībā valdošajām tendencēm aizsargmasku valkāšanā publiskās vietās, kuras vecuma grupas to ievēro, kuras ignorē valstī noteiktos ierobežojumus, kā arī, vai cilvēkiem ir izpratne par masku nozīmi vīrusa izplatības ierobežošanā.

Atslēgas vārdi: maskas; vīruss; COVID ierobežojumi

Ievads

Kopš 2019. gada nogales, kas uzskatāms par koronavīrusa SARS-CoV-2 (COVID-19) izraisītās pandēmijas sākumu, vēl līdz pat 2021. gada pavasarim praktiski visās valstīs mēģina ierobežot šī vīrusa izplatību, meklējot labākos risinājumus. Uz 2021. gada 31. martu pasaulē apstiprināti 127 877 462 gadījumi, mirušo skaits tuvojas trim miljoniem, tas ir, uz 31.03.2021. mirušo no COVID-19 skaits sasniedza 2 796 561. Kā viens no risinājumiem vīrusa izplatības ierobežošanai praktiski visās valstīs tika noteikta aizsargmasku valkāšana publiskās vietās, darba vietās, sabiedriskajā transportā u.c. Zinātniskie pētījumi rāda, ka ne tikai higiēnisko prasību ievērošana, bet arī vienreiz lietojamās maskas un auduma maskas spēj samazināt COVID-19 izplatību, tās spēj aizturēt lielāko daļu vīrusa pilienu formā, inficētajai personai šķaudot, klepojot vai pat runājot. Tādējādi var uzskatīt, ka masku lietošana var palīdzēt samazināt COVID-19 izplatību, saglabājot un turpinot ekonomiskos procesus, ļaujot lielākajai daļai sabiedrības turpināt darba gaitas, nezaudējot ienākumus. Taču, lai vīrusa izplatību varētu ierobežot, masku valkāšanai ir jābūt ļoti plašai un obligātai.

Lai novērtētu, cik lielā mērā masku valkāšanu, kas Latvijā ir noteikta kā obligāta publisku vietu apmeklējumu brīžos, ievēro iedzīvotāji dažādās vecuma grupās, tika izveidota anketa ar jautājumiem un iespējamajiem atbilžu variantiem.

Pētījuma hipotēze – Latvijas iedzīvotāji izmanto aizsargmaskas, apzinoties, ka to plaša valkāšana spēj ierobežot COVID-19 izplatību.

Rezultātu iegūšanai tika izmantotas sekojošas pētījuma metodes: kvantitatīvās aptaujas veikšana interneta aptaujas formā un datu analīze un tiesību aktu analīze.

Pēc iegūtajiem rezultātiem ir secināms, ka visi aptaujātie respondenti valkā aizsargmaskas publiskās vietās. Lielākā daļa atzīst, ka lieto aizsargmaskas, jo to nosaka valdības izdotie noteiktumi, kā arī nevēlēšanās saņemt sodus. Visapzinīgāk aizsargmaskas lieto jaunieši vecuma grupā no 15 līdz 24 gadiem, vismazāk šo prasību ievēro vecuma grupā līdz 14 gadu vecumam.

Analītiskais apskats

Ņemot vērā, ka COVID-19 pandēmija skārusi teju visu pasauli, attīstītākās valstis jau 2020. gadā ir veikušas pētījumus par aizsargmasku nozīmīgumu vīrusa izplatības ierobežošanā. Līdz ar to šāda veida pētījumi lielākoties ir pieejami citu valstu avotos. Latvijā šobrīd aizsargmasku regulējumu nosaka Ministru kabineta noteikumi, kā arī vairāki interneta avoti, kas regulāri savās mājaslapās ievieto aktualizētu informāciju par masku pareizu lietošanu, vietām, kur to lietošana noteikta kā obligāta, kuras sabiedrības grupas tās lieto, kādi ir pieļaujami izņēmumi. Latvijā par masku nelietošanu tiek piemēroti administratīvie sodi.

Pētījuma ietvaros tika analizēta informācija gan no Latvijas, gan ārvalstu avotiem. Latvijā informācija par šādiem pētījumiem ir skopa, līdz ar to tika apskatīti ārvalstu avoti, kuros tika parādīti pētījumu rezultāti.

Kā viens no pētījumiem tika apskatīts 2020. gada 16. jūlija publikācija (Edward S. Knotek II, Raphael Schoenle, Alexander Dietrich, Gernot Müller, Kristian Ove R. Myrseth, Michael Weber, 2020). Pētījuma ietvaros respondentiem tika uzdoti līdzīgi jautājumi ar mērķi noskaidrot aizsargmasku lietošanas paradumus publiskās vietās. Pētījumā tika secināts, ka lielākā daļa publiskās vietās lieto aizsargmaskas. Aptaujātie atbild, ka paši jūtas drošāk, ja pārējā sabiedrības daļa lieto aizsargmaskas. Jautāti, vai, viņuprāt, maskas ierobežo COVID-19 vīrusa izplatību, 79% no atjautātajām 1141 personām norādījuši, ka sejas aizsargmaskām ir būtiska nozīme un tās spēj samazināt vīrusa izplatību.

Līdzīgā pētījumā, publicētā 2020. gada 03. aprīlī, (Nancy H. L. Leung, Daniel K. W. Chu, Eunice Y. C. Shiu, Kwok-Hung Chan, James J. McDevitt, Benien J. P. Hau, Hui-Ling Yen, Yuguo Li, Dennis K. M. Ip, J. S. Malik Peiris, Wing-Hong Seto, Gabriel M. Leung, Donald K. Milton & Benjamin J. Cowling. , 2020) tika apskatīti vīrusa izplatības iemesli, skaidri norādot, ka tas tiek izplatīts, inficētajai personai klepojot, šķaudot, runājot, kliedzot un pat dziedot. Pētījuma ietvaros tika intervēti un pētīti 3363 respondenti. Pēc publikācijā ievietotajiem rezultātiem redzams, ka seju aizsargmasku lietošanai ir liela nozīme vīrusa ierobežošanā. Pētījumā tika atklāts, ka ķirurģiskās maskas var efektīvi samazināt gripai līdzīgo vīrusa daļiņu emisiju vidē izelpotajos pilienos.

Zinātniski ir pierādīts, ka sejas aizsargmaskas spēj samazināt vīrusa izplatību, attiecīgi ir nepieciešams noskaidrot, cik lielā mērā sabiedrības locekļi šo izprot un ievēro ieviestās prasības.

Pētījuma metodoloģija

Pētījumā kā informācijas vākšanas metode tika izmantota aptaujas metode – anketēšana. Informācija tiek iegūta netiešā komunikācijas procesā. Tika izveidota anketa ar 12

jautājumiem. Aptauja bija anonīma. Pirmie jautājumi veido demogrāfisko daļu, tai seko pamatdaļa. Tiek izmantoti atklātie, slēgtie un daļēji slēgtie jautājumi, netiek izmantoti filtra jautājumi.

Anketā tiek piedāvāti atbilžu varianti, kā arī papildus tiek piedāvāta opcija norādīt savu variantu, lai pēc iespējas vairāk iegūtu datus par problēmjautājumu. Tā kā anketēšana ir anonīma, respondentiem ir iespēja sniegt godīgas atbildes. Anketa tika sagatavota Google docs formātā, nosūtot respondentiem to hipersaites (linka) formā. Anketa tika sūtīta respondentiem e-pastos, WhatsApp aplikācijā, kā arī ievietota Facebook platformā ar iespēju respondentiem dalīties ar aptauju. Atbildes tika saņemtas tiešsaistē, tās reģistrējot.

Izmantotās analīzes grupas: kvantitatīvajām aptaujām par katru mērķa grupu: dzimums, vecums, nodarbinātība, atsevišķām mērķa grupām - iespējami papildu analīzes griezumi.

Respondentu skaits ir 53, rezultāti tiek parādīti gan kā faktiskie rādītāji, gan izteikti procentuāli.

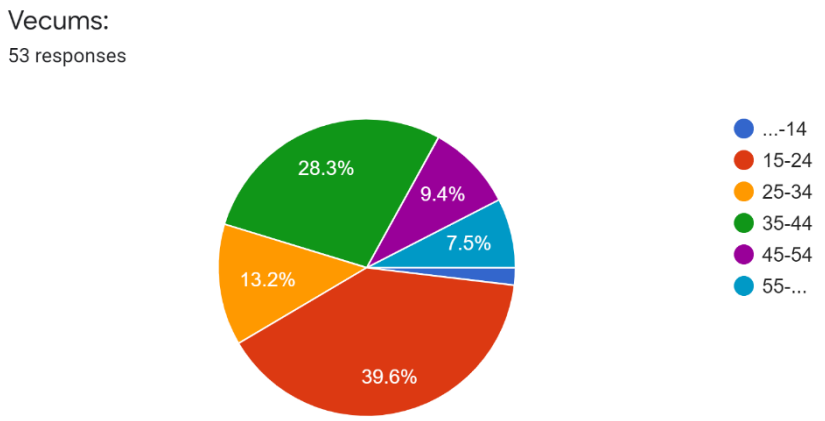
Respondentu iekļaušanas kritēriji: nejaušības princips.

Pēc iegūto datu saņemšanas tiek veikta to analīze. Tiek pētīti respondenti pēc vecuma grupām, nodarbinātības, lai secinātu, vai respondenti valkā aizsargmaskas, kādi ir argumenti, to darīt vai nedarīt, kā arī tiek lūgts pēc izvēles norādīt iemeslus, kādēļ sabiedrības locekļiem kļūt atbildīgākiem un lietot aizsargmaskas publiskās vietās.

Pētījuma rezultāti

Anketas ir aizpildījuši 53 respondenti. Tā kā anketēšana bija anonīma, var uzskatīt, ka atbildes tika sniegtas ar augstu ticamību.

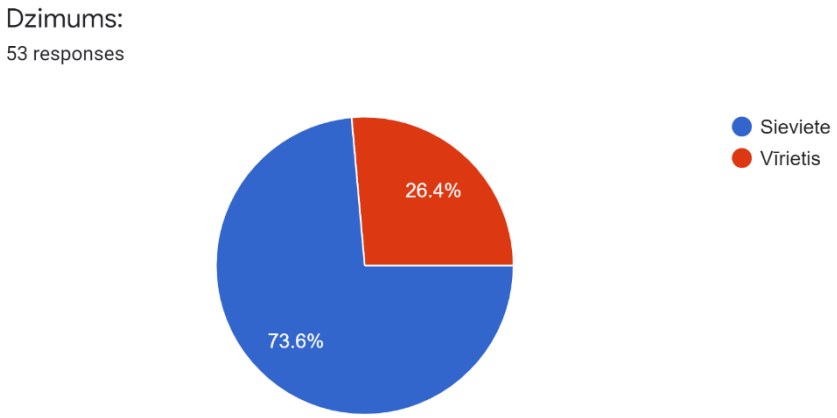
Visvairāk atbildes ir snieguši vecuma grupā 15-24 gadi, kopumā 21 respondents (39.6%), nākamā aktīvākā grupa ir bijusi 35-44 vecumā, kopumā 15 respondentu (28.3%). Vismazāk atbildes ir snieguši respondenti vecuma grupā līdz 14 gadu vecumam – tikai 1 persona (1.9%) (1.att.).



1.att. Respondentu vecuma sadalījums (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

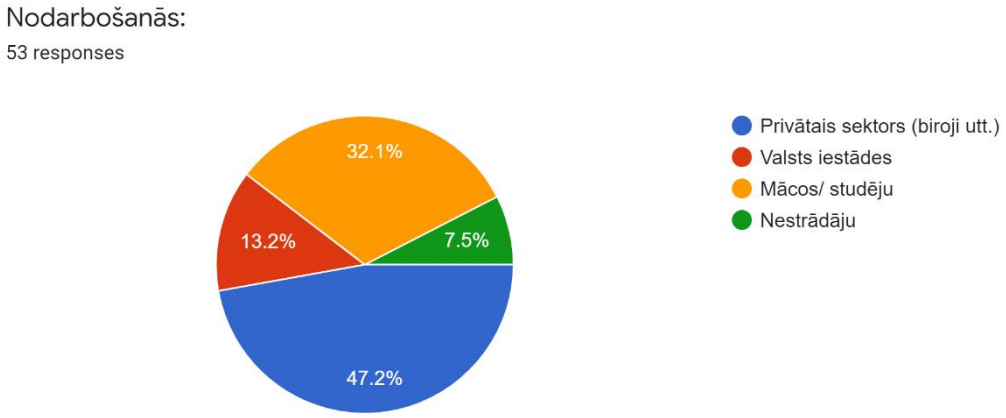
Pēc atbilžu saņemšanas secināms, ka pētījumā daudz aktīvākas bijušas sievietes, kopumā no 53 respondentiem 39 (73.6%) bija sievietes. No tā secināms, ka vīrieši ir pasīvāki

pētījumu dalībā, tikai 14 dalībnieki jeb 26.4% (2.att.).



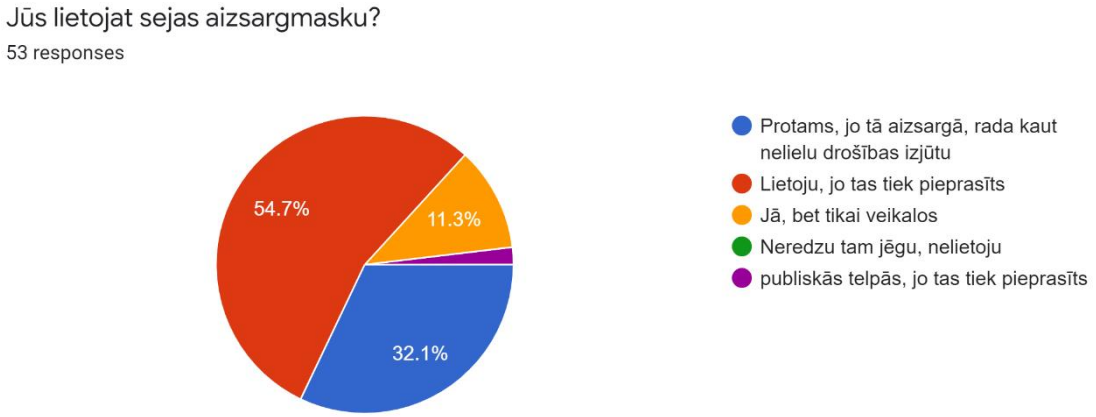
2.att. Respondentu sadalījums pēc dzimuma (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Aptaujā visvairāk, praktiski puse no respondentiem, ir piedalījušies privātajā sektorā strādājošie, kopumā 25 (47.2%) personas. Studenti un skolēni – 17 (32.1%) personas, valsts sektorā strādājošie – 7 (13.2%), nestrādājoši bija tikai 4 respondenti (7.5%) (3.att.).



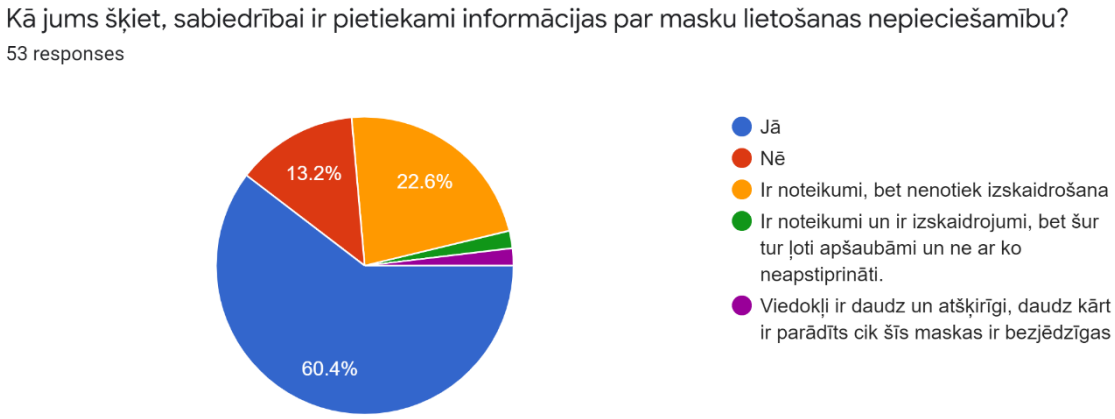
3.att.Respondentu nodarbošanās (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēc atbilžu uz jautājumu, vai lietojat sejas aizsargmasku, kopsavilkumā redzams, ka absolūti visi respondenti (100%) lieto aizsargmaskas. Lielākā daļa jeb 29 (54.7%) respondentu atbildējuši, ka to dara tikai tādēļ, ka to pieprasa un regulē likumdošana, otra lielākā grupa jeb 17 (32.1%) respondentu maskas lieto, jo apzinās, ka tās rada drošības sajūtu un kādā mērā neļauj pašiem saslimt. Neviens no respondentiem nav sniedzis atbildi, ka sejas aizsargmaskas nelieto (4.att.).



4.att. Aizsargmasku lietošana (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

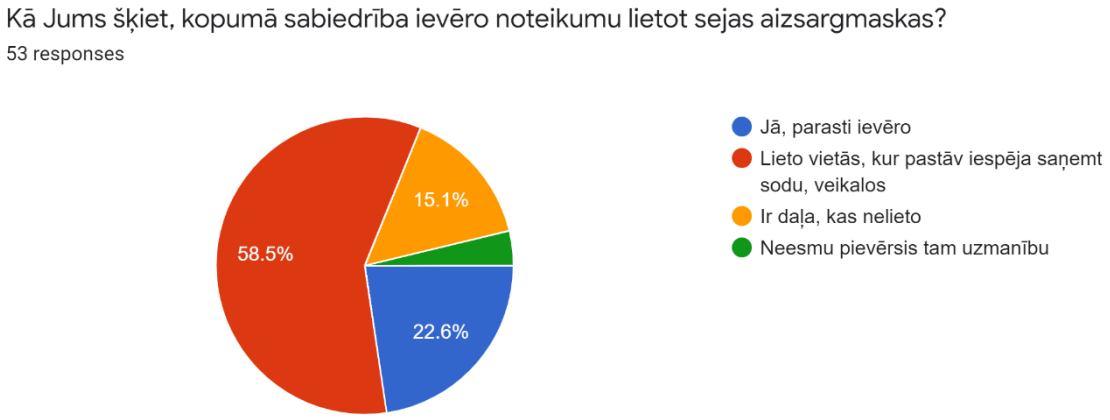
Uz jautājumu, vai sabiedrība ir pietiekami informēta par aizsargmasku lietošanas nepieciešamību, ir skaidri uzskatāma atbilde, ka šāda informācija ir pietiekami daudz sniegta, tikai atsevišķi indivīdi uzskata, ka to lietošana nav nepieciešama, jo trūkstot pierādījumu. Daļa uzskata, ka aptuveni zina, kādēļ masku lietošana nepieciešama, bet līdz galam neizprot to efektivitāti COVID-19 ierobežošanā. Kā minēts, ārvalstu avotos šādas informācijas ir daudz, iespējams, ka Latvijā trūkst šādu pētījumu brīva pieejamība, sabiebrības neieinteresētība iegūt informāciju ne tikai Latvijas interneta avotos, kā arī neizpratne par vīrusu izplatību. 46 respondenti (86.8%) snieguši atbildi, ka sabiedrība ir pietiekami informēta par masku lietošanas nepieciešamību. Tikai 7 personas (13.2%) uzskata, ka šāda informācija ir sniegta par maz (5.att.).



5.att. Sabiedrības informētība par aizsargmasku lietošanas nepieciešamību (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

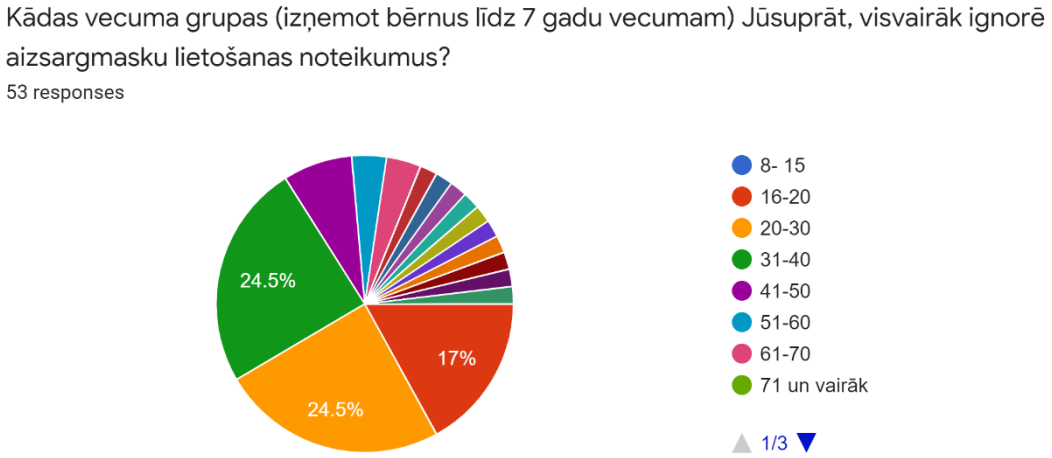
Lielākā daļa respondentu (43 personas jeb 81.1%) uzskata, ka sabiedrībā kopumā tiek ievērotas prasības lietot aizsargmaskas, 8 respondenti (15.1%) norādījuši, ka ir piefiksējuši personas, kas šos noteikumus ignorē. 2 respondenti (3.8%) tam nav pievērsuši uzmanību

(6.att).



6.att. Noteikumu ievērošana sabiedrībā pēc respondentu domām (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

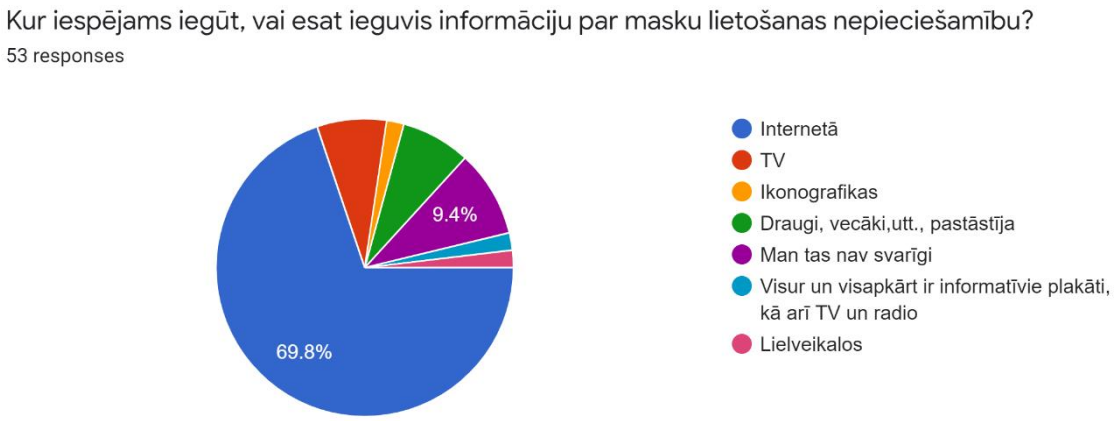
Pēc sniegtajām atbildēm pēc vecuma grupas, kuras visvairāk ignorē aizsargmasku lietošanas noteikumus, redzams, ka katra sabiedrības daļa uzskata, ka lielākoties šīs prasības ignorē citas vecuma grupas, tomēr dominē viedoklis, ka tie ir sabiedrības pārstāvji vecumā no 20 līdz 40 gadiem, tātad sociāli aktīvākās grupas. Šinī jautājumā respondenti ir visvairāk izmantojuši iespēju atzīmēt ''cits'' atbilžu variantu (7.att.).



7.att. Vecuma grupas, kuras ignorē noteikumus masku lietošanā (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

37 jeb 69.8% respondentu, jautāti, kur var iegūt, vai kur ir ieguvuši informāciju par masku lietošanas nepieciešamību, norādījuši, ka to ieguvuši internetā. Arī šeit aptaujātie

izmantojuši iespēju norādīt citas atbildes, tādējādi 5 personas (9.4%) norādījuši, ka viņiem tas nav svarīgi, 4 (7.5%) – no TV, 4 (7.5%) – no draugiem, vecākiem, un pa vienam jeb 1.9% - ikonografikas, plakāti, lielveikali (8.att.).



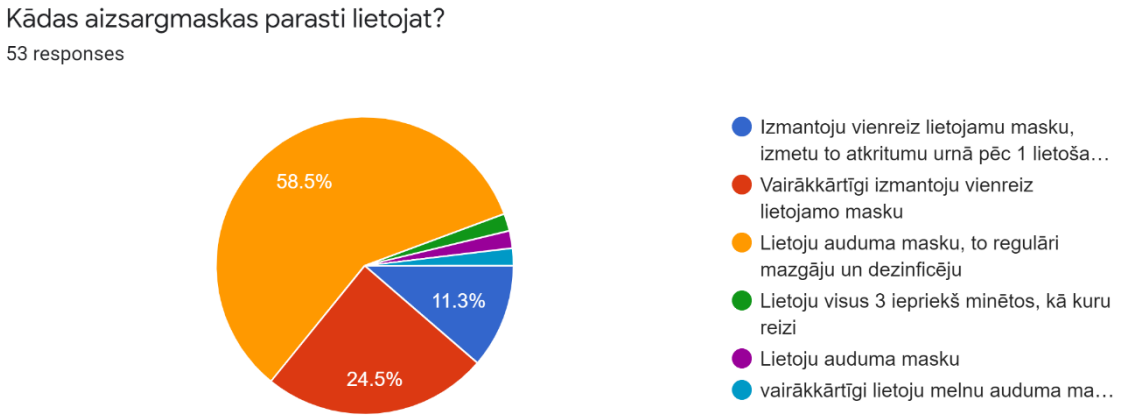
8.att. Informācijas iegūšana par masku lietošanu (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Arī nākamais jautājums ir sniedzis ļoti viennozīmīgu atbildi. Jautāti, kādā veidā nēsā sejas aizsargmasku, 52 respondenti jeb 98.1% uzskata, ka tās nēsā pareizi saskaņā ar prasībām, nosedzot gan muti, gan degunu. Tikai viens respondents atzīst, ka to nēsā pēc saviem ieskatiem, to uzvelkot tā, lai nosedz arī degunu tikai situācijās, kad to uzskata par nepieciešamu (9.att.).

9.att. Masku nēsāšanas veids (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

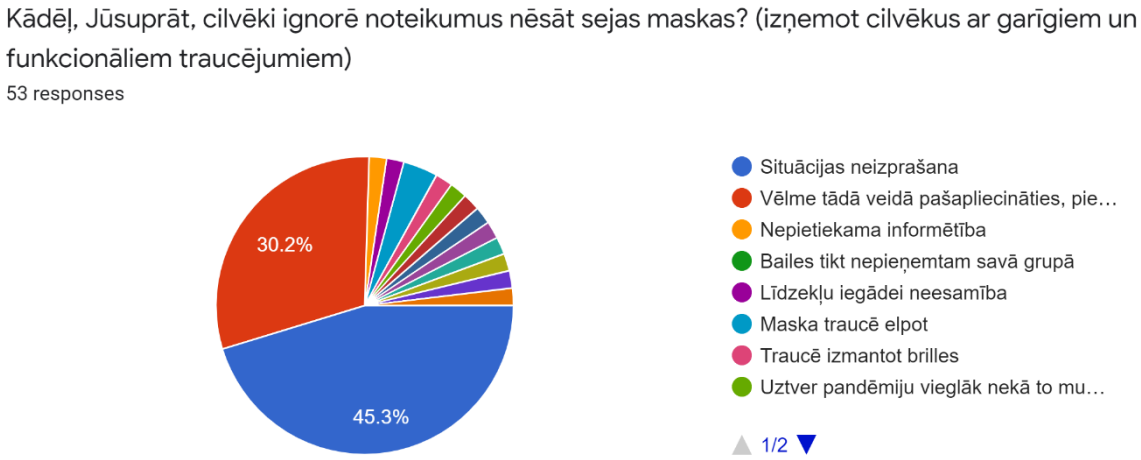
Viens no būtiskajiem jautājumiem bija noskaidrot, vai respondenti valkā maskas tik reizes, cik tas tiek uzskatīts par pareizu. Lielākā daļa jeb 33 respondentu (kopā 62%) norāda, ka lieto auduma maskas, tās lietojot regulāri, tās mazgājot un dezinficējot. Zīmīgi, ka 13 aptaujātie jeb 24.5% atzīst, ka nelieto vienreiz lietojamās maskas pareizi, bet gan lietojot tās atkārtoti. Nav zināms, vai tas tiek darīts finansiālu iemeslu dēļ, vai tomēr tādēļ, lai

nesaņemtu sodu (10.att.).



10.att. Lietoto masku veidi (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Respondentiem tika jautāts, kādēļ, viņuprāt, atsevišķi indivīdi ignorē masku valkāšanu. Arī uz šo jautājumu tika plaši izmantota iespēja atbildēt ar citu atbildi. Lielākā daļa (24 personas jeb 45.3%) atbildējuši, ka šie noteikumi tiek pārkāpti, jo nav izpratnes par situācijas nopietnību. Otra lielākā daļa norādījusi, ka šādi uzvedas personas, kas vēlas pašapliecināties. Šī tendence ir ļoti manāma sociālajos tīklos, taču šīs personas tiek no sabiedrības puses atpazītas kā piederīgas pie kategorijas, kas ignorē noteikumus sava laba iegūšanai, pašapliecinātos (11.att.).



11.att. Noteikumu ignorēšanas iemesli (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēdējais, divpadsmitais jautājums tika uzdots bez obligātas atbildes. To ir snieguši 33 aptaujātie. Lielākā daļa ir norādījusi, ka tā sabiedrības daļa, kas klaji ignorē noteikumus, iespējams spētu saprast situācijas nopietnību, ja paši redzētu saslimušos, saskartos ar COVID-19 izraisītiem nāves gadījumiem ģimenē vai tuvu draugu lokā. Kā iespējamu risinājumu norāda naudas sodu palielināšanu.

Secinājumi

Sejas maskām var būt ļoti būtiska nozīme gadījumos, ja persona pati nezina, ka jau ir inficējusies – vai nu slimība norit asimptomātiski, vai pirmie simptomi vēl nav parādījušies – sejas maskas lietošana var palīdzēt to neizplatīt tālāk citiem, jo vīruss tiek nodots pilienu veidā personai klepojot, šķaudot vai runājot.

Pēc anketu rezultātiem secināms, ka pētījumā daudz aktīvāk piedalījušās sievietes, vecuma grupā aktīvākie bijuši jaunieši.

Pēc atbildēm secināms, ka visi respondenti publiskās vietās lieto aizsargmaskas.

Ne visiem respondentiem ir saprotama prasība lietot sejas aizsargmaskas publiskās vietās, tiek uzskatīts, ka nav pietiekamas informācijas par masku lietošanas efektivitāti vīrusa izplatības ierobežošanai.

Secināms, ka ikonografikām un norādēm lielveikalos informācijas izplatīšanā ir maza nozīme, sabiedrību sasniedz informācija, izvietota internetā.

Indivīdi ir ļoti labi informēti, kādā veidā ir jānēsā aizsargmaskas, nepareizi tās tiek valkātas apzināti un to vilkšana pielāgota pēc saviem ieskatiem.

Aptaujātie izmanto lielākoties auduma maskas, taču ievērojama sabiedrības daļa lieto vienreiz lietojamās maskas atkārtoti.

Liela daļa aptaujāto uzskata, ka personas, kas neievēro masku lietošanas noteikumus, vajadzētu sodīt bargāk.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

https://www.nature.com/articles/d41586-020-02801-8

https://www.medrxiv.org/content/10.1101/2020.05.22.20109231v5.full-text

https://link.springer.com/article/10.1007/s11606-020-06067-8

https://www.lsm.lv/raksts/zinas/arzemes/maska-pret-covid-19-kapec-cilveki-netic-pieradijumiem.a378288/

https://www.ecdc.europa.eu/sites/default/files/documents/Use%20of%20face%20masks%20in%20the%20community_LV.pdf

https://www.clevelandfed.org/newsroom-and-events/publications/economic-commentary/2020-economic-commentaries/ec-202020-survey-results-on-mask-wearing-behaviors-and-beliefs.aspx

https://www.vm.gov.lv/lv/jautajumiatbildes-par-sejas-maskam

https://www.nature.com/articles/s41591-020-0843-2

https://www.pnas.org/content/117/22/11875/tab-article-info

https://www.medrxiv.org/content/10.1101/2020.03.31.20048652v1.full-text

https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/cloth-face-cover-guidance.html

Ministru kabineta noteikumi Nr. 360 Epidemioloģiskās drošības pasākumi Covid-19 infekcijas izplatības ierobežošanai (https://likumi.lv/ta/id/315304-epidemiologiskas-drosibas-pasakumi-covid-19-infekcijas-izplatibas-ierobezosanai)

Covid-19 infekcijas izplatības pārvaldības likums (https://likumi.lv/ta/id/315278)