

Kopsavilkums izpētes
ziņojumam par
pašreizējo sabiedrības
izpratnes un
informētības līmeni un
efektīvākajiem
informācijas sniegšanas
mehānismiem



Ieguldījums cilvēkos
Eiropas Sociālais fonds



NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
Eiropas Sociālais
fonds

I E G U L D Ī J U M S T A V Ā N Ā K O T N Ē



Sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanas pasākumu stratēģija pretdiskriminācijas un dažādības veicināšanai

Personu apvienība SIA „Comperio”, SIA „Safege Baltija”, SIA „Prospero”
2017. gada maijā

comperio **prospero**
sabiedriskās attiecības


SAFEGE

Izmantots attēls: Quote by iconsphere , the Noun Project

SATURS

<u>1. PRIEKŠVārDS</u>	<u>4</u>
<u>2. SITUāCIJAS IZVĒRTĒJUMS</u>	<u>5</u>
<u>2.1. Izpratne par diskrimināciju, toleranci sabiedrībā</u>	<u>5</u>
<u>2.2. Informācijas patēriņa paradumi Latvijā</u>	<u>7</u>
<u>2.3. Komunikācijas labā prakse</u>	<u>11</u>
<u>2.4. Secinājumi par mērķa grupām</u>	<u>13</u>
<u>2.4.1. Dzimumu diskriminācija</u>	<u>13</u>
<u>2.4.2. Vecuma diskriminācija</u>	<u>17</u>
<u>2.4.3. Invalīditātes diskriminācija</u>	<u>20</u>
<u>2.4.4. Etniskā diskriminācija (romi)</u>	<u>23</u>
<u>2.4.5. Bēgļi, patvēruma meklētāji</u>	<u>26</u>
<u>2.5. Secinājumi par mērķa auditorijām</u>	<u>28</u>
<u>2.5.1. Darba devēji un darbinieki</u>	<u>28</u>
<u>2.5.2. Jaunieši</u>	<u>31</u>

1. PRIEKŠVārds

Latvijai nav bagātu dabas resursu atradņu, naftas lauku, dārgakmeņu un dārgmetālu. Latvijas galvenais resurss ir tās cilvēki. Cilvēki visā to dažādībā – dažāda vecuma, dzimuma un tautību. Ar atšķirīgām fiziskajām un intelektuālajām spējām, ticību un pārliecību. Neatkarīgi no situācijas un dzīves apstākļiem katrs cilvēks vēlas dzīvot ar saviem mērķiem un savu cerību. Cerību kopīgi veidot Latviju.

Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijā „Latvija 2030”¹ kā viens no stratēģiskiem principiem, kas nozīmīgi Latvijas ilgtspējīgai attīstībai, minēta tolerance: „Globalizācijas ietekmē turpina palielināties cilvēku, ideju un resursu kustība pāri valstu robežām. Latvija ir maza valsts, tādēļ tās sabiedrībai jāspēj būt pozitīvi atvērtai pārmaiņām un ārējām ietekmēm, kā arī jāprot tās izmantot savā labā. Tolerance princips ietver atvērtību un cieņu pret dažādām kultūrām un dzīvesveidiem. Tolerance paredz visu veidu sociālās atstumtības un diskriminācijas mazināšanu, ieskaitot ienākumu nevienlīdzību, vecuma un dzimuma diskrimināciju darba tirgū, etniskos aizspriedumus un lingvistiskās institucionālās barjeras.”

Patiesi novērtēt visu Latvijas iedzīvotāju potenciālu un izmantot to valsts izaugsmes labā – tas ir tuvāko gadu uzdevums ikvienam no mums. Tomēr tam ceļā stāv nepietiekama informācija, dažādi aizspriedumi, neuzticība un bažas. Pēc Sabiedrības integrācijas fonda pasūtījuma, tika veikta izpēte par sabiedrības attieksmi pret dažādo, atšķirīgo, tā iemesliem un iespējām mainīt viedokļus. Pamatojoties uz veikto izpēti, ir sagatavoti ieteikumi, kā rīkoties, ko uzrunāt un ar kādiem vārdiem to darīt, lai parādītu iespējas tur, kur šobrīd, varbūt, saredzam draudus.

Izpētes laikā tika apkopoti un izvērtēti vairāk nekā 100 Latvijā un citviet pasaulē veikti pētījumi par diskrimināciju, toleranci un vienlīdzību. Tāpat tika veikts tiešais pētījums, aptaujājot vairāk nekā 1000 Latvijas iedzīvotāju. 34 strukturētajās intervijās pārrunāti aktuālie jautājumi ar diskriminācijas riskam pakļauto grupu pārstāvjiem, darba devējiem un nozares ekspertiem. Izvērtēta pasaules komunikācijas kampaņu labā prakse.

Ar detalizētu informāciju par pētījuma rezultātiem varat iepazīties **Izpētes ziņojuma par pašreizējo sabiedrības izpratnes un informētības līmeni un efektīvākajiem informācijas sniegšanas mehānismiem** un tā pielikumu vairāk nekā 200 lappusēs. Būtiskākie izpētes secinājumi apkopoti **Izpētes ziņojuma kopsavilkumā**. Ieteikumi turpmākai rīcībai iekļauti **Sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanas pasākumu stratēģijā pretdiskriminācijas un dažādības veicināšanai**.

Mēs, izpētes un stratēģijas komanda, ceram, ka šie materiāli būs noderīgi ikvienam, kas nākotnes Latviju redz vienotu un stipru, novērtējot katra cilvēka potenciālu:

Gunta Misāne, *Mg.soc.*

Marita Zitmane, *Dr. sc. soc.(comm), Mg.sc. soc.*

Ieva Cēbura, *Bc.art.*,

Juris Riekstiņš, *Bc.sc. oec.*

Iveta Ozoliņa-Ozola, *Mg.sc.ing. (oec.), Bc.sc. soc. (psych.)*

Krišjānis Veitners, *Mg.sc.soc (hist.)*

Inga Uvarova, *Mg.oec.*

Ruta Millere-Celmiņa, *Mg.sc.soc. (administr.)*

Mudrīte Grundule, *Bc.art.*

¹ Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija „Latvija 2030”, 2010. Pieejama: http://www.pkc.gov.lv/images/LV2030/Latvija_2030.pdf

2. SITUĀCIJAS IZVĒRTĒJUMS

2.1. Izpratne par diskrimināciju, toleranci sabiedrībā

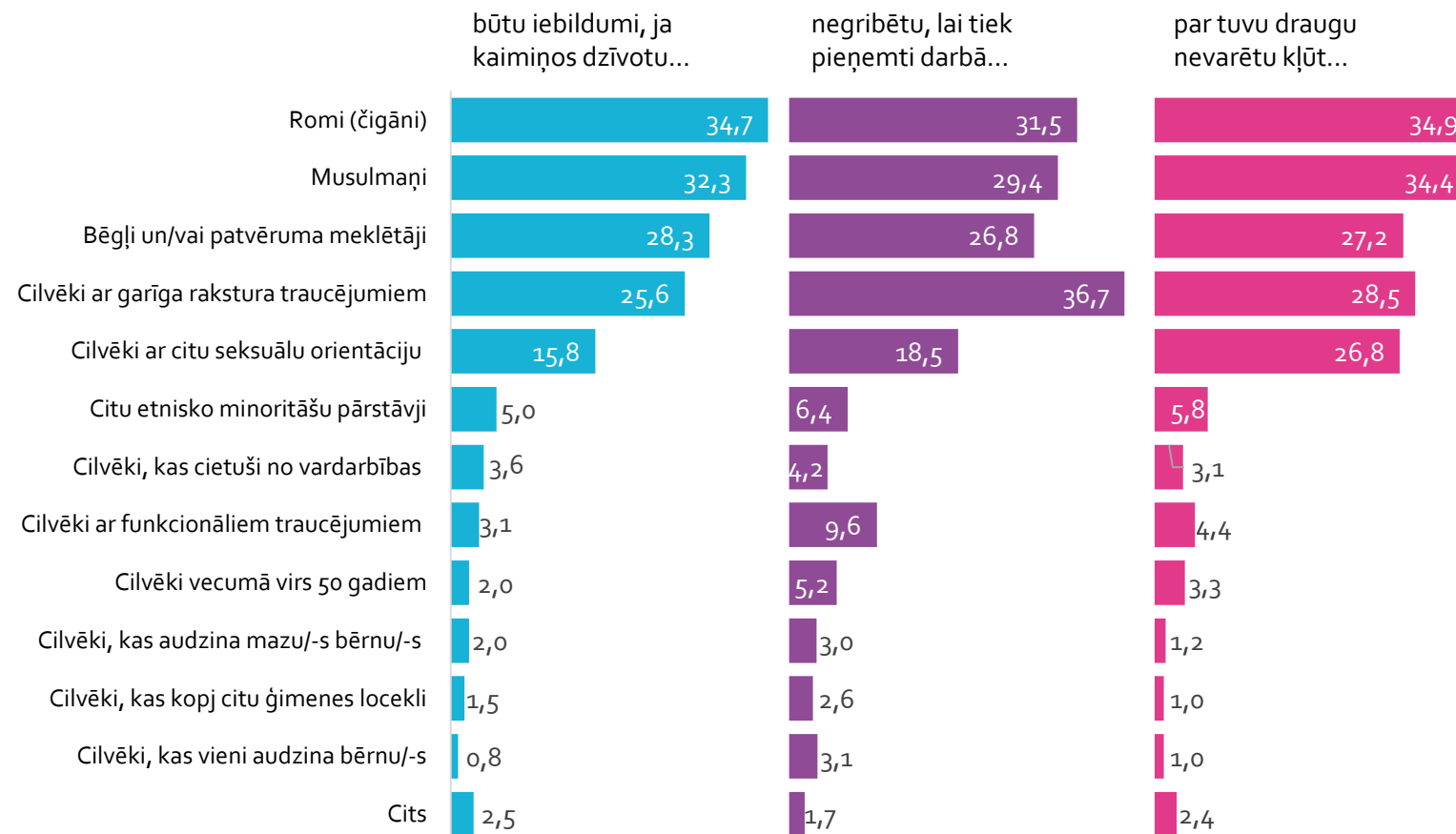
Noraidoši, jo trūkst izpratnes, pieredzes

Saskaņā ar 2017. gada februārī veiktā pētījuma datiem² visievērojamākie iebildumi Latvijas sabiedrībā ir pret romiem, cilvēkiem ar atšķirīgu seksuālo orientāciju, bēgļiem un patvēruma meklētājiem, cilvēkiem ar citu ādas krāsu, reliģisko pārliecību (musulmaņiem) un cilvēkiem ar garīga rakstura traucējumiem. Šos cilvēkus respondenti visbiežāk negribētu redzēt kā savus kaimiņus, kolēģus un draugus. Latvijā tikai aptuveni piektdaļai iedzīvotāju nav iebildumu pret kādu no aptaujā minētajām grupām kā kolēģi (21%), kaimiņu (21%) vai draugu (17%).

Eiropas Komisija, „Eiropas Savienībā secināts³, ka gandrīz puse Latvijas iedzīvotāju uzskata, ka valstī ir izplatīta diskriminācija vecuma dēļ, kas skar iedzīvotājus vecumā virs 55 gadiem (norādījuši 49% respondentu), un diskriminācija invaliditātes dēļ (norādījuši 43% respondentu).

² Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS, „Izpratne par toleranci, diskrimināciju sabiedrībā”, 2017.

³ Eiropas Komisija, „Eiropas Savienībā”, 2015. Pieejams: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2077>



1. attēls. Atbildes uz jautājumiem (%): 1. Man būtu iebildumi, ja man kaimiņos dzīvotu...
2. Ja es varētu izvēlēties, kas strādā manā darba kolektīvā, es negribētu, lai tiek pieņemti darbā...
3. Es nedomāju, ka par manu tuvu draugu varētu kļūt...

Tāpat arī trešdaļa respondentu atzīmējuši, ka valstī ir izplatīta diskriminācija seksuālās orientācijas dēļ (norādījuši 35% respondentu) un diskriminācija etniskās izcelsmes dēļ (norādījuši 32% respondentu). Vienlaikus SKDS veiktajā aptaujā 22,6% respondentu uzskata, ka aptaujā minētās grupas nesaskaras ar diskrimināciju.

Fokusa grupu diskusiju un strukturēto interviju⁴ dalībnieki atzīst, ka lielākoties izpratni par noteiktām grupām veido plašsaziņas līdzekļos un sociālajos tīklos gūtā informācija, bet attieksme var mainīties brīdī, kad saskaras ar konkrētu cilvēku.

Lai līdzsvarotu plašsaziņas līdzekļos un sociālajos tīklos sastopamo informāciju ar negatīvo nokrāsu par atsevišķām grupām, nepieciešams radīt stāstus par cilvēkiem no diskriminācijas riskam pakļautajām grupām, kas neatbilst radītajam stereotipam, piemēram, roms – uzņēmējs, cilvēks ar invaliditāti – doktors, vientuļā māte pieprasīta pavāre.

Latvijā, salīdzinot ar citiem Eiropas Savienības valstu respondentiem⁵, teju divreiz mazāk iedzīvotāju diskriminācijas mazināšanas centienus valstī vērtē kā efektīvus (Latvijā – 14% respondentu, Eiropā – 27%). No vienas puses, tas liecina par līdz šim veikto pasākumu neefektivitāti, no otras puses – iespējams, norāda uz Latvijas iedzīvotāju neticību valsts veikto pasākumu nozīmīgumam.

Lai mazinātu oficiālas iestādes sniegtās informācijas negatīvo uztveri sabiedrībā, īstenojot kampaņu, jāapsver iespēja pozicionēt to nevis kā valsts iestādes radītu kampaņu, bet veidot sadarbības tīklu ar nevalstiskajām organizācijām, kas var radīt uzticamību paustajiem viedokļiem.

Nepārzina savas tiesības un nezina, kur vērsties pēc palīdzības

2012. gadā veiktais pētījums⁶ liecina, ka daudzi iedzīvotāji neapzinās savas tiesības, piemēram, nesniegt personīgu informāciju darba intervijās, kā rezultātā var iemantot nevienlīdzīgu attieksmi vai tikt diskriminēti. 2015. gadā veiktajā pētījumā atklāts, ka Latvijā vairāk nekā puse aptaujāto jeb 57% atzīst, ka nezina savas tiesības, ja kļūtu par diskriminācijas upuri šādos gadījumos, kas turklāt ir arī par 10% vairāk nekā vidēji citās Eiropas Savienības valstīs.

Tas liecina par nepieciešamību īstenot pasākumus, kas nodrošinātu izpratni par tiesībām un dažādām diskriminācijas formām diskriminācijas riskam pakļauto grupu vidū.

2017. gadā veiktajā pētījumā⁸ gandrīz katrs otrais Latvijas iedzīvotājs (52%) atzīst, ka nezina, kur vērsties, ja pats/pati pamanītu vai saskartos ar diskriminējošo attieksmi pret kādu citu. Zemāks zināšanu līmenis ir cilvēkiem ar pamatizglītību (73%), krievi un citu tautību pārstāvjiem (64%), strādniekiem (65%), pensionāriem (65%) un respondentiem Kurzemē (73%).

Īstenojot kampaņu, ir nepieciešams radīt informācijā pamatotu priekšstatu par iespējām aizstāvēt sevi vai līdzcilvēkus, skaidrojot dažādo valsts iestāžu funkcijas un atbildības sfēras pretdiskriminācijas jomā.

⁶ TNS, „Latvijas iedzīvotāju izpratne par cilvēktiesībām”, 2012. Pieejams: http://www.tiesibsargs.lv/uploads/content/legacy/TNS_Petijums_LV_iedzivotaju_izpratne_par_cilvektiesibam_2012.pdf

⁷ Eiropas Komisija, „Eiroparometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015. Pieejams: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2077>

⁸ Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS, „Izpratne par toleranci, diskrimināciju sabiedrībā”, 2017.

⁴ Safege Baltija, 2017.

⁵ Eiropas Komisija, „Eiroparometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015. Pieejams: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2077>

Nejūtas personīgi atbildīgi

Latvijas iedzīvotāju vairākums (74%) uzskata, ka personīgi neko nevar paveikt vai var paveikt maz, lai ikdienā mazinātu diskrimināciju. Latvieši (14%) būtiski biežāk nekā cittautieši, t.sk. krievi (10%), atzīst, ka personīgi var daudz paveikt ikdienas diskriminācijas mazināšanā.

“Viedokļus var mainīt ilgtermiņā un caur darbošanos.”

Vairākums Latvijas iedzīvotāju (56%) uzskata, ka, redzot nevienlīdzīgu attieksmi, cilvēkam būtu jāiejaucas tikai atsevišķos gadījumos.

Ir nepieciešams radīt pārliecību par to, ka ikviens – darba devēji, jaunieši, kolēģi u.c. – ar savu rīcību un attieksmi var mainīt esošo situāciju, negaidot valsts iniciētus pasākumus. Tā apliecinot, ka katra iesaiste un reakcija uzlabo sabiedrības kopējo tolerances līmeni.

2.2. Informācijas patēriņa paradumi Latvijā

Populārākie informācijas avoti

Saskaņā ar tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra SKDS 2017. gada februārī veikto aptauju populārākie informācijas avoti par notikumiem Latvijā ir nacionāla līmeņa televīzija, Latvijas interneta ziņu portāli un sociālie tīkli (Plašāk skatīt 2. attēlā).

Televīzija

2016. gadā konsolidētās⁹ (kopā tiešraide un ar laika nobīdi) TV skatītākais kanāls bija TV3, kura skatīšanās laika daļa bija 12,1%. Otrs skatītākais kanāls bija LTV1, kuram veltīti 10,2% no kopējā TV skatīšanās laika. Savukārt trešais skatītākais bija kanāls PBK, kura skatīšanās laika daļa bija 9,8%. Nacionāla līmeņa televīziju kā informācijas avotu biežāk izmanto Vidzemē (71,9%), salīdzinot ar 52,5% Latgalē. Arī nacionāla līmeņa radio Latgalē tiek minēts retāk (23,2%), salīdzinot ar 44,8% Pierīgā.

Ārzemju televīzijas (t.sk. Krievijas) ir daudz populārāks informācijas avots to respondentu vidū, kuru sarunvaloda ir krievu (58,9%), nekā to respondentu vidū, kuru sarunvaloda ir latviešu valoda (22,1%). Līdzīga saistība vērojama arī cilvēku ar Latvijas pilsonību (31,8%) un bez Latvijas pilsonības (69,4%) vidū.

Nacionāla līmeņa televīzijas nozīme pieaug, palielinoties respondentu vecumam¹⁰, tāpēc izmantojami tieši šīs grupas mērķtiecīgai uzrunāšanai.

Latvijā televīzijas produktu patēriņā dominē izklaidējoši raidījumi, tāpēc jāizvērtē iespēja iekļaut dažādību reprezentējošas tēmas un personības šajos raidījumos, nevis analītiskajos un ziņu raidījumos.

⁹ TNS/Kantar, 2016. Pieejams: <http://tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=5094>

¹⁰ Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS, „Izpratne par toleranci, diskrimināciju sabiedrībā”, 2017.

Interneta ziņu portāli

2017. gada janvārī¹¹ Latvijā populārākās interneta vietnes ir delfi.lv, inbox.lv un tvnet/apollo.lv. Lai gan inbox.lv izmanto kā ziņu portālu, nenoliedzami, tā popularitātes pamatā ir e-pastu pakalpojums. Ceturtajā vietā ierindojas sociālais tīkls draugiem.lv, kam seko portāls kasjauns.lv, kas par piekto vietu sacenšas ar portālu skaties.lv. Šie seši portāli ir populārāko vidū jau ievērojamu laiku.

Interneta ziņu portālus kā svarīgu informācijas avotu norādījuši¹² 25–34 gadus vecie respondenti (71,1%), salīdzinot tikai 27,3% 55–74 gadu grupā. Strādājošie respondenti (60,9%) biežāk nekā nestrādājošie (38,7%) kā nozīmīgu informācijas avotu minējuši Latvijas interneta ziņu portālus.

Interneta ziņu portāli izmantojami, lai uzrunātu ekonomiski aktīvo sabiedrības daļu.

Sociālie tīkli

Populārākie sociālie tīkli 2017. gada februārī Latvijā ir Facebook (780 000 reģistrētie/580 000 aktīvie lietotāji), draugiem.lv (600 000/284 000), Instagram (380 000/80 000). Sociālos tīklus kā nozīmīgu informācijas avotu par notikumiem Latvijā minējuši

¹¹ Gemius, 2017. Pieejams: <http://www.gemius.lv/all-reader-news/interneta-lapu-top-25-janvari.html>

¹² Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS, „Izpratne par toleranci, diskrimināciju sabiedrībā”, 2017

No kādiem informācijas avotiem Jūs ikdienā gūstat informāciju par notikumiem Latvijā?



2. attēls. Latvijas iedzīvotāju biežāk izmantotie informācijas avoti par notikumiem Latvijā (n = 1033)

72,7% 15–24 gadus vecie jaunieši, bet tikai 6% 55–74 gadu grupā. Privātajā sektorā strādājošie (51,5%) daudz biežāk nekā nestrādājošie (33,8%) minējuši sociālos tīklus kā informācijas avotu.

Sociālie tīkli izmantojami, lai sasniegtu gados jaunāku auditoriju. Tos raksturo vēlme iesaistīties, dalīties un komentēt.

Ņemot vērā izmaiņas sociālo tīklu ierakstu rādīšanas algoritmos, šobrīd arī sociālajos tīklos jāparedz līdzekļi ierakstu reklamēšanai, jo citādi iespējams sasniegt tikai nelielu daļu savu sekotāju.

Preses izdevumi – laikraksti un žurnāli¹³

2016. gadā lasītāko žurnālu tops ir saglabājies nemainīgs ceturto gadu pēc kārtas. TOP 5 lasītākie žurnāli pēc viena numura vidējās auditorijas ir nedēļas žurnāli „Ieva”, „Privātā Dzīve” un „Kas Jauns”, divnedēļu žurnāls „Ievas Stāsti” un mēneša žurnāls „Ievas Virtuve”.

2016. gadā lasītāko laikrakstu TOP 5 dominē krievu valodā iznākošie iknedēļas laikraksti: “МК Латвия (RUS)”, TV programmu avīzes “Телевизор (RUS)/МК Латвия (RUS)” un “Латвийская ТВ Программа (RUS)”, dienas laikraksts “Latvijas Avīze” un nedēļas laikraksts „Латвийские Вести” (RUS).

Nacionāla līmeņa preses izdevumi – laikraksti – ir populārāki vecāka gada gājuma grupās¹⁴. Tos minējuši 11,5% 25–34 gadu vecumā un 36,6% 55–74 gadus veci respondenti. Sievietes (13,9%) biežāk nekā vīrieši (4,1%) kā nozīmīgu informācijas avotu minējuši Latvijas preses izdevumus – žurnālus. Arī Latvijas laikrakstus sievietes (27,6%) minējušas biežāk nekā vīrieši (19,3%).

Iespiesto plašsaziņas līdzekļu (laikraksti, žurnāli) tirgus ir krasi atšķirīgs latviešu un nelatviešu vidū, tas arī atšķiras reģionālā griezumā, tāpēc šos kanālus iespējams izmantot tādu vēstījumu nodošanai, kas vairāk pielāgoti vienai vai otrai grupai, reģionam.

Latviešu auditorijā, īpaši sievietēm, izteikti populāri ir iknedēļas dzīvesstila žurnāli, kas pamato nepieciešamību tajos pieņemtā formātā iekļaut dažādību reprezentējošas tēmas un personības, sniedzot izklaidējošu saturu, piemēram, interviju veidā.

Uzticēšanās plašsaziņas līdzekļiem

Lai arī tradicionālie plašsaziņas līdzekļi – televīzija, laikraksti, radio – tiek vērtēti kā uzticamāki informācijas avoti nekā interneta portāli¹⁵, interneta ziņu portāli daļai auditorijas ir nozīmīgs informācijas avots, kas tādējādi ļauj sasniegt ievērojamu auditoriju.

Plānojot kampaņas aktivitātes, nepieciešams veidot sadarbību ar interneta ziņu portāliem, vienlaikus izvērtējot to sniegtās informācijas patiesumu, pēc iespējas izvairoties no portāliem, kas vērsti uz skandaložu ziņu publiskošanu.

Uzticēšanās valsts un sabiedriskām institūcijām

2015. gadā veikts pētījums norāda, ka pastāv zems sabiedrības zemais uzticēšanās līmenis valsts institūcijām un to pārstāvjiem¹⁶, kas jāņem vērā, izvēloties „runas personas”, tēlus, cilvēkus, kas tiek izmantoti kampaņas vēstījumu nodošanai.

¹⁵ SIA „Vilands Associates”/Norstat Latvija AS, „Uzticamības kompass”, 2016. Pieejams: <http://vilands.lv/uploads/media/va-uzticamibas-apkopojums.pdf>

¹⁶ Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS/Valsts kanceleja, 2015. Pieejams:

http://petijumi.mk.gov.lv/sites/default/files/file/VKanc_Valsts_parv_klientu_apmierinat_petij.pdf
TNS, 2016. Pieejams: <http://www.aprinkis.lv/sabiedriba/gimene/item/30373-latvijas-iedzivotaji-visvairak-uzticas-gimenei-prezidentam-un-baznicai>

Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS. 2016. Pieejams: <http://nra.lv/latvija/196009-uzticibas-krize-padzilinas-reitingi-krit-visiem-ari-valsts-prezidentam.htm>

¹³ TNS/Kantar, 2016. Pieejams: <http://tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=5086>

¹⁴ Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS, „Izpratne par toleranci, diskrimināciju sabiedrībā”, 2017.

Salīdzinoši uzticami viedokļa paudēji var būt skolotāji, augstskolu pasniedzēji, Valsts ugunsdzēsības dienesta darbinieki, Latvijas Bruņoto spēku pārstāvji, baznīcas pārstāvji un cilvēki, kas neatrodas varas pozīcijās. Salīdzinot ar centrālās varas pārstāvjiem, uzticamāki sabiedrībai šķiet vietējo pašvaldību pārstāvji. Tāpat ticamāks būs viedoklis, ja to paudīs konkrētas valsts institūcijas pārstāvis – iestādes vadītājs vai darbinieks, nevis cilvēks, kas saistīts ar kādu politisko partiju, piemēram, ministrs, Saeimas deputāts.

Pētījumu dati par uzticēšanos nevalstiskajām organizācijām ļauj secināt, ka to cilvēku skaits, kas uzticas nevalstiskajām organizācijām (~30%) būtiski nemainās, attiecīgi šos cilvēkus iespējams uzrunāt ar nevalstisko organizāciju starpniecību, saglabājot pausto viedokļu uzticamību.

Valodu barjera

Ir vērojama nozīmīga atšķirība informācijas patēriņā latviešu un krievvalodīgās auditorijas grupas, tādēļ ir jāizmanto informācijas kanāli, kas ir vienlaikus populāri abās auditorijās:

Lai sasniegtu gan latviešu, gan krievu valodā runājošo auditorijas daļu, ieteicams izvēlēties tos informācijas kanālus, kurus izmanto abas atšķirīgās valodās runājošās auditorijas daļas, piemēram, sadarbojoties ar interneta portāliem, kas nodrošina abu valodu versijas (Delfi, Tvnet) sociālos tīklus, ko lieto abas grupas (Facebook, Instagram).

Nišas kanāli

Nišas sociālo tīklu grupu un blogu¹⁷ izmantošana informācijas nodošanai ir īpaši nozīmīga situācijā, kad turpina kristies sabiedrības uzticēšanās plašsaziņas līdzekļos sniegtajai informācijai, vienlaikus pieaugot draugu un ģimenes pausto viedokļu nozīmei, kas bieži vien atrodama tieši sociālajos tīklos, blogos. Gados vecākas auditorijas vidū populārāki ir blogi, kas veltīti veselīgam dzīvesstilam, receptēm, ēšanas gatavošanai, turpretī gados jaunākas auditorijas intereses vairāk saistītas ar izklaidi, ceļojumiem, kino un tehnoloģijām.¹⁸

Iespiesto plašsaziņas līdzekļu (laikraksti, žurnāli) tirgus ir krasi atšķirīgs latviešu un nelatviešu vidū, tas arī atšķiras reģionālā griezumā, tāpēc šos kanālus iespējams izmantot tādu vēstījumu nodošanai, kas vairāk pielāgoti vienai vai otrai grupai, reģionam.

Latviešu auditorijā, īpaši sievietēm, izteikti populāri ir iknedēļas dzīvesstila žurnāli, kas pamato nepieciešamību tajos pieņemtā formātā iekļaut dažādību reprezentējošas tēmas un personības, sniedzot izklaidējošu saturu, piemēram, interviju veidā.

“Cilvēkiem interesē specifiskās lietas, konkrētas zināšanas, ko var izmantot praksē, kas ir noderīgas dzīvē, nevis vispārējā informācija...”

¹⁷ ¹⁸ Gemius, 2016. Pieejams: <http://www.gemius.lv/interneta-mediji-zinas/gemius-rudens-blogu-tops-2016.html>

2.3. Komunikācijas labā prakse

Gan teorētiskie pētījumi, gan nozares eksperti atzīst, ka ar informatīvām kampaņām ir ierobežotas iespējas mainīt nostabilizējušos uzskatus. Īpaši tas atzīstams par īstermiņa kampaņām. Tomēr informatīvo kampaņu nozīme ir to iespējās mainīt tēmas saturu, pasniedzot atšķirīgu skatījumu uz pazīstamu tēmu. Tāpat atzīmējama ir informatīvu kampaņu ietekme uz viedokļiem, kas nav nostabilizējušies un nav sakņoti dziļi vērtību sistēmā vai ir balstīti nepatiesā vai nepilnīgā informācijā.

Lai nodrošinātu pēc iespējas efektīvāku informatīvai kampaņai pieejamo resursu ieguldījumu, ieteicams orientēties uz tādu auditorijas daļu, kas ir atvērta jaunas informācijas pieņemšanai (jaunieši) vai kurai var sniegt racionālu informāciju par dažādības radītām iespējām, piemēram, izglītības vai darba vidē (darba devēji).

Lai panāktu viedokļu maiņu, efektīvākas ir metodes, kas dod iespēju līdzdarboties, piedalīties, piemēram, virtuāli aizpildot testu. Tas rada dziļāku ietekmi nekā reklāmas vai plakāti.

Ņemot vērā pasaules vadošo reklāmas un sabiedrisko attiecību konkursu pieredzi, Latvijas veiksmīgākās kampaņas, jāsecina, ka efektīvākas mērķu sasniegšanā ir kampaņas, kas uzrunā vienu mērķa grupu un stāsta par vienas mērķa grupas izaicinājumiem. Tas dod iespēju precīzāk noteikt vēstījumu un izvēlēties labākās metodes un informācijas kanālus.

Informatīvajā kampaņā paralēli vispārējiem vēstījumiem definēt vēstījumus un organizēt tādos pasākumus, kas uzrunātu konkrētu mērķa grupu par konkrētiem izaicinājumiem.

Apskatītajās kampaņās Latvijā, iespējams, ierobežotu līdzekļu dēļ reti izmantota pasaules labā prakse, t.i., nozares konkursos iesniegtajos piemēros pieņemtais, sagatavot īsus videomateriālus, kas paredzēti, lai ar tiem dalītos sociālajos tīklos. Tas dod iespēju ar mazākiem līdzekļiem sasniegt, uzrunāt plašāku auditoriju, nekā izvietojot reklāmu TV.

Atzīstot sociālo tīklu nozīmīgumu Latvijas vidē, īsu videomateriālu sagatavošana ir prakse, kas būtu izmantojama nākotnes kampaņās arī mūsu valstī.

Gan aptaujātie mērķa grupu pārstāvji, gan nozares eksperti norāda, ka pasaules labās prakses piemēros galvenokārt izmantots spēcīgs vēstījums, kas vērsts uz darīšanu un varēšanu, nevis žēlošanu.

Īstenojot kampaņas, kas vērstas uz tolerances veicināšanu, ieteicams izvairīties no žēlošanas un traģiskuma, tā vietā izmantot humoru, pārsteigumu, pat provokāciju, izceļot izvēlēto mērķa grupu varēšanu, nevis nevarēšanu.

Izpētes laikā intervētie eksperti atzīst, ka kampaņas, kas pamatojas visus vienojošā, nepretrunīgā vēstījumā, bieži vien netiek pamanītas un tāpēc nesasniedz mērķi. Šāda pieeja raksturīga vairumam Eiropas Savienības un valsts iestāžu īstenotajām kampaņām.

“Provocēt vajadzētu vairāk ... Emocionālie impulsi, kas liek pārvērtēt pašam sevi, ir paši iedarbīgākie.”

Lai pievērstu uzmanību, ieteicams izmantot līdzekļus, kas rosina diskusiju, atsevišķos gadījumos pieļaujamas arī provokācijas, nebaidoties no kritikas.

Informatīva kampaņa, kas vērsta uz tolerances, pretdiskriminācijas veicināšanu, kas atsevišķos gadījumos skar sabiedrībā pretrunīgi vērtētas jomas (LGBT, rase, reliģija, bēgļi, patvēruma meklētāji), ir atkarīga no sadarbības partneru atbalsta.

Kampaņas efektivitāti veicinātu koalīciju un tīklojumu izveide, sadarbība ar viedokļu līderiem un nevalstiskajām organizācijām, kas palīdzētu gan izplatīt kampaņas vēstījumus, gan sniegtu atbalstu potenciālas krīzes gadījumā.

Mūsdienu komunikācijā strauji pieaug vizuālo materiālu, tēlu un attēlu nozīme²⁰. To uzdevums ir piesaistīt uzmanību. Vienlaikus ar to izmantošanu ir saistīti riski, palielinot iespēju kaut ko pārprast vai aizskart kādu grupu.

Kampaņā īpaša uzmanība jāpievērš tēliem un simboliem, kas tiek izmantoti, lai palīdzētu identificēt aktivitātes. Jāparedz resursi saistošu vizuālo materiālu sagatavošanai ikdienas komunikācijai gan sociālajos tīklos, gan piedāvājot tos sadarbības partneriem, plašsaziņas līdzekļiem. Ir jāparedz laiks un iespējas izvēlētos vizuālos materiālus notestēt ekspertu un mērķa auditoriju vidē.

Samazinoties sabiedrības uzticībai dažādām sabiedriskām un valsts institūcijām, vienlaikus pieaug indivīdu, draugu, radu, paziņu un sabiedrībā pazīstamu cilvēku teiktā nozīme. Lai arī Latvijā nav izteiktu viedokļu līderu, tie atrodami katrā sociālajā grupā. Arī pasaules labās prakses piemēros daudzkārt iesaistīti sabiedrībā pazīstami cilvēki.

Sabiedrībā pazīstamu cilvēku piedalīšanās kampaņas aktivitātēs var palīdzēt piesaistīt papildu uzmanību un vienlaikus mazināt uzbrukumu risku kampaņai.

²⁰ Piemēram, <http://www.thisiscolossal.com/2017/02/the-rise-of-the-image-every-ny-times-front-page-since-1852-in-under-a-minute/>

2.4. Secinājumi par mērķa grupām

2.4.1. Dzimumu diskriminācija

Personas, kuras pakļautas diskriminācijas riskiem dzimuma dēļ, t.sk. personas pēc bērna kopšanas atvaļinājuma, no vardarbības cietušas personas, personas, kuras kopj citu ģimenes locekli, viena vecāka ģimenes pārstāvji.

Mērķa grupas raksturojums

2017. gada sākumā Latvijā dzīvo 1 953 000 iedzīvotāju.²¹ 54,1% Latvijas iedzīvotāju ir sievietes.²² Mērķa grupu veido personas pēc bērna kopšanas atvaļinājuma, no vardarbības cietušas personas, personas, kuras kopj citu ģimenes locekli un viena vecāka ģimenes pārstāvji.

39 217

personas (85% sievietes), kas saņem bērna kopšanas pabalstu²³

32%

sieviešu savas dzīves laikā Latvijā piedzīvojušas fizisku un/vai seksuālu vardarbību no esošā vai bijušā partnera.²⁴

144 sievietes

2014.gadā cietušas no vardarbīgiem noziedzīgiem nodarījumiem.²⁵

187 297

personas vecumā virs 75 gadiem, kurām, iespējams, ir nepieciešama aprūpe.²⁶

~ 8000

bērni ar invaliditāti, kuriem, iespējams, ir nepieciešama aprūpe.²⁷

~ 80 000

sieviešu audzina bērnus vienas

29%

no visām ģimenēm veido vientuļās mātes, savukārt **3%** ir vientuļo tēvu ģimenes.²⁸

²¹ Centrālā statistikas pārvalde, 2017. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/iedzivotaji-galvenie-raditaji-30260.html>

²² Centrālā statistikas pārvalde, „Virieši un sievietes Latvijā”, 2016. Pieejams: http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/nr_13_sievietes_un_viriesi_latvija_2016_16_00_lv_en.pdf

²³ ²⁴ ²⁵ Labklājības ministrija, „Informatīvais ziņojums par Pekinas rīcības platformas īstenošanu Latvijā”, 2016. Pieejams: http://www.lm.gov.lv/upload/dzimumu_lidztiesiba_a/pekinas_zinojums_30012017_1.pdf

²⁶ Labklājības ministrija, „Informatīvais ziņojums par Pekinas rīcības platformas īstenošanu Latvijā”, 2016. Pieejams: http://www.lm.gov.lv/upload/dzimumu_lidztiesiba_a/pekinas_zinojums_30012017_1.pdf

²⁷ Latvijas sabiedrisko mediju portāls, 2015. Pieejams: <http://www.lsm.lv/lv/raksts/latvija/zinas/krasi-aug-invalidu-skaitis-valsts-prato-ka-vinus-ieklaust-sabiedriba.a139999/>

²⁸ Centrālā statistikas pārvalde, „Latvijas 2011. gada tautas skaitīšanas rezultāti”, 2015. Pieejams: http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/publikacijas/2015/Nr%2012%20Latvijas%202011.gada%20Tautas%20skaitisanas%20rezultati_Results%20of%20the%202011%20Population%20and%20housing%20census%20i%20Latvia%20%2815_00%29_LV_EN.pdf

Cik „redzama” ir dzimumu diskriminācija?

Informācija par diskriminācijas gadījumiem, kas saistīti ar dzimumu, ir iegūstama pastarpināti. Kopumā Valsts darba inspekcija par nevienlīdzīgu attieksmi (konkrēti diskriminācijas pamati nav izdalīti) 2013. gadā izskatījusi 54 iesniegumus, 2014. gadā – 18 iesniegumus, 2015. gadā – 29 iesniegumus, 2016. gada 1. pusgadā – 15 iesniegumus.²⁹ Vērojama situācija, ka iesniegumi oficiālajām atbildīgajām iestādēm par diskrimināciju ir mazskaitlīgi, savukārt sabiedriskās domas aptaujas uzrāda, ka cilvēki saskaras ar dzimumu diskrimināciju savās dzīvēs.

Vidēji 20% Latvijas iedzīvotāju uzskata, ka dzimumu diskriminācija Latvijā ir izplatīta. Respondenti Kurzemē, Latgalē, kā arī Vidzemē biežāk norāda, ka dzimumu diskriminācija ir izplatīta. Savukārt vismazāk personiski saskārušies (piedzīvojuši savā vai sev tuvu cilvēku dzīvēs) ar dzimuma diskrimināciju ir respondenti no Kurzemes, Rīgas un Vidzemes. Respondenti Latgalē un Pierīgā biežāk norāda, ka ir piedzīvojuši dzimuma diskrimināciju.³⁰

Jāsecina, ka cilvēki neredz nevienlīdzīgu attieksmi pēc dzimuma kā diskrimināciju, pret kuru ir jācīnās, dzimuma lomas uztverot kā dabiskas un kā ierasto lietu kārtību.

Dzimums var būt iemesls neizdevīgākai konkurences pozīcijai darba meklēšanas procesā gadījumā Vislielākais respondentu skaits, kas uzskata, ka darba meklētājam neizdevīgāka pozīcija iespējamās dzimuma dēļ, ir Latgalē – 29%, savukārt Rīgā šim apgalvojumam piekrīt zemāks respondentu skaits – 15%.³¹ Viskrasāk dzimumu nevienlīdzība tiek izjusta darba atalgojuma ziņā – 41,5% vīriešu un 54,6% sieviešu uzskata, ka par līdzvērtīga apjoma darbu sievietei ir lielāks risks nonākt situācijā, kad viņa saņem zemāku atalgojumu nekā vīrietis.³² Ar nekorektu rīcību no darba devēju puses, kad, uzzinot par sievietes grūtniecību, darbiniece tiek atlaista no darba, ir saskārušies 11% respondentu.³³

²⁹ Labklājības ministrija, „Informatīvais ziņojums par Pekinas rīcības platformas īstenošanu Latvijā”, 2016. Pieejams: http://www.lm.gov.lv/upload/dzimumu_lidztiesiba_a/pekinas_zinojums_30012017_1.pdf

^{30 31} Eiropas Komisija, „Eiroparometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015. Pieejams: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2077>

Latvijā sieviešu pārstāvniecība lēmumu pieņemšanas procesos ir zema. 12. Saeimā no 100 deputātiem tika ievēlētas 15 sievietes. 2013. gadā notikušajās pašvaldību vēlēšanās tika ievēlēti 69% vīriešu un 31% sieviešu. Gandrīz visās republikas nozīmes pilsētās ievēlēto deputātu vīriešu īpatsvars bija tuvu 80%. Nevienā no deviņām republikas nozīmes pilsētām domes vadītāja amatu neieguva sieviete. Novadu pašvaldību domes priekšsēdētāju amatos 2016. gada septembrī bija 25% sieviešu un 75% vīriešu.³⁴

Latvijā sieviešu ekonomiskās aktivitātes līmenis ir 63,2%, kas ir par 9,2% zemāks nekā vīriešiem. Nepilnu darba laiku biežāk izvēlas strādāt sievietes – 10,8% nodarbināto sieviešu strādā nepilnu darba laiku.³⁵ Sievietes biežāk nekā vīrieši izvēlas būt darba ņēmējas un attiecīgi retāk pašnodarbinātas un darba devējas – 90,5% nodarbināto sieviešu un 84,2% nodarbināto vīriešu bija darba ņēmēji.³⁶ Nodarbināto sadalījumā pa profesijām un saimniecisko darbību veidiem vērojama horizontālā segregācija, t.i., noteikta veida profesijās un saimniecisko darbību veidos pārsvarā strādā viena dzimuma personas. Latvijā augsts sieviešu īpatsvars ir izglītībā, veselībā un sociālajā aprūpē, bet vīriešu – būvniecībā.³⁷

Mājsaimniecības darbos vismaz vienu stundu dienā Latvijā bija iesaistīti 43,7% vīriešu un 82,6% sieviešu.³⁸ Sabiedrībā par tipiskiem sieviešu pienākumiem/darbiem ģimenes dzīvē uzskata mājas uzkopšanu (79,6%), ēdiena gatavošanu (73,3%), palīdzību bērniem mācībās (43,7%), kā arī bērnu audzināšanu (43,3%) un bērna vešanu uz/no skolas (34,7%). Vairāk par vīrieša pienākumiem/darbiem ģimenes dzīvē uzskata, piemēram, remontdarbus mājās (70,9%) un ģimenes materiālo nodrošināšanu.³⁹

^{32 33} Latvijas Fakti, „Attieksme pret dzimumu līdztiesības jautājumiem sabiedrībā”, 2014. Pieejams: http://www.sif.gov.lv/images/files/SIF/progress-lidzt/Dzimumu_lidztiesiba_Rezultatu_atskaite_09.2014.pdf

^{34 35} Labklājības ministrija, „Informatīvais ziņojums par Pekinas rīcības platformas īstenošanu Latvijā”, 2016. Pieejams: http://www.lm.gov.lv/upload/dzimumu_lidztiesiba_a/pekinas_zinojums_30012017_1.pdf

^{36 37} Centrālā statistikas pārvalde, „Vīrieši un sievietes Latvijā”, 2016. Pieejams:

http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/nr_13_sievietes_un_viriesi_latvija_2016_16_00_lv_en.pdf

³⁸ Labklājības ministrija, „Informatīvais ziņojums par Pekinas rīcības platformas īstenošanu Latvijā”, 2016. Pieejams: http://www.lm.gov.lv/upload/dzimumu_lidztiesiba_a/pekinas_zinojums_30012017_1.pdf

³⁹ Latvijas Fakti, „Attieksme pret dzimumu līdztiesības jautājumiem sabiedrībā”, 2014. Pieejams: http://www.sif.gov.lv/images/files/SIF/progress-lidzt/Dzimumu_lidztiesiba_Rezultatu_atskaite_09.2014.pdf

Latvijā tāpat kā citās valstīs sievietes pelna mazāk nekā vīrieši. 2015. gadā sieviešu vidējā mēneša bruto darba samaksa bija par 16,2% zemāka nekā vīriešu.⁴⁰ 2014. gadā sievietes stundā pelnīja par 12,8% mazāk nekā vīrieši, un, salīdzinot ar pārējām Eiropas Savienības valstīm, Latvijā šis rādītājs bija zemāks par vidējo Eiropas Savienībā. Salīdzinot izmaksāto vecuma pensiju apmērus 2015. gadā, vīriešiem izmaksātās vecuma pensijas apmērs bija par 11,1% lielāks nekā sievietēm.⁴¹

Fizisku un/vai seksuālu vardarbību no esošā vai bijušā partnera savas dzīves laikā Latvijā piedzīvoja 32% sieviešu.⁴² 40% no vardarbības gadījumiem pret sievietēm notika ģimenēs. Statistikas dati par vardarbības gadījumiem nav pilnīgi, jo ne vienmēr par tiem ir ziņots atbildīgajām institūcijām, īpaši, ja vardarbība notiek ģimenē. Atbildīgās institūcijas datus par notikušajiem vardarbības gadījumiem ne vienmēr uzskaita nepieciešamajos griezumos, t.sk. dzimumu griezumā.

Sievietes izglītību iegūst tādās jomās kā izglītība, veselība un sociālā labklājība, humanitārās zinātnes un māksla, bet vīriešu pārsvars ir inženierzinātņu, ražošanas un būvniecības, dabas zinātņu, matemātikas un IT jomās.⁴³ Sievietes kopumā vairāk iegūst izglītību, bet tajās jomās, kas sabiedrības viedoklī ir iezīmētas kā „sieviešu”/„sievietēm piederīgas”. Tas ietekmē arī nodarbinātību dzimuma griezumā un sieviešu atalgojumu.

Sievietēm nabadzības riska indekss (25,2 %) ir augstāks nekā vīriešiem (18,6 %). Turklāt sievietes daudz vairāk nekā vīriešus ietekmē viņu aktivitātes statuss un izglītības līmenis.⁴⁴ Šis fakts apliecina dzimuma ietekmi uz nodarbinātību – vīrietis pat ar zemāku izglītību tiek uzverts kā labāks potenciālais darbinieks nekā sieviete.

Kā sabiedrībā vērtē dzimumu diskrimināciju?

Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra SKDS 2017. gada februārī veiktā sabiedriskās domas aptauja uzrāda augstu toleranci pret izdalītajām mērķa grupām. Kā darba kolēģi negribētu ņemt darbā personu, kas cietusi no vardarbības – 4,3% respondentu, personas, kas vienas audzina bērnus – 3,1%, personas, kurām ir mazi bērni – 3%, personas, kas kopj citu ģimenes locekli – 2,6%. Respondenti negribētu kaimiņos personu, kas cietusi no vardarbības – 3,6%, personas, kas vienas audzina bērnus – 0,8%, personas, kurām ir mazi bērni – 1,9%, personas, kas kopj citu ģimenes locekli – 1,9%. Respondenti negribētu būt draugos ar personu, kas cietusi no vardarbības – 3,1%, personas, kas vienas audzina bērnus – 1%, personas, kurām ir mazi bērni – 1,2%, personas, kas kopj citu ģimenes locekli – 1%.

Savukārt to respondentu skaits, kas uzskata, ka zina, ar kādu neiecietīgu attieksmi vai diskriminācijas gadījumiem saskaras dažādas sociālās grupas, ir neliels (personas, kas cietusi no vardarbības – 4%, personas, kas vienas audzina bērnus – 5%, personas, kurām ir mazi bērni – 9,2%, personas, kas kopj citu ģimenes locekli – 2,8%).

Latvijā sabiedrībā dominē dzimtē balstīti stereotipi par sieviešu un vīriešu lomām ģimenē un publiskajā jomā. Stereotipi nosaka sieviešu un vīriešu izglītības, profesijas, nodarbinātības modeļu, darba un ģimenes dzīves savienošanas izvēles. Tāpēc būtiski ir mazināt dominējošos stereotipus par sieviešu un vīriešu lomām, rādot piemērus, kas atšķiras no ierastajiem stereotipiem.

Jāpaaugstina sabiedrības informētības un izpratnes līmenis par dzimuma diskriminācijas izpausmēm un jāiedrošina iestāties par savām tiesībām.

^{40 41} Centrālā statistikas pārvalde, „Vīrieši un sievietes Latvijā”, 2016. Pieejams:

http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/nr_13_sievietes_un_viriesi_latvija_2016_16_00_lv_en.pdf

^{42 43} Labklājības ministrija, „Informatīvais ziņojums par Pekinas rīcības platformas īstenošanu Latvijā”, 2016.

Pieejams: http://www.lm.gov.lv/upload/dzimumu_lidztiesiba_a/pekinas_zinojums_30012017_1.pdf

⁴⁴ Centrālā statistikas pārvalde, „Vīrieši un sievietes Latvijā”, 2016. Pieejams:

http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/nr_13_sievietes_un_viriesi_latvija_2016_16_00_lv_en.pdf

Informācijas patēriņa paradumi

Interneta lietošanas apmērs vīriešu un sieviešu starpā būtiski neatšķiras. Sievietes nedaudz vairāk iesaistās sociālo tīklu lietošanā un sadarbojas ar valsts un sabiedriskajām institūcijām, savukārt vīrieši vairāk tiešsaistē lasa ziņas, avīzes un žurnālus. Pašradītā satura augšupielādēšanas apjoms dzimumu griezumā būtiski neatšķiras.⁴⁵

Mērļa grupu mediju lietošanas paradumus ietekmē gan ģeogrāfiskais (pilsēta vai lauki), gan arī sociālais konteksts. Informācijas iegūšanas paradumus lielā mērā nosaka personas izglītība un interešu loks. Ziņu un informācijas iegūšanai tiek minēti portāli delfi.lv un tvnet.lv, kā arī sociālie tīkli Facebook, draugiem.lv un odnaklasniki.ru.

Visos identificētajos mērļa grupas segmentos ir svarīgs reģionālais mediju lietojums. Reģionālo presi lasa, lai uzzinātu vietējos jaunumus un par gaidāmajiem notikumiem un pasākumiem. Vietējās organizācijas, biedrības un sociālais dienests kalpo kā informācijas izplatīšanas avoti. Uzticība organizācijām, kas palīdz praktiski, ir liela. Tomēr visnozīmīgākie informācijas iegūšanas kanāli ir no mutes mutē. Savējo faktors ir ļoti būtisks. Sevišķi tas raksturīgs personu grupai, kas ir cietuši no vardarbības.

Lielāka atsaucība tiek izteikta lokāliem pasākumiem, kas ir tieši mērķēti uz mērļa grupu un tās vajadzībām. Ja mērļa grupas pārstāvji paši ir neaktīvi, tad noteikti atsauksies uz pasākumiem bērniem. Tiek atzīts, ka sarežģītāk uzrunājama un mazāk atsaucīga ir mērļa grupas daļa, kas pārstāv zemāku sociālo slāni, kā arī lauku iedzīvotāji.

Kopumā mērļa grupu informētības un zināšanu līmenis ir zems. Īpaši jāatzīmē personas, kas kopj kādu ģimenes locekli – mērļa grupa, kurai nav savas identitātes, nišas informācijas avotu un atbalsta organizāciju. Personām pēc bērna kopšanas

atvaļinājuma trūkst izpratnes par sevi kā tiesību subjektu, nevis tikai vecāku. Savukārt viena vecāka ģimenēm trūkst informācijas, kas būtu domāta šai mērļa grupai.

Mērļa grupu informācijas iegūšanas un mediju paradumi ir ļoti atšķirīgi un tos ietekmē dažādi kontekstuālie aspekti. Tāpēc komunikācija ir jāīsteno, izmantojot plašu kanālu klāstu un pamatojoties uz datiem par sabiedrības vispārējiem informācijas patēriņa paradumiem.

Reģionālā dimensija ir svarīga komunikācijā ar mērļa grupu, tāpēc mērļa grupa jāuzrunā, izmantojot reģionālos komunikācijas kanālus.

Komunikācija jāveic, iesaistot starpniekorganizācijas, ar kurām mērļa grupām ir izveidojusies sadarbība un uzticība.

Vēstījumi

Sabiedrības saskarsmē ar mērļa grupām dominē stereotipiska attieksme, tāpēc vēstījumos par mērļa grupām būtiska ir esošo stereotipu laušana.

“ Katrs ir vērtība, un arī pats esi vērtība, tas, ko tu vēlies sev, ir svarīgi! ”

⁴⁵ Centrālā statistikas pārvalde, „Vīrieši un sievietes Latvijā”, 2016. Pieejams:

http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/nr_13_sievietes_un_viriesi_latvija_2016_16_00_lv_en.pdf

2.4.2. Vecuma diskriminācija

Personas, kuras pakļautas diskriminācijas riskiem vecuma dēļ – personas pēc 50 gadu vecuma (50+).

Mērķa grupas raksturojums

2016. gada sākumā Latvijā 40% pastāvīgo iedzīvotāju bija vecumā 50+. Vairākums iedzīvotāju vecumā 50+ dzīvo Rīgā (30–34% no vecumgrupas 50+ pārstāvjiem), bet salīdzinoši mazāk – Vidzemes reģionā (9–11%).⁴⁶ Saskaņā ar demogrāfiskajām prognozēm Latvijā iedzīvotāju vecumā 50+ kļūs arvien vairāk, un 2030. gadā tie veidos 45,6% no valsts iedzīvotāju kopskaita un 33,6% no darbaspēka.⁴⁷

Personas vecumā virs 50 gadiem (2016. gada sākums)⁴⁸

793 321

personas vecumā virs
50 gadiem, t.sk.:

383 148

personas
pirmspensijas, darba
spējas vecumā (50–63
gadus veci)

410 173

personas pensijas
vecumā

Vienlaikus tiek atzīmēts, ka vairāku mērķa grupu situācija, piemēram, vardarbība, viena vecāka ģimenes, novecošana, veca cilvēka aprūpe, sabiedrībā ir tabu tēma vai par to tiek runāts maz. Tāpēc sabiedrībai trūkst informācijas un nav izpratnes, kas ir mērķa grupa, kādas ir to vajadzības un ar ko ikdienā tām ir jāsaskaras.

Mērķa grupas pārstāvji atzīst, ka ir jādzēš „cietējas zīmogs”: „Nevajag pasākumus taisīt uz sēru fona!”, „Dzīvojam normālu dzīvi. Nav jātaisa traģēdijas!”. Nedrīkst arī vainot mērķa grupu par situāciju, kādā tā atrodas, aicina izvairīties no uzrunas caur negatīvo.

Vēstījumos par mērķa grupām ir svarīgi neatkārtot dominējošos stereotipus, jāizvairās no viktimizēšanas un mērķa grupas attēlošanas upura lomā.

Tolerances līmeni sabiedrībā var veicināt mērķa grupu un to vajadzību „padarīšana par redzamām”. Tāpēc sabiedrībai jāsniedz informācija par mērķa grupu situāciju un vajadzībām, padarot mērķa grupas redzamas.

Mērķa grupām ir jāpaaugstina informētības līmenis par savām tiesībām un iespējām tās aizstāvēt, vienlaikus radot izpratni par to, ka nevajag ļauties esošajiem stereotipiem.

Svarīgs vēstījums mērķa grupai ir atcerēties par sevi un savām vajadzībām: „Neesi atrauts no dzīves!” Svarīga atziņa, jo bieži vien mērķa grupai liekas, ka sevi pilnībā jāziedo, neplānojot laiku savām vajadzībām un sapņiem.

⁴⁶ Centrālā statistikas pārvalde, datu bāze „Iedzīvotāji un sociālie procesi”. Pieejama: <http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/>

⁴⁷ The World Bank, „The Active Aging Challenge: For Longer Working Lives in Latvia”, 2015. Pieejams: http://www.lm.gov.lv/upload/aktualitates2/wb_lv_active_aging_report_0110151.pdf

⁴⁸ Centrālā statistikas pārvalde, „Demogrāfija”, 2016. Pieejams: http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/nr_11_demografija_2016_16_00_lv_en.pdf

Kādā veidā izpaužas vecuma diskriminācija?

Iedzīvotāji vecumā 50+ veido sociālo grupu, kas ir neviendabīga pēc demogrāfiskajām, ekonomiskajām un citām pazīmēm. Tādējādi šo iedzīvotāju vidū var būt vairākas sociālās grupas, kurām ir atšķirīga pieredze saistībā ar diskrimināciju.

Valsts darba inspekcijā un Tiesībsarga institūcijā nav konkrētu datu par sūdzībām saistībā ar vecuma diskrimināciju. Tomēr atbilstoši Eiropabarometra 2015. gada pētījuma rezultātiem aptuveni puse Latvijas iedzīvotāju, kas ir vairāk nekā vidēji Eiropas Savienībā, uzskata, ka valstī ir izplatīta iedzīvotāju diskriminācija, kuri ir vecumā 55+. Tieši šis diskriminācijas veids ir vērtēts kā visvairāk izplatītais, salīdzinot ar citiem iespējamajiem diskriminācijas veidiem. Viedoklis, ka diskriminācija pēc vecuma pazīmes (55+) ir izplatīta⁴⁹, dominē visos Latvijas reģionos. Salīdzinot ar 2012. gada Eiropabarometra⁵⁰ aptauju, jāatzīmē, ka vērojama tendence samazināties to respondentu skaitam, kas šo diskriminācijas veidu atzīst par būtisku.

Pirmspensijas vecuma iedzīvotājiem ir grūtāk iegūt darbu. 50–59 gadus vecu iedzīvotāju nodarbinātības līmenis ir par 3–11 procentpunktiem zemāks nekā iedzīvotājiem 25–49 gadu vecumā. Bezdarbnieki vecumā 50+ veido bezdarbnieku sastāva lielāko daļu, turklāt gandrīz katrs otrais ir ilgstošais bezdarbnieks.⁵¹

Vairākums iedzīvotāju (64%) atzīst, ka vecums 55+ ir tas faktors, kas līdzīgas kvalifikācijas pretendentiem ir neizdevīgs, lai tiktu pieņemts darbā. Šādam viedoklim piekrist lielākā daļa iedzīvotāju visos Latvijas reģionos, īpaši Latgalē (78% no reģiona iedzīvotājiem) un Zemgalē (68%).⁵²

Strādājošajiem iedzīvotājiem vecumā 50+ ir zemāka darba vides kvalitāte, t.sk. darba apstākļi, apmācību iespējas, atalgojums, nekā jaunākām iedzīvotāju grupām. Īpaši

zems darba vides kvalitātes līmenis ir pirmspensijas vecuma sievietēm.⁵³ Salīdzinoši biežāk 50–64 gadu vecumā iedzīvotāju sastopas ar diskrimināciju darbavietā Pierīgā, Kurzemē un Zemgalē, bet retāk šāda diskriminācija sastopama Latgalē.⁵⁴

Lai gan Latvijas iedzīvotāji atzīst, ka diskriminācija pēc vecuma pazīmes (55+) ir ļoti izplatīta un ka vecums 55+ var būt šķērslis darba iegūšanā, daudzi uzskata, ka esošajā darbavietā ir pietiekami veicināta dažādība, nodarbinot šīs vecumgrupas cilvēkus. Šāds viedoklis dominē nodarbinātajiem iedzīvotājiem visos reģionos.⁵⁵

Kā sabiedrība vērtē vecuma diskrimināciju?

SKDS 2017. gada februārī veiktās sabiedriskās domas aptaujas rezultāti liecina, ka iedzīvotāju tolerances līmenis attiecībā uz cilvēkiem vecumā 50+ ir samērā augsts: šīs vecumgrupas cilvēkus negribētu kā kaimiņus tikai 1,9% respondentu, kā darba kolēģus – 5,1% respondentu, un kā tuvus draugus – 3,3% respondentu. Tomēr tikai neliela respondentu daļa (13,7%) uzskata, ka zina, ar kādu neiecietīgu attieksmi vai diskriminācijas gadījumiem saskaras šī sociālā grupa.

Ņemot vērā to, ka pieaug 50+ iedzīvotāju īpatsvars kopskaitā un darba spēka sastāvā, ir nepieciešams radīt priekšnosacījumus atvērtākam darba tirgum, ar piemēru palīdzību parādot darba devējiem gados vecāku darbinieku spējas, priekšrocības un pievienoto vērtību.

Lai arī sabiedrībā valda uzskats, ka Latvijā eksistē vecuma diskriminācija, tikai retais respondents atzīst, ka zina, ar kādu neiecietīgu attieksmi vai diskriminācijas gadījumiem saskaras cilvēki virs 50 gadiem. Tas liecina, ka nepieciešams skaidrot, kas rada nevienlīdzību ne tikai darba vietās, bet arī citās ikdienas situācijās.

⁴⁹ ⁵⁰ Eiropas Komisija, „Eiropabarometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015. Pieejams:

http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIA_L/surveyKy/2077

⁵¹ ⁵² Centrālā statistikas pārvalde, datu bāze „Iedzīvotāji un sociālie procesi”. Pieejama:

<http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/>

⁵³ The World Bank, „The Active Aging Challenge: For Longer Working Lives in Latvia”, 2015.

⁵⁴ Projektu un kvalitātes vadība, „Diskriminācija Latvijas darba tirgū”, 2014. Pieejams:

http://cilvektiesibas.org.lv/media/record/docs/2014/05/12/diskriminacija_lv_tirgu.pdf

⁵⁵ Eiropas Komisija, „Eiropabarometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015.

Informācijas patēriņa paradumi

Atbilstoši SKDS sabiedriskās domas aptaujas rezultātiem, ziņu iegūšanai par notikumiem Latvijā iedzīvotāji vecumā 55–74 gadi visvairāk izmanto nacionālo televīziju (75% no vecumgrupas pārstāvju skaita); otrajā vietā ir ārzemju televīzija, t.sk. Krievijas televīzija, (46%); trešajā vietā – nacionāla līmeņa radio (41%). Samērā populāri ir arī nacionāla līmeņa preses izdevumi – laikraksti (37%), bet pārējos informācijas avotus izmanto mazāk nekā viena trešdaļa pētāmās vecumgrupas iedzīvotāju.

Tā kā pētāmā mērķa grupa ir sociāli nevienlīdzīga, tad arī plašsaziņas līdzekļu lietojumā ir novērojamas atšķirības. Lai gan kopējais informācijas kanāls ir televīzija, raidījumi, kurus vairāk skatās iedzīvotāji vecumā 50+, drīzāk ir atkarīgi no informācijas iegūšanas (vai izmanto interneta portālus) un valodas (dzimtās valodas vai valodas, kurai dod priekšroku ikdienā). Strādājošo iedzīvotāju vidū populārākie informācijas iegūšanas kanāli ir interneta portāli Delfi un Tvnet, televīzija, e-pasts un sociālais tīkls Facebook. Reģionos dzīvojošo vecāka gadagājuma cilvēku populārākie informācijas iegūšanas kanāli ir televīzija, radio vai laikraksti. Reģionos dzīvojošie mērķa grupas pārstāvji dod priekšroku vietējām avīzēm, ziņu raidījumiem nacionālā mēroga televīzijā un vairāk nekā rīdiniēki pievēršas vietējās pašvaldības vietnei.

2016. gadā vismaz reizi nedēļā internetu lietojuši 60,7% iedzīvotāju vecumgrupā 55–64 gadi un 33,1% iedzīvotāju vecumgrupā 65–74 gadi. Internets pārsvarā tiek izmantots ziņu, avīžu un žurnālu lasīšanai tiešsaistē vai lejupielādēšanai un e-pasta nosūtīšanai vai saņemšanai.⁵⁶

Iedzīvotāji vecumā 50–59 gadi un arī iedzīvotāji vecumā 60+ gadu visvairāk uzticas televīzijai nekā laikrakstiem un portāliem.⁵⁷ Mērķa grupas pārstāvji vairāk ieklausās sava interešu loka profesionāļos. Mazāk atsaucīgi ir tie iedzīvotāji, kuriem ir zemi

ienākumi, veselības problēmas, liela noslogotība darbā, nav viegli pieejams transports, lai kaut kur nokļūtu, vai kuri norobežojušies no sabiedrības vai „padevušies nolemtībai”.

Lai sasniegtu mērķa grupu, primārie kanāli ir televīzija, radio, laikraksti, kam seko interneta ziņu portāli.

Efektīva metode mērķa grupas uzrunāšanai ir arī tiešā komunikācija, proti, personīga uzrunāšana, komunikācija „no cilvēka uz cilvēku”, draugu un paziņu atsauksmes un aicinājumi, klātienē pasākumi.

Lai gan par mērķa grupu, to interesējošām tēmām plašsaziņas līdzekļos runāts pietiekami, ieteicams vairāk sniegt tiešo aicinājumu iesaistīties darba un sociālajās aktivitātēs.

Vēstījumi

Aktuālākie jautājumi iedzīvotājiem vecumā 50+ ir veselība, nodarbinātība, hobiji, pensijas lielums un apziņa, ka „esi vajadzīgs”. Mērķa grupas pārstāvji ir atsaucīgi piedalīties pasākumos, kas saistīti ar veselību, kultūru vai hobijiem – apmeklēt tematiskās lekcijas, vingrošanas grupas, tikšanās ar interesantiem cilvēkiem, izstādes, savas paaudzes mākslinieku koncertus, tradicionālos svētkus, rokdarbu klubus vai citu interešu kolektīvus.

Strādājošie mērķa grupas pārstāvji sagaida no sabiedrības izpratni, ka paaudze vecumā 50+ ir ar ievērojamu dzīves un darba pieredzi, lielu zināšanu bagāžu, kā arī spēju daudz ko darīt un sasniegt. Mērķa grupas pārstāvji uzskata, ka par viņiem sabiedrībā ir iesakņojušies šādi mīti: neder darba tirgum, nepārvalda jaunas tehnoloģijas, biežāk slimo, savā dzīvē neko nevar izmainīt, ir pārāk taupīgi, kā arī ir atšķirīgas intereses, salīdzinot ar jauniešiem.

⁵⁶ Centrālā statistikas pārvalde, datu bāze „Zinātne un tehnoloģijas”. Pieejama:

<http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/zin/?rxid=cd>

⁵⁷ Vilands Associates/ Norstat Baltija, „Uzticamības kompass”, 2016. Pieejams: <http://vilands.lv/lv/va-uzticamibas-kompass>

2.4.3. Invaliditātes diskriminācija

Vienots vēstījums par visiem iedzīvotājiem vecumā 50+ nebūtu efektīvs, jo šīs vecuma grupas ietvaros ir izteiktas divas apakšgrupas – pirmspensijas iedzīvotāji un seniori-pensionāri, kuriem ir atšķirīgs dzīves konteksts un prioritātes. Aktuāli būtu veidot divus vēstījumus: par pirmspensijas iedzīvotāju nodarbinātību un pirmspensijas iedzīvotāju un senioru-pensionāru sociālo aktivitāti.

Lai uzrunātu mērķa grupu, vēstījumiem, jābūt fokusētiem uz to, ka pats cilvēks var radīt izmaiņas savā dzīvē.

Efektīvi vēstījumi būtu arī par pozitīvajiem reālajiem piemēriem no savas vecuma grupas pārstāvju dzīves, kā arī par pozitīvo pieredzi, ko var gūt, iesaistoties sociālajās aktivitātēs.

“Jā, noteikti ir mīti, ka mēs savā vecumā neko nevaram. Nē, mēs varam! Mēs varam precēties, mums var būt interesanti draugi, mēs varam pamainīt savu dzīvi, varam pārceļties uz citu valsti, mēs visu varam!”

Personas, kuras pakļautas diskriminācijas riskiem invaliditātes dēļ, t.sk. bezdarbnieki ar invaliditāti, personas ar invaliditāti un zemu izglītības līmeni.

Mērķa grupas raksturojums

Invaliditāte ir ilgstošs vai nepārejošs, ar vecuma pārmaiņām cilvēka organismā nesaistīts fizisko vai psihisko spēju ierobežojums, kas apgrūtina personas integrāciju sabiedrībā, pilnīgi atņem vai daļēji ierobežo tās spēju strādāt un sevi apkopt.⁵⁸ 2014. gadā 1. invaliditātes grupa bija 22 407 cilvēkiem, 2. invaliditātes grupa – 78 930 cilvēkiem, 3. invaliditātes grupa – 59 235 cilvēkiem.⁵⁹

Kopš 2002. gada ir novērojama tendence, ka ik gadu pieaug pirmoreiz par invalīdiem atzīto iedzīvotāju skaits. Biežākie invaliditātes cēloņi nestrādājošajiem iedzīvotājiem ir asinsrites sistēmas slimības, ļaundabīgie audzēji, skeleta, muskuļu un saistaudu slimības, psihiski un uzvedības traucējumi. Savukārt strādājošajiem iedzīvotājiem biežākie invaliditātes cēloņi ir ļaundabīgie audzēji, skeleta, muskuļu un saistaudu slimības, asinsrites sistēmas slimības un arodslimības.⁶⁰

174 060
personas ar
invaliditāti⁶¹

52,5% bezdarbnieku ar
invaliditāti ir ilgstošie
bezdarbnieki

71% cilvēku ar invaliditāti
nezinātu, kur vērsties
diskriminācijas gadījumā

⁵⁸ Centrālā statistikas pārvalde, datu bāze „Iedzīvotāji un sociālie procesi”. Pieejama: <http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/>

⁵⁹ ⁶⁰ Pamatnostādņu „Apvienoto Nāciju Organizācijas Konvencijas par personu ar invaliditāti tiesībām īstenošanas pamatnostādnes 2014.–2020. gadam” īstenošanas plāns 2015.–2017. gadam. Pieejams: http://www.lm.gov.lv/upload/2013junijs/lmpamn_040613_inv.pdf

⁶¹ Neatkarīgā Rīta Avīze, 2016. Pieejams: <http://nra.lv/latvija/178615-latvija-cilveku-ar-invaliditati-skaitis-pedejos-gados-ieverojami-palielinajies.htm>

Kādā veidā izpaužas invaliditātes diskriminācija?

Cilvēki ar invaliditāti veido sociālo grupu, kas ir nevienmērīga pēc demogrāfiskajām, sociālajām, ekonomiskajām un invaliditāti raksturojošajām pazīmēm. Tādējādi šo iedzīvotāju vidū var būt vairākas sociālas grupas, kurām ir atšķirīga pieredze saistībā ar diskrimināciju.

Valsts darba inspekcijā un Tiesībsarga institūcijā nav konkrētu datu par sūdzībām saistībā ar diskrimināciju pēc invaliditātes pazīmes, bet Eurobarometra 2015. gada pētījuma rezultāti liecina, ka 43% Latvijas iedzīvotāju uzskata cilvēku ar invaliditāti diskrimināciju par samērā izplatītu valstī. Šis diskriminācijas veids ir otrajā vietā pēc izplatības respondentu vērtējumā.⁶²

33% cilvēku ar invaliditāti norāda, ka pēdējos piecos gados (kopš 2010. gada) viņu dzīves kvalitāte ir pasliktinājusies (15% būtiski sliktāka un 18% nedaudz sliktāka).⁶³

Starp personām ar aktivitāšu ierobežojumiem veselības problēmu dēļ ir nozīmīgi mazāk augstskolu beidzēju un nozīmīgi vairāk cilvēku bez vidējās izglītības, salīdzinot ar personām bez ierobežojumiem. Personas ar aktivitāšu ierobežojumiem daudz retāk nekā pārējie turpina formālo izglītību un (ja strādā) daudz retāk nekā citi darba ņēmēji piedalās mācībās, kas pilnībā vai lielākoties notiek apmaksāto darba stundu laikā.⁶⁴

Darbspējas vecuma (15–64 gadi) iedzīvotāju ar invaliditāti nodarbinātības līmenis ir ļoti zems. 52,5% bezdarbnieku ar invaliditāti ir ilgstošie bezdarbnieki. Kopējā reģistrētā bezdarbnieku skaitā Latvijā bezdarbnieku ar invaliditāti īpatsvars aizvien turpina pieaugt.⁶⁵ 49% Latvijas iedzīvotāju uzskata, ka invaliditāte ir tas faktors, kas

pie līdzīgas kvalifikācijas pretendentiem ir neizdevīgs, lai tiktu pieņemts darbā. Šāds viedoklis ir izplatīts Latgalē (64% no reģiona iedzīvotājiem). Arī pārējos Latvijas reģionos šādam viedoklim piekrīt gandrīz katrs otrais reģiona iedzīvotājs, kas ir samērā daudz.⁶⁶

Strādājošo personu ar invaliditāti darba samaksa ir zemāka nekā pārējiem nodarbinātajiem. Šis fakts tikai nelielā daļā ir izskaidrojams ar to, ka viņi pārsvarā strādā zemāk atalgotās profesijās. Kurzemē dzīvojošie cilvēki ar invaliditāti biežāk uzskata, ka sastopas ar diskrimināciju darbavietā, bet retāk diskrimināciju darbavietā saskata Latgalē dzīvojošie.⁶⁷

Lai gan Latvijas iedzīvotāji atzīst, ka diskriminācija pēc invaliditātes pazīmes ir izplatīta un ka invaliditāte var būt šķērslis darba iegūšanā, gandrīz visos reģionos dominē uzskats, ka dažādība, nodarbinot cilvēkus ar invaliditāti, tiek veicināta pietiekami. Tikai Kurzemē ir vairāk tādu iedzīvotāju, kas norāda, ka esošajā darbavietā šāda veida dažādība netiek veicināta pietiekami.⁶⁸

Vērojama arī cita pretruna. Lai arī sabiedrība atzīst diskriminācijas pēc invaliditātes pazīmes izplatību, paši cilvēki ar invaliditāti, kopumā vērtējot Latvijas sabiedrības un dažādu institūciju pārstāvju attieksmi, neatzīmē, ka kāda sabiedrības daļa vai institūcija attiecas pret viņiem vairāk diskriminējoši nekā atbalstoši vai neitrāli.⁶⁹

Kā sabiedrība vērtē invaliditātes diskrimināciju?

SKDS 2017. gada februārī veiktās sabiedriskās domas aptaujas rezultāti liecina, ka iedzīvotāju tolerances līmenis attiecībā uz cilvēkiem ar invaliditāti ir vidējs. Neiecietība vairāk tiek pausta pret cilvēkiem ar garīgiem traucējumiem (t.sk. psihiskām slimībām, attīstības traucējumiem). Cilvēkus ar garīgiem traucējumiem

⁶² Eiropas Komisija, „Eurobarometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015. Pieejams: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2077>

⁶³ Faktum, Personu ar invaliditāti aptauja: „Pētījums par ANO konvencijā par personu ar invaliditāti tiesībām ieviešanu”, 2014. Pieejams: <http://www.tiesibsargs.lv/lv/pages/petijumi-un-publikācijas/petijumi>

⁶⁴ Hazans, M., Kļave, E., Zepa, B. „Pētījums par pretdiskriminācijas politikas uzraudzības sistēmas izstrādi: Pētījuma rezultātu ziņojums”, 2014. Pieejams http://www.sif.gov.lv/images/files/SIF/progress-dazadiba/Petijums_diskr_final.pdf

⁶⁵ Faktum, Personu ar invaliditāti aptauja: „Pētījums par ANO konvencijā par personu ar invaliditāti tiesībām ieviešanu”, 2014. Pieejams: <http://www.tiesibsargs.lv/lv/pages/petijumi-un-publikācijas/petijumi>

⁶⁶ Eiropas Komisija, „Eurobarometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015. Pieejams: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2077>

⁶⁷ Projektu un kvalitātes vadība, „Diskriminācija Latvijas darba tirgū”, 2014.

⁶⁸ Eiropas Komisija, „Eurobarometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015.

⁶⁹ Faktum, Personu ar invaliditāti aptauja: „Pētījums par ANO konvencijā par personu ar invaliditāti tiesībām ieviešanu”, 2014. Pieejams: <http://www.tiesibsargs.lv/lv/pages/petijumi-un-publikācijas/petijumi>

⁶² Eiropas Komisija, „Eurobarometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015. Pieejams:

<http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2077>

⁶³ Factum, Personu ar invaliditāti aptauja: „Pētījums par ANO konvencijā par personu ar invaliditāti tiesībām ieviešanu”, 2014. Pieejams: <http://www.tiesibsargs.lv/lv/pages/petijumi-un-publikācijas/petijumi>

⁶⁴ Hazans, M., Kļave, E., Zepa, B. „Pētījums par pretdiskriminācijas politikas uzraudzības sistēmas izstrādi: Pētījuma rezultātu ziņojums”, 2014. Pieejams http://www.sif.gov.lv/images/files/SIF/progress-dazadiba/Petijums_diskr_final.pdf

⁶⁵ Nodarbinātības valsts aģentūra, „Pārskats par bezdarba situāciju valstī”, 2016. gada septembris.

negribētu kā kaimiņus 25,6% respondentu, kā darba kolēģus – 36,7% respondentu, kā tuvus draugus – 28,5% respondentu. Savukārt cilvēkus ar funkcionāliem traucējumiem (piemēram, kustību, redzes, dzirdes traucējumiem) kā kaimiņus negribētu 3,1% respondentu, kā kolēģus – 9,7% respondentu, kā tuvus draugus – 4,4% respondentu.

Tikai neliels respondentu skaits uzskata, ka zina, ar kādu neiecietīgu attieksmi vai diskriminācijas gadījumiem saskaras cilvēki ar garīga rakstura traucējumiem (15% respondentu) un cilvēki ar funkcionāliem traucējumiem (13,6%).

Lai gan par cilvēkiem ar invaliditāti plašsaziņas līdzekļos tiek runāts regulāri, uzmanība vairāk jāpievērš konkrētiem invaliditātes veidiem, t.i., runāt un risināt problēmas, kas attiecas tieši uz neredzīgajiem, nedzirdīgajiem, cilvēkiem ar intelektuālās attīstības vai cita veida traucējumiem. Sniedzot konkrētus piemērus, iespējams mazināt stereotipus par cilvēku ar invaliditāti spējām un ierobežojumiem darba tirgū.

Informācijas patēriņa paradumi

Tā kā pētāmā mērķa grupa ir sociāli neviendabīga, tad arī plašsaziņas līdzekļu lietojumā ir novērojamas atšķirības. Vecāka gadagājuma cilvēku ierastais informācijas avots ir radio, televīzija vai laikraksti. Savukārt gados jaunāki cilvēki un strādājošie biežāk izmanto sociālos tīklus un ziņu portālus. Reģionos vecāka gadagājuma cilvēki, kas lasa presi, dod priekšroku vietējām avīzēm. Ja personai ir piekļuve internetam, spēja lasīt parasto tekstu un iemaņas meklēt informāciju interneta pārlūkā, tad informācija par mērķa grupai aktuāliem jaunumiem biežāk tiek iegūta no vietējo nevalstisko organizāciju vai pašvaldību vietnēm.

Mērķa grupai ir savi specifiskie informācijas kanāli: mērķa grupu pārstāvošās organizācijas – šo organizāciju rīkoti pasākumi, tīmekļa vietnes vai konti sociālajos tīklos (*Facebook, draugiem.lv, Twitter*); Latvijas Reģionu Televīzijas „Re:TV” speciālais raidījums „Trīs ceturtdaļas” u.c.

Visefektīvākā metode mērķa grupas uzrunāšanai ir tiešā komunikācija, proti, personīga uzrunāšana, komunikācija „no cilvēka uz cilvēku”, caur ģimenes locekļiem, draugu un paziņu atsauksmes un aicinājumi, klātienes pasākumi. Mērķa grupas viedokļu līderi ir nevalstiskās organizācijas, to vadītāji, kas labi sevi pierādījuši, kā arī paši cilvēki ar invaliditāti, kuri guvuši panākumus kādā dzīves jomā. Aktuālākie jautājumi mērķa grupai ir praktiskās tēmas, kas palīdz uzlabot savu ekonomisko un sociālo situāciju: par finansiālo atbalstu, sociālajiem pakalpojumiem, tehniskajiem palīgīdzekļiem, rehabilitāciju, nodarbinātību, izglītības iespējām, invaliditātes grupas piešķiršanu, vides pieejamību, specifiskajiem un līdz šim nepietiekami izskaidrotajiem jautājumiem.

71% cilvēku ar invaliditāti nezinātu, kurā iestādē būtu jāvēršas diskriminācijas aizlieguma pārkāpuma gadījumā.⁷⁰ Lielākā daļa cilvēku ar kustības, redzes vai dzirdes traucējumiem novērtē informācijas pieejamību kā apmierinošu vai sliktu. Cilvēkiem ar invaliditāti pietrūkst informācijas visās jomās – par darba un izglītības iespējām, tehniskajiem palīgīdzekļiem, veselības aprūpes un medicīniskās rehabilitācijas pakalpojumiem, valsts un pašvaldību iestāžu pakalpojumiem, kultūras pasākumiem, līdzdalības iespējām likumdošanas izstrādē.⁷¹

Mērķa grupas iesaiste informatīvajos, kultūras, sporta vai cita veida sociālajos pasākumos var būt lielāka. Mazāk atsaucīgi ir tie iedzīvotāji, kuriem ir zemi ienākumi, nav viegli pieejams transports vai pavadonis vai kuri noslēgušies sevī. Visaktīvākie ir nevalstisko organizāciju pārstāvji un šīm organizācijām lojālie biedri.

Lai uzrunātu mērķa grupu, ieteicams sadarboties ar mērķa grupas nevalstiskajām organizācijām, kas var sniegt atbalstu, sagatavojot un izplatot informāciju mērķa grupai atbilstošā formātā (piemēram, Braila raksts, audioteksti).

Sadarbība ar mērķa grupas nevalstiskajām organizācijām ir ieteicama, lai panāktu mērķa grupas iesaistīšanos aktivitātēs.

^{70 71} Factum, Personu ar invaliditāti aptauja: „Pētījums par ANO konvencijā par personu ar invaliditāti tiesībām ieviešanu”, 2014. Pieejams: <http://www.tiesibsargs.lv/lv/pages/petijumi-un-publikacijas/petijumi>

Vēstījumi

Vienlīdzība ir kopējā aktuālā vērtība cilvēkiem ar invaliditāti. Savukārt situācijas, kurās ir īpaši pieprasīta vienlīdzība, mērķa grupai ir dažādas. Zināmā mērā tas ir atkarīgs no mērķa grupas pārstāvju vecuma (vai tie būtu bērni, iedzīvotāji darbības vecumā, seniori), invaliditātes veida un pakāpes. Mērķa grupas pārstāvji sagaida sabiedrības izpratni, ka cilvēki ar invaliditāti, lai arī atšķirīgi, ir līdzvērtīgi.

„Tu vari smieties, Tu vari lasīt grāmatu,
Tu vari priecāties, Tu esi tāds pats kā es.”

Par mērķa grupu sabiedrībā ir daudz nezināšanas un mītu, piemēram: cilvēki ar invaliditāti neko vai maz ko spēj darīt, viņi ir tikai „nasta sabiedrībai”, „no viņiem ir jābaidās”.

Lai uzrunātu mērķa grupu, vēstījumiem jābūt fokusētiem uz pozitīviem reālajiem piemēriem un konkrētiem risinājumiem, kā arī uzsverot „Tu to vari!”.

2.4.4. Etniskā diskriminācija (romi)

Personas, kuras pakļautas diskriminācijas riskiem etniskās piederības dēļ, t.sk. romu tautības pārstāvji un citas etniskās minoritātes. Patvēruma meklētāji un personas ar bēgļa vai alternatīvo statusu.

Mērķa grupas raksturojums

2017. gada 1. janvārī Latvijā dzīvo 7456 romu tautības iedzīvotāju, veidojot 0,35% no kopējā iedzīvotāju skaita.⁷² Pēdējo piecu gadu laikā oficiāli Latvijā reģistrēto romu kopskaits ir mainījies dabīgā pieauguma samazināšanās un emigrācijas procesu ietekmē. Romu nevalstiskās organizācijas uzskata, ka kopējais romu skaits Latvijā ir aptuveni divas reizes lielāks, jo romu kopienā ir liels īpatsvars, kas sevi identificē kā romus, bet oficiāli to tomēr nenorāda, baidoties no diskriminācijas.⁷³ Visvairāk romu dzīvo Kurzemes un Zemgales reģionu lielajās pilsētās – Ventspilī, Jelgavā, kā arī Rīgā. Salīdzinoši daudz romu dzīvo Alojās novadā 1,9%, Talsu novadā 1,5%, Viļakas novadā 1,21%, Dobeles novadā 1,09% un Kandavas novadā 1,02%.⁷⁴

7456 romi

82,3% romu vai arī viņu tuvākie ģimenes locekļi ir piedzīvojuši situācijas, kad darba devēji atteikušies viņus pieņemt darbā tautības vai atšķirīgā vizuālā izskata dēļ

⁷² Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde, Iedzīvotāju reģistrs. Pieejams:

<http://www.pmlp.gov.lv/lv/sakums/statistika/iedzivotaju-registrs/>

^{73 74} Sabiedrības integrācijas fonds/ Tirgus un sociālo pētījumu centrs „Latvijas fakti”, „Romi Latvijā: pētījuma ziņojums”, 2015. Pieejams:

http://petijumi.mk.gov.lv/sites/default/files/file/MP_SIF_ROMI_Latvija_2015_arh.pdf

Kā izpaužas etniskā diskriminācija?

Latvijas sabiedrībā ir izteikta negatīva attieksme pret romiem. 49% Latvijas iedzīvotāju nebūtu pieņemami, ja viņu bērnu partneris būtu romu tautības. Savukārt gandrīz pusei Latvijas iedzīvotāju (48%) nebūtu iebildumu strādāt kopā ar romiem.⁷⁵

Romu tautības iedzīvotāji visbiežāk saskaras ar diskrimināciju saistībā ar nodarbinātību. 2015. gadā veiktajā aptaujā 82,3% romu apstiprināja, ka viņi paši vai arī viņu tuvākie ģimenes locekļi pēdējo triju gadu laikā ir piedzīvojuši situācijas, kad darba devēji atteikušies viņus pieņemt darbā tautības vai atšķirīgā vizuālā izskata dēļ.⁷⁶ Romu situāciju darba tirgū raksturo vidēji trīs reizes augstāki bezdarba rādītāji nekā vidēji Latvijas sabiedrībā kopumā – liels ilgstošo bezdarbnieku īpatsvars un augsts neregistrētā bezdarba īpatsvars.⁷⁷

Romi ir uzskatāmi par nabadzības riskam pakļautu iedzīvotāju grupu. Vairāk nekā puse romu mājsaimniecību ir maznodrošinātas vai trūcīgas. 40,5% romu mājsaimniecību iztiek no dažādiem sociālajiem pabalstiem un cita veida finanšu palīdzības.⁷⁸ Bezdarba un nabadzības risku ietekmē romu zemais izglītības līmenis. Liela daļa romu bērnu skolu apmeklē neregulāri un mācības skolā pārtrauc tā arī neieguvuši pamatzglītību.⁷⁹

Romu bērnu iekļaušanos izglītības sistēmā apgrūtina nievājošā attieksme, stigmatizācija un mobings skolā, kā arī adaptācijas grūtības skolas un mācību vidē, ko

pastiprina valodas barjera. Nozīmīgus šķēršļus rada arī skolotāju profesionālās sagatavotības un mācību materiālu trūkums, kā arī izglītības iestāžu nevēlēšanās uzņemt romu skolēnus.⁸⁰

Kā sabiedrība vērtē etnisko diskrimināciju?

Saskaņā ar Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra SKDS 2017. gada februārī veiktās sabiedriskās domas aptaujas rezultātiem vairāk nekā vienai trešdaļai (34,7%) iedzīvotāju ir iebildumi dzīvot blakus romiem. 31,5% iedzīvotāju būtu iebildumi strādāt kopā ar romiem, bet 34,8% iedzīvotāju nedomā, ka romi varētu kļūt par viņu tuviem draugiem.

Atšķirībā no citām aptaujā pieminētajām grupām, vērojams, ka attiecībā uz romiem sabiedrībā valda vienlīdz noraidoša attieksme gan kā pret kaimiņiem, gan darba kolēģiem, gan iespējamiem draugiem. Turklāt noraidoša attieksme vērojama visās sociāldemogrāfiskajās grupās.

Fokusa grupu dalībnieki⁸¹ atzīst, ka priekšstats un attieksme pret romiem lielākoties veidojusies personīgas saskarsmes rezultātā, ko pastiprina plašsaziņas līdzekļos paustie piemēri. Atpazīstamākie romi plašsaziņas līdzekļos lielākoties ir dziedoši un muzicējoši, nespējot nosaukt nevienu citas profesijas pārstāvi no savas tautas.

Lai mainītu stereotipisko roma kā mūziķa tēlu publiskajā vidē, kampaņā ieteicams parādīt romu tautības pārstāvjus, kas veiksmīgi darbojas citās profesijās, ir uzņēmēji, ārsti u.tml. Šādu piemēru mērķis ir mainīt sabiedrībā valdošo viedokli un veidot pašu romu priekšstatu par savām iespējām.

⁷⁵ Eiropas Komisija, „Eurobarometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015. Pieejams: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2077>

⁷⁶ Sabiedrības integrācijas fonds/ Tirgus un sociālo pētījumu centrs „Latvijas fakti”, „Romi Latvijā: pētījuma ziņojums”, 2015. Pieejams: http://petijumi.mk.gov.lv/sites/default/files/file/MP_SIF_ROMI_Latvija_2015_arh.pdf

⁷⁷ ⁷⁸ Kultūras ministrija, „Informatīvais ziņojums par Latvijas romu integrācijas politikas pasākumu īstenošanu 2015. gadā”, 2015.

⁷⁹ Latvijas Cilvēktiesību centrs, „Otrais alternatīvais jeb „ēnu ziņojums” par Eiropas Padomes Vispārējās konvencijas par nacionālo minoritāšu aizsardzību īstenošanu Latvijā”, 2013. Pieejams: <http://cilvektiesibas.org.lv/lv/publications/otrais-alternativais-jeb-enu-zinojums-par-eiropas--257/>

⁸⁰ Izglītību iniciatīvu centrs, „Romu tiesības uz izglītību: īstenošanas situācija Latvijā”, 2011. Pieejams: http://www.iic.lv/lv/projekti/rti_petijums_isl.pdf

⁸¹ Safege Baltija, 2017.

Informācijas patēriņa paradumi

Saskaņā ar mērķa grupu interviju laikā gūto informāciju komunikācijai ar mērķa grupu var izmantot sociālos tīklus, jo romi, īpaši jaunākā paaudze, tos aktīvi lieto, komunicējot ar līdzīgi domājošajiem un neskatoties uz etnisko izcelsmi. Sociālie tīkli un Skype bieži tiek izmantoti komunikācijai ar radiem ārzemēs.

Romu kopienā pastāv lielas atšķirības starp ģimenēm ar augstāku un zemāku izglītības līmeni, kas izpaužas dzīvesveidā, interesēs un mediju lietojumā. Informāciju par notiekošo Latvijā romi pamatā iegūst no radio un televīzijas, sevišķi sekojot tam, kā šajos medijos tiek atspoguļota pašu tautības pārstāvji. Reģionālās atšķirības mediju lietojumā romiem nav raksturīgas, izņemot Latgali, kur komunikācijā vairāk tiek izmantota krievu valoda.

Romiem ir labi attīstīta savstarpējā komunikācija, informāciju tie parasti nodod tiešā veidā, izmantojot t.s. „čigānu pastu”. Komunikācijā lielu lomu spēlē iekšējie sociālie tīkli, ko veido primāri ģimene vai ģimeņu kopums. Komunikācija ārpus ģimenes atkarīga no tās atvērtības un līdzdalības kādos ārējos tīklos.

Tradicionāli daudzas romu organizācijas piedalās vietējā līmeņa kultūras pasākumos kopā ar citām mazākumtautībām un gadskārtu svētkos. Romiem veltītu pasākumu rīkošana atkarīga no pašvaldības intereses, romu iedzīvotāju skaita un to pārstāvošo biedrību aktivitātes. Aktīvas ir pašvaldības Jelgavā, Jūrmalā un Daugavpilī. Tradicionāli 8. aprīlī – Starptautiskajā romu dienā – romu organizācijas rīko atklātus pasākumus, kas vērsti uz starpkultūru dialogu.

Kampaņas laikā iespējams sadarboties ar šādu pasākumu rīkotājiem, pēc iespējas izmantojot šos pasākumus informācijas izplatīšanai, piemēram, par projektā pieejamiem pakalpojumiem.

Romi veido dažādu interešu grupas, kas atšķiras pēc izglītības, interesēm un dzīves līmeņa. Sarežģītāk komunicējama un uzrunājama, kā arī mazāk atsaucīga ir mērķa

auditorija no romu zemākā sociālā slāņa. Šīs grupas atsaucībā dažādiem pasākumiem svarīga var būt materiālā ieinteresētība. Lai mērķa grupa saprastu un būtu iespējams tai nodot informāciju, komunicējot ar romu tautības pārstāvjiem, ieteicams lietot vieglo valodu.

Lai komunikācija sasniegtu šīs atšķirīgās grupas, ieteicams izmantot starpniekus, no kuriem šīs grupas iegūst informāciju. Šādi starpnieki ir, piemēram, skolas, sociālie dienesti, romu mediatori, romu organizācijas.

Vēsturiski romiem raksturīga dzīve kopienā, kas aptver vairāku ģimeņu kopumu un kuru reprezentē viena autoritāte. Šobrīd gan vērojama šīs tradīcijas izzušana – par kopienu tiek primāri uzskatīti tikai tiešie radnieki.

Būtiska romu piesaistei ir pasākuma rīkotāja autoritāte romu sabiedrībā. Tomēr, komunicējot ar kopienu līderiem, jāņem vērā, ka viņiem ne vienmēr uzticas visas attiecīgajā teritorijā dzīvojošās romu ģimenes.

Vēstījumi

Romus varētu ieinteresēt jebkura tēma, kas saistīta ar viņu tautību, sevišķi, ja tā tiek atspoguļota pozitīvā gaismā. Vēstījumos par romiem būtiska ir esošo sabiedrības stereotipu laušana.

Kampaņā svarīgi iesaistīt pašus romus, uzsverot viņu sasniegumus un to, ka viņi ir daļa no kopīgas sabiedrības un līdzvērtīgi ar savu unikālo kultūru.

Kampaņas norisei svarīgi radīt iespēju diskutēt un dalīties pieredzē.

Uzrunājot romus, būtiski ievērot ētikas robežas – neizcelt negatīvi etnisko piederību un neizmantojot stereotipus.

2.4.5. Bēgļi, patvēruma meklētāji

Mērķa grupas raksturojums

Mērķa grupa ir skaitliski neliela. To personu skaits, kurām Latvijā piešķirts starptautiskās aizsardzības statuss, ir strauji pieaudzis 2016. gadā, kas saistīts ar 2015. gadā uzsākto Eiropas Savienības pārvietošanas programmas īstenošanu Latvijā. Līdz 2017. gada aprīlim Latvija ir uzņēmusi 280 personas.⁸²

328

patvēruma
meklētāji
(2015.gadā)⁸³

47

personas ar
bēgļa statusu

107

personas ar
alternatīvo
statusu

Kādā veidā izpaužas diskriminācija?

Informācija par diskriminācijas gadījumiem pret patvēruma meklētājiem, bēgļiem vai personām ar alternatīvo statusu ir iegūstama pastarpināti. Uz diskrimināciju norāda Latvijas sabiedrībā izteikti negatīvā attieksme pret patvēruma meklētājiem. Pēc 2015. gada decembra SKDS⁸⁴ aptaujas datiem, 78,3% iedzīvotāju iebilst pret pārcelto un pārmitināto patvēruma meklētāju uzņemšanu. Patvēruma meklētāji visbiežāk saskaras ar ikdienas diskrimināciju sava atšķirīgā vizuālā izskata dēļ. Ar diskrimināciju, netaisnīgu vai aizvainojošu attieksmi etniskās vai reliģiskās piederības dēļ Latvijā saskārušies vairāk nekā trešdaļa ārvalstnieku.⁸⁵

⁸² Iekšlietu ministrija, 2017. Pieejams http://iem.gov.lv/lat/patveruma_mekletaji_es_un_latvija/?doc=34317

⁸³ Dati sniegti par 2015. gadu, jo Izpētes laikā nav pieejami apkopotī dati par 2016. gadu.

⁸⁴ SKDS, 2015. Pieejams: <http://nra.lv/latvija/159845-petijums-sabiedriba-migrantus-negrib-pret-begliem-78-3.htm>

⁸⁵ Baltijas Sociālo zinātņu institūts, „Imigranti Latvijā: iekļaušanās iespējas un nosacījumi”, 2009. Pieejams: http://www.integration.lv/uploads/files/informativie-materiali/imigranti_lv.pdf

Aptaujātie eksperti apstiprina, ka nepietiekamas valsts valodas zināšanas visvairāk ierobežo personu ar starptautiskās aizsardzības statusu pieeju darba tirgum. Valsts nodrošinātās valodu apmācību iespējas ir nepietiekamas, lai valsts valodu apgūtu tādā līmenī, kas ļautu veiksmīgi iekļauties darba tirgū.

Visbiežākās sociālās problēmas, ar kurām saskaras personas ar bēgļa vai alternatīvo statusu, ir nespēja iekļauties darba tirgū, grūtības noīrēt mājokli un ierobežota pieeja veselības aprūpes pakalpojumiem.⁸⁶ Starptautiskās aizsardzības statusu ieguvušajām personām Latvijā nav nodrošināta veselības aprūpe, kas pēc apjoma un saņemšanas nosacījumiem atbilstu tam līmenim, kādā to saņem citi valsts iedzīvotāji.⁸⁷ Likumdošanas un normatīvajā līmenī diskriminācija nepastāv, tomēr praksē bēgļu vai personu ar alternatīvo statusu faktisko piekļuvi pakalpojumiem kavē tādi faktori kā valodas barjera un pakalpojumu sniedzēju demonstrētā netolerantā attieksme.⁸⁸

Kā sabiedrība vērtē etnisko diskrimināciju?

Saskaņā ar tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra SKDS 2017. gada februārī veiktās sabiedriskās domas aptaujas rezultātiem gandrīz vienai trešdaļai (28,3%) iedzīvotāju ir iebildumi dzīvot blakus bēgļiem un/vai patvēruma meklētājiem. 26,8% iedzīvotāju ir iebildumi dzīvot blakus bēgļiem un/vai patvēruma meklētājiem, bet 27,2% iedzīvotāju nedomā, ka bēgļi un/vai patvēruma meklētāji varētu kļūt par viņu tuviem draugiem.

^{86 87} Latvijas Cilvēktiesību centrs, „Pētījums par personu, kam ir piešķirts alternatīvais statuss, pieeju sociālajai palīdzībai un sociālajiem pakalpojumiem”, 2012. Pieejams: http://providus.lv/article_files/848/original/Gala_zinojums_ped2.pdf?1326198814

⁸⁸ UNHCR. Integration of refugees in Latvia: Participation and Empowerment, 2015. Pieejams: http://www.emn.lv/wp-content/uploads/UNHCR_Integration-of-refugees-in-Latvia.pdf

Ņemot vērā mērķa grupas mazskaitlīgumu, ticams ir pieņēmums, ka priekšstats un noraidoša attieksme par šo grupu Latvijas iedzīvotājiem ir radies nevis personīgu kontaktu rezultātā, bet gan pamatojoties uz plašsaziņas līdzekļos un sociālajos tīklos gūtu informāciju. Tas liecina par nepieciešamību pastiprināt šīs grupas pārstāvju stāstu un piemēru klātbūtni plašsaziņas līdzekļos un sociālajos tīklos, iekļaujot tos plašsaziņas līdzekļu ierastā tematikā. Vienlaikus ir jārada personīgo kontaktu iespējas ar šīs grupas pārstāvjiem.

Informācijas patēriņa paradumi

Patvēruma meklētāji un personas ar bēgļa vai alternatīvo statusu informāciju par situāciju Latvijā primāri iegūst cits no cita. Informācijas avoti ir paziņas, draugi, radnieki, kā arī personas, kas jau uzturas patvēruma meklētāju izmitināšanas centrā „Mucenieki”. Viņi neizmanto Latvijas plašsaziņas līdzekļus. Ņemot vērā mērķa grupas mainīgumu, nav iespējams identificēt saturu un vietnes, ko mērķa grupa izmanto informācijas iegūšanai. Ekspertu novērojumi liecina, ka pamatā tiek skatītas ziņu lapas internetā dzimtajā valodā. Televīziju mērķa grupa skatās retāk, ja skatās, tad TV kanālus internetā dzimtajā valodā. Aktīvi tiek lietoti sociālie tīkli (piemēram, Facebook), kā arī citi informācijas tīkli. Primāri tie tiek izmantoti, lai sazinātos ar radniekiem.

Informācijas ieguvē svarīga ir avota ticamība un klātbūtne. Vislabāk mērķa grupa uztver informāciju, ko klātienē sniedz paziņas, draugi, radnieki vai citas uzticamības personas. Ar mērķa grupu strādā gan dažādas valsts iestādes, gan nevalstiskās organizācijas, piemēram, biedrība „Patvērums „Drošā māja””, biedrība „Latvijas Sarkanais Krusts”, biedrība „Gribu palīdzēt bēgļiem”.

Sarunas ar mērķa grupu īpaši veicina iespēja sarunāties viņu valodā vai starpniekvalodā. Jāatzīmē, ka starpniekvalodas izmantošanai ir būtiska nozīme saziņā ar mērķa grupu – tā paaugstina saziņas kvalitāti un mērķa grupas atvērtību.

Patvēruma meklētāji ir ieinteresēti labāk iepazīt Latviju un piedalīties praktiskas ievirzes pasākumos, kur var atklāt savas prasmes, iegūt jaunas iemaņas vai būt noderīgi. Piemēram, patvēruma meklētāji piedalās NVO un brīvprātīgo rīkotajās diskusijās, kultūras vakaros, Lielajā talkā.. Mērķa grupai primāri interesē praktiska informācija par pabalstiem, mājokli, darba iespējām, valodas apmācībām un veselības pakalpojumiem.

Mērķa grupa visvieglāk sasniedzama ir patvēruma procedūras gaitā, kā arī 12 mēnešus pēc statusa iegūšanas.

Līdzšinējā pieredze rāda, ka vislabāk mērķa grupu izdodas iesaistīt tad, ja uzrunā personiski. Atvērtību un iesaistīšanos veicina arī materiālu stimulu izmantošana.

Ņemot vērā izpētes laikā secināto nepieciešamību komunicēt ar šīm grupām dzimtajās valodās vai citās tiem saprotamās valodās (angļu, krievu), ieteicams sadarboties ar organizācijām, kas jau strādā ar mērķa grupas pārstāvjiem. Tās var kalpot kā informācijas izplatītāji, jo pārzina situāciju un mērķa grupa tām uzticas.

Vēstījumi

Mērķa grupa pēc izcelsmes un statusa ir neviendabīga; to valoda, kultūra, izglītības līmenis un sociālais stāvoklis ir ļoti atšķirīgi. Komunikācijā būtu jāveido dažādām kultūrām gan valodas, gan satura ziņā saprotami vēstījumi, kas nerada pārpratumus.

Vēstījumos par patvēruma meklētājiem, bēgļiem vai personām ar alternatīvo statusu būtiska ir esošo sabiedrības stereotipu laušana.

2.5. Secinājumi par mērķa auditorijām

2.5.1. Darba devēji un darbinieki

Komunikācijā ar sabiedrību ieteicams sniegt salīdzinājumu par ieguvumiem, ja sabiedrība ir atvērta bēgļiem un patvēruma meklētājiem, izceļot dažādību un pievienoto vērtību Latvijas iedzīvotājiem.

Komunikācijā lielāka vērība jāpievērš sabiedrības grupām, kas tieši saskaras ar mērķa grupu, piemēram, darba devēji, skolotāji, mediķi, pašvaldību speciālisti, tos izglītojot un dodot mērķtiecīgu informāciju.

“Mēs nevaram dot miljonus, bet varam dot citu. Došanas kultūra mums ir, bet šobrīd bailes ir stiprākas par dāsnumu.”

Mērķa auditorijas raksturojums

Lielākais darba devēju un darba ņēmēju skaits ir koncentrēts Rīgā un Pierīgas reģionā. 2015. gadā Latvijā bija 93,6 tūkstoši komercsabiedrību un 59,6 tūkstoši pašnodarbinātu personu, salīdzinoši mazāks skaits individuālo komersantu (7,4 tūkstoši) un zemnieku/zvejnieku saimniecību (10 tūkstoši). Minētajā gadā lielākais īpatsvars bija mikrouzņēmumu (94%), ievērojami mazāks skaits – mazo un vidējo uzņēmumu (6%) un lielo uzņēmumu. Tāpat ir daudz nevalstisko organizāciju un salīdzinoši mazāk valsts (251) un pašvaldību budžeta (796) iestāžu.⁸⁹

100 435

ekonomiski aktīvie mikro (sīkie) uzņēmumi (ieskaitot saimnieciskās darbības veicējus)⁹⁰

1599 ekonomiski

aktīvie mazie uzņēmumi,
384 vidējie uzņēmumi,
79 lielie uzņēmumi

225 padomes locekļi un

470 valdes locekļi
Latvijas lielajos
uzņēmumos⁹¹

796

pašvaldību iestādes⁹³
(t.sk. 119 pašvaldības)⁹⁴

251

valsts pārvaldes
iestāde⁹⁵

11 112 NVO (biedrības,
nodibinājumi un fondi)⁹²

⁸⁹ Centrālās statistikas pārvalde, datu bāze "Rūpniecība, būvniecība, mājojli, tirdzniecība un pakalpojumi, uzņēmējdarbības rādītāji", 2015.

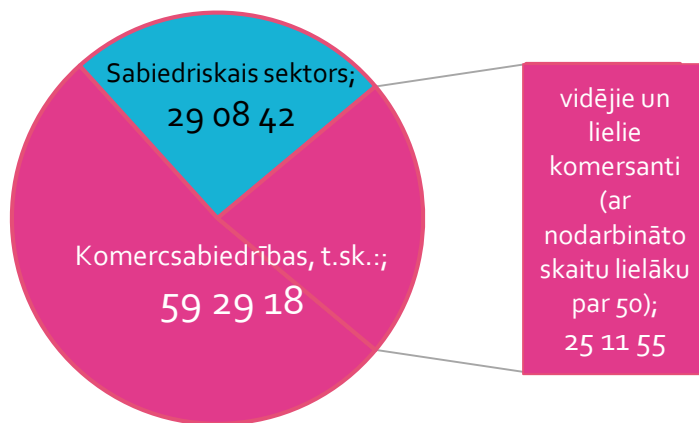
⁹⁰ Lursoft, 2017. Dati par ekonomiski aktīvajiem uzņēmumiem 2015. gadā.

⁹¹ Sabiedrības integrācijas fonds/ Safege Baltija, „Sieviešu un vīriešu situācijas izpēte Latvijas lielajos uzņēmumos: pētījums”, 2014. Pieejams: http://www.sif.gov.lv/index.php?option=com_content&view=article&id=9479%3APetijums&catid=2%3Afonds&lang=lv

^{92 93 95} Centrālās statistikas pārvalde, datu bāze "Rūpniecība, būvniecība, mājojli, tirdzniecība un pakalpojumi, uzņēmējdarbības rādītāji", 2015.

⁹⁴ Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija www.varam.gov.lv/lat/darbibas_veidi/pasv/info/?doc=13179

Lielākais darba devēju un darba ņēmēju skaits ir koncentrēts Rīgā un Pierīgas reģionā. Pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem, Latvijā kopumā nodarbināto skaits bija 893,3 tūkstoši. Lielākais aizņemto darba vietu skaits ir privātā sektora komercsabiedrībās, no tām gandrīz puse darba vietu ir vidējos un lielos uzņēmumos. Tomēr salīdzinoši ievērojams skaits aizņemto darba vietu ir arī sabiedriskajā sektorā.⁹⁶



3. attēls.
Aizņemto darba vietu skaits sadalījumā pa sektoriem / Darba devēja veids.
Avots: Centrālās statistikas pārvaldes dati.

Būtisks darba devējs ir lielle uzņēmumi, turklāt vairums Latvijas lielāko darba devēju TOP 20 ir valsts un pašvaldību kapitālsabiedrības.⁹⁷

Kā darba tirgū izprot diskrimināciju?

Saskaņā ar Eurobarometra 2015. gada pētījumu⁹⁸ Latvijas iedzīvotāji uzskata, ka darba tirgū nozīmīgākā diskriminācija pastāv personām vecākām par 55 gadi un personām ar invaliditāti. Šo viedokli pauž arī aptaujātie vadītāji. Ievērojami mazākā mērā diskriminētas tiek personas pēc etniskās piederības un dzimuma. Jāatzīmē, ka

dzimuma nevienlīdzība izteikti raksturīga ir liello uzņēmumu augstākajā vadībā, kur sievietes veido tikai aptuveni piekto daļu no visiem vadītājiem.⁹⁹

Visnekomfortablāk iedzīvotāji justos, ja strādātu kopā ar musulmaņiem un romu tautības pārstāvjiem. Vismazākā tolerance pret šo grupu darbiniekiem ir pensionāriem un fiziskā darba veicējiem, kas, visticamāk, saistāms ar to pastāvošajiem stereotipiem, izglītības un zināšanu līmeni.

Darbinieku vērtējumā diskriminācija darba vietā galvenokārt ir zemāka darba samaksa, darba attiecību noformēšana kā gabaldarbs, īstermiņa darba līgumi vai neoficiālas darba attiecības, mazinot sociālās garantijas, virsstundu darbs bez atlīdzības un nepiemērota darba vide attiecībā uz personām ar invaliditāti. Vadītāji un darbinieki atšķirīgi vērtē to, vai darba vide ir pielāgota personām ar invaliditāti – piemēram, 61% vadītāju uzskata, ka darba vide ir pielāgota, tam piekrīt tikai 32% liello uzņēmumu un 24% mazo un vidējo uzņēmumu darbinieku.¹⁰⁰

Lielākā daļa intervēto darba devēju un darbinieku pārstāvju¹⁰¹ nezina termina „dažādības vadība” nozīmi un būtību. Izskaidrojot šī termina nozīmi, daļa no intervētajiem darba devējiem atzīst, ka tie mērķtiecīgi vai nejauši (situācijas spiesti) ieviesuši atsevišķas dažādības vadības iniciatīvas. Uzņēmumu vadītāji nesaskata saistību starp „dažādības vadības” mācībām un zināšanu/prasmju uzlabošanu darbā ar klientiem. Tomēr gan vadītāji, gan darbinieki ir samērā ieinteresēti apmācību organizēšanā darba vietā.

Dažādības vadības pasākumu ieviešana uzņēmumos ir atkarīga no uzņēmuma vadītāja izpratnes par to, kāpēc šādas iniciatīvas ir svarīgas biznesam.¹⁰² Lielākoties dažādības vadības principus Latvijā ieviesuši un ievēro lielle uzņēmumi¹⁰³, kas ir starptautisku kompāniju meitas uzņēmumi. Ievērojami biežāk darbinieku vajadzības tiek respektētas lielajos uzņēmumos (64%), savukārt mazajos un vidējos uzņēmumos apstiprinoši atbildējuši tikai 23% intervēto darbinieku.¹⁰⁴

¹⁰⁰ Sabiedrības integrācijas fonds, „Dažādības vadības izpēte uzņēmumos”, 2015. Pieejams: http://www.sif.gov.lv/images/files/SIF/progress-dazadiba-II/Study_diversity_management_in_companies_Latvia.pdf

¹⁰¹ Safege Baltija, 2017.

¹⁰² ¹⁰³ ¹⁰⁴ Sabiedrības integrācijas fonds, „Dažādības vadības izpēte uzņēmumos”, 2015. Pieejams: http://www.sif.gov.lv/images/files/SIF/progress-dazadiba-II/Study_diversity_management_in_companies_Latvia.pdf

⁹⁶ Sabiedriskais sektors ir valsts un pašvaldību iestādes un to komercsabiedrības, komercsabiedrības ar valsts vai pašvaldību kapitāla daļu 50% un vairāk, kā arī nodibinājumi, biedrības, fondi un to komercsabiedrības.

⁹⁷ Valsts ieņēmumu dienesta dati par Latvijas lielākajiem darba devējiem pēc nodarbināto skaita 2015. gadā.

⁹⁸ Eiropas Komisija, „Eurobarometrs: Diskriminācija Eiropas Savienībā”, 2015. Pieejams: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2077>

⁹⁹ Sabiedrības integrācijas fonds/ Safege Baltija, „Sieviešu un vīriešu situācijas izpēte Latvijas lielajos uzņēmumos: pētījums”, 2014. Pieejams: http://www.sif.gov.lv/index.php?option=com_content&view=article&id=9479%3APetijums&catid=2%3Afonds&lang=lv

Dažādības vadība uzņēmumos ir būtisks priekšnosacījums, lai pielāgotos globālajām izmaiņām ekonomikā, ko nosaka atšķirīgās paaudžu rakstura īpašības (*Baby boomers* jeb 50+, X, Y un Z paaudze), sudraba ekonomika (*Silver Economy*) jeb iedzīvotāju novecošana, dalīšanās ekonomika (*Sharing Economy*), jaunuzņēmumu un intraprenieru pieaugums.

Fokusa grupu intervijās izskanēja viedoklis, ka piemēru uzņēmējiem par dažādības vadību darba vidē būtu jārāda valsts un pašvaldību iestādēm. Valsts pārvaldes cilvēkresursu attīstība ir viena no Valsts kancelejas atbildības jomām. Jāatzīmē, ka dažādības vadība valsts pārvaldē kā veiksmīgs instruments ir pieminēta Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijā „Latvija 2030”¹⁰⁵, konkrēti risinājumi vai plāni šajā jomā nav pieņemti un netiek īstenoti.

Pēc iedzīvotāju un vadītāju domām, visbūtiskāko diskrimināciju darba tirgū piedzīvo iedzīvotāji vecumā virs 55 gadiem un personas ar invaliditāti, bet ievērojami mazākā mērā diskriminētas tiek personas pēc etniskās piederības un dzimuma. Iedzīvotāju novecošanās kontekstā būtiski pievērst uzmanību šīs problēmas aktualizēšanai, īpaši šīs mērķa grupas integrācijai darba tirgū, norādot darba devēju potenciālos ieguvumus šajā kontekstā.

Būtiski atšķiras darba devēju un darbinieku izpratne par uzņēmuma piemērotību personām ar invaliditāti, kas liecina par vadītāju mazo izpratni par problēmām, ar kādām saskaras šīs mērķa grupas pārstāvji. Tāpēc komunikācijā ieteicams rādīt piemērus, kur ar nelieliem ieguldījumiem ir iespējams radīt piemērotu vidi ne tikai darbiniekiem ar fiziskiem ierobežojumiem, bet arī, piemēram, vājredzīgiem vai neredzīgiem, vājdzirdīgiem vai nedzirdīgiem.

Komunikācijas kampaņā nav lietderīgi izdalīt darbiniekus kā atsevišķu mērķa grupu. Tā vietā efektīvāk darbiniekus uzrunāt specifisko mērķa grupu ietvaros, piemēram, vecāki pēc bērna kopšanas atvaļinājuma, personas vecumā 50+.

Lai gan pētījumi apliecina nefinansiālos ieguvumus, ieviešot dažādības vadības iniciatīvas, uzņēmumu vadītāji nesaskata saistību starp dažādības vadības mācībām un zināšanu/prasmju uzlabošanas darbā ar klientiem. Darbā ar uzņēmumiem svarīgi akcentēt finanšu un nefinanšu ieguvumus, ko sniedz dažādības vadības ieviešana.¹⁰⁶

Lai uzrunātu valsts pārvaldes iestādes un veicinātu dažādības vadību tajās, nepieciešams sadarboties ar Valsts kanceleju kā šīs jomas atbildīgo institūciju, tā mērķtiecīgāk nododot informāciju.

Ņemot vērā ļoti ierobežoto izpratni un praktisko pieredzi ar dažādības vadības pasākumiem mazajos un vidējos uzņēmumos, ieteicams galveno uzmanību veltīt tam, lai uzrunātu tieši šīs grupas darba devējus.

Informācijas patēriņa paradumi

Regulārai informācijas iegūšanai darba devēji izmanto, pirmkārt, dažādas interneta vietnes (piemēram, *Delfi*, *Tvnet*), sociālos tīklus (piemēram, *Facebook*, *Instagram*) un mobilo ierīču aplikācijas. Tam seko radio, tad TV un drukātie plašsaziņas līdzekļi. Lielākoties tiek izmantoti starptautiskie vai nacionālie mediji.¹⁰⁷

Darba devēji pārsvarā apmeklē tādus publiskos pasākumus, kas saistīti ar to profesionālo darbību vai profesionālajām interesēm. Lielākā daļa nav apmeklējuši speciālus pasākumus par diskriminācijas vai dažādības vadības jautājumiem. Darba devēji uzskata, ka aktuālākās tēmas ir jautājumi par nodokļu izmaiņām, atbalsta iespējām, mārketingu, jaunu produktu izstrādi un ieviešanu tirgū.

¹⁰⁵ Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija „Latvija 2030”, 2010. Pieejams: http://www.pkc.gov.lv/images/LV2030/Latvija_2030.pdf

¹⁰⁶ Legatum prosperity index. Pieejams: <http://www.prosperity.com/>

¹⁰⁷ Saferge Baltija, 2017.

Piemērotākais veids, kā uzrunāt darba devēju par diskriminācijas jautājumiem, ir informācijas nodošana klātienē pasākumos, kā arī netiešā veidā, piemēram, rakstos vai radio sižetos, daļēji akcentējot tematiku.

Uzrunājot darba devējus, vēlams izmantot jau esošos profesionālos tīklus un pasākumus, kā arī apvienot šo tēmu ar diskusijām par profesionāliem jautājumiem. Vēlams diskusiju integrēt plašākas diskusijas kontekstā par biznesa attīstības un vadības jautājumiem.

Vēstījumi

Darba devējiem un darbinieku pārstāvjiem būtu svarīgi saņemt informāciju par labo praksi un ieguvumiem no diskriminēto personu nodarbināšanas, kā arī statistisku informāciju par diskriminēto personu daudzumu, lai veidotos priekšstats par diskriminācijas problēmas apmēru.

Komunikācijā ar darba devējiem būtiski akcentēt pozitīvo pieredzi, kas parāda biznesa attīstības ieguvumus.

Eiropas Komisijas pētījumā¹⁰⁸ konstatēts, ka ir nepieciešams nodrošināt plašāku informāciju sabiedrībai par uzņēmumu īstenotajām dažādības vadības iniciatīvām.

Īstenojot kampaņu, ir svarīgi veidot aktivitātes, kas rada iespēju darba devējiem plašāk pastāstīt par veiktajiem pasākumiem: uzstājoties ar labās prakses prezentāciju publiskās konferencēs vai semināros, pastāstot par labo praksi citiem darba devējiem vai piedaloties dažādās publiskā vai nevalstiskā sektora organizētās nominācijās vai labāko godināšanās. Latvijā tāds, piemēram, ir Ilgtspējas indekss, LDDK gada balva, LTRK gada balva, Klientu apkalpošanas goda balva „Teicams piemērs”.

¹⁰⁸ Eiropas Komisija, „Diversity within small and medium – sized enterprises. Best practices and approaches for moving ahead”, 2015. Pieejams: http://ec.europa.eu/justice/discrimination/files/diversity_sme2015_en.pdf

2.5.2. Jaunieši

Mērķa auditorijas raksturojums

Pēdējo piecu gadu laika periodā jauniešu skaits Latvijā kopumā samazinājies par 20%. Visbūtiskāk tas krities Rīgas reģionā (–25%), bet salīdzinoši mazāk Pierīgā (–16%). Vērtējot jauniešu skaita izmaiņas pēdējo 15 gadu laika periodā republikas pilsētās, novērojams, ka visās deviņās nacionālas nozīmes pilsētās jauniešu skaits samazinājies par ne mazāk kā 1/3. Visbūtiskākais jauniešu skaita kritums ir Daugavpilī (–50%), Rēzeknē (–50%), Rīgā (–46%) un Jūrmalā (–42%), bet salīdzinoši mazāk Valmierā (–33%) un Jelgavā (–34%).¹⁰⁹ 72% no jauniešiem vecuma grupā 15–24 gadi ir latvieši, 20% – krievi.

Lai gan kopumā jauniešu situācija darba tirgū pēdējos gados uzlabojas – pieaug jauniešu nodarbinātības līmenis un mazinās bezdarbs, vidēji 44 tūkstoši jauniešu vecumā 15–29 gadi nestrādāja, nemācījās un neapguva arodu (par 3 tūkstošiem jeb 6% mazāk nekā iepriekšējā gadā un par 10 tūkstošiem jeb 18% mazāk nekā 2014. gadā), no tiem 22 tūkstoši bija vecumā 15–24 gadi.¹¹⁰

¹⁰⁹ Izglītības un zinātnes ministrija, „Jaunatnes politikas monitorings”, 2015. Pieejams: http://www.izm.gov.lv/images/statistika/petijumi/jaunatne/IZM_Jaunatnes-politikas-monitorings_2015_Laboratory.pdf

¹¹⁰ Saskaņā ar ANO definīciju jauniešiem kā vecumgrupai ir noteiktas robežas, respektīvi, jaunieši ir persona no 15 līdz 24 gadu vecumam. Tā kā Eiropas valstu vidū definīcijas par jaunatnes vecumu ievērojami atšķiras, Eiropas Komisija pieņēmusi, ka jaunatne Eiropā ir jaunieši vecumā no 15 līdz 30 gadiem. Savukārt saskaņā ar Jaunatnes likumu Latvijā jaunieši ir persona vecumā no 13 līdz 25 gadiem. Statistiski jaunieši tiek kategorizēti vecumā no 15 līdz 29 gadiem, diferencējot divās vecumgrupās: 15–24 gadi un 25–29 gadi.

Mērķa auditorija¹¹¹**54 126**

jaunieši pamatskolas vecumā: 13–15 gadus veci

82 914studenti augstskolās un koledžās 2016./2017. mācību gads¹¹²**50 523**

jaunieši vidusskolas vecumā: 16–18 gadus veci

Cilvēka atvērtība jaunām idejām un spēja mainīties atbilstoši tām ir izteikta 20 gadu vecumā un samazinās, cilvēkam novecojot. Pētījumi liecina, ka cilvēka atvērtība jaunām pieredzēm samazinās pēc 30–35 gadu sasniegšanas. Sasniedzot 30, 40 un 50 gadus, indivīds var mainīt savus uzskatus, bet šīs pārmaiņas norit daudz lēnāk un prasa lielākas pūles. Personas atvērtība strauji samazinās, tāpēc pārmaiņas cilvēka personībā ir iespējamā, bet tās ir ļoti nelielas, salīdzinot ar cilvēka atvērtību 20 gadu vecumā.¹¹³

Situācijā, kad aktivitāšu īstenošanai ir pieejami ierobežoti līdzekļi, efektīvāk ir uzrunāt tos, kuru viedoklis vēl nav nostabilizējies, piemēram, jaunieši vecumā līdz 25 gadiem, tā veidojot „kritisko masu”, kas var ietekmēt kopējo viedokļu fonu un situāciju nākotnē.

Izpratne par diskrimināciju, attieksme pret mērķa grupām

Aptaujas¹¹⁴ dati liecina, ka jauniešu¹¹⁵ viedoklis būtiski neatšķiras no respondentu vidējā viedokļa, atsevišķos gadījumos ir pat noraidošāki nekā gados vecāki

respondenti. Piemēram, romus savā darba kolektīvā negribētu redzēt 34,9% jauniešu un 27,2% vecuma grupā 55–74 gadi. Jaunieši ir noraidošāki arī pret cilvēkiem ar garīga rakstura traucējumiem savu draugu vidū nekā gados vecāki iedzīvotāji. Draugu vidū cilvēkus ar garīga rakstura traucējumiem nevarētu iedomāties 37,3%, salīdzinot, piemēram, ar 25,5% 25–34 gadu un 55–74 gadu vecuma grupā.

Vienlaikus jaunieši retāk (14,5%) nekā citas vecuma grupas (piemēram, 25–36 gadu vecumā – 25,6%) uzskata, ka aptaujā minētās grupas nesaskaras ar diskrimināciju, tomēr jauniešu vidū ir arī vairāk respondentu, kas nesniedza atbildi uz šo jautājumu (38,8%).

Jaunieši biežāk nekā citu vecuma grupu pārstāvji uzskata, ka viņi var paveikt ļoti daudz vai drīzāk daudz (19%), lai mazinātu ikdienas diskrimināciju. Salīdzinājumam, 55–74 vecuma grupā tā uzskata tikai 9,3% respondentu.

Jauniešu vidū vidēji biežāk (58,4%) norādījuši, ka nezinātu, kur vērsties gadījumā, ja pats/pati pamanītu vai saskartos ar diskriminējošo attieksmi pret kādu citu. 25–34 vecuma grupā nezinātu, kur vērsties 49,1%, bet vecuma grupā 45–54 gadi tikai 46,1%.

Ņemot vērā šādu salīdzinoši noraidošo jauniešu attieksmi, kampaņas laikā ir nepieciešams uzrunāt jauniešus, lai mazinātu iespēju šādiem viedokļiem nostabilizēties jauniešu vērtību sistēmā, kas apdraud iekļaujošas sabiedrības izveides iespēju Latvijā nākotnē.

Jauniešu aktīvo dzīves pozīciju iespējams izmantot kampaņā, paredzot aktivitātes, kurās iesaistot pauž piemērus, ka ikviena indivīda rīcība var palīdzēt.

Tas liecina, ka jauniešiem ir nepieciešams sniegt skaidru informāciju par iespējām aizstāvēt sevi un apkārtējos, kā arī par atbildīgām institūcijām un iespējamām rīcībām.

¹¹¹ Centrālā statistikas pārvalde, „Demogrāfija”, 2016. Pieejams:

http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/nr_11_demografija_2016_16_00_lv_en.pdf

¹¹² Centrālā statistikas pārvalde, 2017. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/notikumi/studejoso-skaitis-latvijas-augstakas-izglitibas-iestades-sarucis-par-2-45811.html>

¹¹³ Steinberg, L., Monahan, K. C. „Age Differences in Resistance to Peer Influence”. *DevPsychol.* 43(6): 1531–1543., 2007.

¹¹⁴ Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS, „Izpratne par toleranci, diskrimināciju sabiedrībā”, 2017.

¹¹⁵ Šeit un turpmāk nodaļā ar terminu „jaunieši” apzīmēti 15–24 gadus veci aptaujas respondenti.

Informācijas patēriņa paradumi

2014. gadā Latvijā deviņi no katriem desmit jauniešiem vecumā no 16 līdz 29 gadiem lietoja internetu katru dienu, turklāt šis rādītājs ir izteikti augstāks, salīdzinot ar visiem iedzīvotājiem kopumā. Jauniešu aktivitāšu loks internetā ir daudz plašāks nekā pieaugušajiem – no tiešsaistes spēļu spēlēšanas līdz sociālo tīklu izmantošanai un iesaistei sociālās un politiskās aktivitātēs.¹¹⁶

Lai iegūtu informāciju par dažādām iespējām izglītībā, brīvajā laikā, nodarbinātībā un citos ar jauniešiem saistītos jautājumos, visbiežāk (76%) jaunieši min, ka šādu informāciju iegūst no draugiem, plašsaziņas līdzekļiem (64%), no vecākiem (61%) un skolā vai augstskolā (60%). Vairāk nekā puse jauniešu kā informācijas avotu identificē sociālos tīklus (visbiežāk – Facebook), kā arī interneta ziņu portālu Delfi (13%) un e-pastu, ziņu listes (22%). Sociāli demogrāfisko mērķa grupu griezumā atšķirības nav izteikti lielas. Būtiskākā atšķirību tendence – gados jaunāki jaunieši kā informācijas avotu biežāk norāda vecākus, kamēr gados „vecāki” jaunieši – sociālos tīklus, plašsaziņas līdzekļus un draugus.¹¹⁷

Saskaņā ar tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra SKDS 2017. gada februārī veiktās sabiedriskās domas aptaujas rezultātiem informāciju par notikumiem Latvijā jaunieši galvenokārt gūst no sociālajiem tīkliem (72,7%), Latvijas interneta ziņu portāliem (66,6%) un Latvijas nacionāla līmeņa televīzijas kanāliem (53,7%).

Līdzīgi kā sabiedrība kopumā, arī jaunieši visvairāk uzticas Latvijas armijai, policijai, Valsts prezidentam un valsts iestādēm (kopumā). Daudz zemāka uzticība vērojama politiskajām partijām, Saeimai un Ministru kabinetam.¹¹⁸ Jauniešu uzticēšanās dažādām institūcijām būtiski sarūk līdz ar vecuma palielināšanos, piemēram, ja Eiropas Savienībai pilnībā uzticas 31% 13–15 gadus vecie, tad 20–25 gadus veco vidū vairs tikai 9%, līdzīgi arī valsts institūciju vērtējumos (attiecīgi 27% un 9%).¹¹⁹

Lai sasniegtu jauniešus, efektīvākais informācijas kanāls ir internets – gan sociālie tīkli, gan interneta ziņu portāli. Tomēr īpaši svarīgi būtu iekļūt „iekšējos”, privātos informācijas apmaiņas forumos, grupās. Tas iespējams, tikai radot saistošu saturu, ieteicams īsu videofailu formātā.

Jaunieši uzticas Latvijas armijai, policijai, kā arī jauniešu organizācijām. Diemžēl uzticēšanās sarūk līdz ar vecuma palielināšanos, un zēnu vidū uzticēšanās ir zemāka. Ja latviešu vidū ir augstāka uzticēšanās Latvijas armijai, tad krievu valodā runājošie pauž lielāku uzticēšanos baznīcai. Izvēloties kampaņas tēlus un runas personas, būtu jāizvairās no politiķu, Eiropas Savienības un valsts iestāžu pārstāvjiem kā viedokļu paudzējiem.

„Viņi vēl formējas, gatavāki kaut ko uztvert, un viņi ir arī tie, kas nākotnes sabiedrību būvēs. Plus viņi lielā mērā ir arī tie, kas runā ar saviem vecākiem... un arī vecāki kaut kādas lietas nesaprot, kā tā pasaule mainās, un tas jauniešiem bieži vien mēģina izskaidrot.”

¹¹⁶ ¹¹⁷ ¹¹⁸ ¹¹⁹ Izglītības un zinātnes ministrija, „Jaunatnes politikas monitorings”, 2015. Pieejams: http://www.izm.gov.lv/images/statistika/petijumi/jaunatne/IZM_Jaunatnes-politikas-monitorings_2015_Laboratory.pdf



ESF 60
GADI

Ieguldījums cilvēkos
Eiropas Sociālais fonds



Sabiedrības integrācijas fonds

NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
Eiropas Sociālais
fonds

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ