



# Pasaules valstu prakses situācijas izvērtējums

Pieredzes un labās prakses piemēri, nodrošinot mērķtiecīgus atbalsta un tematiskos pasākumus sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanai

**par diskrimināciju uz invaliditātes pamata**

Rīga, 2022

# Kopsavilkums

Apskats ar Zviedrijas, Dānijas un Izraēlas īstenotās labās prakses piemēriem, nodrošinot mērķtiecīgus atbalsta un tematiskos pasākumus sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanai par diskrimināciju uz invaliditātes pamata, veicina Latvijas izaugsmes iespējas šajā jomā. Šajā pētījumā analizēti katras valsts veiksmes faktori un padziļināti skatītas 9 kampaņas, kas vērtētas pēc pētījumā izvirzītajiem efektivitātes kritērijiem, un papildinot ar ekspertu intervijām. Nodrošinot pasākumus, kuros piedalās cilvēki ar un bez invaliditātes, nospraužot skaidru vīziju pretdiskriminācijas politikā un veicinot starplīmeņu sadarbību, Latvijai iespējams attīstīt savas labās prakses piemērus, ar kuriem dalīties starptautiskā mērogā.

# Summary

An overview with examples of good practice implemented by Sweden, Denmark and Israel, providing targeted support and thematic measures for increasing public understanding and awareness of inclusion on the basis of disability, promotes Latvia's growth opportunities in this area. This study analyzes the success factors of each country and takes an in-depth look at 9 campaigns evaluated according to the effectiveness criteria set out in the study and supplemented by expert interviews. Latvia can develop locally, nationally and internationally its own good examples of awareness campaigns by providing events in which people with and without disabilities participate, setting a clear vision in anti-discrimination policy and promoting cross-level cooperation.

# SATURS

<b>IEVADS</b> .....	<b>1</b>
<b>Teorētiskais pamatojums un pētījuma struktūra</b> .....	<b>2</b>
<b>Pamatojums valstu izvēlei</b> .....	<b>2</b>
<b>Pētījuma teorētiskais pamatojums</b> .....	<b>3</b>
Personiskā līmeņa politika .....	3
Organizācijas līmeņa politika .....	4
Valdības līmeņa politika.....	5
Personiskās, organizācijas un valdības līmeņa politikas mijiedarbība .....	5
<b>Veiksmīgu kampaņu principi</b> .....	<b>5</b>
<b>ZVIEDRIJA</b> .....	<b>7</b>
<b>Zviedrija un tās veiksmes faktori</b> .....	<b>7</b>
<b>Kampaņu analīze</b> .....	<b>8</b>
<b>1. GRT pretstigmatas kampaņa Hjärnkoll</b> .....	<b>8</b>
Izvērtējums pēc efektivitātes principiem.....	8
Kampaņas izvērtējums.....	9
<b>2. Kampaņa Mitt Val, lai iesaistītu personas ar GRT balsošanā</b> .....	<b>9</b>
Izvērtējums pēc efektivitātes principiem.....	9
Kampaņas izvērtējums.....	10
<b>3. E-sports kampaņa jauniešiem</b> .....	<b>10</b>
Izvērtējums pēc efektivitātes principiem.....	10
Kampaņas izvērtējums.....	10
<b>Secinājumi par Zviedriju un tās kampaņām</b> .....	<b>10</b>
<b>DĀNIJA</b> .....	<b>12</b>
<b>Dānija un tās veiksmes faktori</b> .....	<b>12</b>
<b>Kampaņu analīze</b> .....	<b>13</b>
<b>1. GRT pretstigmatas kampaņa En Af Os</b> .....	<b>13</b>
Izvērtējums pēc efektivitātes principiem.....	13
Kampaņas izvērtējums.....	14
<b>2. Danske Handicaporganisationer kampaņa “Stærkere Sammen”</b> .....	<b>14</b>
Izvērtējums pēc efektivitātes principiem.....	15
Kampaņas izvērtējums.....	15
<b>3. Informatīva kampaņa / pētījums “Autobuss visiem”</b> .....	<b>16</b>
Izvērtējums pēc efektivitātes principiem.....	16
Kampaņas izvērtējums.....	17
<b>Secinājumi par Dāniju un tās kampaņām</b> .....	<b>17</b>
<b>IZRAĒLA</b> .....	<b>18</b>
<b>Izraēla un tās veiksmes faktori</b> .....	<b>18</b>
<b>Kampaņu analīze</b> .....	<b>20</b>
<b>1. Kampaņa “People. Not Symbols”</b> .....	<b>20</b>
Izvērtējums pēc efektivitātes principiem.....	20

Kampaņas izvērtējums .....	21
<b>2. IKEA kampaņa “ThisAbles” .....</b>	<b>21</b>
Izvērtējums pēc efektivitātes principiem.....	21
Kampaņas izvērtējums.....	22
<b>3. Komanda Shalva Jeruzalemes maratonā .....</b>	<b>22</b>
Izvērtējums pēc efektivitātes principiem.....	22
Kampaņas izvērtējums.....	23
<b><i>Secinājumi par Izraēlu un tās kampaņām.....</i></b>	<b>23</b>
<b><i>SECINĀJUMI .....</i></b>	<b>24</b>
<b><i>Kā veidot veiksmīgas kampaņas? .....</i></b>	<b>24</b>
<b><i>Veiksmīgu kampaņu īpašības .....</i></b>	<b>25</b>
<b><i>REKOMENDĀCIJAS.....</i></b>	<b>26</b>
<b><i>1. Sadarbības veidošana .....</i></b>	<b>26</b>
<b><i>2. Komunikācijas pilnveide.....</i></b>	<b>26</b>
<b><i>3. Kampaņu nepārtrauktība .....</i></b>	<b>27</b>
<b><i>Plāns nākotnei.....</i></b>	<b>27</b>
<b><i>Sasniedzamie rezultāti.....</i></b>	<b>27</b>
<b><i>Pielikumi .....</i></b>	<b>28</b>
Pielikums nr.1. Valstu pamatojums pētījumam.....	28
Pielikums nr.2. Intervija ar Ivaru Balodi, Latvija .....	29
Pielikums nr.3. Intervija ar Nathalie Bitton, Dānija .....	31
Pielikums nr.4. Intervija ar Michal Rimon, Izraēla .....	33
<b><i>Atsauces.....</i></b>	<b>37</b>

# IEVADS

Aptuveni 15 procenti pasaules iedzīvotāju jeb aptuveni 1 miljards cilvēku dzīvo ar invaliditāti, kas ir pasaulē lielākā minoritāte (Disability and health, online 1). Invaliditāte ir cilvēktiesību problēma, kurā cilvēki ar invaliditāti tiek pakļauti dažādiem tiesību pārkāpumiem, aizspriedumiem un necieņai viņu invaliditātes dēļ, tāpat saskaras ar dažādiem šķēršļiem, stigmatizāciju un diskrimināciju. Katra valsts izstrādājusi savus atbalsta mehānismus, lai palīdzētu cilvēkiem ar invaliditāti viņu ikdienas dzīvē.

**Šī pētījuma mērķis** ir izveidot visaptverošu pasaules valstu situācijas izvērtējumu par veiksmīgu praksi, nodrošinot mērķtiecīgus atbalsta un tematiskos pasākumus cilvēkiem ar invaliditāti, sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanai par diskrimināciju uz invaliditātes pamata.

Lai sasniegtu šo mērķi, izvirzīti šādi **pētījuma uzdevumi**:

1. Pēc statistikas datiem un veiksmīgu integrācijas kampaņu piemēriem izvēlēties 3 pasaules valstis, kuras analizēt pētījumā;
2. Izpētīt teorētisko un zinātnisko literatūru un noteikt raksturojošās iezīmes veiksmīgām integrācijas kampaņām;
3. Izveidot kritērijus, pēc kuriem pētīt veiksmīgas kampaņas, nosakot kādus būtiskus elementus iekļaut integrācijas kampaņās;
4. Analizēt 3 veiksmīgas valstis integrācijas jautājumā un izpētīt viņu veiksmes faktorus, balstoties uz teorētisko literatūru, pieejamajiem datiem un citiem interneta resursiem;
5. Izanalizēt padziļināti 3 dažādas kampaņas pēc pētījumā izvirzītajiem kritērijiem;
6. Intervēt 3 nevalstiskā sektora pārstāvjus, kas ikdienā strādā ar cilvēkiem ar invaliditāti un izpētīt, kas, viņuprāt, ir veiksmīgas integrācijas kampaņas un pasākumi;
7. Apkopot katras valsts veiksmīgos atbalsta pasākumus, lai iesaistītu cilvēkus ar invaliditāti sabiedrībā, un kā veicināt sabiedrības izpratnes paaugstināšanu pret cilvēkiem ar invaliditāti;
8. Noteikt, kas ir veiksmīgu kampaņu pamatā, apkopojot teorētisko literatūru, valstu pieredzi un ekspertu intervijas;
9. Izstrādāt ieteikumus un sasniedzamus rezultātus Latvijas situācijai piemērotu mērķu sasniegšanai.

Pētījuma teorētiskajā daļā apskatītas 3 valstis, kas veiksmīgi nodrošina sabiedrības izpratnes un organizē pretdiskriminācijas kampaņas - **Zviedrija, Dānija un Izraēla**, un to statistikas dati. Pētījuma izpētes struktūra balstīta uz trīs pakāpju tolerances veicināšanas līmeņiem - uz personiskā, organizācijas un valdības līmeņa politiku (Fisher and Purcal, 2017). Šis modelis izvēlēts, jo analizē visas sabiedrības iesaisti kopumā un mijiedarbību jaunu politiku vai kampaņu ieviešanā. Tāpat šis teorētiskais pamatojums papildināts ar ekspertu intervijām, kas ikdienā strādā ar cilvēku ar invaliditāti integrāciju sabiedrībā. Intervijās piedalījās Ivars Balodis, Invalīdu un viņu draugu apvienības "Apeirons" vadītājs, Nathalie Bitton, Dānijas TV-GlaD galvenā redaktore un Michal Rimon, Access Israel vadītāja.

Pētījuma gaitā pētītas veiksmīgas citu valstu ieviestās aktivitātes, lai tās varētu adaptēt Latvijas situācijai. Izpētē apskatītie elementi saistīti ar informācijas atspoguļošanu, izglītību, apmācībām, cilvēku ar invaliditāti attēlojumu sabiedrībā, kontaktspējas starp cilvēkiem ar invaliditāti un bez, nodarbinātība, veselība un valdības ierosināti noteikumi un likumi. Tie skatīti no personiskā, organizācijas un valdības līmeņa, kā arī to ieviešana - caur nevalstiskajām organizācijām, interešu aizstāvības grupām, aģentūrām un valdībām. Kopumā analizētas 9 dažādas kampaņas pēc veiksmīgu integrācijas kampaņu efektivitātes kritērijiem. Apkopojot iegūto informāciju, veikti secinājumi un rekomendācijas tālākai Latvijas pretdiskriminācijas aktivitāšu organizēšanai.

Pētījuma izpētes process notika no 2022.gada augusta līdz novembrim un to veica Invalīdu un viņu draugu apvienība "Apeirons".

# Teorētiskais pamatojums un pētījuma struktūra

## Pamatojums valstu izvēlei

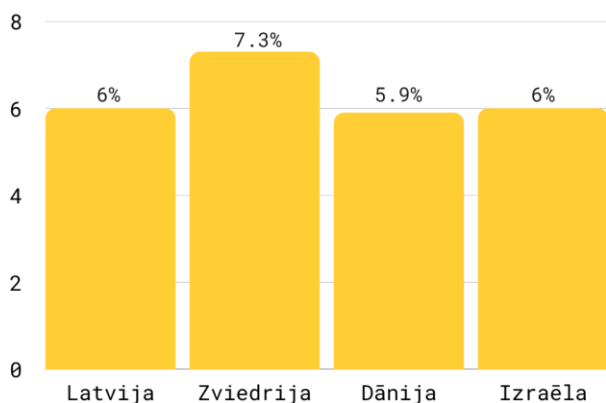
Lai izpētītu ārvalstu pieredzi mērķētu pasākumu saliedētas sabiedrības veicināšanai, tika izvēlētas trīs valstis padziļinātai izpētei - Dānija, Izraēla un Zviedrija. Valstu izvēlē ņemti vērā dažādi statistikas un pētījumu dati, lai noteiktu, kurās valstīs ir ilggadēja un veiksmīga pieredze, integrējot cilvēkus ar invaliditāti un veicinot sabiedrības izpratni (skatīt valstu izvēles kritērijus pielikumā nr.1).

Papildus izvēles kritērijiem apskatīti statistikas dati, lai salīdzinātu šī brīža Latvijas, Zviedrijas, Dānijas un Izraēlas situācijas. Izvēlēti šādi statistikas dati:

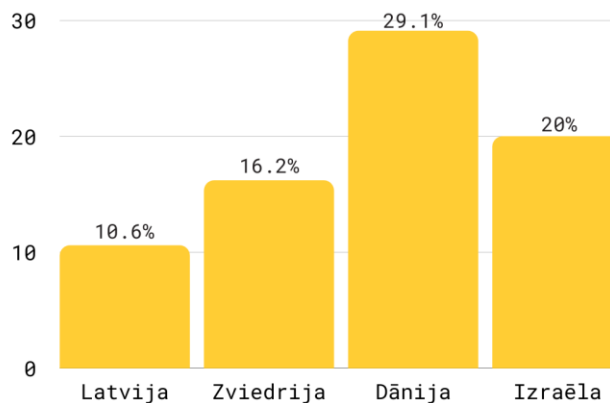
1. Procentuāli, cik cilvēku ar invaliditāti ir katrā valstī pēc kopējā iedzīvotāju skaita;
2. Cik daudz cilvēku ar invaliditāti iesaistās darba tirgū;
3. Procentuāli, cik katra valdība atvēl no IKP darba nespējai.

### Dati par cilvēku skaitu ar invaliditāti

Katrā valstī ir savi noteikumi, kā nosaka, vai cilvēkam ir, vai nav invaliditāte un kāda ir to klasifikācijas. Šī iemesla dēļ pētījumā skatās atsevišķi, cik valstī procentuāli ir cilvēki ar smagu invaliditāti (pēc Latvijas klasifikācijas 1.grupa) un kāds ir procentuālais skaits cilvēkiem ar invaliditāti.



Attēls 1. Cik procenti pieaugušie ir ar smagu invaliditāti (1.grupa).



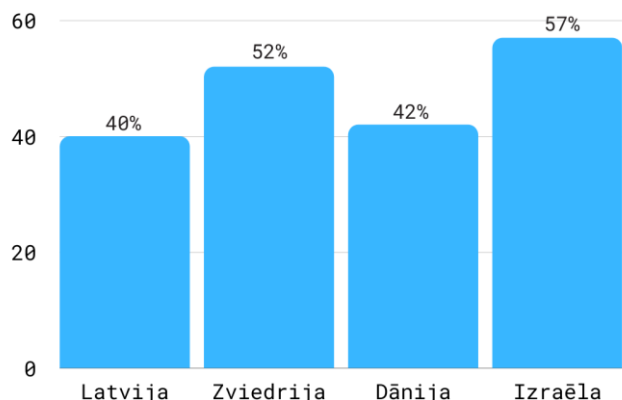
Attēls 2. Procentuāli kopējais cilvēku ar invaliditāti skaits no visiem valsts iedzīvotājiem (1., 2., 3.grupa)

Pēc datiem ir redzams, ka Latvijā un Izraēlā ir 6% cilvēku ar smagu invaliditāti, tikmēr Zviedrijā 7.3% un Dānijā 5.9% (attēls 1). Kopējais cilvēku ar invaliditāti skaits Latvijā ir 10.6%, tikmēr Zviedrijā 16.2%, Izraēlā 20% un Dānijā 29.1% (attēls 2) (VDEĀVK uzskaitē esošo personu ar invaliditāti skaits, 2021; Disabilities by indicator, study domain and sex. Percentage and estimated numbers in thousands. Year 2014-2015 - 2021-2021, 2021; European Semester 2020-2021 country fiche on disability equality, Denmark, 2021; People with Disabilities in Israel 2021: Facts and Figures, 2022). Pēdējos gados Dānijā un Zviedrijā izmainīta klasifikācija kā iedalīt cilvēkus ar invaliditāti, tāpēc tie, kuriem ir kādi traucējumi (piemēram, depresija, šizofrēnija u.c.), tiek klasificēti kā cilvēki ar invaliditāti.

### Dati par cilvēku ar invaliditāti iesaisti darba tirgū

Latvijā šobrīd ir zemākais nodarbinātības līmenis, kas skar cilvēkus ar invaliditāti darbaspēka vecumā (18-63 gadi), tas ir, 40%. Tikmēr visaugstākais ir Izraēlā - 57%. Šie dati atspoguļo tos cilvēkus ar invaliditāti, kam ir smaga un vidēji smaga invaliditāte (pēc Latvijas klasifikācijas 1. un 2.grupa) (attēls 3) (Plāns personu ar invaliditāti vienlīdzīgu iespēju veicināšanai 2021.-2023. gadam, 2021; European Semester 2020-2021 country fiche on disability equality, Denmark, 2021; People with Disabilities in Israel 2021: Facts and Figures, 2022).

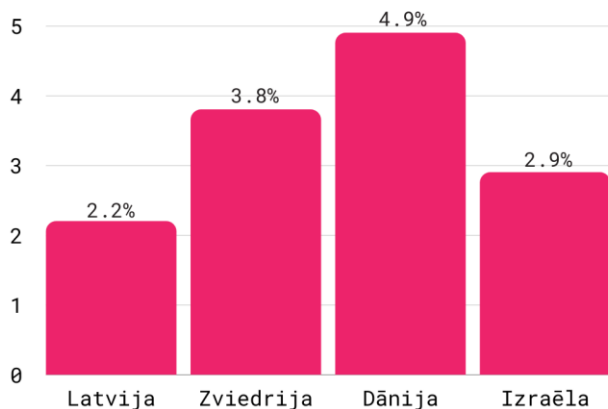
# Pētījuma teorētiskais pamatojums



Attēls 3. Nodarbinātības līmenis cilvēku vidū ar samazinātām darbaspējām (1., 2. grupa)

## Dati par kopējiem valsts izdevumiem darba nespējai

Publiskie izdevumi darbnespējai attiecas uz izdevumiem slimības, invaliditātes un darba traumā dēļ. Tajā ietilpst invaliditātes naudas pabalsti, sociālie izdevumi par pakalpojumiem cilvēkiem ar invaliditāti kā dienas aprūpes un rehabilitācijas pakalpojumi, mājas palīdzības pakalpojumi un citi pabalsti. Šis rādītājs tiek mērīts procentos no IKP. Pēc datiem var redzēt, ka Latvijā tas ir viszemākais rādītājs - 2.2% (attēls 4).



Attēls 4. Dati par kopējiem valsts izdevumiem darba nespējai (Public spending on incapacity (indicator), 2022).

Šie dati kalpo tikai kā ieskaits katras valsts invaliditātes politikā. Ir grūti veikt secinājumus, ja invaliditātes klasifikācija atšķiras un izpratne par invaliditātes grupām atšķiras. Tomēr var redzēt, ka Latvija var palielināt izdevumus darba nespējas gadījumā, lai pietuvotos pārējām valstīm.

Lai varētu izanalizēt izvēlēto valstu - Zviedrijas, Dānijas un Izraēlas (skatīt valstu izvēles kritērijus pielikumā nr.1) - sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanas kampaņas, pētījuma izpētes struktūra balstīta uz trīs pakāpju tolerances veicināšanas līmeņiem - **uz personiskā, organizācijas un valdības līmeņa politiku** (Fisher and Purcal, 2017). Šis modelis izvēlēts, jo analizē visas sabiedrības iesaisti kopumā un mijiedarbību jaunu politiku vai kampaņu ieviešanā. Tāpat šis teorētiskais pamatojums papildināts ar ekspertu intervijām, kas ikdienā strādā ar cilvēku ar invaliditāti integrāciju sabiedrībā. Intervijās piedalījās Ivars Balodis, Invalīdu un viņu draugu apvienības "Apeirons" vadītājs (pielikums nr.2), Nathalie Bitton, Dānijas [TV-GlaD](#) galvenā redaktore (pielikums nr.3) un Michal Rimon, [Access Israel](#) vadītāja (pielikums nr.4).

Pētījuma gaitā svarīgi atrast veiksmīgus citu valstu ieviestas aktivitātes, lai tās varētu adaptēt Latvijas situācijai. Izpētē apskatītie elementi saistīti ar **informācijas atspoguļošanu, izglītību, apmācībām, cilvēku ar invaliditāti attēlojumu sabiedrībā, kontaktspējas starp cilvēkiem ar invaliditāti un bez, nodarbinātība, veselība un valdības ierosināti noteikumi un likumi**. Tie skatīti no personiskā, organizācijas un valdības līmeņa, kā arī to ieviešana - caur nevalstiskajām organizācijām, interešu aizstāvības grupām, aģentūrām un valdībām.

## Personiskā līmeņa politika

Personiskā līmeņa politika ir vērsta uz cilvēku attieksmes maiņu pret cilvēkiem ar invaliditāti. Tie ietver šādus elementus, kas bieži vien ir apvienoti: **informācija, izglītība, apmācība, pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums un saskarsmes iespējas starp cilvēkiem ar un bez invaliditātes** (Fisher and Purcal, 2017).

Personiskā līmeņa politika balstās uz pārliecināšanas teorijām no kognitīvās un sociālās psiholoģijas literatūras (Brostrand, 2006; Hunt and Hunt 2004; Kleeman and Wilson, 2007; Petty un Cacioppo, 1981). Saskaņā ar šīm teorijām pārliecināšanu rada intensīvas informācijas kampaņas, kas izaicina negatīvo domāšanu un uzskatus, neziņu, pārpratumus, mītus, nepareizus priekšstatus, stereotipus un bailes. Svarīga ir ziņojuma skaidrība: informācijai ir jābūt viegli saprotamai un konkrētai par to, ko darīt.

Šāda politika var būt plaši izplatīta vai pielāgota konkrētām vietām vai cilvēku grupām. To var raksturot trīs veidos (Fisher and Purcal, 2017):

- **izpratnes veidošana, izmantojot informāciju un apmācību;**

Informācijas kampaņas sniedz informāciju par invaliditāti plašai sabiedrībai vai atsevišķām grupām. Tās īsteno valdības vai nevalstiskās organizācijas, dažkārt kā daļu no lielākas stratēģiskās atbalsta un pakalpojumu programmas. Invaliditātes izpratnes apmācība tiek veikta galvenokārtursos, ko vada augstākās izglītības iestādes vai nevalstiskās organizācijas. Piemērs informācijas kampaņai ir Starptautiskā personu ar invaliditāti diena, kas notiek katru gadu 3.



decembrī. Šo apstiprina arī Michal Rimon intervijā par Izraēlas veiksmīgo integrāciju – viņi apmācībās izmanto reālas dzīves situācijas: “Un mēs pamatā radām ikdienas situācijas un ļaunam cilvēkiem veikt ikdienas dzīvi, tie ir ikdienas darbi ar invaliditāti” (pielikums 4). Tas ir labākais veids kā iemācīties – caur praksi.

- **sociālais kontakts;**

Tiešs kontakts ar cilvēkiem ar invaliditāti un bez invaliditātes pētījumos liecina, ka uzlabo cilvēku attieksmi (piemēram, Burge, Ouellette-Kuntz, and Hutchinson, 2008; Kleeman and Wilson, 2007; Krahe and Altwasser, 2006; Murfitt, 2006; Scior, 2011; Yazbeck, McVilly, and Parmenter, 2004). Svarīgi ņemt vērā, ka sociālais kontakts pats par sevi negarantē panākumus. Lai uzlabotu attieksmi, mijiedarbības kvalitātei starp cilvēkiem ar un bez invaliditātes ir jābūt **interaktīvai, cieņpilnai un patīkamai** (Hutzler and Levi, 2008; McManus, Feyes and Saucier, 2011), tai jānotiek **atbalstošā vidē** (Murfitt, 2006), un jānodrošina papildus informācija, lai neizraisītu papildus neskaidrību var palielināt trauksmi un tādējādi pastiprināt negatīvos uzskatus (Lee and Rodda, 1994).

- **pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums plašsaziņas līdzekļos un sociālajos tīklos.**

Masu medijiem ir spēcīga loma cilvēku attieksmes veidošanā (DAA, 1993; Apvienotās Karalistes premjerministra stratēģijas nodaļa, 2005). Masu komunikācija individuus ietekmē gan netieši, piemēram, caur attieksmi un emocijām, gan tieši (Valkenburg, Peter, and Walther, 2016). Skaitļi sociālajos tīklos parāda, ka personīgi stāsti sasniegt klausītāju, jo tie piesaista visvairāk cilvēku uzmanību un var tikt publiskoti un pārpublicēti bez jebkādam robežām (Betton et al., 2015). Arī Sabiedrības Integrācijas Fonda pētījumā par Latvijas situāciju uzsver, ka vēstījumam jābūt fokusētam uz reālajiem piemēriem un pozitīvā prizmā (Personu apvienība, 2017) – “tiem, kas uzrunās, jābūt nevis aktieriem, bet viedokļu līderiem. Pašam vēstījumam jābūt vienkāršam, piemēram [..]: tu neesi savādāks. Varbūt savādāk pārvietojies, savādāk redzi, bet principā tu es tāds pats kā visi pārējie...” (Personu apvienība, 2017).

**Pieejamie pētījumi liecina, ka daudzpusīgas, ilgtermiņa sabiedrības izglītošanas kampaņas, kas tieši iesaistīja cilvēkus ar invaliditāti, veicināja pārmaiņas. Ir arī pārliecinoši pierādījumi, ka ilgstoša tieša saskarsme ar cilvēkiem ar invaliditāti uzlaboja cilvēku attieksmi. Lai tas būtu visefektīvākais, tiešam kontaktam ir jānotiek atbalstošā vidē un jāiesaista pozitīva mijiedarbība un papildu informācija.**

## Organizācijas līmeņa politika

Organizācijas līmeņa politika cenšas uzlabot attieksmi pret cilvēkiem ar invaliditāti dažādās dzīves jomās, piemēram, **izglītībā, nodarbinātībā un veselībā**. Politikas veidi ietver **apmācību, sūdzību mehānismus un mērķtiecīgas informācijas programmas**, kuru mērķis ir mazināt cilvēku ar invaliditāti trūkumus, mainot cilvēku bez invaliditātes uzvedību un attieksmi (Fisher and Purcal, 2017). Tajā pašā laikā šīs politikas cenšas dot iespēju cilvēkiem ar invaliditāti pieprasīt savas tiesības uz vienlīdzīgu piekļuvi un līdzdalību. **Mērķis ir realizēt**

**cilvēku ar invaliditāti potenciālu** (Deane, 2009). Efektīvai, ilgtermiņa attieksmes uzlabošanai ir nepieciešams ievērojams kombinētas izglītības un saskarsmes līmenis (Campbell, Gilmore un Cuskelly, 2003; Harvey, 1985; Tait and Purdie, 2000). Lai gan organizācijas līmeņa iniciatīvas ir līdzīgas politikām personīgajā līmenī, jo tās ir vērstas uz indivīdiem, tās izceļas ar to, ka tās koncentrējas uz dzīves jomām un organizāciju veidiem, piemēram, **skolām un darbvietām**.

- **Izglītība**

Pētījumi liecina, ka **iekļaujoša skolas izglītība var uzlabot attieksmi pret bērniem bez invaliditātes**. Piemēram, pētījumi Kanādā (Bunch and Valeo, 2004) un Čīlē (Sirlopú et al., 2008) atklāja, ka bērniem skolās ar iekļaušanas programmām bija pozitīvāka attieksme pret skolēniem ar invaliditāti nekā bērniem skolās ar segregētu izglītību. Tomēr iekļaušanas programmas šķiet visefektīvākās, ja tām ir **atbilstoši resursi** – ar fizisku piekļuvi, palīgtechnoloģijām, mazām klasēm un personālu, kas nav pedagoģiskais personāls, lai atbalstītu bērnus ar invaliditāti – un ja vispārīglītojošie bērni un skolotāji ir labi sagatavoti (Buell et al. 1999; Maras and Brown 1996). Šo apstiprina arī Nathalie Bitton intervijā par Dānijas veiksmīgo integrāciju: “mēs esam atvērta valsts, jo mācām par iekļaušanu un vienlīdzību skolā, kad esam bērni. Tā ir bijusi liela tēma jau daudzus gadus. Mēs daudz runājam par to, kā mēs varam integrēt cilvēkus ar invaliditāti izglītībā un darba dzīvē” (pielikums 3).

- **Nodarbinātība**

Darba devēju attieksmi var mainīt šādas pieejas: vadības līderspējas; valdības atbalsts informācijas, resursu un atzinības veidā; uzticami informācijas avoti un izpratnes veidošanas apmācības, lai dalītos ar labāko praksi; un atbalsts personāla atlasei un atbalstam (Fisher and Purcal, 2017). Iniciatīvas, lai mainītu kolēģu attieksmi, ietver informācijas, kontaktu un apmācību organizēšanu (Haney and Rabin, 1984; Krahe and Altwasser, 2006; Wallace, 2004; Waterhouse et al. 2010).

- **Veselība**

Organizatoriskā līmeņa politika bieži mēģina mainīt veselības un sabiedrisko pakalpojumu darbinieku attieksmi, nodrošinot apmācību un informētības vairošanu, taču šo programmu novērtējumi uzrāda pretrunīgus rezultātus (Fisher and Purcal, 2017). Dažos pētījumos ir atklāts, ka attieksme nemainās vai pasliktinās pēc tieša kontakta ar pacientiem ar invaliditāti vai garīgām slimībām (Arkar and Eker, 1997; Chadd and Pangilinan, 2011). Veiksmīgāka pieeja ir mainīt veselības aprūpes darbaspēka profilu, nodarbinot cilvēkus ar invaliditāti un iekļaujot patērētāju pārstāvjus veselības nozarē (Conchar and Repper, 2014).

Rezumējot, ir pārliecinoši pierādījumi tam, ka **organizācijas līmeņa politika izglītības sektorā var būt efektīva attieksmes mainīšanā. Ir pierādīts, ka apvienojumā - iekļaujoša skolas izglītība, iekļaušanas apmācība skolotājiem un skolēnu izpratnes veidošanas programmas - uzlabo attieksmi, īpaši, ja viņiem ir labi resursi un tie darbojas ilgstoši**. Darba vietās darba devēju attieksme bija vispozitīvākā, ja darba devējiem

bija iepriekšēja personiskā pieredze ar cilvēkiem ar invaliditāti darba vietā vai citur.

## Valdības līmeņa politika

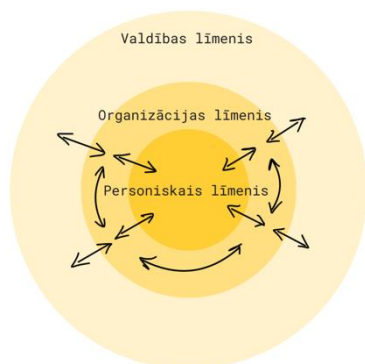
Valdības līmeņa politiku ierosina valdības, un tās mēģina ietekmēt attieksmi, pieprasot mainīt uzvedību. Šo līmeni veido **politikas paziņojumi un likumi**, kas nosaka darbības, kas atspoguļo pozitīvu attieksmi, kā arī īstenošanas un uzraudzības līdzekļi. Piemēri ir **pretdiskriminācijas tiesību akti un iekļaujoša izglītība** (Fisher and Purcal, 2017). Likumi, kas nosaka cilvēku ar invaliditāti sociālo un ekonomisko integrāciju, sniedz publisku apstiprinājumu tam, ka diskriminācija "vairs nav pieņemama" (Barnes and Oliver, 1995).

**Valdības līmeņa politikas efektivitāte ir atkarīga no savstarpējās mijiedarbības ar personisko un organizācijas līmeni, piemēram, informētības un apmācības programmas un sadarbība valdības un kopienas līmenī. Pretdiskriminācijas tiesību akti ir visefektīvākie, ja tos papildina izpratnes veidošanas kampaņas un izglītības programmas dažādos līmeņos** (Massetot et al., 2006).

## Personiskās, organizācijas un valdības līmeņa politikas mijiedarbība

Katrs politikas intervences līmenis pastiprina citus, un politikas var tikt piemērotas vienlaikus dažādos līmeņos (Fisher and Purcal, 2017).

Politikas mijiedarbība notiek starp trīs līmeņiem (Cook et al., 2014) - indivīdi mijiedarbojas ar saviem sociālajiem tīkliem un lielajām sociālajām struktūrām. Šī mijiedarbība veicina efektīvu intervenci, lai mazinātu pastāvošo stigmu jebkurā līmenī un rada ilgtermiņa pārmaiņas visā sistēmā (skatīt attēls 1).



Attēls 5. Daudzlīmeņu sistēma (Cook et al., 2014).

Personiskā un organizācijas līmeņa politiku var noteikt valdības, nevalstiskās organizācijas vai interešu aizstāvības grupas. Valdības līmeņa politiku izstrādā valdības, lai gan tām var būt vajadzīgas citas organizācijas un kopienas grupas, lai īstenotu politiku un pielāgotu tās vietējām prasībām. To apstiprina arī Sabiedrības integrācijas fonda pētījums, kas uzsver, ka "mērķa grupas viedokļu līderi ir nevalstiskās organizācijas" (Personu apvienība, 2017).

## Veiksmīgu kampaņu principi

Apskatot katru politikas līmeni atsevišķi - personiskās, organizācijas un valdības - izriet vairāki priekšnosacījumi, pēc kuriem var veidot veiksmīgas kampaņas un organizēt mērķētus pasākumus saliedētas sabiedrības veicināšanai.

**Politikas atšķiras atkarībā no tā, kā tās tiek īstenotas (valsts vai vietējā līmenī); to laika posms (vienreizējas kampaņas, ikgadējas, vairāku gadu garumā vai pastāvīgas); viņu mērķis (visi iedzīvotāji, cilvēki varas pozīcijās, vienaudži vai svešinieki); un kas tos ierosina (valdība, nevalstiskā iestāde vai pilsoņi)** (Fisher and Purcal, 2017).

Valstis, kurās attieksme pret bērniem ar invaliditāti, kas piedalās iekļaujošā izglītībā, ir mainījusies visvairāk, ir ieviesušas vairākas **intervences visos trīs līmeņos**, tostarp: obligāta iekļaujošas izglītības politika (valdības līmenī); skolotāju un studentu apmācība, atbalsts un kontakts (organizācijas līmenī); un kopienas mediji (personiskā līmenī), kas pakļauj bērnus, ģimenes un skolotājus pozitīvam cilvēku ar invaliditāti attēlojumam (UNESCO, 2014).

**Veiksmīgas politikas veidošanā jāņem vērā šādas aktivitātes:**

- Politika, kas ietver tiešu kontaktu ar cilvēkiem ar invaliditāti;
- Informācijas un izpratnes veidošanas kampaņas, kas ietver plašu aktivitāšu klāstu (piemēram, TV kampaņas, kopienas seminārus, interneta resursus, apmācības u.c.) un / vai programma veidota skolas vecuma bērniem;
- Izglītība un apmācības par invaliditāti (piemēram, skolotāju un darba devēju apmācības);
- Tiesību akti, lai īstenotu pretdiskriminācijas pasākumus, kuros ietilpst iekļaujošā izglītība.

**Veiksmīgas politikas veidošanas politikā jāņem vērā šādi efektivitātes principi:**

- Tiešajam kontaktam cilvēkiem ar invaliditāti un bez invaliditātes ir jābūt pozitīvai pieredzei un jāapvieno ar izglītojošu informāciju;
- Informācijas, izpratnes, izglītības un apmācības programmām ir jābūt daudzpusīgām un ilgstošām;
- Jebkurai politikai ir jābūt atbilstošiem resursiem, lai to var ieviest un ilgstoši atbalstīt.
- Rezumējot, teorētiskā literatūra norāda, ka daudzlīmeņu iesaiste būs visefektīvākā, jo tā var risināt invaliditātes pieredzes dažādību, stiprināt pozitīvu attieksmi un aizstāt negatīvo attieksmi, izmantojot atkārtotu informāciju, emocionālu iesaistīšanos un obligātas izmaiņas (Fisher and Purcal, 2017).

**Turpmāk pētījumā Zviedrijas, Dānijas un Izraēlas kampaņas tiks skatītas pēc šādiem efektivitātes principiem (balstoties uz pētījuma teorētisko daļu):**

- **Politikas līmeņi**

Pētījumā tiks skatīts kādos līmeņos notiek politikas veidošana - vai tikai pilsoniskā, organizācijas un valdības vai mijiedarbojoties. Visefektīvākā kampaņa būs daudzlīmeņu.

- **Tiešs kontakts**

Svarīgi, ka kampaņas ietvaros veidots tiešs kontakts ar cilvēkiem ar invaliditāti un bez, un vai tas ir noticis labvēlīgos apstākļos, nodrošinot papildus informāciju.

- **Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums**

Personīgi stāsti masu medijos un sociālajos tīklos rada izpratni par invaliditāti. Šo punktu apstiprina arī Nathalie Bitton, kura uzsver, ka Dānijas kampaņās stāsta - "jūs neesat jūsu invaliditāte, jūs esat cilvēks un tas, kas jūs esat ar invaliditāti" (pielikums 3).

- **Apmācības un izglītojoša informācija**

Tiks pētīts, vai kampaņas ietvaros notikušas apmācības kādai mērķgrupai un sniegta izglītojoša informācija.

- **Plašs aktivitāšu klāsts**

Tiks analizēts, vai kampaņas ietvaros notika tikai viena aktivitāte vai dažādas, sasniedzot dažādas mērķauditorijas.

- **Kampaņas ilgums un kampaņa kā tradīcija**

Lai gan pētījumos nav minēts, kāds ir rekomendējamais ilgums, lai kampaņa būtu efektīva, tomēr piemin, ka ilgstoša un ar resursiem nodrošināta kampaņa ir veiksmīga. Ivars Balodis intervijā min, ka "veiksmīgu kampaņu pamatā svarīgs ir ilglaicīgums un tas, ka tās notiek katru gadu, nevis īslaicīgas un kampaņveidīgas. Tas nodrošina, ka tās labāk nosēžas cilvēku apziņā" (pielikums 2). Tas ļautu arī nevalstiskajām organizācijām veidot savu stratēģiju.

**Papildus tiks apskatīti šādi punkti, lai iegūtu pilnāku priekšstatu par kampaņu (pētījuma autores izvirzīti papildus punkti):**

- **Kampaņas galvenās ziņas**

Kāda ir kampaņas galvenā ziņa, kuru izplata medijos un sociālajos tīklos, kādus sloganus izmanto, lai popularizētu kampaņu.

- **Kanālu izvēle**

Kādā veidā kampaņas sasniedz savu mērķauditoriju un kādus sociālos tīklus izmanto attiecīgās kampaņas ietvaros.

- **Tēmturi**

Kādus galvenos tēmturus izmanto kampaņas popularizēšanai, pēc kuriem var atrast ziņas sociālajos tīklos.

- **Pieejamība**

Ja notiek informatīva kampaņa vai pasākums, tad ir svarīgi saprast, vai informācija ir pieejama mērķauditorijai un vai vietas izvēle ir pielāgota cilvēkiem ar invaliditāti.

# ZVIEDRIJA

## Zviedrija un tās veiksmes faktori

1. Zviedrijā kopš 20. gadsimta 60. gadiem politiku saistībā ar cilvēkiem ar invaliditāti un darbu Ziemeļvalstīs spēcīgi ietekmējusi normalizācijas ideoloģija (Gjertsen, H., Hardonk, S. un Ineland, J., 2021.), kuras mērķis bija radīt iespējas cilvēkiem ar intelektuālās attīstības traucējumiem piedalīties sabiedrībā tādā veidā, kas ir līdzīgs cilvēku bez invaliditātes dzīvei.
2. Zviedrija tērē 3.8% no IKP darba nespējai personām ar invaliditāti (Public spending on incapacity (indicator), 2022), kas ir trešais augstākais rādītājs pasaulē.
3. Zviedrijā ir visvairāk nominētās pilsētas Eiropas Savienības balvai "Pilsētu pieejamība", kas domāta, lai vairotu izpratni par cilvēku ar invaliditāti dzīves apstākļiem, problēmām, ar kurām viņi saskaras ikdienas dzīvē. Gēteburga (1. vieta 2014.gadā), Burosa (1. vieta 2015.gadā), Jenšēpinga (1. vieta 2021.gadā), Malme (veicināšanas balva 2011.gadā), Stokholma (3.vieta 2013.gadā), Šellefteo (3.vieta 2013.gadā, veicināšanas balva 2017.gadā) (European Commission, Access City Award). Piemēram, Stokholma izveidoja stratēģiju "[Pilsēta visiem](#)", kas ir 12 gadu pilsētas stratēģija par pieejamību.
4. Pilnīga līdzdalība sabiedrībā ir Zviedrijas invaliditātes politikas galvenais mērķis un to ievieš visos politikas līmeņos:
5. Zviedrijas valdība un parlaments nosaka vadlīnijas invaliditātes politikai, galvenokārt izmantojot tiesību aktus.
6. Valdības aģentūras ir valsts līmenī atbildīgas par konkrētām nozarēm, tostarp izglītību, veselības aprūpi un nodarbinātību.
7. Reģionālās padomes ir atbildīgas par veselību un medicīnisko aprūpi.
8. 290 Zviedrijas pašvaldības ir atbildīgas par izglītību un sociālajiem pakalpojumiem.



Disability policy

### Full participation in society is the top goal in Sweden's disability policy.

Sweden's national objective of disability is based on the UN [Convention on the Rights of Persons with Disabilities](#). Sweden's policy is to 'achieve equitable living conditions and full participation in a diverse society for people with disabilities'.

One intent with this objective is to help increase gender equality and ensure that a child-rights perspective is taken into account.

## Zviedrijas veiksmes piemēri kā integrē cilvēkus ar invaliditāti:

1. Darbs vienlīdzīgu iespēju nodrošināšanā sākas jau agrā bērnībā. Valsts speciālās izglītības un skolu aģentūra koordinē Zviedrijas valdības atbalstu speciālo vajadzību izglītībai, lai palīdzētu skolēniem sasniegt izglītības mērķus.
2. Plānošanas un būvniecības likumā un Plānošanas un būvniecības rīkojumā ir stingri pieejamības noteikumi, kuru mērķis ir ļaut pēc iespējas lielākam skaitam cilvēku piedalīties sabiedrībā ar vienādiem noteikumiem. Ja cilvēkiem ar invaliditāti ir jāmaina viņu dzīvesvieta, lai tā atbilstu viņu īpašajām vajadzībām, viņiem ir tiesības pieteikties uz dotāciju no savas vietējās padomes/pašvaldības.
3. Cilvēki ar invaliditāti, kuriem ir lielas grūtības ceļot vai izmantot sabiedrisko transportu, var saņemt automašīnas pabalstu no Zviedrijas sociālās apdrošināšanas aģentūras ([Försäkringskassan](#)). Tas attiecas arī uz bērnu ar funkcionāliem traucējumiem vecākiem.
4. Darba devējiem, kuri pieņem darbā cilvēkus ar ierobežotām darba spējām, ir tiesības saņemt algu subsīdijas. Valstij piederošais pakalpojumu un preču piegādātājs Samhall piedāvā cilvēkiem ar invaliditāti jēgpilnu darbu, kas veicina viņu personīgo attīstību.
5. [Samhall](#) ir valstij piederošs Zviedrijas uzņēmums, kura uzdevums ir nodrošināt jēgpilnu darbu, kas veicina cilvēku ar invaliditāti personīgo attīstību. Samhall piedāvā pakalpojumus visās jomās, sākot no tīrīšanas, veļas mazgāšanas un īpašuma uzturēšanas līdz loģistikai un ražošanai. Tās uzdevums no valdības ir ražot preces un pakalpojumus, kas ir pieprasīti, lai nodrošinātu jēgpilnu un attīstošu nodarbinātību personām ar invaliditāti, kur tas ir nepieciešams. Darbs Samhall nodrošina cilvēka izaugsmi un iespēju iegūt darbavietu arī citur. Samhall nodarbina 20 000 cilvēku 250 vietās visā Zviedrijā (Personal development through employment, online 2).
6. Digitālā iekļaušana ir iekļauta Zviedrijas nacionālajā digitālajā stratēģijā.
7. Zviedrijas līdzdalības aģentūra ([Myndigheten för delaktighet](#)) koordinē un aktīvi veicina progresu invaliditātes politikas jomā. Tās mērķis ir paātrināt attīstību, lai izveidotu sabiedrību, kurā visi var vienlīdzīgi piedalīties neatkarīgi no invaliditātes.
8. Zviedrijas mantojuma fonds ([Allmänna arvsfonden](#)) ir Zviedrijas valsts fonds, kura mērķis ir atbalstīt bezpeļņas organizācijas un citas brīvprātīgās asociācijas, lai palīdzētu uzlabot apstākļus bērniem, jauniešiem un cilvēkiem ar invaliditāti. Ja persona Zviedrijā nomirst bez rakstiska testamenta un bez dzīva laulātā vai tuvas ģimenes, viņa īpašums tiek nodots fondam; fonds saņem arī naudu no dāvanām un testamentiem.

Attēls 6. [Zviedrijas oficiālā mājaslapa](#), kurā izceļ, ka pilnīga līdzdalība sabiedrībā ir Zviedrijas politikas mērķis.

9. Zviedrijā izdot žurnālu [Unik](#), kas ir visplašākais laikraksts par cilvēkiem ar invaliditāti, to saņem 25 000 abonentu 5 reizes gadā. To izdot [organizācija FUB](#), kas izveidojuši arī digitālu versiju mājaslapā un savu aplikāciju.

## Kampaņu analīze

### 1. GRT pretstigmatas kampaņa Hjärnkoll

[Hjärnkoll](#) ir valsts pretstigmatas kampaņa, ko vada 300 vēstnieki, kas ir cilvēki ar savu pieredzi garīgo slimību jomā. Kampaņas galvenās aktivitātes ir vērstas uz plašsaziņas līdzekļiem un apmācību mērķa grupām (darba devēji, veselības aprūpes darbinieki un policija). Kampaņa ir vērsta uz aktivitāšu un pasākumu radīšanu, lai veicinātu sociālos kontaktus ar cilvēkiem ar garīgām slimībām. Šo kampaņu tālāk attīsta 15 reģionos, kur [katram reģionam ir sava mājaslapa](#) un Facebook lapa.

**Kampaņas galvenās ziņas:** “Garīgas atšķirības - vienādas tiesības”, “Jūsu pieeja garīgām slimībām var mainīt kāda cilvēka dzīvi”, “Rezervējiet lekciju ar kādu no mūsu kampaņas vēstniekiem, kas radīs pozitīvas pārmaiņas!”, “Jūs varat kaut ko mainīt!”.

**Kanālu izvēle:** sociālie tīkli - [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Youtube](#) un [Vimeo](#), podkāsti Spotify “[Uzdrošini runāt](#)” un “[Psihiskais lifts](#)”, [kampaņas mājaslapa](#).

**Tēmturi:** [#hjärnkoll](#) [#hjärnkollambassador](#) [#psykiskohälsa](#) [#föreläsning](#)

**Pieejamība:** Šajā kampaņā par to atsevišķi netiek runāts.

### Izvērtējums pēc efektivitātes principiem

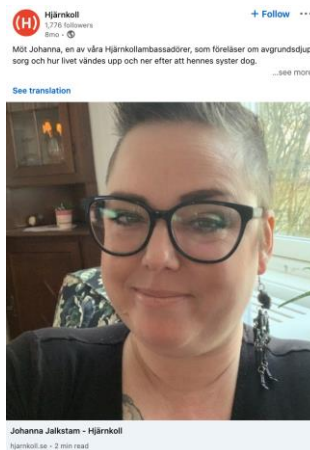
**Politikas līmeņi:** personiskā, organizācijas, valdības līmeņa politika

**Tiešs kontakts:** Jā, caur kampaņas lapu ir iespējams rezervēt laiku un vietu, kad kāds no kampaņas vēstniekiem dosies stāstīt savu stāstu.

**Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums:** Jā, gan mājaslapā, gan visos sociālajos tīklos.



Attēls 7. [Kampaņas vēstnieki](#). Kopumā mājaslapā var izlasīt vairāk nekā 100 stāstus par katru vēstnieku.



Attēls 8. [LinkedIn profilā](#) publicē atsevišķus rakstus ar kampaņas vēstniekiem.



Attēls 9. Vēstnieku stāsti tiek publicēti arī kampaņas [Twitter](#) kontā.

**Apmācības un izglītojoša informācija:** Jā, vēstnieki dodas stāstīt savu stāstu pa visu Zviedriju. Mājaslapā ir daudz izglītojoša informācija, piemēram:

- [Ieteikumi kā žurnālistiem](#) vajadzētu interpretēt cilvēkus ar mentālās veselības problēmām medijos;
- [Padomi kā būt labam draugam](#) cilvēkam ar GRT;
- [Ievadkurss par novecošanos un garīgajām slimībām](#).

**Plašs aktivitāšu klāsts:** Jā, daži piemēri no aktivitātēm:

- “[5 minūtes 5. maijā](#)” ir ikgadēja kampaņa, kuras laikā vēstneši 5 minūtes runā par mentālo veselību, lai palielinātu zināšanas un mazinātu ar garīgām slimībām saistīto stigmatu.
- 10.septembris ir Starptautiskā pašnāvību novēršanas diena, kurā Hjærnkoll organizē [stāstu vakaru](#).
- oktobris ir Pasaules garīgās veselības diena, kad Hjærnkoll organizē iedvesmojošus pasākumus, lai pievērstu uzmanību, ka “[Tu neesi viens](#)” vai [stāstīt par jauniešiem ar garīgām slimībām](#).
- [Protesta gājiens](#), lai pievērstu uzmanību, ka cilvēki ar garīgām problēmām arī var tikt iekļauti darba tirgū un ka viņi vēlas būt daļa no strādājošās sabiedrības.
- [Priekšnesums un diskusija](#) par to, kā mēs varam novērst diskrimināciju pret cilvēkiem ar garīgām slimībām. Diskusijā piedalās vēstnieki, rakstnieki un aktieri.
- [Brokastu semināri](#), kuros vecākie vēstnieki stāsta par savu pieredzi novecošanās ar garīgām slimībām. Tas var būt par diagnozes noteikšanu vecumdienās vai



par radnieku, kurš cieš no garīgām slimībām. Viņi runā ne tikai par izaicinājumiem, bet arī par to, kas gadu gaitā kļūst labāks.

- [Mental Health Run Malmö](#) ir labdarības skrējienis, kura mērķis ir mazināt aizspriedumus un pievērst uzmanību saiknei starp garīgo un fizisko veselību. Šis pasākums kļuvis par ikgadēju [tradīciju](#).

**Kampaņas ilgums un kampaņa kā tradīcija:** Kopējais kampaņas laiks ir 11 gadi, kuros iedibinātas tradīcijas, kuras notiek katru gadu.

## Kampaņas izvērtējums

Hjārnkoll ir kvalitatīva kampaņa, kura atbilst visiem kvalitātes kritērijiem. Kampaņa koncentrējas uz visiem politikas līmeņiem, bet, spriežot pēc aktivitātēm, tajā mazāk tiek iesaistīts personīgais līmenis, kas dod kampaņas dalībniekiem komunikēt savā starpā.

Svarīgi minēt, ka šī kampaņa tiek minēta starptautiskā līmenī kā viena no labākajām integrācijas kampaņām nacionālā līmenī un kuras pozitīvos rezultātus pēta, lai saprastu pārmaiņu ietekmi uz sabiedrību (Hansson et al., 2016).

- Šī kampaņa ir ilgstoša, kas nodrošina to, ka tā nosēžas cilvēku apziņā un mazina diskrimināciju.
- Liels vēstnieku loks nodrošina, ka informācija izplatās pa visu valsti.
- Šīs kampaņas ietvaros notiek aktivitātes, kuras katru gadu atkārtojas.
- Kampaņai ir fokuss uz konkrētu tēmu - cilvēki ar GRT.

## 2. Kampaņa Mitt Val, lai iesaistītu personas ar GRT balsošanā

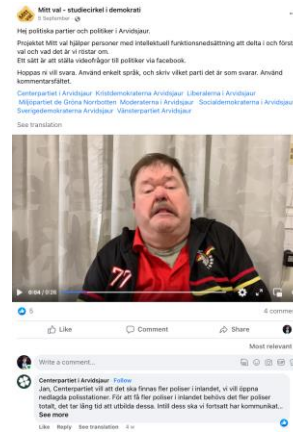
Organizācija [Studieförbundet Vuxenskolan](#), NVO ar filiālēm visā valstī, ir izveidojusi programmu, kas palīdz personām ar intelektuālās attīstības traucējumiem piedalīties balsošanā. Mazās studiju grupās mācās no viegli lasāmiem materiāliem un DAISY formāta audio tekstiem, kas apraksta Zviedrijas demokrātiju un balsošanas procesu. Grupas vadītājs palīdz, uzdodot jautājumus politiķiem un organizējot diskusijas. Grupu vadītājs rīko pārrunas ar aktīviem politiķiem, kuri pirms sarunām tiek apmācīti runāt vieglā valodā. 2018. gada vēlēšanās 109 mācību grupās piedalījās 650 dalībnieki, bet 49 diskusijās ar politiķiem piedalījās 2470 cilvēki ar invaliditāti. Pēc apmācībām 80 % dalībnieku izmantoja savas balsstiesības.

**Kampaņas galvenās ziņas:** “Kļūsti par viegli lasāmu politiķi!”

**Kanālu izvēle:** sociālie tīkli - [Facebook](#), [Youtube](#), [organizācijas mājaslapā](#) ir atsevišķa sadaļa par šo projektu.



Attēls 10. Vizuālais noformējums kampaņai Mitt val: “Mums ir jautājums par jūsu politiku”.



Attēls 11. Piemērs no [Facebook](#), kurā tiek uzdoti video jautājumi politiķiem un lūgtas atbildes, izmantojot vienkāršu valodu. Kopā ir vairāk nekā 70 video jautājumu.

**Tēmturi:** #demokratiglappet

**Pieejamība:** Galvenā lapa ir pielāgota, lai to varētu klausīties un izlasīt vieglā valodā.

## Izvērtējums pēc efektivitātes principiem

**Politikas līmeņi:** personiskā, organizācijas, valdības līmeņa politika

**Tiešs kontakts:** Jā, mērķauditorija (cilvēki ar intelektuālās attīstības traucējumiem) satiekas ar politiķiem, lai varētu uzdot jautājumus un saprastu viņu nostāju valstiskos procesos.

**Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums:** Jā, gan mājaslapā, gan sociālajos tīklos.



Attēls 12. [Dalībnieki](#), kas pieņem lēmumus mācību grupā. Foto: Peter Timar Lonneborg.

**Apmācības un izglītojoša informācija:** Jā, daži piemēri no aktivitātēm:

- Ir sagatavoti [digitāli materiāli / spēles](#), lai varētu izprast demokrātiju:
- [Spēle “Kurš ir atbildīgais?”](#)
- [Spēle “Uzmini partiju”](#)
- [Spēļu kārtis “Runā par politiku”](#)
- [“Esi viegli saprotams politiķis”](#) - 4 stundu kurss, lai iemācītos vieglu valodu

**Plašs aktivitāšu klāsts:** Jā, notiek mācību grupu tikšanās, lai kopīgi mācītos par demokrātiju, tikšanās ar politiķiem un video jautājumu uzdošana Facebook platformā.

**Kampaņas ilgums un kampaņa kā tradīcija:** Kampaņa Mitt val notiek kopš 2013.gada vēlēšanām, un tā notiek vairāk nekā 100 pašvaldībās.

## Kampaņas izvērtējums

Mitt val ir kvalitatīva kampaņa, kura atbilst visiem kvalitātes kritērijiem. Kampaņas vienīgā problēma ir starpvēlēšanu posms. To plāno pielāgot esošo studiju apļu metodei, lai apspriestu ikdienas dzīves uzlabošanu.

- Šī ir konkrēta kampaņa, kas veltīta, lai atrisinātu vienu problēmu - cilvēku ar invaliditāti iesaisti vēlēšanās.
- Pozitīvi, ka pašvaldības ir gatavas iesaistīties un nodrošināt, šādas mācību grupas, lai integrācija cilvēkiem ar GRT norisinās visā valstī.
- Studija apļu metode palīdz cilvēkiem ar GRT iekļauties savā starpā un pozitīvā veidā apgūt jaunas lietas.
- Ir redzama arī politiku iesaiste, lai padarītu savas ziņas saprotamākas cilvēkiem ar garīgiem traucējumiem.



Attēls 14. Kopbilde no Göteborg Open.

## 3. E-sports kampaņa jauniešiem

[RBU Halland sadarbībā ar ABF Halland un Halmstedas universitāti](#) vada trīs gadu ilgu Mantojuma fonda projektu ar mērķi iekļaut cilvēkus ar invaliditāti e-spēļu pasaulē, veidojot digitālas un fiziskas saskarsmes un pielāgojot spēļu rīkus. Ilgtermiņā tas palīdz mazināt sociālo atstumtību, ko mērķa grupa bieži piedzīvo.

**Kampaņas galvenās ziņas:** "Aktivitātes visiem" (biedrības kopējais sauklis, organizē arī citas aktivitātes ģimenēm, kurās aug bērni un jaunieši ar funkcionāliem traucējumiem").

**Kanālu izvēle:** sociālie tīkli - [Facebook](#), [Instagram](#), savstarpējā saziņa notiek Discord kanālā, kā arī [organizācijas mājaslapā](#) ir atvēlēta atsevišķa sadaļa šim projektam.

**Tēmturi:** -

**Pieejamība:** Galvenā lapa ir pielāgota, lai to varētu cilvēki ar redzes traucējumiem.

## Izvērtējums pēc efektivitātes principiem

**Politikas līmeņi:** personiskā līmeņa politika

**Tiešs kontakts:** Jā, ikviens bērns un jauniešs var piedalīties, spēlējot kādu no online spēlēm vai tiekoties tematiskajos pasākumos.

**Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums:** Jā, gan mājaslapā, gan sociālajos tīklos.



Attēls 13. Kopbilde no DreamHack Summer.

**Apmācības un izglītojoša informācija:** Nē, šī kampaņa koncentrējas vairāk uz pašu organizācijas biedru integrēšanu sabiedrībā.

**Plašs aktivitāšu klāsts:** Jā, kopumā notikuši vairāk kā [80 pasākumi](#), piemēram:

- [Minecraft spēlēšana](#)
- [Fortnite spēlēšana](#)
- [Forums par e-spēlēm un e-sportu](#)

**Kampaņas ilgums un kampaņa kā tradīcija:** Šis projekts notiek 3 gadus, katru mēnesi organizējot pasākumus mērķauditorijai.

## Kampaņas izvērtējums

E-sports kampaņa ir veiksmīga, lai iesaistītu bērnus un jauniešus ar funkcionāliem traucējumiem sabiedrībā, un aktivitātes ir piemērotas izvēlētajai mērķauditorijai, lai radītu interesi, bet tā iesaista tikai pašu mērķauditoriju un neveicina lielāku rezonansi sabiedrībā.

- Šī kampaņa parāda, ka neesošā valstiskā dimensija mazina kampaņas efektivitāti, toties iesaista projektā noteikto mērķauditoriju - bērni un jaunieši.
- Kampaņa ir veiksmīgi atradusi aktivitātes, kas piesaista mērķauditorijas uzmanību un veicina integrāciju.
- Sadarbība starp nevalstisko organizāciju RBU Halland, kas pārstāv bērnus un jauniešus ar invaliditāti, Arbetarnas Bildningsförbund (ABF, kas ir Zviedrijas vadošā mācību asociācija, un Halmstad universitāte nodrošina, ka projektam ir lielāka efektivitāte un vairāk cilvēku saskaras ar iesaistīto mērķauditoriju

## Secinājumi par Zviedriju un tās kampaņām

- Visveiksmīgākā integrācijas kampaņa notiek, kad attīstās pa visu valsti un katrā reģionā ir pārstāvniecība, kas organizē savus pasākumus un savstarpēji sadarbojas ar jumta organizāciju.
- Kampaņas ir ilgstošas, kas dod nepieciešamās izmaiņas, lai veidotu saliedētāku sabiedrību. Ja kampaņa norit vairākus gadus, tad katru gadu veido aktivitātes dažādu starptautisko dienu ietvaros,

izveido tradīcijas, piemēram, 10. septembris ir Starptautiskā pašnāvību novēršanas diena, 10. oktobris Pasaules garīgās veselības diena, 3. decembris Starptautiskā cilvēku ar invaliditāti diena.

- Mācību apli un kopīgas tikšanās tiešsaistē vai klātienē stiprina kopienas sajūtu cilvēkiem ar invaliditāti, kā arī rada pozitīvu attieksmi pārējai sabiedrībai, ka cilvēki ar invaliditāti var iesaistīties sabiedrībai nozīmīgos procesos, piemēram, vēlēšanās.
- Cilvēki ar invaliditāti ir gatavi stāstīt savu stāstu un dalīties ar savu pieredzi, ja nodrošina atbalstošu platformu.
- Zviedrijas mantojuma fonds ([Allmänna arvsfonden](#)) dod iespēju realizēt nevalstiskajām organizācijām ilgtermiņa kampaņas. Finansējums tika piešķirts visām trīs pieminētajām kampaņām - [Mitt Val](#) un [e-sporta kampaņa](#), kā arī [papildus aktivitātēm](#) Hjärnkoll kampaņai.
- Pasākumi, kuri mērķēti kādai konkrētai grupai, ir visefektīvākie, piemēram, e-sports kampaņas mērķis bija integrēt bērnus un jauniešus ar funkcionāliem traucējumiem sabiedrībā vai kampaņas Mitt Val fokuss ir personas ar intelektuālās attīstības traucējumiem un politiķi.
- Tikai 11 gadus ilgai kampaņai ir sava mājaslapa. Tām, kuras ir kā iniciatīvas, kuras atkārtojas katru gadu, tās tiek integrētas attiecīgo nevalstisko organizāciju mājaslapās.
- Sadarbība starp vairākām organizācijām nodrošina, ka kampaņai ir lielāka efektivitāte un veicina mērķauditorijas integrāciju.
- Hjärnkoll un Mitt Val kampaņās iesaistās sabiedrībā zināmi cilvēki - rakstnieki, mūziķi un politiķi, kas nodrošina, ka viņu parādīšanās kopā ar cilvēkiem ar invaliditāti veicina pozitīvu sabiedrības attieksmi.
- Hjärnkoll un Mitt Val kampaņās izstrādāti materiāli, kas mērķēti specifiskai mērķauditorijai, kam tie noderēs. Hjärnkoll izveidoja palīgu žurnālistiem, bet Mitt Val izveidoja kursus politiķiem.
- Cilvēki ar invaliditāti mērķtiecīga iesaistīšana darba tirgū, kā piemērs ir Samhall, kas ir valstij piederošs Zviedrijas uzņēmums, un kurš nodrošina jēgpilnu darbu cilvēkiem ar invaliditāti.
- Zviedrija nosprauda savu mērķi kā valsts ar pieejamām pilsētām un mērķtiecīgi iet uz šo mērķi.



# DĀNIJA

## Dānija un tās veiksmes faktori

1. Dānija ir pirmajā vietā pasaulē, kas tērē 4.9% no IKP darba nespējai personām ar invaliditāti (Public spending on incapacity (indicator), 2022), un otrais vismazākais nabadzības vai sociālās atstumtības riskam pakļauto personu ar invaliditāti īpatsvars Eiropas Savienībā (21,8%) (Eurostat, 2021).
2. [Sociālo un iekšlietu ministrija](#) ir invaliditātes politikas koordinējošā ministrija. Taču jomas attīstība ir dalīta visu ministriju jomu atbildība, katra nozare ir atbildīga par invaliditātes politikas aspektu iekļaušanu savā politikā.
3. Dānijā darbs ar invaliditātes politikas ilgtermiņa vīzijām un mērķiem jau vairākus gadus ir balstīts uz [četriem īpašiem invaliditātes politikas pamatprincipiem](#): vienlīdzīgas attieksmes principu, kompensācijas principu, nozaru atbildības principu un solidaritātes principu. Pēc šiem principiem izstrādā nepieciešamos atbalsta mehānismus.
4. Dānija ir daļa no [Ziemeļu Ministru padomes un Ziemeļu padomes](#), kas ir galvenie forumi oficiālajai Ziemeļvalstu sadarbībai (Dānija, Somija, Islande, Norvēģija, Zviedrija, Fēru salas, Grenlande un Ālandu salas). Sadarbības vīzija ir padarīt Ziemeļvalstu reģionu par ilgtspējīgāko un integrētāko reģionu pasaulē. Kā daļa no šīs sadarbības tiek attiecināta sadarbība invaliditātes jomā, lai veicinātu cilvēku ar invaliditāti iekļaušanu, uzlabojot zināšanu apmaiņu visā reģionā un ciešu sadarbību invaliditātes politikas jautājumos. Tas ietver padomdevēju iestādi un [rīcības plānu 2030. gadam](#), kurā ir trīs galvenās jomas: cilvēktiesības, ilgtspējīga attīstība un pārvietošanās brīvība.
5. [Danske Handicaporganisationer](#) ir trīsdesmit četru Dānijas organizāciju ar invaliditāti jumta organizācija. Šī organizācija darbojas gan pašvaldību līmenī, kur ir 97 vietējie departamenti, gan valsts, gan starptautiskā mērogā. Viņu mērķis ir ļaut personām ar invaliditāti dzīvot tādu dzīvi kā visi pārējie. Personām ar invaliditāti vajadzētu būt iespējai piedalīties, dot ieguldījumu un būt daļai no sociālās kopienas.
6. [Invaliditātes barometrs](#) ir [Cilvēktiesību institūta](#) pastāvīgais statuss par to, kā notiek cilvēku ar invaliditāti tiesību īstenošana, kas noteiktas invaliditātes konvencijā. Barometrs aptver vairāk nekā 10 svarīgākās sabiedrības jomas, kurās diemžēl cilvēkiem ar invaliditāti ir sliktāki dzīves apstākļi nekā pārējiem iedzīvotājiem. Tajā redzami skaitļi par 2012., 2016., un 2020. gadu.

### Dānijas piemēri kā integrē cilvēkus ar invaliditāti:

1. [Musholm](#) ir atpūtas un sporta centru cilvēkiem ar invaliditāti, ko izveidojis Dānijas Muskuļu distrofijas fonds.



Attēls 15. [Musholm atpūtas un sporta centrā](#) nodrošina mobilitāti cilvēkiem neatkarīgi no viņu invaliditātes.

2. [Be My Eyes](#), Dānijas jaunuzņēmums, kas 2015. gadā ieviesa bezmaksas lietotni, kas savieno neredzīgus un vājredzīgus cilvēkus ar brīvprātīgajiem ar redzi. Lietotne sastāv no divvirzienu audio un vienvirziena video plūsmas, kas ļauj redzīgajam brīvprātīgajam būt akla lietotāja acīm. To var izmantot mājās, darbā un sabiedriskās vietās, lai veiktu gandrīz jebkuru uzdevumu. 2021. gadā lietotne bija pieejama vairāk nekā 180 valodās, un tajā bija 5,25 miljoni brīvprātīgo (Smartphone app connecting visually impaired users in need with supportive volunteers, online 7).
3. [Specialisterne](#) ir starptautiski atzīts kā pirmais piemērs, kā augsti funkcionējoši cilvēki ar autismu var efektīvi integrēties sabiedrībā un sniegt vērtīgus, augstas kvalitātes pakalpojumus saviem darba devējiem. Specialisterne ir pirmais globālais uzņēmums, kas ļauj izmantot īpašas prasmes, kas piemīt personām ar autisma spektra traucējumiem (ASD), lai sniegtu kvalitatīvus pakalpojumus korporatīvajam sektoram. Specialisterne šobrīd sadarbojas ar starptautiskiem partneriem 35 vietās 13 valstīs.
4. [Access Denmark](#) mērķis ir atvieglot ceļošanu un līdzdalību ikdienas dzīvē Dānijā. Šajā lapā ir apkopota informācija ar detalizētiem aprakstiem par pieejamību ēkās vai āra zonās.
5. Projekts [KLAPjob](#) veido partnerības ar dažādiem uzņēmumiem, lai apzinātu un reklamētu darba vietas atklātajā darba tirgū. Pēc tam cilvēkiem ar intelektuālās attīstības traucējumiem tiek palīdzēts izvēlēties un pieteikties uz viņiem piemērotāko darbu. Katru gadu organizācija [Lev](#), zem kuras notiek šis projekts, atrod darbu 600 cilvēkiem.

# Kampanu analīze

## 1. GRT pretstigmatas kampana En Af Os

Nacionālās kampanas [En Af Os](#) mērķis ir novērst GRT stigmatizāciju Dānijā jeb izbeigt to cilvēku diskrimināciju un atstumšanu, kuriem ir vai bijušas garīgas slimības. Personai ar garīgu slimību ir jādzīvo pilnvērtīgu un labu dzīvi kā līdzvērtīgai sabiedrības daļai. Šī kampana ir valsts informācijas kampana ar mērķtiecīgām reģionālām un vietējām aktivitātēm.

Pasākumi attiecas uz piecām galvenajām darbības jomām - jaunieši, darba tirgus, lietotāji un radnieki, personāls veselības un sociālajā nozarē un plašsaziņas līdzekļi un sabiedrība.

[Reģionālā pārstāvniecība](#) 5 Dānijas reģionos, kur var uzzināt par attiecīgā reģiona vēstniekiem, grupām, kā kļūt par brīvprātīgo, ja nepieciešama palīdzība.

En Af Os ir savstarpējās antistigmatas alianses dalībnieks ([Global Anti-Stigma Alliance](#)), kas darbojas, lai destigmatizētu garīgās slimības. Šī tīkla mērķis ir dalīties ar zināšanām, pētījumu rezultātiem un materiāliem.

Kampana ir daļa no Dānijas Veselības pārvaldes, kurā divi pilnas slodzes darbinieki strādā nacionālā līmenī. Papildus sadarbība notiek ar reģionāliem koordinatoriem, kas palīdz ieviest lokālās aktivitātes un strādā ar pašvaldībām un brīvprātīgajiem un nevalstiskajām organizācijām.

Katrā no piecām darbības jomām ir izveidotas resursu grupas ar lietotāju un radnieku organizāciju, profesionālo asociāciju, profesionāļu un reģionālajiem pārstāvjiem. Resursu grupas uzdevums ir nodrošināt domapmaiņu, zināšanas un veicināt savstarpējo sadarbību, lai izstrādātu informatīvos materiālus un organizētu aktivitātes, kas ir saistītas ar En Af Os fokusa jomām.

Kampana aktivizē arī citus organizatorus, kas vēlas iesaistīties kampanā un [organizēt savus pasākumus](#) zem En Af Os kampanas. Katrs var uztaisīt savu profilu un pievienot savu ideju kopējam aktivitāšu kalendāram.

**Kampanas galvenās ziņas:** "Ikviens ir vērtība un jājūtas kā vienam no mums", "Ikvienu var skart garīgās slimības", "Atmosties no klusuma, šaubām un tabu par garīgām slimībām", "Neviens nav tikai viņa diagnoze", "Sāc dialogu - koncentrējies uz destigmatizāciju", "Garīgās slimības nav lipīgas, tabu ir", "Nebaidies no atšķirīgā", "1 no 5 skārusi garīga slimība", "Pārtrauc klusumu!".

**Kanālu izvēle:** sociālie tīkli - [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#) (šobrīd nav aktīvs), [LinkedIn](#), [Youtube](#), kā arī [kampanas mājaslapa](#).

Papildus ir izveidots kampanas [panelis](#), kurā ir ap 2000 cilvēku, kuri ir gatavi anonīmi pildīt anketas un atbildēt uz jautājumiem, kas skar cilvēkus ar garīgiem traucējumiem. Tas palīdz sniegt informatīvu informāciju valdībai, medijiem un pētniekiem.

**Tēmturi:** #meltstigma

**Pieejamība:** Šajā kampanā par to atsevišķi netiek runāts.

## Izvērtējums pēc efektivitātes principiem

**Politikas līmeņi:** personiskā, organizācijas, valdības līmeņa politika

**Tiešs kontakts:** Jā, caur kampanas lapu ir iespējams [rezervēt laiku un vietu](#), kad kāds no kampanas vēstnešiem dosies stāstīt savu stāstu.

**Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums:** Jā, gan mājaslapā, gan visos sociālajos tīklos. Kampanai ir gan [vēstneši](#), kas pārstāv cilvēkus ar garīgām slimībām, gan Dānijā pazīstami cilvēki.

### Book an ambassador

EN AF OS has trained both young people and adults who have or have had a mental illness to become EN AF OS ambassadors, and it is possible to book an ambassador to visit schools, workplaces, libraries and many other places. ONE OF OS ambassadors can be booked via the regional coordinators, who can be found by clicking [here](#) on your region, and then clicking on ambassadors.

### Meet some of the ambassadors



"When I tell, I dry up and come alive. When I tell, the world takes on color. When I tell, I take power in my life. Because when I tell, I turn my weakness into strength. And when my experiences can be used for something, then in the most literal sense there is a meaning to the madness. Then it's not just a waste of life. And it's really magical."

- Louise



"I myself broke down mentally after a series of incidents at my former workplace, and it had serious consequences for my life. By telling my story, I hope to make others reflect on how we as people treat each other. If I succeed, it's worth all the work."

- His



"IN ONE OF US, I got a unique opportunity to shape tomorrow's healthcare staff. I meet people, touch something in them and make them wiser about a taboo that most people actually want to talk about. It gives me self-confidence, self-esteem and joy in life. I can turn what is normally my weakness into a strength."

- Karen

Attēls 16. [Kampanas vēstnieki](#), kurus iespējams uzaicināt uz tikšanos kādā pasākumā.

### Knew who supports ONE OF US

In addition to the ONE OF OS ambassadors who are anchored in each of the five regions, ONE OF US also has a number of well-known people who want to support the country's efforts and stand together to strike a blow for increased openness and tolerance. Below you can see which celebrities have chosen to support ONE OF US:



"In my job, I often meet brave people with minor or major illnesses and disorders. I admire how they all fight to break down taboos and prejudices."

Abdel Aziz Mahmoud



"My ADHD is a personality trait and an annoyance. For others it is a disability. It is important that people understand the difference and not put all ADHDers in the same box."

Anders Stjernholm



"For me, music has always been a free space where I can physically express all the pent-up emotions. In this way, anxiety has made me seek art, but at the same time the illness has also made me a better artist. I have always used anxiety in my art to create a very special space. For the same reason, I will not have been without my periods of illness, because they have made me the person I am today."

Carsten Dahl

Attēls 17. Sabiedrībā zināmi cilvēki kļūst par [kampanas vēstniekiem](#), lai palīdzētu sasniegt lielāku rezonansi sabiedrībā.

**Apmācības un izglītojoša informācija:** Jā, mājaslapā ir apkopota ļoti plaša un izglītojoša informācija, piemēri:

- [Personīgi stāsti](#) par dažādām GRT - šizofrēnija, sociālās fobijas, OCD, UDHS, paranoja, ēšanas traucējumi, bipolāri traucējumi, aspergera sindroms, depresija, anoreksija, trauksme u.c. Kopā 50 stāsti. Tāpat ir arī sagatavoti stāsti par [cerībām](#).
- [Kampanas video bāze](#), kurā var atrast ļoti labus piemērus gan par personīgiem piemēriem, gan animācijas, par dentālo veselību, profesionāliem veselības un sociālajā sektorā.

- [Pētījumi](#) par šo kampaņu - ir gan apkopojumi par katru gadu, gan dažādi pētījumi par medijpratību ar garīgajām saslimšanām un aptauju rezultāti.
- [Jautājumu un atbilžu sadala](#) mājaslapā ar iespēju lasīt vairāk par iezīmēto tēmu.
- [Rekomendācijas grāmatām un filmām](#), kuras šī kampaņa rekomendē un kurām recenzijas rakstījis kāds no kampaņas vēstniekiem.
- [Pasākumu katalogs](#), kas radīts, lai citas organizācijas varētu iedvesmoties no labajiem piemēriem un atkārtot šāda tipa atbalstošus pasākumus.
- Izglītojoša informācija [par vīriešiem ar mentālajām saslimšanām](#). Ir izveidota dokumentāli video ar vienu no vēstniekiem ar viņa pieredzi par trauksmi.
- [Apkopojums ar visām garīgajām slimībām](#) un kur meklēt palīdzību, kā arī pie kurām [organizācijām](#) var griezties pēc palīdzības.
- [3 vebināri](#), kurus iespējams noskatīties kampaņas mājaslapā:
  - “Par ko mēs nerunājam. Koncentrēšanās uz jauniešiem un psiholoģisku nelaimi”;
  - “Pastiprināta koncentrēšanās uz destigmatizējošu pieeju sociālajā psihiatrijā”;
  - “Darba centros ir mainīta pieeja satikt cilvēkus ar garīgām slimībām”.
- [7 dažādi apmācību kursi](#), kā, piemēram, par nevienlīdzību veselības aprūpē, kā sākt dialogu, kā sarunāties ar vienaudžiem, kam ir garīgās slimības un citi.

**Plašs aktivitāšu klāsts:** Jā, daži piemēri no aktivitātēm:

- Starptautiskas kampaņas organizēšana 2017. gadā Kopenhāgenā [“Overcoming Barriers in Minds and Society”](#), kurā piedalījās 350 dalībnieki no 32 valstīm, lai dalītos ar labajām praksēm un pastāstītu par pasaules [veiksmīgākajām pretstigmais kampaņām](#).
- Filmu festivāls, kas ir kā daļa arī no kampaņas, ar nosaukumu [“Don’t Fear The Weird”](#) jeb “Nebaidies no savādā”. Šis festivāls kā tradīcija notiek no 2018. gada, kopā notikuši ap [140 pasākumi](#) - gan filmu seansi par dažādām garīgām slimībām, gan tikšanās ar režisoriem un diskusijas. Kā paši organizatori saka, tad šis ir [drosmīgākais filmu festivāls Dānijā](#).
- [Grāmatas tikšanās](#), kurā piedalās arī En Af Os vēstnieks.
- Livetalk sarunas, kas notiek Facebook tiešraidēs par dažādām tēmām: [ja manam bērnam ir UDHS](#) vai [mēs runājam par vīriešu garīgo veselību](#).
- [Filmu festivāls](#), kurā rāda amatierfilmas ar cilvēku stāstiem par psiholoģiskām slimībām un pēc tam veido diskusijas par redzēto.
- Tematiskie vakari, kuros runā par kādu no GRT, piemēram, [bipolāriem traucējumiem](#) vai [vispārīgs tematiskais vakars](#) par garīgām slimībām, kurās piedalās arī kampaņas vēstnieks.
- [Studentu vakars](#), kurā uzstājas kāds no kampaņas vēstniekiem, notiek koncerts un stāvizrādes. Pasākuma galvenais sauklis: Pārtrauc klusumu!

**Kampaņas ilgums un kampaņa kā tradīcija:** Kampaņa sākās 2011. gada 10. oktobrī un vēl joprojām darbojas.

## Kampaņas izvērtējums

En Af Os ir kvalitatīva kampaņa, kura atbilst visiem kvalitātes kritērijiem.

- Mājaslapā ir apkopota visa informācija ar dažādiem izglītojošiem materiāliem un video, ļoti pieejama.
- Definētas konkrētas mērķa grupas, ar kurām tiek strādāts kampaņas laikā;
- Kampaņas vēstnieki ir ne tikai cilvēki ar garīgām slimībām, bet arī sabiedrībā zināmi cilvēki, kas kļuvuši par daļu no kampaņas.
- Šī kampaņa izceļas ar lielu daudzumu internetresursu, kas ir izstrādāts, lai palīdzētu cilvēkiem ar GRT un viņu tuviniekiem.
- Iespējams viens no populārākajiem šīs kampaņas notikumiem ir ikgadējais [“Don’t Fear The Weird”](#).
- Kampaņai katru gadu veido rezultātu apskatu, kas palīdz pilnveidot kampaņu.
- Tāpat izveidota 2000 cilvēku grupa, kas gatavi pildīt anketas un aptaujas par cilvēkiem ar garīgiem traucējumiem, lai palīdzētu savākt informatīvu informāciju.
- Plašs sadarbības tīkls - gan dalība starptautiskā mērogā, gan reģionāla sadarbība dažādām organizācijām, profesionāļu asociācijām.
- Atbalsta citus interesentus darboties zem šīs kampaņas vārda, lai veidotu savus pasākumus, aizpildot vienkāršu pieteikšanās formu.

## 2. Danske

### Handicaporganisationer

### kampaņa “Stærkere Sammen”

[Danske Handicaporganisationer](#) apvieno [35 organizācijas](#), kas palīdz cilvēkiem ar invaliditāti kopīgā balsī un pārstāv visu veidu invaliditāti. Stærkere Sammen kampaņas laikā pievēršas vientulības tēmai, lai iesaistītu cilvēkus stiprās kopienās un novērstu Covid-19 radītās sekas, kas ļoti ietekmēja cilvēkus ar invaliditāti. Kopā pieteikti 44 projekti un iesaista 340 000 biedrus.

**Kampaņas galvenās ziņas:** “Kopā stiprāki”, “Mēs varam un dosim ieguldījumu”, “Mēs stāvam kopā un vairāk cilvēku iesaistās kopienā”, “Ikdienu ar spēcīgām kopienām”.

**Kanālu izvēle:** sociālie tīkli - [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Youtube](#), kā arī [organizācijas mājaslapa](#), kurā atvēlēta atsevišķa sadaļa šim projektam.

**Tēmturi:** #StærkereSammen

**Pieejamība:** Pirmkārt, mājaslapa ir pielāgota, lai tās tekstu varētu klausīties. Otrkārt, Danske Handicaporganisationer ofiss ir atzīts kā [vispielāgotākā māja pasaulē](#), kas ļauj visām 35 organizācijām strādāt kopā. Tās projektēšanā iesaistījās paši lietotāji, lai radītu vislabāko dizainu, kas der visiem. Svarīgi atzīmēt, ka projektēšanas izmaksas nebija dārgākas kā citām ēkām. Ar šo projektu Danske Handicaporganisationer vēlējas pierādīt, ka pielāgota vide nav dārga, drīzāk attieksmes jautājums.





Attēls 18. [Vispieejamākā un iekļaujošākā biroju ēka visā pasaulē](#) - demonstrējums tam, ka ir iespējams uzbūvēt 100% pieejamu biroja ēku par cenu, kas nepārsniedz vidējas valsts iestāžu celtās ēkas izmaksas. [Interjers](#), kas ir pielāgots visiem. Organizācija tic, ka iekļaujošs dizains ir piemērots ikvienam, kurā strādāt.

## Izvērtējums pēc efektivitātes principiem

**Politikas līmeņi:** personiskā un organizācijas līmeņa politika

**Tiešs kontakts:** Jā, šī kampaņa tieši fokusējas uz to, lai integrētu cilvēkus pēc Covid-19 distancēšanās un veicinātu satikšanās iespējas.

**Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums:** Jā, gan mājaslapā, gan visos sociālajos tīklos. Šīs kampaņas laikā izceļ katru cilvēku kā personību.



Attēls 19. Organizācijas [Facebook galvenā bilde](#).

**Apmācības un izglītojoša informācija:** Jā, ir projekti, kas fokusējas, lai izglītotu mērķauditoriju un tieši caur apmācībām iesaistītu sabiedrībā. Organizācijas mājaslapā var iepazīties ar visiem [projektiem](#).

Daži piemēri apmācībām:

- [Dānijas Nacionālā nedzirdīgo asociācija](#) izglīto cilvēkus kā izmantot digitālus risinājumus, lai varu izmantot zīmju valodu digitāli un sazināties ar draugiem.
- [Smadzeņu traumu asociācija](#) izveidoja 20 mācību video ["Trenējieties no mājām"](#), lai sniegtu izolētiem cilvēkiem ar smadzeņu bojājumiem iespēju izglītoties

fiziskajā un runas apmācībā, enerģijas pārvaldībā, sociālajā apmācībā utt.

Papildus apmācībām notiek arī pētījumi:

- [Muskulu atrofijas fonds](#) kopā ar nacionālās slimnīcas pētniecības vienību SIND, kas pēta bērnus ar vēzi un teleklātbūtnes robotus, un Plaušu asociāciju pēta ietekmi uz bērniem un jauniešiem, kuri izmanto teleklātbūtnes robotus mācībās, tas ir, bērns nevar doties uz skolu, bet robots atrodas klasē kopā ar citiem bērniem.

**Plašs aktivitāšu klāsts:** Jā, starp iesniegtajiem projektiem ir arī dažādas aktivitātes. Daži piemēri:

- [Artrīta asociācija](#) izveidoja kampaņu ["Digitālie draugi"](#), lai veicinātu sarunas ar kādu citu, kurš zina dzīvi ar artrītu – bez nepieciešamības fiziski satikties. Pakalpojums izveidots, mobilizējot 200 brīvprātīgos digitālos draugus visā valstī, lai sazinātos ar citiem cilvēkiem ar artrītu, kuri ir izolējušies Covid-19 dēļ.
- [Smadzeņu traumu asociācija](#) piedāvā ["Walk & Talk"](#) ar mērķi kopīgi pastaigāties kopā ar citiem cilvēkiem, kuriem ir smadzeņu bojājumi un kuri piedzīvo sociālo izolāciju. Pastaiga apvieno svaigu gaisu, vingrinājumus un kopienas.
- [Dānijas invaliditātes asociācija](#) organizē REHAB-GOLF, kas piedāvā pielāgotu golfa spēli cilvēkiem ar invaliditāti. Sadarbībā ar Dānijas Sporta asociāciju un Dānijas Golfa asociāciju šīs nodarbības notiek visā Dānijā un iesaista cilvēkus no visas valsts un turpinās arī pēc projekta noslēguma.
- [Parkinsona asociācija](#) organizē saviesīgus pasākumus un deju vakarus. Papildus viņi apzināja problēmu, ka cilvēki nelasa e-pastus, tāpēc izveidoja SMS bāzi, lai turpmāk varētu sazināties ar izziņas starpniecību.

**Kampaņas ilgums un kampaņa kā tradīcija:** Kampaņa aizsākās 2020. gada oktobrī un noslēdzās 2021. gada beigās. Svarīgi gan minēt, ka visas organizācijas gan iepriekš, gan tagad turpina strādāt kopā kopš 2012. gada, kad tika izveidota vispieejamākā māja pasaulē jeb [Handicaporganisationernes Hus](#).

## Kampaņas izvērtējums

Stærkere Sammen ir kvalitatīva kampaņa, kura atbilst visiem kvalitātes kritērijiem.

- Šī kampaņa ļoti fokusējas uz mērķauditorijas iesaisti un atgriešanu sabiedrībā, kas parādās arī kampaņas aktivitātēs.
- Stipra jumta organizācija, kas apvieno visas nevalstiskās organizācijas un tic, ka kopā var izdarīt vairāk.
- Ne tikai organizē pasākumus un dažādas sociālas kampaņas, bet ir arī izveidojuši vispieejamāko ofisu pasaulē, kas nodrošina iespēju, ka visas nevalstiskās organizācijas var strādāt kopā un justos labi.
- Šajā kampaņā var redzēt, ka organizācijas sadarbojas savā starpā un veido paliekošus projektus arī nākotnē - piemēram, [Dānijas invaliditātes asociācija](#) sadarbojas ar Dānijas Sporta asociāciju un Dānijas Golfa asociāciju, [Artrīta asociācija](#) kopā ar Psoriāzes asociāciju.
- Šīs kampaņas ietvaros notiek arī pētījumi, lai uzzinātu, vai robotu iesaiste var kļūdēt bērnu atstumtību un

veicinātu iekļaušanu, ja bērns dažādu iemeslu dēļ nevar apmeklēt klātienē mācības skolā;

- Domā par projektu ilgspēju, lai var notikt arī pēc projekta beigām.

### 3. Informatīva kampaņa / pētījums "Autobuss visiem"

[Dānijas Cilvēktiesību institūts](#) pētīja autobusu pieejamību Dānijā cilvēkiem ar kustību traucējumiem, jo Kopenhāgena ieņem zemāko vietu Eiropas kontekstā, ja salīdzina, vai pilsētas autobusi nodrošina pasažieriem ar kustību traucējumiem iespēju spontāni un neatkarīgi ceļot. Starp visām aptaujā iekļautajām 32 Eiropas galvaspilsētām Kopenhāgena ieņem pēdējo vietu.

Ziņojumā secināts, ka vispārējais sabiedriskais autobusu transports Dānijā maz nodrošina pieejamību cilvēkiem ar kustību traucējumiem. Turklāt attīstība šajā jomā ir atpalikusi, ka daudzi cilvēki ar kustību traucējumiem vienkārši atsakās no braukšanas ar autobusu. Iemesls zemajai vietai ir tas, ka Kopenhāgenā kā vienīgajā Eiropas galvaspilsētā autobusu vadītājiem ir aizliegts palīdzēt pasažieriem.

**Kampaņas galvenās ziņas:** "Autobuss visiem"

**Kanālu izvēle:** Sociālie tīkli - [Facebook](#), [Twitter](#) un [LinkedIn](#), [Youtube](#), kā arī institūta [mājaslapā](#) atvēlēta sadaļa šai kampaņai.

**Tēmturi:** -

**Pieejamība:** Šī kampaņa ir tieši par pieejamības nodrošināšanu cilvēkiem ar kustību traucējumiem, kā arī Cilvēktiesību institūta mājaslapa ir pielāgota, lai tekstu varētu klausīties.

### Izvērtējums pēc efektivitātes principiem

**Politikas līmeņi:** organizācijas un valdības līmeņa politika

**Tiešs kontakts:** Jā, kampaņai izmanto 3 galvenos vēstniekus, kaut gan šajā kampaņā mazāks uzsvars ir uz personisko politisko līmeņa politiku. Ar reālu cilvēku stāstiem izgaismo problēmu.

**Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums:** Jā, kampaņai izmanto 3 cilvēku video intervijas, kas ikdienā saskaras ar problēmām iekļūstot autobusā.



Attēls 20. [Pētījuma](#) titulbilde.



"Even for healthy people, it's a really heavy ramp," says Aina Boss Budde about the ramp that wheelchair users have to climb themselves to get on the bus in Denmark. "It could be super cool if we learned something from other countries about how they set up the buses," says Aina Boss Budde, who has ridden a bus in London, where there are electric ramps that the bus driver can deploy with the push of a button. "It was all smooth," she says.

Video: Great Minority and Enactlab.

Attēls 21. Video un intervijas apraksts ar vienu no kampaņas vēstniecēm, publicēts institūta [mājaslapā](#).

**Apmācības un izglītojoša informācija:** Pētījuma laikā apskata iespējamās problēmas, kāpēc Kopenhāgenas autobusi nav pieejami cilvēkiem ar kustību traucējumiem. Šajā kampaņā fokuss ir uz pētījumu un problēmsituācijas analīzi, lai varētu identificēt nepieciešamās izmaiņas un ko ir nepieciešams paveikt valdības politikas līmenī.

#### Recommendations

Institute for Human rights recommend, to:

- Ministry of Transport takes initiative to to introduce one duty for the transport companies to to ensure the court to to be promoted in the ordinary collective bus transport for people with disability, below by assistance from the bus driver.
- Social- and Ministry of the Elderly takes initiative to one change of the Disability Discrimination Act, thus to the law coming to to include one duty to reasonable adaptation on all community areas, below on the transport area.
- Social- and Ministry of the Elderly takes initiative to to introduce one duty to compliance of existing accessibility standards in the Disability Discrimination Act.
- The Ministry of Transport is taking the initiative to draw up a national action plan for accessibility in the field of transport, including public bus transport. Among other things, the initiative should contain a plan for the gradual removal of barriers in the public transport system, a plan for promoting accessibility via universal design and measurable objectives.

"Buses for All - A Study of Mobility Impairment and Public Bus Transport," Institute for Human Rights, April, 2021

Attēls 22. [Konkrēti soli un rekomendācijas](#), ko nepieciešams īstenot, lai uzlabotu līdzšinējo situāciju.

**Plašs aktivitāšu klāsts:** daļēji, jo šī kampaņa ir kā sākums, lai atrisinātu transporta problēmu valdības līmeņa politikā:

- [Pētījums](#), kura laikā veiktas aptaujas [2014. gadā](#) un [2020. gadā](#) ar visām autobusa kompānijām, lai noskaidrotu, kāpēc šāda problēma radusies un kādi varētu būt potenciālie risinājumi.
- [Video](#) ar cilvēkiem ar kustību traucējumiem, lai atspoguļotu, kāpēc nepieciešams atrisināt šo jautājumu.

**Kampaņas ilgums un kampaņa kā tradīcija:** Kopš 2014. gada, kad notika pirmā aptauja ar autobusa kompānijām, bet risinājums ieteikts 2021. gadā. Diemžēl vairāk ziņu par panāktajiem rezultātiem nav publicēts.

## Kampanas izvērtējums

Šī kampaņa ir labs piemērs kā var risināt vienu konkrētu problēmu, identificējot to pēc statistikas datiem un veicot intervijas ar cilvēkiem vairākus gadus, lai redzētu, vai situācija ir uzlabojusies.

- Labs problēmas risinājums, piedāvājot gatavu rīcībasplānu valdībai ar darāmajiem darbiem.
- Noteikti ir nepieciešams padomāt par tālāko rīcību, kad valstiskā līmenī tiek sakārtoti likumi, lai autobusa vadītāji varētu palīdzēt cilvēkiem ar kustību traucējumiem iekļūt autobusā. Būtu nepieciešamas darbinieku apmācības un sarunas ar mērķauditoriju - cilvēkiem ar kustību traucējumiem - lai viņus pārliecinātu, ka situācija ir uzlabojusies un var izmantot sabiedrisko transportu pastāvīgi.
- Lai gan šī kampaņa / pētījums fokusējās uz datiem un nepieciešamajām izmaiņām, komunikācijā izmanto 3 kampaņas vēstniekus, kas dalās ar savu personīgo dzīvi, lai aktualizētu problēmu.

## Secinājumi par Dāniju un tās kampaņām

- Spēcīga jumta organizācija, kas apvieno citas organizācijas, kas specializējas kādā no mērķgrupām un izstrādā konkrētu kampaņu, lai palīdzētu cilvēkiem pēc pandēmijas atkal iejusties sabiedrībā.
- Sadarbība starp asociācijām un organizācijām, nevis konkurence savā starpā.
- Starptautiskā sadarbība ne tikai jumta organizācijas Danske Handicaporganisationer sakarā, bet arī būšanai daļai no Ziemeļu Ministru padomes un Ziemeļu padomes. Šo papildina arī Nathalie Bitton teiktais intervijā: "Manuprāt, iedvesma skatīties vienam uz otru un būt atvērtākiem un kopīgi lauzt stigmatas, kas ir patiesi svarīgi. Sadarbība ir svarīga izpratnes veidošanas sastāvdaļa" (pielikums 3).

- Kampanas En Of As ietvaros izveido īpašu tīklu, kurā visi sadarbojas viens ar otru, ļauj iesaistīties arī citiem un nodrošina atbalstošu tīklu.
- Dānija izveidoja nacionālu kampaņu En Af Os, kurā pārstāvēta visa Dānija ar reģionālām pārstāvēniecībām un izveidotām padomei, lai sasniegtu kopēju mērķi. Šis ir viens no veiksmes punktiem, ko min arī Nathalie Bitton intervijā: "ir svarīgi, lai mēs atrastos fiziski citās pilsētās, labi, lai gan mēs varam strādāt sociālajos medijos un internetā, tomēr ir nepieciešams, lai būtu fiziskā lokācija" (pielikums 3).
- Visās kampaņās izmanto video ar cilvēku stāstiem.
- Kampanā En Of As izveidots vēstnieku tīkls, kurā iesaistās ne tikai attiecīgāk mērķauditorija, bet arī sabiedrībā slaveni cilvēki.
- Lielisks pierādījums - vispielāgotākā ēka pasaulē, kas ir lielisks piemērs, ar kuru lepoties un parādīt, ka izmaksas nav lielākas, ja domā par vides pieejamību. Šī ēka arī rada kopēju sadarbību starp organizācijām.
- Atrod konkrētu problēmu ar pētījumu palīdzību un tad to paceļ valstiskā līmenī ar konkrētām rekomendācijām.
- Komunikācijā izceļ vides pieejamību jaunbūvēs un lepojas kā ar labajiem piemēriem kā Musholm centrs un Danske Handicaporganisationer ēka.
- Izceļ, ka cilvēks ar invaliditāti ir vērtība, piedāvājot starptautiskajā darba vidē speciālistus ar autisma traucējumiem korporatīvajam sektoram - kompānija Specialisterne.
- Visas kampaņas iekļaujas organizāciju mājaslapās, netiek veidotas jaunas platformas, lai izplatītu informāciju.



# IZRAĒLA

## Izraēla un tās veiksmes faktori

1. Kā pats svarīgākais Izraēlas veiksmes faktors tiek minēts Vienlīdzīgu tiesību likums cilvēkiem ar invaliditāti, kurš pieņemts jau 1998. gadā un nosaka, ka "Izraēlas tiesību akti par pieejamību ir daļa no visas sabiedrības centieniem panākt maksimālu cilvēku ar invaliditāti iekļaušanu sabiedrībā. Tās mērķis ir dot viņiem iespēju dzīvot savu dzīvi ar pilnīgu vienlīdzību, neatkarību un cieņu. Praktiski cilvēkiem ar invaliditāti ir jābūt iespējai piedalīties visās dzīves jomās – mācībā, darbā, ģimenē, sabiedrībā, sociālajā dzīvē, kultūrā, atpūtā, atvaļinājumā un citās jomās kā Izraēlas sabiedrības neatņemamai sastāvdaļai" (Israel – Equal Rights for People with Disabilities Law, online 3).



Attēls 23. [Video](#) "Izraēlas valdība ir tikpat iekļaujoša kā pati Izraēla", 2022. gads.

2. Pēc G3ict (globāla iniciatīva iekļaujošām informācijas un komunikācijas tehnoloģijām) izstrādātā pētījuma, kurā analizētas 137 valstis, Izraēla ir viena no visiekļaujošākajām valstīm (G3ict, 2020), kurā ievēro digitālo pieejamību personām ar invaliditāti. DARE indekss 2020 norāda uz valsts kopējo progresu digitālās informācijas ieviešanā un pieejamības nodrošināšanā, lai atbilstu ANO noteiktajai Konvencijai par personu ar invaliditāti tiesībām.
3. Izraēla ir pasaules TOP 10 pēc valsts izdevumiem darba nespējai personām ar invaliditāti no IKP (2.9%) (Public spending on incapacity (indicator), 2022).
4. Izraēla, "jaunuzņēmumu zeme", ir nostiprinājusi savu globālo reputāciju kā otro vietu pēc Silīcija ielejas tehnoloģiju uzņēmumu attīstības jomā (Israel, World Leader in Accessibility, online 4).
5. **Izraēlā valda 3 svarīgi domāšanas principi, kas palīdz attīstīt vienlīdzību:**
  - Neviens netiek atstāts - ikvienam jābūt iespējai dzīvot līdzvērtīgi. Viss, kas tiek radīts, tiek radīts visiem.



Attēls 24. [Chaverim Ra'anana parks](#), kurā visas aktivitātes ir pielāgotas visiem bērniem.

- Ja šāds risinājums neeksistē, tad tas ir jārada - šī iemesla dēļ Izraēlā ir ļoti daudz jaunuzņēmumu, kas rada palīgierīces cilvēkiem ar invaliditāti. Šis princips bija arī kā iemesls, kāpēc radās [Access Israel](#) 1999. gadā, kas šobrīd ir vadošā organizācija Izraēlā, kas strādā ar cilvēkiem ar invaliditāti.
- Pārvērt trūkumu par priekšrocību - viens no visspēcīgākajiem piemēriem ir īpašā [IDF izlūkošanas vienība](#), kas apzināti piesaista karavīrus ar autismu, jo viņiem ir spējas, kuras parastiem cilvēkiem nav – spēja intensīvi, detalizēti koncentrēties ilgākā laika periodā. Šajā gadījumā autisms nav invaliditāte, tā ir priekšrocība!

### Izraēlas veiksmes piemēri kā integrē cilvēkus ar invaliditāti:

1. Mūsdienās Izraēlā ir daudz augstākā līmeņa iestāžu, kas rūpējas par cilvēkiem ar invaliditāti un vecāka gadagājuma cilvēkiem, kas rūpējas par visiem tās iedzīvotājiem, un vairāk nekā 100 jaunuzņēmumu, kas aktīvi veido tehnoloģijas, lai uzlabotu cilvēku ar invaliditāti un vecāka gadagājuma cilvēku dzīvi. Izraēla vēlas kļūt par pasaules līderi palīgtehnoloģiju jomā (Israel, World Leader in Accessibility, online 4).
2. [INLET](#) (Izraēlas dzīvības uzlabošanas tehnoloģiju tīkls) strādā ar visām spēcīgajām sastāvdaļām un vienībām, kas atrodas Izraēlā, un kalpo kā tilts, lai savienotu Izraēlas palīgtehnoloģiju ekosistēmu ar pieaugošo globālo pieprasījumu.
3. Izraēlā bāzēta organizācija [TOM](#) — Tikkun Olam Makers — organizē globālus hakatonus, lai radītu jaunus pieejamus risinājumus cilvēkiem ar invaliditāti, vecāka gadagājuma cilvēku un nabadzīgo cilvēku novārtā atstātajām problēmām.
4. Izraēlas Inovāciju aģentūra, neatkarīga valsts finansēta aģentūra, nodrošina dažādus praktiskus rīkus un finansēšanas platformas, kuru mērķis ir efektīvi risināt vietējās un starptautiskās inovācijas ekosistēmu dinamiskās un mainīgās vajadzības. Viena no programmām ir [atbalsts palīgtehnoloģiju radīšanai](#), lai radītu pārmaiņas cilvēku ar invaliditāti dzīvē un dot viņiem iespēju dzīvot veselīgu, neatkarīgu un cienījamu dzīvi, kā arī integrēties un

sniegt ieguldījumu visās dzīves jomās: nodarbinātībā, izglītībā, brīvajā laikā utt. Programmas mērķis ir veicināt tādu industriālo produktu izpēti un izstrādi, kas nodrošina tehnoloģiskus risinājumus cilvēkiem ar invaliditāti un tādējādi nodrošina viņiem normatīvu dzīvesveidu un integrāciju sabiedrībā un darba tirgū.

5. Ir vairāk nekā 100 jaunuzņēmumi, kas veido palīgtehnoloģijas cilvēkiem ar invaliditāti, piemēram:
  - [OrCam](#) mākslīgās redzes ierīces ļauj cilvēkiem ar redzes traucējumiem saprast tekstu un identificēt objektus, izmantojot audio atgriezeniskās saites aprakstus;
  - [Voiceitt](#) izstrādā pasaulē pirmo runas atpazīšanas tehnoloģiju, kas paredzēta nestandarta runas izpratnei.
  - [EyeControl](#) dod balsi pacientiem, kas nevar parunāt (ALS pacientiem, insulta pacientiem utt.);
  - [6Degrees](#) izstrādā valkājamu tehnoloģiju, kas kontrolē viedierīces, ļaujot cilvēkiem ar augšējo ekstremitāšu deficītu atgūt savu digitālo dzīvi.
6. Izraēlā ir ļoti daudz piemēru, kā radīt vienādas iespējas cilvēkiem ar invaliditāti:
  - [Letem](#) ir vadošā organizācija Izraēlā, kas sniedz iespēju bērniem un pieaugušajiem ar invaliditāti, piedalīties aktivitātes dabā.



Attēls 25. Ikviens var piedalīties [vīna spiešanas procesā](#), bildē var redzēt īpaši pielāgotu vīna spiedi.

- [ADI Negev-Nahalat Eran](#) nodrošina plašu pakalpojumu klāstu, tostarp aprūpi cilvēkiem ar vairākām invaliditātēm un sarežģītiem veselības stāvokļiem, intensīvās terapijas slimnīcas spārnu zīdaiņiem un pieaugušajiem, medicīnas centru, hidroterapijas baseinu, speciālās izglītības skolu, kā arī terapeitisko zirgu stalli un zoodārzu.



Attēls 26. [ADI Negev-Nahalat Eran rehabilitācijas ciemats](#).

- [Ma'arag](#) ir rehabilitācijas un profesionāls mākslas centrs, kas iesaista aptuveni 100 pieaugušos ar invaliditāti, kuri piedalās dažādās mākslas darbnīcās. Skaistajā kompleksā ietilpst dažādas mākslas darbnīcas, mākslas galerija-dāvanu veikali, kafējnīca-restorāns un konferenču zāle. Ikviens var nākt uz nodarbībām un piedalīties dažādās aktivitātēs.



Attēls 27. [Ma'arag](#) kafējnīca-restorāns.

7. Ebreju tradīcijas un jūdaisms māca pienākumu nodrošināt vienlīdzīgu piekļuvi visiem cilvēkiem un palīdzēt personām ar invaliditāti pilnvērtīgi piedalīties reliģiskajā un sabiedriskajā dzīvē. "Neatdālieties no kopienas" (Pirke Avot 2:5) nozīmē, ka jānovērš fakts, ka kāds pret savu gribu tiek atdalīts no kopienas. "Tev nebūs apvainot nedzirdīgos un likt akla priekšā aprēcību" (3. Mozus grāmatas 19. nodaļa 14. pantā) ietekmē Izraēlas pieejamību, sākot no ēkām, lūgšanu grāmatām un tīmekļa lapām līdz veselības aprūpei (What does the Torah say about people with disabilities?, online 5).
8. [Cafe Shalva](#) ir kafējnīca, kas ir arī vienlīdzīgu iespēju darba vieta, kurā iekļaujošs personāls strādā kā vadītāji, viesmīļi un saimnieki. Šī nav vienīgā kafējnīca, kas piedāvā darba iespējas cilvēkiem ar invaliditāti.
9. [Ebreju invaliditātes izpratnes, pieņemšanas un iekļaušanas mēnesis](#) (JDAIM) ir vienots ebreju organizāciju darbs, apvienojot organizācijas visā pasaulē, lai palielinātu izpratni un apņemtos veicināt pieņemšanu un iekļaušanu, tāpēc cilvēki ar invaliditāti un garīgās veselības traucējumiem, un tie, kas viņus mīl, izjūt piederību. JDAIM ir aicinājums uz darbību katram no mums rīkoties saskaņā ar mūsu ebreju vērtībām, godinot dāvanas un stiprās puses, kas mums katram piemīt. Šī kampaņa sākās 2009. gadā, kad to izveidoja Starptautiskā ebreju īpašās Izglītības konsorcijs. JDAIM tiek organizēts katru februāri.



# Kampanu analīze

## 1. Kampana "People. Not Symbols"

Nevalstiskā organizācija, kas pārstāv cilvēkus ar invaliditāti, [Access Israel](#) nolēma 3. decembrī "Starptautiskajā personu ar invaliditāti dienā" pievērst uzmanību cilvēkiem ar invaliditāti un palielināt sabiedrības izpratni par invalīdu autostāvvietām.

Saskaņā ar Izraēlas policijas datiem katru gadu tiek piešķirti vairāk nekā 20 000 naudassodu. Katru gadu šie skaitļi ir pieauguši, un tas liecina, ka invalīdu stāvvietu pārkāpumi ir ne tikai izplatīti, bet arī pieaug (Access Israel Campaign: People. Not Symbols, online 6).

Access Israel kopā ar PR aģentūru [Leo Burnett Israel](#) vienas nakts laikā nomainīja tūkstošiem invalīdu stāvvietu zīmju vairāk nekā 17 Izraēlas pilsētās ar reālas personas attēlu.

Vēstījums sasniedza Izraēlas parlamentu, kur jautājums beidzot tika iekļauts sabiedrības dienaskārtībā. Parlaments apņēmas līdz 2018. gada beigām grozīt likumu, palielinot sodu par 100% stāvvietu pārkāpējiem.

Šī kampana iedvesmoja arī citas organizācijas, kas Eiropā veica līdzīgas iniciatīvas.



Attēls 28. Skats no kampanas "People. Not Symbols" [video](#).

**Kampanas galvenās ziņas:** Kampana izmanto radīto saukli "People. Not Symbols".

"Nākamreiz jums ir vēlme novietot automašīnu invalīdiem paredzētā vietā. Padomājiet. Jo aiz zīmes stāv īsti cilvēki," stāsta Telavivā bāzētā aģentūra. Neizmantojiet autostāvvietas priekšrocības, kas jums nav paredzētas. Citiem tas tiešām varētu būt vajadzīgs...

**Kanālu izvēle:** Šī kampana izmantoja "vides reklāmas" jeb invalīdu stāvvietu zīmes. Paralēli tika informēti mediji, un abas organizācijas izmantoja savus sociālos tīklus, īpaši Youtube, kurā var redzēt [video ar slēpto kameru](#), cik daudz cilvēku bez invaliditātes apstājas invalīdu stāvvietā stundas laikā, kā arī [kampanas galvenais video](#). Šī kampana atspoguļota arī [organizācijas mājaslapā](#).

**Tēmturi:** #peoplenotsymbols

**Pieejamība:** Access Israel mājaslapa ir pielāgota, lai ar informāciju varētu iepazīties ikviens. Šī kampana ir tieši par pieejamības nodrošināšanu cilvēkiem ar invaliditāti viņiem paredzētās autostāvvietās.

## Izvērtējums pēc efektivitātes principiem

**Politikas līmeņi:** personiskā, organizācijas, valdības līmeņa politika

**Tiešs kontakts:** Jā, PR aģentūra Leo Burnett Israel strādāja kopā ar cilvēkiem ar invaliditāti.

**Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums:** Jā, kampanā tika nofotografēti kopumā 52 cilvēki, tostarp labi zināmi Izraēlas parlamenta deputāti ar invaliditāti un paraolimpisko spēļu medaļnieki. Viņu stāsti bija pieejami īpašā tīmekļa vietnē, kur cilvēki varēja lasīt vairāk par katru no kampanas vēstniekiem un to, kā viņi ieguva invaliditāti (*autors: diemžēl mājaslapa nav pieejama*).



Attēls 29. Kampanas [piemērs](#) ar Ilan Gilon, kurš ir Izraēlas Parlamenta pārstāvis.



Attēls 30. Kampanas [piemērs](#) ar Noam Gershoni, kurš ir Izraēlas paraolimpiskais tenisists.

**Apmācības un izglītojoša informācija:** Jā, kampanā izmanto faktus par tā brīža problēmsituāciju un skaidro, kāpēc cilvēki bez invaliditātes nevar izmantot invalīdu stāvvietas. Tāpat arī katra vēstnieka pieredzes stāsti rada izpratni.

**Plašs aktivitāšu klāsts:** Jā, kampanā iekļāva vides reklāmu, komunikāciju medijos un sociālajos tīklos, sagatavoja izglītojošu materiālu un izmantoja vēstnieku stāstus, lai izglītotu sabiedrību.

**Kampanas ilgums un kampana kā tradīcija:** Šī kampana notika 2017. gada 3. decembrī "Starptautiskajā personu ar invaliditāti dienā". Lai gan kampana nebija ilgstoša un neatkārtojās citus gadus, tās galvenais mērķis bija pievērst sabiedrības uzmanību šai problēmai un veicināt izmaiņas valdības līmenī.

## Kampaņas izvērtējums

Šī kampaņa ir labs piemērs kā var risināt vienu konkrētu problēmu - invalīdu stāvvietas nepareizs lietojums, un kā vienā dienā izdodas pievērst visas valsts uzmanību.

- Veiksmīga sadarbība nevalstiskajai organizācijai ar sabiedrisko attiecību kompāniju, ar kuru organizācijai bijusi sadarbība arī iepriekš, lai kopīgi strādātu pie efektīvas kampaņas un komunikācijas.
- Šī kampaņa iesaistīja 52 vēstniekus, kas ir cilvēki ar invaliditāti, un izmantoja reālu cilvēku fotogrāfijas un stāstus.
- Kampaņai nodrošina atmiņā paliekošu nosaukumu, saukli un video tizeri, kas paskaidro risināmo problēmu.
- Veiksmīga komunikācija, kas atrisina problēmu valstiskā līmenī.
- Kampaņa iziet ārpus Izraēlas un piesaista starptautisku interesi, arī citas organizācijas atkārtoti šo praksi.

## 2. IKEA kampaņa “ThisAbles”

[IKEA Izraēlā](#) ir izstrādājusi virkni papildinājumu, ko cilvēki ar invaliditāti var pievienot savām esošajām IKEA mēbelēm, lai tās viņiem labāk darbotos. Fiziskā invaliditāte maina veidu, kā cilvēki var mijiedarboties ar mēbelēm. Piemēram, kādam ar cerebrālo trieku var būt grūtāk piecelties, ja viņš sēž uz zema dīvāna vai viņam ir grūtības atvērt skapja durvis. Tāpēc Zviedrijas mēbeļu gigants sadarbojās ar [Milbat](#) un [Access Israel](#), divām NVO, kas specializējas, lai palīdzētu cilvēkiem ar invaliditāti iegūt labāku dzīves kvalitāti, un [McCann Tel Aviv](#), lai atrastu veidu, kā padarīt savus produktus pieejamākus. Tā vietā, lai pārveidotu esošos produktus un gaidītu, ka cilvēki ar invaliditāti tos pirks, IKEA saviem populārākajiem priekšmetiem izstrādāja [13 papildinājumus](#), piemēram, lielākus rokturus, ko piestiprināt pie skapiem, un paceļamas dīvānu kājas, lai būtu vieglāk piecelties.

**Kampaņas galvenās ziņas:** ThisAbles



Attēls 31. [Gulta IKEA ar atzīmi ThisAbles](#) — tā jau ir piemērota cilvēkiem ar invaliditāti.

Šī kampaņa ir daļa no IKEA lielās vīzijas “radīt labāku ikdienas dzīvi pēc iespējas vairāk cilvēku”.

**Kanālu izvēle:** IKEA īpaši izstrādāja mājaslapu <https://thisables.com/>, IKEA Israel sociālie tīkli, it īpaši [Youtube kanāls](#) ar galveno kampaņas video, kuru noskatījušies vairāk kā 190 tūkstoši cilvēku. Vislielāko atpazīstamību šī kampaņa ieguva cilvēkiem daloties ar informāciju pašiem savos sociālajos tīklos, izmantojot tēmturi #thisables. Šī

kampaņa ieguva prestižo balvu Cannes Lions Grand Prix 2019. Tāpat šī informācija izvietota abu nevalstisko organizāciju mājaslapās - [Access Israel](#) un [Milbat](#).

**Tēmturi:** #thisables

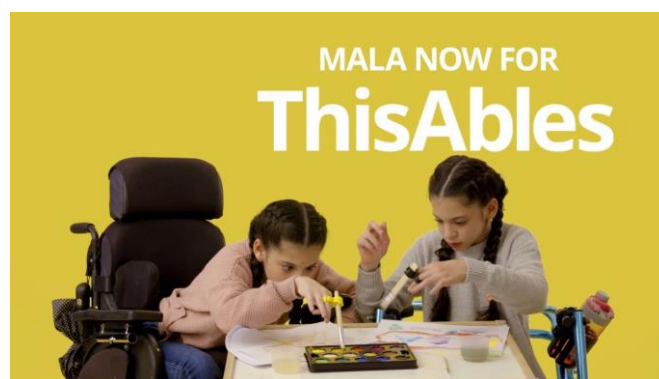
**Pieejamība:** Šī kampaņa ir par pieejamību, papildus IKEA Israel izstrādāja [sarakstu](#) ar priekšmetiem, kas ir piemēroti cilvēkiem ar invaliditāti.

## Izvērtējums pēc efektivitātes principiem

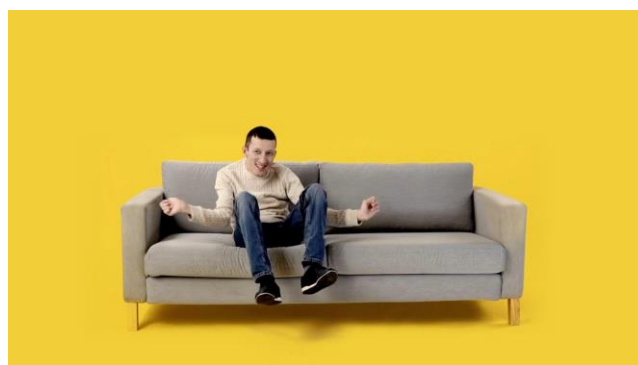
**Politikas līmeņi:** organizācijas un personiskā līmeņa politika

**Tiešs kontakts:** Jā, IKEA Israel sadarbojās ar divām nevalstiskajām organizācijām, kas pārstāv cilvēkus ar invaliditāti, [Milbat](#) un [Access Israel](#) un rīkoja hakatonu, kurā piedalījās produktu inženieri un cilvēki ar dažādām invaliditātēm.

**Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums:** Jā, video piedalās cilvēki ar invaliditāti un tiek parādīta viņu dzīve, kad izmanto mēbeles ar jaunajiem risinājumiem. Kampaņas galvenajā video piedalās Eldars, 32 gadus vecs vīrietis, kuram ir cerebrālā trieka un tāpēc viņam, piemēram, ir grūti izkāpt no dīvāna mājās. “Es daru visu iespējamo, lai būtu tāds pats kā visi citi,” viņš saka pusotru minūti garajā video. “Bet savās mājās mani ieskauj mēbeles, kas sauc: “invalīds”.



Attēls 32. Video par 1 no IKEA risinājumiem - [pirkstu ota](#).



Attēls 33. [Kampaņas video](#) piedalās Eldars.

MCCAN papildus izveidojuši 2 video ar šīs kampaņas atziņām un koncepta izstrādi: [aizkadra video](#) un [gadījuma izpētes video](#).

**Apmācības un izglītojoša informācija:** Jā, katram palīgīdzeklim, kas tika radīts, ir izveidota video pamācība, kā to izmantot. Katru no šiem palīgīdzekļiem prezentē cilvēks ar invaliditāti, piemēram, video par [vienkāršoto rāvējslēdzēju](#).

**Plašs aktivitāšu klāsts:** Jā, piemēri:

- Šī kampaņa sākas ar hakatonu, kurā piedalījās produktu inženieri un cilvēki ar dažādām



invaliditātēm un strādāja kopā, lai novērtētu, kā dažādas preces varētu pielāgot, lai tās labāk atbilstu viņu vajadzībām.

- [ThisAbles](#) produktus var izmēģināt Telavivas IKEA veikalā (jaunizveidotā “pieejamajā sadaļā”), un shēmas var bez maksas lejupielādēt no kampaņas vietnes un 3D izdrukāt mājās vai jebkurā vietā, kur tie ir ērti (neatkarīgi no tā, kur tie atrodas ir pasaulē).
- Vietnes apmeklētāji var arī skatīties video par atsevišķām precēm (kā tās darbojas un kādu problēmu risina) un [ieteikt jaunus papildinājumu dizainus](#), kas palīdzētu padarīt citus IKEA produktus pieejamākus.
- Komanda pārskatīja [IKEA inventāru](#) un precīzi noteica vairāk nekā 130 mēbeļu un sadzīves priekšmetu, kas jau ir piemēroti cilvēkiem ar dažādām vajadzībām.

**Kampaņas ilgums un kampaņa kā tradīcija:** Šī kampaņa sākās 2019. gadā un produktu pieprasījums izplatījās 127 valstīs. Jāatzīst, ka pēc kampaņas beigām tā vairs netiek popularizēta.

## Kampaņas izvērtējums

IKEA kampaņa “ThisAbles” ir veiksmīga kampaņa, kas aktualizēja konkrētu problēmu cilvēku ar invaliditāti dzīvē. Šīs kampaņas noteikti kādā brīdī jāaktualizē, jo pēc 2020. gada nav notikušas citas aktivitātes, lai šo kampaņu aktualizētu, un cilvēki aizmirst.

- Šī nebija tikai informatīva kampaņa, kas informē, ka tiek izgatavoti palīg līdzekļi cilvēkiem ar invaliditāti, bet notika arī reāla aktivitāte - hakatons, kas iesaista cilvēkus ar invaliditāti un jomas profesionāļus.
- Kampaņas veiksmi nodrošināja veiksmīga sadarbība starp IKEA Israel, reklāmas kompāniju un divām nevalstiskajām organizācijām, kas bija izvirzīts kopējs mērķis.
- Kampaņa saņem starptautisku novērtējumu kā veiksmīga kampaņa.
- Kampaņa kļūst starptautiska, un risinājums kļūst populārs 127 valstīs.
- Video parādās cilvēki ar invaliditāti, kampaņai piesaista kampaņas vēstniekus. Izveidotajos video atspoguļo cilvēku dzīvi pirms IKEA inovācijas un pēc, kas pozitīvā veidā atspoguļo viņu prieku.
- Spēcīga starptautiska kompānija ar privātu iniciatīvu var ietekmēt sabiedrības attieksmi.

## 3. Komanda Shalva Jeruzalemes maratonā

[Komanda Shalva](#) ir lielākā labdarības komanda Jeruzalemes maratonā, kas organizē skrējienu maratona ietvaros īpaši izveidotā kopienas skrējienā invaliditātes trasē. Tā ir Shalva iniciatīva, un tā ir unikāla iniciatīva Jeruzalemes maratonā. Tajā piedalās vairāk nekā 600 skrējēju, kas ceļo no visas pasaules uz Izraēlu, lai skrietu organizācijas Shalva atbalstam.

[Shalva](#), Izraēlas personu ar invaliditāti aprūpes un iekļaušanas asociācija, kuras mērķis ir nodrošināt pārveidojošu aprūpi personām ar invaliditāti, dot iespēju viņu ģimenēm un veicināt sociālo iekļaušanu. Shalva sniedz visaptverošu pakalpojumu klāstu tūkstošiem cilvēku ar invaliditāti no zīdaiņa vecuma līdz pilngadībai un viņu ģimenēm. Shalva visaptverošā dzīves cikla

programmēšana nodrošina progresīvas terapijas, iekļaujošas izglītības sistēmas, sociālās un atpūtas aktivitātes, nodarbinātības apmācību un neatkarīgu dzīvi, kā arī atelpu un ģimenes atbalstu.



Attēls 34. Jeruzalemes maratona [komandas Shalva](#) kopbilde mājaslapas galvenajā lapā.

**Kampaņas galvenās ziņas:** “Skrien pēc cerības, mīlestības un cilvēka cieņas”

**Kanālu izvēle:** šī kampaņa tiek reklamēta caur organizācijas Shalva sociālajiem tīkliem - [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#), un [Youtube](#), papildus kampaņai ir izveidota [sava mājaslapa](#), lai ikviens interesents varētu pieteikties maratonam, un arī [organizācijas mājaslapā](#).

**Tēmturi:** [#teamshalva](#)

**Pieejamība:** Šī kampaņa ir par pieejamību, lai ikviens varētu piedalīties maratonā un skriet īpaši izveidotā kopienas skrējienā.

## Izvērtējums pēc efektivitātes principiem

**Politikas līmeņi:** organizācijas un personiskā līmeņa politika

**Tiešs kontakts:** Jā, maratona invaliditātes trasē var piedalās ikviens, kurš vēlas atbalstīt organizāciju Shalva. Tajā piedalās gan cilvēki ar invaliditāti, gan bez. Tas ir kopīgs 800 metru kopienas skrējienā.

**Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums:** Jā, gan organizācijas sociālajos tīklos, gan mājaslapā atspoguļo maratona dalībniekus.



Attēls 35. Maratonam izvēlēti [goda skrējēji - Shachaf un Maor](#). Par abiem iekļauts personīgs stāsts, kāpēc abi bērni izvēlēti kā kampaņas vēstnieki.

Šī kampaņa piesaistījusi populāru treneri - Doron Boxer, kurš specializējies skriešanā un medicīniskajā fitnesā. Viņš trenē komandu Shalva skrējējus ikoniskajam Ņujorkas maratonam 2023. gada novembrī.

**Apmācības un izglītojoša informācija:** Jā, dalība maratonā paredz, ka pāris mēnešus iepriekš visi dalībnieki sāk trenēties, lai visi varētu piedalīties skrējienā. Apmācības notiek online režīmā, un katram skrējējam tiek izstrādāts individuāls treniņš pēc katra cilvēka spējām.

**Plašs aktivitāšu klāsts:** Jā, tie, kuri piesakās skriet kopā ar komandu Shalva, tiek uzaicināti uz kopīgiem svētkiem gan pirms, gan pēc maratona un uz [kopīgām aktivitātēm](#) visas nedēļas nogales garumā.

**Kampaņas ilgums un kampaņa kā tradīcija:** Dalība maratonā jau notiek divpadsmit gadus. 2023. gada 17. martā būs nākamais maratons.

## Kampaņas izvērtējums

Šī kampaņa ir veiksmīgs piemērs kā lielā un ikgadējā pasākumā runāt par integrāciju, nodrošinot, īpašu trasi un kopēju skrējieni ikvienam.

- Kampaņa ir kā tradīcija, kas notiek katru gadu un piesaista starptautisku uzmanību.
- Maratonam ir vēstnieku pulks - gan kā skrējēji, gan slavens treneris.
- Organizācija Shalva nodrošina, ka papildus maratonam notiek arī citas aktivitātes, kas iesaista visus skrējējus, kas pieteikušies skriet kā komanda Shalva.
- Šis ir veiksmīgs piemērs kā maratona organizatori un organizācija Shalva spēj piesaistīt ziedojumus asociācijai, jo maratona dalības maksa aiziet Shalva.

## Secinājumi par Izraēlu un tās kampaņām

- Izraēlai ir nosprausta vīzija, ka cilvēkiem ar invaliditāti ir jābūt iespējai piedalīties visās dzīves jomās, līdz ar to tiek darīts viss iespējamais, lai tā arī būtu. Tas balstīts arī uz spēcīgu vērtību sistēma, kas ir daļa no Izraēlas kultūras - visi ir ģimenes locekļi.

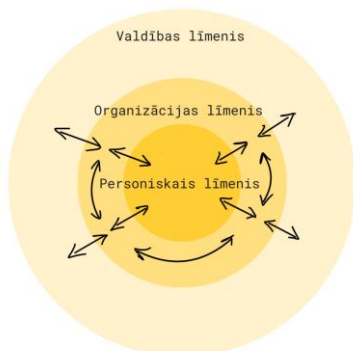
- Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums, piemēram, piesaistīt armijai cilvēkus ar autismu, izmantojot viņu īpašās spējas.
- Izraēla valstiskā līmenī izstrādā stratēģiju par digitālo pieejamību un jaunuzņēmumu zemi, investējot resursus, lai atbalstītu jaunus risinājumus, lai radītu palīg līdzekļus cilvēkiem ar invaliditāti.
- Izraēlas darbībā manāms starptautiskais aspekts - [TOM](#) hakatoni, lai veidotu palīg līdzekļus cilvēkiem ar invaliditāti, [Ebreju invaliditātes izpratnes, pieņemšanas un iekļaušanas mēnesis](#) (JDAIM), IKEA Israel kampaņa nonāk visā pasaulē, Jeruzalemes maratons piesaista cilvēkus no visas pasaules, kampaņas "People. Not Symbols" iniciatīvas izplatās arī citās valstīs.
- Izraēla demonstrē, ka kafejnīcu un restorānu darbība ir kā veiksmīgs biznesa modelis, kurā iesaistīt cilvēkus ar invaliditāti.
- Sadarbība starp vairākiem partneriem, kā piemēram, nevalstiskās organizācijas, sabiedrisko attiecību kompānijas un starptautiska kompānija, var kopīgi izveidot spēcīgas kampaņas un pacelt tās starptautiskā līmenī.
- Kampaņās iesaista vēstniekus, kas ir cilvēki ar invaliditāti, kas ļauj viņiem izstāstīt savu stāstu un mainīt sabiedrības domāšanu.
- Izraēlai labi sanāk īsas kampaņas iznest valstiskā līmenī - tās nav tikai informatīva rakstura, bet iekļauj vairākus sagatavošanās un izpildes posmus:
  - People. Not Symbols - problēmas identificēšana - video ar slēpto kameru - vēstnieku fotosesija - plakātu izlīmēšana visā valstī - kampaņas tīzeris, kurā izstāsta galveno domu - mediju iesaiste, lai aktualizētu problēmu - kampaņas vēstnieku stāsti.
  - ThisAbles - hakatons - kopīga strādāšana pie risinājumu izgatavošanas - kampaņas vēstnieki, kas stāsta par jaunajiem IKEA risinājumiem video formātā - mājaslapas izveide - apkopojums ar visiem IKEA pieejamajām mēbelēm - iespēja visā pasaulē pašam ar 3D printera palīdzību bezmaksas izveidot IKEA papildproduktus.

# SECINĀJUMI

## Kā veidot veiksmīgas kampaņas?

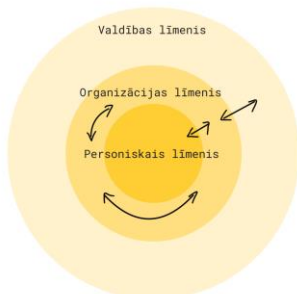
Visas pētījumā iekļautās kampaņas ir bijušas veiksmīgas, jo sasniedz sākumā izvirzīto mērķus - integrēt jauniešus ar funkcionāliem traucējumiem, mainīt valdības likumus, iesaistīt cilvēkus ar GRT vēlēšanās un citi mērķi.

Pētījuma sākumā tika izvirzīts, ka Cook et al (2014) sistēma ir vislabākais modelis, pēc kura veidot kampaņas, iesaistot visus politikas līmeņus.

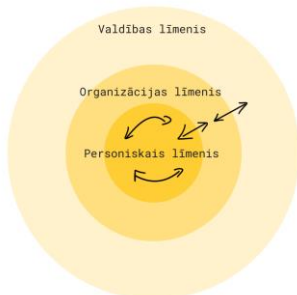


Attēls 36. Daudzlīmeņu sistēma (Cook et al., 2014).

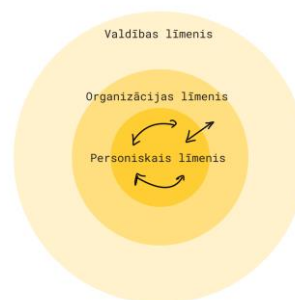
Izanalizējot katru kampaņu atsevišķi, Cook et al. (2014) modeli var piemērot katrai no kampaņām. Attēlos var redzēt kā katrai kampaņai ir savi darbības lauki.



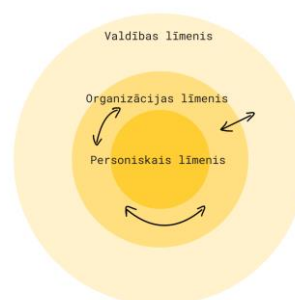
Attēls 37. Kampaņas Hjärnkoll (Zviedrija), En Af Os (Dānija), People Not Symbols (Izraēla).



Attēls 38. Kampaņa Mitt Val (Dānija).

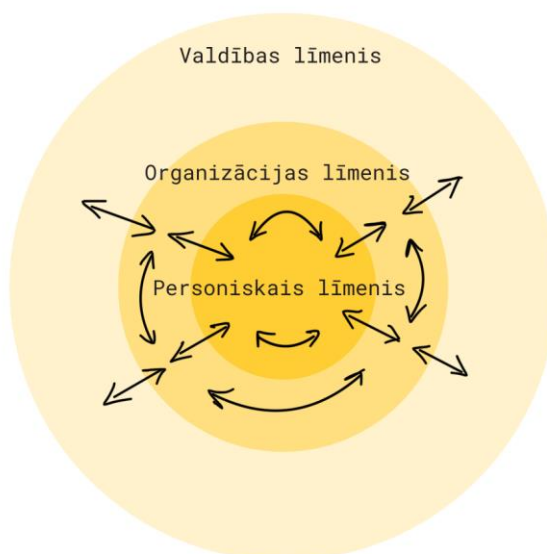


Attēls 39. Kampaņas E-sports (Zviedrija), ThisAbles (Izraēla), maratons Komanda Shalva (Izraēla), Starkere Sammen (Dānija).



Attēls 40. Kampaņa "Autobuss visiem" (Dānija).

Katra no pētījumā apskatītajām kampaņām var tikt uzlabota. Pētījuma autore rosina, ka vislabākais veids kā organizēt veiksmīgas kampaņas ir pēc uzlabota Cook et al. (2014) modeļa (skatīt attēlu 1) - tiek iesaistīti gan visi politikas līmeņi, gan notiek sadarbība starp dažādām organizācijām un tiek dota iespēja mērķauditorijai iesaistīties un integrēties savā starpā.



Attēls 41. Daudzlīmeņu sistēma (Cook et al., 2014) un pētījuma autoru papildinātā sistēma, akcentējot, ka mijiedarbība notiek gan organizācijas, gan personiskajā līmenī un skar valdības līmeni.

## Veiksmīgu kampaņu īpašības

- Visveiksmīgākās kampaņas - tās, kurās integrē visus politikas līmeņus;
- Kampaņa risina kādu konkrētu problēmu vai ir mērķēta kādai attiecīgai mērķa grupai;
- Veido sadarbību starp vairākiem partneriem un/vai nevalstiskajām organizācijām;
- Nodrošina reģionālu sadarbību visā valstī;
- Pozitīvs cilvēku ar invaliditāti attēlojums, it īpaši video stāsti;
- Starptautiska sadarbība un kampaņu popularizēšana ārpus valsts robežām;
- Komunikācijas tīkla izveide - viegla saziņa valstij vai organizācijām ar cilvēkiem ar invaliditāti;
- Ilgstoša kampaņa ar atbilstošu finansējumu;
- Vēstnieku tīkla izveide un populāru cilvēku iesaiste, kas arī kļūst par kampaņu vēstniekiem, nodrošinot atbalstošu platformu;
- Kampaņa notiek ilgtermiņā vai tiek iedibināta kā tradīcija;
- Veic pētījumus par kampaņas efektivitāti;
- Kampaņā iesaistās spēcīga jumta organizācija, kas darbojas viena mērķa vadīta ar citām organizācijām;
- Starpnozaru sadarbību veidošana, piemēram, tehnoloģiju izmantošana nozarē vai jaunu uzņēmumu veicināšana;
- Vides pieejamības piemēru daudzināšana, kas var būt kā daļa no lielākas kampaņas;
- Koncentrējas ar katra cilvēka īpašajām spējām - izceļ tās;
- Kampaņas iesakņojas kā daļa no organizācijas vai valdību darbības;
- Kopienas stiprināšana cilvēkiem ar invaliditāti - pasākumi mērķauditorijai, mācību apļi u.c.
- Kampaņas materiālu izstrāde, kas ir veidota kādai konkrētai mērķauditorijai - žurnālistiem, politiķiem u.c.
- Kampaņa ir kā daļa no valsts kopējās stratēģijas, lai integrētu cilvēkus ar invaliditāti.
- Cilvēku iesaistīšana darba vidē kā kampaņa.

# REKOMENDĀCIJAS

Latvijas gadījumā pētījuma autore iesaka koncentrēties uz 3 virzieniem, lai turpinātu iesāktās kampaņas un sasniegtu vēl labākus rezultātus:

- Sadarbības veidošana;
- Komunikācijas pilnveide;
- Kampaņu nepārtrauktība.

## 1. Sadarbības veidošana

**Sadarbība un aktivitātes kopā ar cilvēkiem ar invaliditāti:**

- Kampaņas ietvaros izveido vēstnieku tīklu;
- Visās kampaņas aktivitātes iesaista cilvēkus ar invaliditāti.

**Sadarbība ar nevalstiskajām organizācijām:**

- Veicināt savstarpējo sadarbību starp nevalstisko sektoru, lai neveidotos konkurence uz projektu finansējumu:
  - Veidot projektu iepirkumus, lai vairākas nevalstiskās organizācijas sadarbojas kopā.
- Veicināt sadarbību starp reklāmu aģentūrām un sabiedrisko attiecību aģentūrām, vienlīdzīgi strādājot kopā pie viena projekta ar nevalstiskajām organizācijām.

**Reģionālā sadarbība:**

- Nodibināta sadarbība starp Latvijas reģioniem un izveidots komunikācijas tīkls ar nevalstiskajām organizācijām, pašvaldībām un darba devējiem.

**Starptautiskā sadarbība:**

- Sadarbība ar citām valstīm un labās prakses popularizēšana ārpus Latvijas.

**Savstarpēja starpnozarju sadarbība:**

- Veidot starpnozarju kampaņas, kurās iesaistās mākslinieki, pētnieki, dažādas kompānijas, tiek veidotas inovācijas.

## 2. Komunikācijas pilnveide

**Komunikācija sadarbībā ar nevalstiskajām organizācijām**

- Nodrošināt, ka informācija, kas skar cilvēkus ar invaliditāti, tiek izplatīta sadarbībā ar nevalstiskajām organizācijām palīdzību, kurām mērķauditorija uzticas un jau seko sociālajos tīklos:
  - Ja veido kampaņu, kuras mērķauditorija ir cilvēki ar invaliditāti, tad primāri iepirkumā jāpiedāvā piedalīties nevalstiskajām organizācijām, jo viņiem ir pieredze kā komunicēt ar cilvēkiem ar invaliditāti, kā arī viņiem ir savs komunikācijas tīkls un sekotāju pulks.

**Komunikācijas sistēmas izveide**

- Vienota komunikācijas tīkla izveide attiecīgajai mērķgrupai, lai efektīvā veidā nodotu informāciju attiecīgajai mērķgrupai.

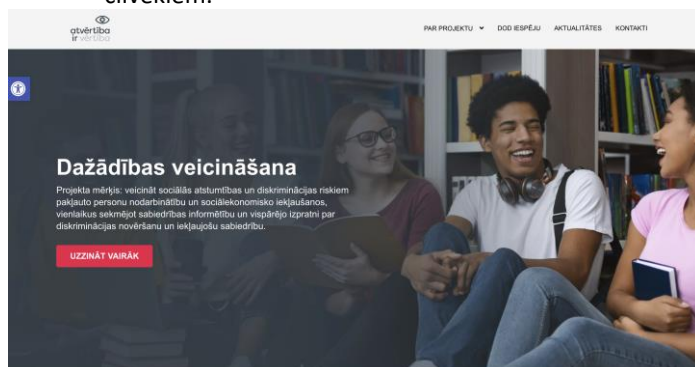
**Informācijas apkopošana vienuviet**

- Jaunas kampaņas izvietot ministriju vai nevalstisko organizāciju mājaslapās, neveidot jaunas. Tas nodrošinās, ka visa informācija ir vienuviet.
  - Ja katrai kampaņai ir sava lapa, tad var apjukt, kur ir aktuālā informācija? Kas ir mērķauditorija? Kam šīs lapas tiek veidotas? Piemēri:

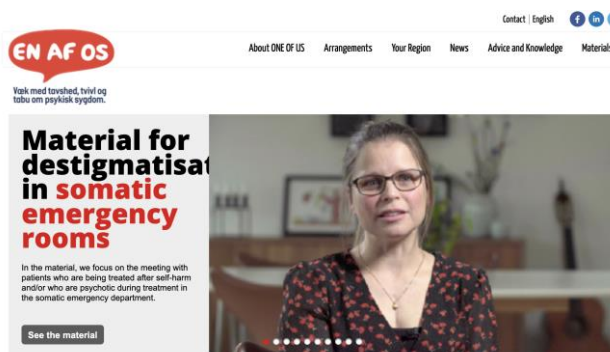
1. <https://skatupunkti.lv/> Atbrīvojoties no aizspriedumiem, izprotot un atbalstot, ikviens kļūst veiksmīgāks!
2. <https://www.dazadiba.lv/> Dažādībā ir spēks
3. <https://atvertiba.lv/> Atvērtība ir vērtība, dažādības veicināšana
4. <https://dodiespeju.atvertiba.lv/> Dod iespēju
5. <https://cilveksnevisdiagnoze.lv/sanem-atbalstu/> Cilvēks, nevis diagnoze
6. <https://cilveksnevisdiagnoze.lv/cilveki-ar-invaliditati-dara-citadi-izdara-tapat/> Cilvēki ar invaliditāti dara citādi - izdara tāpat!

**Komunikācijas ieteikumi**

- Komunikācijā izmantot īstas bildes ar reāliem cilvēkiem.



Attēls 42. [Kampana "Atvērtība ir vērtība"](#) galvenajā lapā izmanto stock bildi.



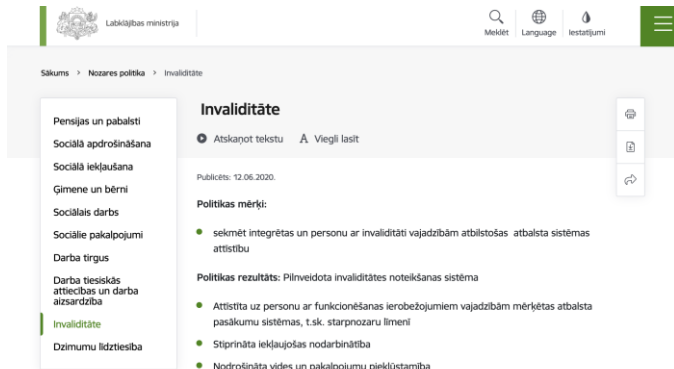
Attēls 43. [Kampanas En Af Os](#) viena no vēstniecēm.



# 3. Kampanu nepārtrauktība

## Skaidra vīzija

- Attīstīta valstiska vīzija par invaliditātes politikas veidošanu.



Attēls 44. Šobrīd [Labklājības ministrijas mājaslapā](#) pieejamā informācija nepārliecina, kas ir invaliditātes politikas prioritātes salīdzinājumā ar Zviedriju.



Attēls 45. [Zviedrijas oficiālā mājaslapa](#), kurā izceļ, ka pilnīga līdzdalība sabiedrībā ir Zviedrijas politikas mērķis.

- Zviedrija nosprauda savu mērķi kā valsts ar pieejamām pilsētām un mērķtiecīgi iet uz šo mērķi, Izraēlai svarīga digitālā iekļaušana. Ko vēlas un var Latvija?

### Ilgstošas kampanas ar pietiekamu finansējumu konkrētām mērķauditorijām

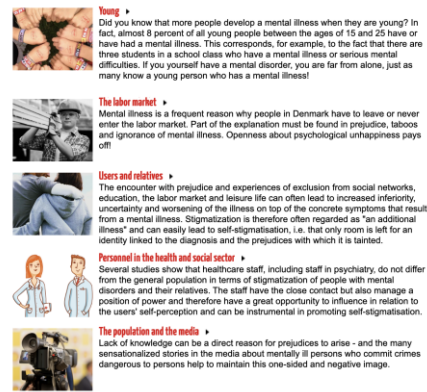
- Kampana fokusēta uz kādu konkrētu invaliditātes veidu, piemēram, Hjārnkoll un En af os ir par GRT.
- Definēt konkrētu mērķgrupu, kuru vēlas sasniegt ar aktivitāšu kopumu - darba devēji korporācijās, veselības aprūpē strādājoši, autobusu šoferi, u.c. Tas dod iespēju precīzāk definēt vēstījumu un izvēlēties labākās metodes un informācijas kanālus.

#### Aktivitātes mērķis

Lai veicinātu dialogu ar Latvijas sabiedrību un uzrunātu plašu mērķauditoriju par nediskriminācijas principiem un sekmētu tolerances un sabiedrības saliedētību, nepieciešama vienota un regulāra sabiedrības izpratnes un informētības pasākumu īstenošana. Stratēģijā balstītajai sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanas kampanai jānodrošina dažādu sabiedrības grupu izpratnes par diskrimināciju paaugstināšana, jāveicina tolerance un sabiedrības saliedētība starp dažādām diskriminācijas riskam pakļauto personu grupām, kā arī jāveicina izpratne par sociālās iekļaušanas nozīmi un pakalpojumu pieejamību mērķa grupām, tai skaitā reģionālā griezumā.

Attēls 46. [Sabiedrības integrācijas fonda](#) organizētā informatīvā kampana "Atvērtība ir vērtība", kurā nav minēta konkrēta mērķauditorija, bet sabiedrība kopumā.

## Areas of action



Attēls 47. [Kampanas En Af Os](#) minētā mērķauditorija, kuru uzrunā caur kampanu - jaunieši, darba devēji, cilvēki ar GRT un viņu tuvinieki, veselības un sociālajā nozarē strādājošie, sabiedrība un mediji.

- Veidot ilgstošas kampanas, vismaz 3 gadu garumā, lai nosēžas atmiņā. Tas ļaus arī nevalstiskajam sektoram plānot savu darbu un izvirzīt konkrētus sasniedzamos mērķus.

## Plāns nākotnei

1. Kampanas "Atvērtība ir vērtība" turpināšana;
2. Sadala katru diskriminācijas veidu un izveido sadarbību ar nevalstiskajām organizācijām, kas būs atbildīgas par katra diskriminācijas veida tālāku turpināšanu;
3. Kopā ar nevalstiskajām organizācijām izvirza sasniedzamos mērķus un nosprauž atskaites termiņus;
4. Nodibina reģionālo sadarbību ar nevalstiskajām organizācijām, pašvaldībām un darba devējiem;
5. Izstrādā kampanas desmitgades plānu.

## Sasniedzamie rezultāti

- Palielināt IKP sociālajai nozarei par 1%, lai tuvojamijs Zviedrijas, Dānijas un Izraēlas piemēriem:
  - Iesaiste gada budžetu plānošanā, piedāvājot konkrētas programmas, kas ir nepieciešamas, lai atbalstītu cilvēkus ar invaliditāti.
- Veicināt sadarbību starp un ar nevalstiskajām organizācijām par 50%:
  - Veidojot uz sadarbību vērstus iepirkumus, uz kuriem aicina pieteikties nevalstiskās organizācijas.
- Veicināt cilvēku ar invaliditāti integrāciju darba tirgū par 2%;
  - Nodrošinot izglītojošus pasākumus un aktivitātes kopā ar cilvēkiem ar invaliditāti, kuras mērķētas konkrētiem darba devējiem, izglītojot par konkrētu invaliditātes grupu.
- Veidot vienotu komunikācijas tīklu.



# Pielikumi

## Pielikums nr.1. Valstu pamatojums pētījumam

**Mērķa grupa:** personas, kuras pakļautas diskriminācijas riskiem invaliditātes dēļ (3.lote).

**Izvēlētās valstis:** Izraēla, Dānija un Zviedrija.

### Pamatojums valstu izvēlei

Valstu izvēlē ņemti vērā dažādi statistikas un pētījumu dati, lai noteiktu, kurās valstīs ir ilggadēja un veiksmīga pieredze, integrējot cilvēkus ar invaliditāti un veicinot sabiedrības izpratni.

**Dānija** ir pirmajā vietā pasaulē, kas tērē 4.9% no IKP sociālajām programmām personām ar invaliditāti (OECD, 2022). Otrās vismazākās nabadzības vai sociālās atstumtības riskam pakļauto personu ar invaliditāti īpatsvars Eiropas Savienībā reģistrēts Dānijā (21,8%) (Eurostat, 2021).

Pēc G3ict (globāla iniciatīva iekļaujošām informācijas un komunikācijas tehnoloģijām) izstrādātā pētījuma, kurā analizētas 137 valstis, **Izraēla** ir viena no visiekļaujošākajām valstīm (G3ict, 2020), kurā ievēro digitālo pieejamību personām ar invaliditāti. DARE indekss 2020 norāda uz valsts kopējo progresu digitālās informācijas ieviešanā un pieejamības nodrošināšanā, lai atbilstu ANO noteiktajai Konvencijai par personu ar invaliditāti tiesībām. Tāpat Izraēla ir pasaules TOP 10 pēc valsts izdevumiem sociālajām programmām personām ar invaliditāti no IKP (2.9%) (OECD, 2022).

Kā trešā izpētes valsts izvēlēta **Zviedrija**. Kopš 20. gadsimta 60. gadiem politiku saistībā ar cilvēkiem ar invaliditāti un darbu Ziemeļvalstīs spēcīgi ietekmējusi normalizācijas ideoloģija (Gjertsen, H., Hardonk, S. un Ineland, J., 2021.), kuras mērķis bija radīt iespējas cilvēkiem ar intelektuālās attīstības traucējumiem piedalīties sabiedrībā tādā veidā, kas ir līdzīgs cilvēku bez invaliditātes dzīvei. Zviedrija tērē 3.8% no IKP sociālajām programmām personām ar invaliditāti (OECD, 2022), kas ir trešais augstākais rādītājs pasaulē. Zviedrijā ir visvairāk nominētās pilsētas Eiropas Savienības balvai "Pilsētu pieejamība", kas domāta, lai vairotu izpratni par cilvēku ar invaliditāti dzīves apstākļiem, problēmām, ar kurām viņi saskaras ikdienas dzīvē. Gēteborga (1. vieta 2014.gadā), Burosa (1. vieta 2015.gadā), Jenšēpinga (1. vieta 2021.gadā), Malme (veicināšanas balva 2011.gadā), Stokholma (3.vieta 2013.gadā), Šellefteo (3.vieta 2013.gadā, veicināšanas balva 2017.gadā) (European Commission, Access City Award).

### Plānotā pētījuma struktūra

Pētījuma izpētes struktūra balstīta uz trīs pakāpju tolerances veicināšanas līmeņiem - uz personiskā, organizācijas un valdības līmeņa politiku (Fisher, K.R. and Purcal, C., 2017), lai

varētu izanalizēt izvēlēto valstu sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanas kampaņas. Pētījumā apskatītie elementi būs saistīti ar informācijas atspoguļošanu, izglītību, apmācībām, cilvēku ar invaliditāti attēlojums sabiedrībā, kontaktspējas starp cilvēkiem ar invaliditāti un bez, nodarbinātība, veselība un valdības ierosināti noteikumi un likumi. Šie elementi tiks skatīti no personiskā, organizācijas un valdības līmeņa, kā arī to ieviešana- caur nevalstiskajām organizācijām, interešu aizstāvības grupām, aģentūrām un valdībām.

### Atsauces

European Commission. Access City Award. Pieejams: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1141> (apmeklēts 2022. gada 1. augustā).

Eurostat, 2021. People with disability at higher risk of poverty or social exclusion. Pieejams:

<https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/edn-20211203-1> (apmeklēts 2022. gada 1. augustā).

Fisher, K.R. and Purcal, C., 2017. Policies to change attitudes to people with disabilities. *Scandinavian Journal of Disability Research*, 19(2), pp.161–174.

DOI: <http://doi.org/10.1080/15017419.2016.1222303>

(apmeklēts 2022. gada 1. augustā).

Gjertsen, H., Hardonk, S. and Ineland, J., 2021. Work Inclusion for People with Intellectual Disabilities in Three Nordic Countries: The Current Policy and Challenges. *Scandinavian Journal of Disability Research*, 23(1), pp.360–370.

DOI: <http://doi.org/10.16993/sjdr.821> (apmeklēts 2022. gada 1. augustā).

G3ict, 2020. DARE Index 2020, Top Performing Countries. Pieejams: <https://g3ict.org/upload/Accessible-DARE-Index-2020-Top-Performing-Countries-ENGLISH.pdf> (apmeklēts 2022. gada 1. augustā).

OECD, 2022. Public spending on incapacity (indicator). doi: 10.1787/f35b71ed-en (apmeklēts 2022. gada 1. augustā).

## Pielikums nr.2. Intervija ar Ivaru Balodi, Latvija



Attēls 48. Ivars Balodis, Invalīdu un viņu draugu apvienības "Apeirons" vadītājs.

### Kādas ir labākās kampaņas vai pasākumi, kas ienāk prātā, domājot par cilvēku ar invaliditāti integrāciju un sabiedrības izglītošanu?

Tāds sarežģīts jautājums, bet droši vien, ka labākās kampaņas ir tās, kurās mēs esam paši piedalījušies, bet tāda pati labākā man liekas, ka tiešām bija daudzus, daudzus gadus atpakaļ, kur mēs ļoti daudz uzrunājām sabiedrību par to, kāpēc ir nepieciešams cilvēkiem ar invaliditāti īpašās stāvvietas. Kad mēs to sākām, sabiedrībā vispār nebija izpratnes, kāpēc tās ir lielākas, kas tās varētu izmantot, vai vispār ir cilvēki, kas tās izmanto. Cilvēki ar invaliditāti nevarēja atrast nevienu tukšu stāvvietu, jo viss bija aizpildīts. Netika uzlikti sodi, un tad mēs kopā ar Valsts policiju, Pašvaldības policiju un apvienības "Apeirons" brīvprātīgajiem un darbiniekiem iesaistījāmies problēmas risināšanā. Mums palīdzēja Ēriks Stendzenieks ar savu pieredzi. Uzrunājām masu informācijas līdzekļus, bet mēs paši ļoti iesaistījāmies. Mēs gājām uz šīm invalīdu stāvvietām, mēs piedāvājām šoferiem, kas izmanto invalīdu stāvvietas, dažādus kuponus, ar kuriem var bez maksas dabūt kaut ko, jo ja tev ir invaliditāte, tad mēs piedāvājām atnest pārtiku uz mašīnai, lai nekāpj ārā, jo tev ļoti grūti. Mēs drusku kauninājām un nedaudz savādākā veidā paskatījāmies uz šo problēmu - ar ironiju nedaudz, nedaudz ar pašu cilvēku iesaistīšanos un papildus mums vēl bija ļoti skarbi plakāti. Piemēram, ja tu nesaproti, kāpēc šī stāvvietā domāta cilvēkam ar invaliditāti, salauz mugurkaulu. Un ar tādiem plakātiem, ar tādām darbībām un cilvēku iesaistīšanos, mēs mēģinājām šo kampaņu īstenot. Jāteic, ka tā arī līdz šim palikusi kā labs piemērs tam, kāda kādā veidā ir mainījusies sabiedrības attieksme, kā cilvēki sapratuši par šīm lietām. Šo ideju paķēra citi mediji, kurus mēs nebijām uzrunājuši, bet sāka rakstīt. TVNET ik pa laikam šī informācija parādījās, bija daudzi tādi raksti, kas uzmanību pievērsa tieši šai tēmai. Tas man liekas, ka rada labu iespaidu, veids kā tāds kā komunicēt.

Vēl viena kampaņa, man liekas, ka mēs tā ļoti profesionāli mēģinājām, kas arī bija laba no Apeirona skatupunkta, kur mums arī bez maksas palīdzēja tāda kompānija kā Deep White. Mēs braucām apkārt pa Latviju un mēģinājām attīstīt Apeirona ideju izveidot mājaslapu - Mapeirons: pieejamo vietu datu bāzi un tad mēģinājām izplatīt šo informāciju, pēc iespējas plašāk, iesaistot pašvaldību, iesaistot nevalstiskās organizācijas

reģionos, apbraukājot ļoti, ļoti daudzas vietas Latvijā. Saņemot ziņas ar atgriezenisko saiti no dažādiem uzņēmējiem, par to, ka viņi arī gribētu būt šajā Mapeirons kartē, kas bija forši.

Ja skatos no tādām valsts kampaņām, tad ik pa laikam parādās tādas kampaņas, kas it kā ir vērstas, lai tu neiegūtu invaliditāti, piemēram, nelec ar galvu ūdenī, vasarai sākoties, vai ziemas tumšajā laikā ir jāuzvelk atstarojošās vestes, jo tu varētu nokļūt arī dažādās nepatīkamās situācijās vai pirms Jāņiem - ja tu brauksi ātri un pārgalvīgi, tev būs invaliditāte. Tāda didaktiska, pareiza pieeja, bet bieži vien neiesaistot cilvēkus.

Man liekas, ka tā ir veiksmes atslēga - ja tu iesaisti cilvēkus, reālus cilvēkus un runā par reālām lietām, reāli stāsti. Un tie cilvēku stāsti ir visuzrunājotākie. Tāda senāk bija CSDD kampaņa, kurā reāli cilvēki stāstīja par savu pieredzi, nokļūstot ratiņkrēslā.

### Kāpēc, jūsuprāt, šīs kampaņas bija veiksmīgas?

Cilvēkiem jādzird dzīvi cilvēki un reāli stāsti, nevis jāiestudē un jāuzraksta scenārijs, kas nav patiesi. To jūt. Sarunā iesaistās paši cilvēki, organizācijas, un tas ir tas veiksmes faktors.

Svarīgs secinājums ir tas, ka kampaņas nevar būt kampaņveidīgas, bet svarīgs ir ilglaicīgums un tas, ka tās notiek katru gadu. Un tādā veidā labāk nosēžas cilvēku apziņā.

### Kā notiek sadarbība ar reģioniem?

Mums ir sadarbības partneri reģionos, bet neesam kā jumta organizācija. Noteikti varētu darīt vairāk, lai sadarbības tīkls būtu spēcīgāks. Pietrūkst jumta organizācijas, kas pārstāvētu starptautiski.

### Kā Apeirons saņem finansējumu, lai īstenotu kampaņas?

Rakstām projektus, kā arī ikdienā aktīvi sadarbojamies ar dažādām institūcijām, lai sniegtu padomus un uzlabotu cilvēku ar invaliditāti dzīvi.

Pastāv problēma, ka nevalstiskās organizācijas sacenšas savā starpā uz vienu un to pašu finansējumu. Finansējums ir sarežģīta lieta. Mums ir valsts atbalsts, ar kuru mēs nosedzam administratīvos izdevumus - telpu īre un pašas primārākās vajadzības, bet ne vienmēr ar to pietiek. Mēs esam viena no vadošajām organizācijām, es domāju. Mēs ne tikai realizējam savus projektus vai savas idejas, bet mēs ļoti cenšamies iesaistīt arī citas nevalstiskās organizācijas. Finanses tiešām aiziet lietās, kuras attīsta Latvijā kaut kādas jomas vai vides pieejamību, vai sadarbību vai informācijas izplatīšanai. Mēs bieži vien esam tie viedokļu līderi jautājumiem, kas mums liekas svarīgi.

Lai nodrošinātu nepārtrauktību, ir nepieciešams arī valsts atbalsts, lai organizācija varētu darboties. Lai mums ir vieta, kur cilvēkiem sanākt kopā un kurā varētu īstenot šīs idejas kā tādas. Otra lieta ir projekti, kurus mēs rakstām, jo bez projektiem nevar izdzīvot. Mums ir pakalpojumi, kurus mēs sniedzam - gan sociālie pakalpojumi, gan vides pieejamības pakalpojumi, gan apmācības, kuras mēs piedāvājam arī par maksu. Un trešā lieta ir ziedojumi, kas nav milzīga summa, bet tā ir pietiekoši nozīmīga, un tā arī ir svarīga organizācijai.

Lai varētu plānot savu darbību, jānodrošina nepārtrauktība. Gribētos uztaisīt tādu trīs vai piecu gadu plānu, kurā var iekļaut aktivitātes, kur var saplānot uz nākotni kaut ko. Ļoti daudzas lietas mums saplānotas uz gadu, ko mēs zinām, vai uz projektu,

piemēram. Tad, kad projekts beidzas vai gads, mēs nezinām, kas būs nākotnē un vai no telpām ir jāatsakās, vai mēs varēsim paturēt visus darbiniekus. Tā ir tā problēma, kur tā ilgtermiņa plānošana nav iespējama, ja tam nav pastāvīgs finansējums kaut kādām lietām.

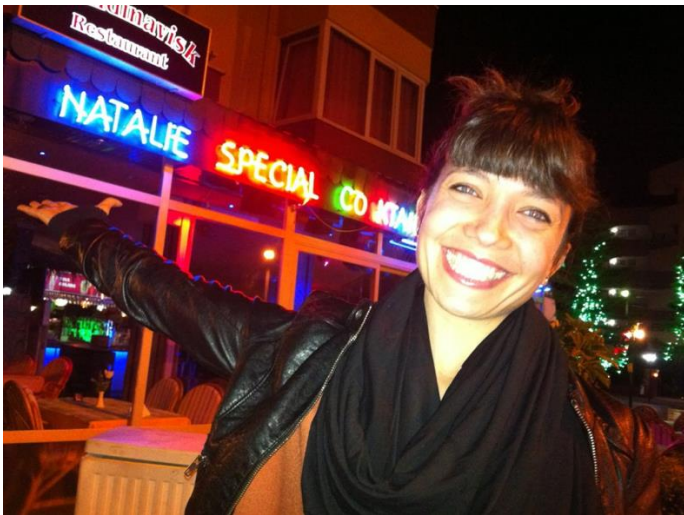
#### **Kādi būtu ieteikumi, lai kampaņas Latvijā kļūtu labākas?**

Man liekas, ka pēdējā laikā daudzām kampaņām, vismaz es esmu ievērojis, ka ir tā prasība, ka ir jābūt konsultācijām vai saskarsmei ar lietotājorganizācijām, piemēram, ja kampaņa ir par invaliditāti, vajadzētu būt kādām invaliditātes ekspertam vai organizācijai, kas sadarbojas ar to kampaņas realizētāju. Bet tas, ko esmu ievērojis, ka bieži vien tā sadarbība ar šo ekspertu vai organizāciju nu ir tāda - mēs piedāvājam, te jums jāpiedalās un ar to arī beidzas. Sadarbībai vajadzētu būt tādai,

ka tomēr mēs apsēžamies un izdomājam kampaņu kopā, esam kā līdzvērtīgi partneri ar atbilstošu finansējumu. Mēs varam iesaistīties, domāju, nevalstiskās organizācijas var iesaistīties un ir iespējas iesaistīt savus cilvēkus, bet tad ir jābūt skaidrībai un labākai sadarbībai. Un nevalstiskajām organizācijām ir jājūtas kā līdzvērtīgiem sadarbības partneriem. Sadarbība ķeksīša pēc bieži vien nenoved pie labiem rezultātiem. Tā kā nu atkal sadarbība.

Mums, sabiedrībai, jāmacās sadarboties, un, protams, tas varētu būt kā viens no faktoriem kā atbalstīt gan nevalstisko organizāciju, gan popularizētu vienu vai otru kampaņu kā tādu, gan arī rezultāti būtu labāk.

## Pielikums nr.3. Intervija ar Nathalie Bitton, Dānija



Attēls 49. Nathalie Bitton, galvenā redaktore [TV-GlaD](#), kas ir pasaulē pirmā televīzijas stacija cilvēkiem ar invaliditāti.

**Kādas ir labākās kampaņas vai pasākumi, kas ienāk prātā, domājot par cilvēku ar invaliditāti integrāciju un sabiedrības izglītošanu? Un Kāpēc, jūsuprāt, šīs kampaņas bija veiksmīgas?**

Mēs esam televīzija, kas darbojas kopā ar cilvēkiem ar invaliditāti. Tā kā mēs būtu vienlīdzīgi. Tātad, veidojot visa veida plašsaziņas līdzekļus, televīziju, radio, animācijas, ilustrācijas un rakstus, un tā tālāk, mēs sadarbojamies vienlīdzīgi. Tāpēc mūsu uzmanības centrā ir atrast veidu, kā likt saprast, ka, lai gan jums ir invaliditāte, jūs varat strādāt tāpat kā tad, ja jūs būtu normāli dzimis cilvēks. Tāpēc tas, kā mēs strādājam, nav tik daudz saistīts ar kampaņām, bet gan ar mūsu produktiem. Tas, ko mēs pārraidām, parāda, ka ir iespējams strādāt normālu darbu, pat ja esi piedzimis citā veidā. Mēs daudz runājam, un, kā es redzēju citās lielajās kampaņās, jūs neesat jūsu invaliditāte, jūs esat cilvēks un tas, kas jūs esat ar invaliditāti.

Tātad kampaņu, ko es atceros no citas organizācijas, viņi uztaisīja plakātus - tur ir kāda cilvēka bilde, kas saka: es esmu mākslinieks. Es esmu Filips. Tas ir arī tas, par ko mēs daudz runājam, ka ir tik svarīgi, lai cilvēki saprastu, ka katrs cilvēks ir tikai cilvēks un var piedzimt ar daudz un dažādiem izaicinājumiem.

Es domāju, ka arī mūsu sadarbība ar Latviju un Somiju - kampaņa [Breaking Taboos](#), kad mēs runājam par mīlestību un seksualitāti, un man tas likās ļoti, ļoti interesanti, jo mēs esam tik atšķirīgi katrā valstī, kā mēs runājam par šāda veida tēmām. Bet, kad mēs to darām kopā, notiek kaut kas patiešām labs, jo mēs viens otru iedvesmojam. Un mēs esam ļoti atvērti par tādiem tematiem kā mīlestība un seksualitāte. Jo mēs par to esam runājuši tik daudzus gadus, un mēs esam runājuši arī par invaliditāti tik daudzus gadus. Tāpēc mums tas nav tik grūti. Bet, kā man teica, piemēram, jūsu valstī tas ir nedaudz savādāk. Manuprāt, iedvesma skatīties vienam uz otru un būt atvērtākiem un kopīgi laužt stigmas, kas ir patiesi svarīgi. Sadarbība ir svarīga izpratnes veidošanas sastāvdaļa.

Un es domāju, ka mūsu valstī Dānijā tas ir interesanti cilvēkiem, jo šāda veida temati vienmēr ir interesanti. Kad esat jauns cilvēks, jums vienmēr interesē mīlestība un seksualitāte. Un es domāju, ka, aplūkojot cilvēkus ar invaliditāti, mums ir vajadzīgs vairāk informācijas, jo var būt arī citi šķēršļi,

piemēram, ja esat dzimis ar autismu. Varbūt mīlestība un seksualitāte ir kas cits, nekā tas ir jums un man, jo tas var būt kaut kas tāds, ka nejutaties tik apmierināti ar pieskārienu vai jums ir grūtības saprast, ko saka jūsu seja — jūsu mimika. Turklāt, ja esat dzimis ar fizisku invaliditāti un jums patiešām ir nepieciešama palīdzība, lai būtu fiziski kopā ar citiem cilvēkiem. Tas ir arī patiešām interesants temats, kas var būt kā kaut kāds stigmas, par kuru runāt, jo mēs īsti nevaram iedomāties, ka jums ir nepieciešama palīdzība, lai būtu seksuāli aktīvs ar citu personu, jo esat fiziski cilvēks ar invaliditāti.

Tāpēc es domāju, ka ir patiešām svarīgi koncentrēties uz lietām, kurām ir kāds sakars ar mūsu cilvēku grupu. Bet tad es arī domāju, ka tāpēc, ka mums bija šī sadarbība ar Latviju un Somiju, mēs piedzīvojam, ka ir kaut kas patiesi iedvesmojošs, dzirdot citu valstu skatījumu, un es domāju, ka gan Latvijas, gan Somijas cilvēkiem bija ļoti patīkami dzirdēt, cik atvērti mēs runājam par tēmām. Bet, no otras puses, arī mūsu kolēģiem bija ļoti patīkami apzināties, ka mums patiesībā ir arī patiesi paveicies, ka esam tik daudz uz priekšu, tāpēc ir arī patiesi iedvesmojoši dzirdēt, kāda ir situācija citās valstīs.

**Kāpēc, jūsuprāt, Dānija ir veiksmīga integrācijas jautājumos?**

Es domāju, ka mēs patiešām esam valsts ar vārda brīvību. Mēs esam atklāti par daudzām tēmām, mums ir mentalitāte, kā mēs runājam par lietām. Mēs esam atvērta valsts, jo mācām par iekļaušanu un vienlīdzību skolā, kad esam bērni. Tā ir bijusi liela tēma jau daudzus gadus. Mēs daudz runājam par to, kā mēs varam integrēt cilvēkus ar invaliditāti izglītībā un darba dzīvē. Tāpēc fokuss ir diezgan liels. Bet mēs joprojām sastopamies ar šķēršļiem arī šeit, Dānijā. Mēs neesam tik tālu, kā vēlamies būt attiecībā uz cilvēku integrāciju darbavietās, un mums vēl ir daudz darāmā, tāpēc es domāju, ka mēs vēl neesam tik tālu.

**Kā notiek sadarbība ar reģioniem?**

Informācija izplatās, jo mums ir sadarbība ar dažādiem reģioniem un mums ir arī nodaļas vēl divās vietās. Tātad mums ir šeit galvaspilsētā Kopenhāgenā, bet mums ir arī divi departamenti citās pilsētās. Tātad, jā, mēs iegūstam savu informāciju, un mums ir tā pati platforma citur, tāpēc mēs savu informāciju izplatām visā valstī, cik vien iespējams.

Ir svarīgi, lai mēs atrastos fiziski citās pilsētās, labi, lai gan mēs varam strādāt sociālajos medijos un internetā, tomēr ir nepieciešams, lai būtu fiziskā lokācija. Dažkārt mums būtu grūti parādīt savu perspektīvu visā valstī. Papildus nevaram lūgt saviem kolēģiem ar invaliditāti pārcelties uz Kopenhāgenu, lai kļūtu par daļu no šāda veida darba vietas. Tātad, ja mums ir jāintegrē cilvēki no dažādām vietām šāda veida organizācijā, tad mums arī ir jāatrodas tur.

Manuprāt, ļoti svarīgi ir arī tas, ka mēs koncentrējamies uz vienu veidu cilvēku grupu, jo mēs arī par to bijām runājuši, vai mēs varētu integrēt savā organizācijā cilvēkus ar garīgām slimībām, bet tas ir kas cits. Un es domāju, ka reizēm ir jāapzinās, ka grozā neliek pārāk daudz augļu, jo ir patiešām ļoti grūti būt labiem paveiktajā darbā, sasniegt rezultātus un fokusēties uz visiem cilvēkiem.

Kad mēs runājam ar politiķiem, mēs patiešām apzināties, ko mēs pārstāvam. Ja mēs būtu dažādu grupu sajaukums, mums būtu grūtāk noturēt šo fokusu. Mēs palīdzam cilvēkiem ar

funkcionāliem traucējumiem un autismu, bet ne ar garīgām slimībām. Mēs pagaidām neesam atvērti cilvēkiem ar šizofrēniju vai depresiju un cita veida garīgām slimībām, jo es domāju, ka tas būs par daudz.

#### **Kā TV-GlaD saņem finansējumu, lai īstenotu kampaņas?**

Mums ir liela atbalsts - mēs saņemam zināmu finansiālu atbalstu no kultūras valdības, jo veidojam raidījumus televīzijai. Cilvēki ar invaliditāti saņem naudu no valdības, lai iegūtu darbu, jo viņi nevar integrēties visās darba vietās. Tas ir īpašs veids kā būt darbiniekam, lai saņemtu savu algu. Mēs kā organizācija arī saņemam daļu no šīs algas, tāpēc mums ir iespēja, ka pie mums strādā cilvēki, kuriem ir izglītība žurnālistikā un mediju veidošanā. Tāda sadarbība ir iespējama tikai tad, ja ir cilvēki, kuriem ir šādas īpašības, šāda izglītība, kas var arī mācīt kolēģus ar invaliditāti, un tad mēs strādājam kopā.



## Pielikums nr.4. Intervija ar Michal Rimon, Izraēla



Attēls 50. Michal Rimon, [Access Israel](#) vadītāja.

**Kādas ir labākās kampaņas vai pasākumi, kas ienāk prātā, domājot par cilvēku ar invaliditāti integrāciju un sabiedrības izglītošanu? Un Kāpēc, jūsprāt, šīs kampaņas bija veiksmīgas?**

Lai atbildētu uz šo jautājumu, jums ir jāsaprot Access Israel vēsture. Kad Access Israel sākās pirms 23 gadiem, šī tendence bija ubagojoša, cilvēki ar invaliditāti vai nu lūdza piedalīties, vai arī nedomāja, ka viņi var piedalīties, vai arī rīkoja demonstrācijas un agresīvi, ziniet, sadedzināja lietas. Daudz agresijas, kas ir apspiesta, jo viņi nebija daļa no sabiedrības. Daži pievērsās agresijai. Daži sāka ubagošanu, daži atteicās no dzīves un palika mājās, un tad sākās Access Israel. Un ziniet, es vienmēr stāstu šo, lai gan tas neatbild uz jūsu jautājumu. Bet tikai tāpēc, lai jūs saprastu. Yuval Wagner, kas dibināja Access Israel, saņēma sūdzību par vienu kinoteātri, kas nebija pieejams. Viņš uzrakstīja ļoti profesionālu vēstuli izpilddirektoram, sakot: Šī ir sūdzība, ko mēs saņemām. Es labprāt ar jums tiktos, lai paskaidrotu, kā jūs varat to uzlabot. Un viņš to nosūtīja. Viņš saņēma uzaicinājumu no izpilddirektora ierasties viņu satikt. Viņš ieradās, novietoja savu automašīnu, un divi lieli puisi sveicināja viņu un pavadīja viņu uz izpilddirektora biroju. Viņš iegāja kabinetā, lielie puisi palika ārā un aizvēra durvis. Un tad viņš sāka runāt ar izpilddirektoru un runāja par peļņu un pieejamību. Jūs zināt, pieejams bizness ir ienesīgāks. Viņš runāja par statistiku. Tā ir liela potenciālo klientu bāze. Un tad izpilddirektors sāka smieties. Yuval jautāja: Kāpēc jūs smejaties? Es nesaku neko smieklīgu. Un izpilddirektors teica, ka jūs zināt, ko? Jūs redzējāt divus lielos puisi ārpus uzgaidīšanas zāles? Es parasti saņemu daudz sūdzību no cilvēkiem ar invaliditāti. Un parasti es vienmēr uzaicinu viņus uz savu biroju. Tas parasti aizņem no vienas līdz trīs minūtēm, līdz viņi paceļ balsi vai klauvē pie galda. Tad es izsaucu abus lielos puisi un lūdzu viesus doties prom. Es biju gatavs klausīties, bet viņi kliez manā birojā. Jūs esat pirmais, kurš runā manā valodā, runā cienījamā, nevis ubagojošā, bet praktiskā veidā, un es esmu gatavs klausīties, ka tas bija pirmais kinoteātris Izraēlā, kas kļuva pieejams.

Un tas pats attiecas uz iepirkšanās centriem, un tāpēc mums bija liela pieredze, mainot valodu, mainot toni. Un, kad jūs man jautājat par izpratni, pirmkārt, uzņemiet to, kā mēs redzam cilvēkus. Cilvēki nav slikti. Viņi nav. Viņi neintegrējas, nav iekļauti un nav pieejami, jo viņi ir slikti cilvēki. Daudzos gadījumos viņi to dara tāpēc, ka baidās, jo viņiem ir mānītība. Tāpēc, ka viņiem ir stigmas vai tāpēc, ka viņi neapzinās un neviens viņiem nav teicis citādi. Tāpēc es domāju, ka, skatoties uz labākajiem, tās ir izpratnes veidošanas kampaņas, kas cilvēkiem ar invaliditāti parādīja citā gaismā, nevis kā nabadzīgos, ka mums ir jānāk un jāpalīdz. Mēs esam glābēji, un viņi ir nabagi, bet, lai parādītu viņus kā ikdienišķus. Jūs zināt, ir daudz kampaņu par paraolimpiešiem, kas ir lieliski. Es labāk nerādītu paraolimpiešus, jo, ziniet, paraolimpieši ir olimpieši. Es vēlos parādīt cilvēkus ar invaliditāti kā parastus cilvēkus, ar kuriem mēs visi varam atrast kopīgu valodu, un veids, kā mēs to darām, ir kampaņas un izpratnes veidošana, kas apvieno cilvēkus un cilvēkus, kas stāv rindā, lai saprastu. Tātad, vai nu jums ir jāizvēlas kampaņa, kas bija līdzīga videoklipa kampaņai, populārai video kampaņai, tad varu jums pateikt, ka mēs 3. decembrī veicām skaistu lietussargu kampaņu, manuprāt, pirms sešiem gadiem vai septiņiem gadiem. Es varu jums pateikt, ka mēs sākām un nolēmām par to svētdien. Starptautiskā diena bija piektdiena. Es sazinājos ar Telavivu, Izraēlas lielāko pilsētu, un saņēmu pēdējā brīža atļauju to darīt Telavivas lielākajā laukumā. Tas ir Robin Plaza, un mēs nopirkām 100 zilus lietussargus. Un es paņēmu lapu, un uzzīmēju vārdu "pieejamība" un "saprātne", kas Izraēlā ebreju valodā ir tas pats precīzs vārds, izņemot to, ka pieejamība ir kā L burts un "saprātne" ir tas pats burts, tikai apgriezts otrādi. Mēs būtībā aizņēmām apmēram divas stundas, mēs atvedām cilvēkus ar un bez invaliditātes. Daži no viņiem bija kā augsta līmeņa biedri, bet citi bija bērni integrētajā skolā. Mēs viņus savedām kopā. Viņi bija visi spēlējās ar lietussargiem. Un mums augšā lidoja droni. Un mēs uzņēmām skaistu videoklipu, kas aizņēma trīs stundas, gandrīz nekādu budžeta un kļuva ļoti populārs, un tas ir skaists veids, kā jūs zināt, ka cilvēki uz to skatās un neredz, ak, nabagi ar invaliditāti, viņi saka, hei, tas ir forši. Un vēstījums ir ļoti skaidrs. Tas ir viens piemērs.

Vēl viens piemērs ir sniegt jūsu un manas ikdienas situācijas un parādīt kā tas izskatās cilvēkam ar invaliditāti, to unikalitāti. Stīvens Hokinss ieradās Izraēlā uz 24 vai 36 stundām. Mums ļoti paveicās, ka pārliecinājām viņu dot mums vienu stundu, lai nofilmētu īsu kampaņu mūsu vietā. Galu galā es domāju, ka tās bija četras vai piecas stundas, jo viņš runāja ar mums. Un būtībā teica: ziniet, man ir darīšana ar Marsu un Venēru, un zvaigznes un cilvēki sasniegs zvaigznes. Bet hey, es nevaru nokļūt lielveikalā, jo tas nav pieejams. Tātad tas atkal parāda šīs ikdienas lietas, ar kurām jūs un es varam saistīt, un teikt, ak, dievs, tas ir gluži kā Stīvena Hokinsa kosmos. Un, kad jūs dzirdat viņu runājam par kosmosu, tas ir loģiski. Bet, kad viņš to pievērs ikdienas darbiem, ko mēs un jūs darām, un viņš to var izdarīt, viņš ir ģeniālais vīrietis, kas man liek domāt. Šie ir tikai divi kampaņu piemēri.

Bet, ja mēs runājam par informētību, Access Israel ir pazīstama visā pasaulē. Mēs to darījām arī Latvijā. Mēs uzskatām, ka, lai radītu patiesas pārmaiņas, veicinot izpratni, jums ir jāņem vērā šī neseksīgā tēma un jāpadara tas kaut kas tā, lai cilvēki stāv rindā. Tāpēc es nenāku un nesaku ak, nāc un samīļo mazo

cilvēku ar invaliditāti. Es saku, čau, tu tā uz viņu skaties. Paskatīsimies, vai tu to turpināsi tā darīt.

Ziniet, vienā no skolām bērni sūdzējās par bērnu ratiņkrēslā. Viņiem nepatīk spēlēties ar viņu, jo viņš it kā ar nolūku uzkāpj uz viņu pirkstiem ar savu ratiņkrēslu. Mēs teicām, ak, viņš to dara. Mēģināsim manevrēt klasē vai āra pagalmā ar ratiņkrēslu. Un redzēsīm, vai jūs to darīsiet labāk. Un ak dievs. Viņi teica, kā jūs to darāt? Tu esi daudz labāks par mums. Un mēs veicam pārsteidzošas izpratnes veicināšanas kampaņas visā Izraēlā. Ārzemēs mūs sauc par trakajiem izraēliešiem. Mēs šīs idejas aizvedām uz Ekvadoru, uz Brazīliju, uz Vīni, uz ASV, uz Latviju, visā pasaulē tiešām. Un mēs pamatā radām ikdienas situācijas un laujam cilvēkiem veikt ikdienas dzīvi, tie ir ikdienas darbi ar invaliditāti, jums ir jāizvēlas invaliditāte. Un pēkšņi tas kļūst par kaut ko, un katru reizi, kad jums ir kāds cilvēks ar invaliditāti, jūs varat runāt ar viņu, kamēr jūs piedzīvojat grūtības. Un tad tu esi daudz vairāk saistīts ar viņu. Un iepazīt cilvēku, kas ir ar invaliditātes. Es domāju, ka, runājot par izpratnes veidošanas kampaņām, jums ir video kampaņas, un jums ir praktiskā pieredze. Un es domāju, ka to abu kombinācija ir kaut kas tāds, kas mainīs izpratni.

### **Cik daudz cilvēku strādā Access Israel?**

Es biju astotais darbinieks, mēs bijām maza organizācija. Un joks par Access Israel ir tas, ka tad, kad es pievienojos tur, es biju astotais darbinieks, un mums bija liels pārpalikuma budžets, lai darītu visu, ko vēlamies. Tagad es atnācu un mums ir aptuveni 120 darbinieki. Un budžets visu laiku cīnās, jo es esmu labs tērētājs, bet ideja ir tāda, ka mums patiešām ir aptuveni 40 darbinieki, kas ir pastāvīgi darbinieki. Jūs zināt, strādājot vismaz 90 līdz 180 stundas mēnesī, piemēram, pilnu vai pusi slodzi. Bet mums ir arī pārējie darbinieki, kas ir aptuveni 70 līdz 80 darbinieki, kas nāk uz projektiem. Mums ir instruktori, kas apmāca slepenos pircējus. Vairāk nekā puse no maniem darbiniekiem ir cilvēki ar invaliditāti, visu veidu invaliditāti, garīgās, kognitīvās, autisma, fizisko, visu veidu invaliditāte. Un tāpēc mēs esam lielāki par to, kas, jūsuprāt, ir mūsu budžets, kas nav tik liels.

### **Kā Access Israel saņem finansējumu, lai īstenotu kampaņas?**

Es jums pateikšu, pirmkārt, Access Israel ļoti agri nolēma, ka mēs nevēlamies sponsoru. Mēs nevēlamies vienu ziedotāju, kas dos mums daudz naudas. Mēs nevēlamies, lai mūs finansētu viena ministrija vai divas ministrijas, jo jūs zināt, vēlēšanas, mainās valdība, un viņi nevēlas būtēt tās lietas, ko solīja, un pēc tam tas sabruks, jo valdība mainījās. No sākuma mēs bijām ļoti piesardzīgi attiecībā uz mūsu finansējumu. Šodien varu jums pateikt, ka 65% no mūsu budžeta ir no mūsu sniegtajiem pakalpojumiem, vai nu mēs veicam apmācību, mēs konsultējam, mēs padarām informāciju pieejamu vietnēm. Mēs nodarbojamies ar slepenajiem pircējiem. Mēs rīkojam dažādus pasākumus, par kuriem saņemam atalgojumu. Un būtībā mēs izveidojām tirgu Izraēlā, jo pirms Access Israel neviens ar pieejamību nedarbojās. Mēs bijām pirmie konsultanti, mēs bijām pirmie treneri. Mēs bijām pirmā organizācija, kas devās uz skolām un veica operācijas. Tagad lielākā daļa mūsu budžeta līdzekļu nāk no tā, un pārējie 35% nāk no ziedojumiem, ziedojumiem vai valsts atbalsta, lai gan valdība mūs īsti neatbalsta. Bet, piemēram, Sporta ministrija mums ir devusi atļauju darīt, teiksim, 10, tādus lielus notikumus, kā es jums stāstīju, lai nodrošinātu informētību un visu to ap Izraēlu un caur pašvaldībām. Viņi to finansē. Mēs

joprojām to saņemam kā samaksu par saviem pakalpojumiem, bet valdība to patiešām atbalsta. Tātad būtībā tā ir struktūra. Un attiecībā uz citām organizācijām varu teikt, ka viena no lietām, ar ko es ļoti lepojos, ir tā, ka tad, kad tiku uzaicināta uz ANO, domāju, ka tā bija pirmā reize, kad mani uzaicināja runāt ANO. Man bija 10 minūšu laika posms, un tēma bija, manuprāt, par pieejamu taisnīgumu. Access Israel dara daudz lielisku lietu. Bet Izraēlā ir arī citas organizācijas, kas dara pārsteidzošas lietas. Un man bija ļoti dabiski sazināties ar to, ka citas organizācijas iegūst informāciju, un uz ANO skatuves četras minūtes no 10 minūtēm tika veltītas projektiem, kas nebija manējie, tādējādi piešķirot viņiem atzinību. Es domāju, ka tas ir veids, kā mums visiem ir viens un tas pats mērķis. Mums visiem jāzina, jāgaida un jāredz, kā mēs varam sasniegt mērķi. Access Israel nepārstāv vienu vai otru invaliditāti. Pieejamība ir līdzsvara atrašana starp dažādu invaliditātes vajadzībām, padomājiet par to. Akls cilvēks vēlētos, ja viņam būtu līdzīgas taustāmas ietves no savas mājas līdz jebkurai vietai, kur viņš dodas. Viņš to zina ikreiz, kad uzkāpj uz tā. Tas ir pieejams. Viņam nav vajadzīgs suns-pavadonis. Viņam nevajag spieķi. Viņš zina, ka viņš var aiziet, kur nepieciešams. Bet tas ir murgs ratiņkrēsla lietotājam vai kruķiem, jo, ja taktiļā josla ir laba neredzīgajiem, ir briesmīga ratiņkrēsliem, tā var nodarīt sliktu viņu muguru. Tāpēc mēs vienmēr ar savu darbu uztveram visu pieejamības prakšu pārņemšanu.

Mēs esam ļoti spēcīgi starptautiskā mērogā, un man patīk izmantot savu starptautisko spēku, nodrošinot lielāku saskarsmi ar citām organizācijām, kas, manuprāt, ir labi. Tāpēc es necīnos ar viņiem par līdzekļiem. Gluži pretēji, es cenšos dot viņiem iespēju gūt labumu no maniem panākumiem. Es visu laiku mācos, un neticu, ka ritenis jāizgudro no jauna. Ir organizācijas, kas dara labāk nekā es. Tātad, kāpēc man vajadzētu sākt projektu, kas, jūs zināt, cīnās ar viņiem? Gluži pretēji, kad redzu iespēju, es varu sazināties ar organizāciju, kas palīdz cilvēkiem ar GRT un teikt: Hei, es domāju, ka ir svarīgi, lai GRT būtu daļa no šīs lietas. Man nav šāda instruktora. Vai vēlaties pievienoties? Un es viņiem doodu platformu, un pēc kāda laika viņu darbinieki saprotošā veidā kļūst par mūsu darbiniekiem un kļūst par daļu no visas šīs iesaistes. Izraēla ir gluži kā Latvija, organizācijas cīnās. Līdzekļi ir vienādi. Labi, mēs visi cenšamies iegūt līdzekļus no tām pašām vietām, galvenokārt. Tas, kā to dara Access Israel, ir vērts mēģināt būt mazāk jutīgam. Nosakot šos 65% pakalpojumu, pārliecinoties, ka esam vislabākie, pārliecinoties, ka esam profesionāli, pārliecinoties, ka darbs plūst un turpinās. Un, kas attiecas uz ziedojumiem - jā, mēs konkurējam par tiem pašiem ziedojumiem. Bet tomēr tas neliedz man dot citām organizācijām platformu izaugsmei, pat uz mana rēķina. Ja es domāju, ka viņi to ir pelnījuši vairāk. Un es domāju, ka galvenais šeit ir, ziniet, liela daļa filantropijas. Daudzi filantropi tagad piedzīvo izmaiņas. Pagātnē viņi deva naudu, un mēs, organizācijas, varējām izvēlēties, ko ar to darīt, jo mēs esam profesionāli. Mūsdienās daudziem filantropiem ir sapnis. Viņi pamostas ar sapni, un viņiem ir līdzekļi, un tad viņi saka, ka mums ir līdzekļi šai konkrētajai lietai. Un tagad visas organizācijas sāk cīnīties un skatīties, kā es varu iekļauties viņu sapnī. Man personīgi tas nepatīk. Es nevēlos mainīt savu profesionālo darbību, lai piepildītu kāda cita sapni, ja nedomāju, ka tas ir pareizais fokuss, ja es uzskatu, ka tas nav pareizais veids. Tātad tas ir visu laiku. Dejojiet šeit starp faktu, ka mums ir vajadzīgi līdzekļi tāpat kā visiem citiem, bet mums ir veids, kā to iegūt, un mēs necenšamies par visu. Un mēs

cenšamies to darīt tā, lai necīnītos ar citām organizācijām, bet gan sadarbotos vai piesaistītu citam, lai mēs būtu viens plus viens un vienāds ar 10.

### **Kāpēc, jūsuprāt, Izraēla ir veiksmīga integrācijas jautājumos?**

Tāpēc es jums teikšu, agrāk tikos ar Latvijas Labklājības ministru, kas, manuprāt, šodien ir Finanšu ministrs, un es tikos ar jūsu jauno Labklājības ministru tikai pirms pāris mēnešiem, un mēs esam pilnīgi gatavi palīdzēt apmācīt trenerus. Mācīties no tā, ko jūs darāt, un mēģināt atrast labāko veidu, kā dalīties un likt tam darboties. Es jums pateikšu un vēlreiz, tas ir mazliet vēstures. Kad sākās Access Israel, mēs sākām nepieejamā valstī, ne fiziski, ne pakalpojumi, ne tehnoloģijas. Pirms 23 gadiem Izraēla bija katastrofa cilvēkiem ar invaliditāti. Varbūt bija vietas, kas bija pieejamas, jo īpašniekam, zīniet, bija māte, tēvs, bērns, un viņi to darīja viņiem pieejamas, bet pārējās vietas nebija pieejamas. Kad mēs sākām darbu, mēs sākām darboties vietā, kur pieejamībai nav juridisku prasību. Tāpēc mums bija jāpanāk *Win-Win-Win modeli* (autore: izdevīgi visiem). Kā jau teicu iepriekš, ienesīgs business ir pieejamāks. Un otrādi. Tāpēc mēs atnācām un varējām pārliecināt etalonu meklētājus, lielākās Izraēlas organizācijas, ka viņiem ir labi kļūt pieejamiem. Tā kā mēs to sākām darīt, varu jums teikt, ka daudzas organizācijas sāka izmantot pieejamības maršrutu, pirms tam tas bija jādara saskaņā ar likumu. Mēs to paveicām ar apziņas palīdzību. Mēs to darījām sapulču laikā. Mēs to paveicām, runājot citā valodā, runājot viņu valodā - ieguldījumu atdeve, pelņa, rentabilitāte - tā, lai viņi saprastu, ka tās ir abpusējas intereses. Un tad mēs sapratām likumdošanas nepieciešamību. Tātad Access Israel bija viena no organizācijām, kas vadīja un virzīja tiesību aktus par pieejamību.

Un šodien, godīgi sakot, mums ir liels atbalsts no likumdošanas, jo šodien Izraēlā, iespējams, ir viens no sarežģītākajiem un progresīvākajiem pakalpojumu pieejamības noteikumiem. Mēs esam viena no vienīgajām valstīm pasaulē, kur saskaņā ar likumu ikvienam pakalpojumu sniedzējam katru gadu ir jāiziet apmācības par pieejamiem pakalpojumiem un vismaz vienu reizi, lai to izdarītu praksē. Likumdevējs pamatā pieņēma to, ko Access Israel darīja, pirms viņi teica: nerunāriet tikai, staigāriet, zīniet, piedzīvosim, radīsim iespējas satikt cilvēkus ar invaliditāti. Tātad tas ir kaut kas, kas noteikts likumā. Saskaņā ar likumu katram pakalpojumu sniedzējam, kurā ir vairāk nekā 25 darbinieki, ir jābūt pieejamības koordinātoram, kas būtībā ir buferis starp pakalpojumu sniedzēju un pakalpojumu saņēmējiem. Jūs zināt, plaša sabiedrība, un mēs viņus apmācām. Mēs esam pirmie Izraēlā, kas ir apmācīti, kā likt viņiem zināt, kas jādara. Izraēlā ir spēkā likums, ka kopš 2017. gada visām vietnēm ir jābūt pieejamām. Ja jūs sniežat pakalpojumus, zīniet, ka Izraēlas tiesību aktos ir arī noteikts likums, kas tiek izpildīts. Tātad jūs man jautājat, kā mēs esam pārliecināti. Zīniet, tā tas sākās pirms likumdošanas. Šodien tiesību akti mums palīdz. Es vienmēr saku, ka pusglāze ir pilna, un tā ir ļoti pilna, un mēs ar to ļoti lepojamies. Bet ir pusglāze, kas ir tukša. Un tas man sniedz darba drošību, jo zinu, ka man ir daudz darāmā. Bet es varu jums pateikt, ka Access Israel reiz bija 1200 klientu, labi, tas ir daudz. Un mēs teicām: hei, mēs neesam business. Man nevajag lielīties ar klientu skaitu. Es to samazināju līdz 100. Es izvēlējos 100 klientus un atbrīvoju pārējos, jo mēs izveidojām tirgu, un tagad ir citi profesionāļi. Un mana uzmanība uz 100 bija kā tirgus latiņa. Esmu pārliecinājusies, ka tie ir pieejami, un

viņi uzņems visus citus savā jomā un radīs konkurenci un liks viņiem kļūt pieejamiem. Un tas strādāja.

Mums ir Access Israel īpašā zīme. Uzņēmumi ļoti gribēja šo zīmi, jo tad viņi var teikt, ka ir pabeiguši pieejamības procesu. Mums ir daudz uzņēmumu, kas cenšas pārliecināt kompānijas, ka pieejamība ir nepieciešama. Tā ir laba PR lieta - zīniet, darīsime sabiedrībai zināmu, ka esat uz to orientēts. Vēl viens punkts, kas jāņem vērā, ir starptautiskais darbs, jo mēs esam kļuvuši tik spēcīgi starptautiskā mērogā ar pārsteidzošu tīklu. Mēs varam atvest Izraēlas labākos speciālistus, labākos ekspertus, labākos pasniedzējus, lai uzzinātu vairāk. Mēs varam ņemt Izraēlas tehnoloģijas, kas veicina pieejamību un palīdz viņiem visā pasaulē, un jūs zināt, atver viņiem durvis. Mūsdienās Empire State Building ir Izraēlas tehnoloģijas. Tāpat ir Krievijas organizācijas, kurām ir piekļuve vietnēm ar Izraēlas tehnoloģijām. Mums ir daudz savienojumu. Tas ir brīnišķīgi. Zīniet, viena no labākajām mūsu vizītēm bija Latvijā. Es domāju, ka cilvēku reakcija, ko mēs tur satikām, bija pārsteidzoša, un mēs ar prieku sadarbosimies. Un arī man ir ļoti svarīgi uzsvērt - nav tā, ka es sadarbojos tāpēc, ka esmu labā, lieliskā Access Israel, kas vēlas jūs mācīt. Tas nav veids, kā iet. Man ir daudz ko mācīties no tā, kas notiek Latvijā. Jums ir lieliski projekti. Es varu jums to pateikt. Turpat Jūrmalas pludmalē mēs redzējām pārsteidzošu lietu. Mēs redzējām velosipēdus, kuriem ir trīs riteņi, kas ir atstāti visur un cilvēki, kas ir gados, var ar tiem ērti izbraukt pa promenādi. Tā mums Izraēlā nebija. Tagad mums ir šādi velosipēdi, kas palīdz cilvēkiem ar garīga rakstura traucējumiem, kuri parasti nevar braukt ar velosipēdu. Vecāka gadagājuma cilvēki tagad arī varēs braukt ar riteņiem. Tātad tas viss ir saistīts ar dalīšanos, mācīšanos vienam no otra. Un tikai kopā mēs varēsim radīt pulsācijas efektus, kas radīs globālu pieejamības pasauli.

### **Kā notiek sadarbība ar reģioniem?**

Tas ir ļoti labs jautājums. Viena no vissvarīgākajām lietām Access Israel ir nodrošināt, ka pieejamība nav tikai Telavivā un Jeruzalemē, ka pieejamība ir no ziemeļiem līdz dienvidiem. Kad mēs redzējām, ka ziemeļos nav risinājumu - cilvēki ir iestrēguši savās mājās 17 gadus, jo neviens nedomāja radīt viņiem iespēju iziet un būt daļai no sabiedrības, mēs pirms 11 gadiem nodibinājām tur centru un sākām klauvēt pie durvīm un pārliecināt cilvēkus iznākt, un tad pārliecināt apkārtējos, ka ir laiks atvērt sirdi un durvis. Un es varu jums to pateikt šodien - tur tas plaukst. Visticamāk, es varēšu atkāpties un ļaut turpināt tam, kas tur darbojas, jo mans darbs tur ir guvis panākumus. Un tas viss ir cilvēku no arābu kopienas, no ebreju kopienas darbs, nav svarīgi, kas jūs esat. Vēl viena lieta bija dienvidi - daudz kas atrodas ļoti tālu no Izraēlas centra. Un daudzas organizācijas īsti nesaņiedz to, ko viņi piedāvā centrā. Mēs tur atvērām centru, kas pēdējo septiņu gadu laikā tiešām ir ļoti mainījies. Un galvenais ir tas, ka tikai pirms trim mēnešiem mēs atvērām pirmo sporta pieejamības centru, kurā ir pieejama svaru celšanas telpa un visa veida joga un pilates, un visas lietas, ko cilvēki ar invaliditāti un bērni ar invaliditāti var darīt kopā ar cilvēkiem bez invaliditātes. Un caur to mēs rīkojam daudz saviesīgu pasākumu un sanākam kopā, un patiešām kļūstam par māju gan apmeklētājiem, gan iedzīvotājiem. Tātad ideja ir tāda, ka atbilde ir trīs lietas. Viena lieta - pārliecinieties, ka tiesību akti ir Izraēlas, mazas valsts, likums, kas ir būtisks ikvienam, lai nodrošinātu, ka jūsu programmas tiek izpildītas visur. Jūs nerīkojat konferenci tikai Telavivā. Jūs rīkojat konferenci Telavivā un darāt lietas augšup uz ziemeļiem



un uz dienvidiem. Pārlicinieties, ka, ja man ir pieejams pieejamības koordinātoru kurss Telavivā, man būs arī kursi daudzās vietās, pat ja tas būs mazāk izdevīgi. Pat ja cilvēku būs mazāk. Man ir vienalga, jo viņiem tiem vajadzētu būt, un viņiem nav naudas, lai katru nedēļu sāktu doties uz ziemeļiem, lai veiktu kursu. Vēl viena lieta ir tā, ka COVID būtībā mainīja spēles noteikumus. Šodien, izmantojot digitālos risinājumus, ir daudz vieglāk sasniegt perifēriju, tāpēc mēs to izmantojam. Taču ideja ir atcerēties, ka pieejamībai nav robežu. Statistika ir visā Izraēlā, un jums kā organizācijai ir jāpārlicinās, ka jūs neesat biznesa. Jūs esat organizācija un NVO. Man ir jāpārlicinās, ka mana nauda aiziet, lai palīdzētu visiem, nevis tikai tiem, kam man ir ērti palīdzēt.

# Atsauces

1. Arkar, H., and D. Eker. 1997. "Influence of a 3-Week Psychiatric Training Programme on Attitudes Toward Mental Illness in Medical Students." *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology* 32: 171–176.
2. Barnes, C., and M. Oliver. 1995. "Disability Rights: Rhetoric and Reality in the UK." *Disability and Society* 10: 111–116.
3. Betton, V. et al., 2015. The role of social media in reducing stigma and discrimination. *The British Journal of Psychiatry*, 206, 443–444. doi: 10.1192/bjp.bp.114.152835 (apmeklēts 26.09.2022.).
4. Bratbo, J., & Vedelsby, A. K. (2017). ONE OF US: The national campaign for anti-stigma in Denmark. In W. Gaebel, W. Rössler, & N. Sartorius (Eds.), *The stigma of mental illness — End of the story?* (pp. 317–338). Springer International Publishing. Pieejams [https://doi.org/10.1007/978-3-319-27839-1\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-319-27839-1_17) (apmeklēts 11.10.2022.).
5. Brostrand, H. L. 2006. "Tilting at Windmills: Changing Attitudes Toward People with Disabilities." *Journal of Rehabilitation*, 72: 4–9.
6. Buell, M. J., R. Hallam, M. Gamel-McCormick, and S. Scheer. 1999. "A Survey of General and Special Education Teachers' Perceptions and Inservice Needs Concerning Inclusion." *International Journal of Disability, Development and Education* 46: 143–156.
7. Bunch, G., and A. Valeo. 2004. "Student Attitudes Toward Peers with Disabilities in Inclusive and Special Education Schools." *Disability and Society* 19: 61–76.
8. Burge, P., H. Ouellette-Kuntz, and N. Hutchinson. 2008. "A Quarter Century of Inclusive Education for Children with Intellectual Disability in Ontario: Public Perceptions." *Canadian Journal of Educational Administration and Policy* 87: 1–22.
9. Campbell, J., L. Gilmore, and M. Cuskelly. 2003. "Changing Student Teachers' Attitudes to Disability and Inclusion." *Journal of Intellectual and Developmental Disability* 28: 369–379.
10. Chadd, E. H., and P. H. Pangilinan. 2011. "Disability Attitudes in Health Care: A New Scale Instrument." *Journal of Physical Medicine and Rehabilitation* 90: 47–54.
11. Conchar, C., and J. Repper. 2014. "Walking Wounded or Wounded Healer? Does Personal Experience of Mental Health Problems Help or Hinder Mental Health Practice? A Review of the Literature." *Mental Health and Social Inclusion* 18: 35–44.
12. Cook, J., V. Purdie-Vaughns, I. Meyer, and J. Busch. 2014. "Intervening Within and Across Levels: A Multilevel Approach to Stigma and Public Health." *Social Science & Medicine* 103: 101–109.
13. DAA (Disability Awareness in Action). 1993. Resource Kit No.1: Who and What We Are, Media Information. DAA. [www.daa.org.uk/uploads/resources/Resource Kit 1.pdf](http://www.daa.org.uk/uploads/resources/Resource%20Kit%201.pdf). (apmeklēts 12.09.2022.).
14. Deane, K. 2009. Shut Out: The Experience of People with Disabilities and Their Families in Australia. National Disability Strategy Consultation Report prepared by the National People with Disabilities and Carer Council: Commonwealth of Australia, Canberra.
15. Disabilities by indicator, study domain and sex. Percentage and estimated numbers in thousands. Year 2014-2015 - 2021-2021, 2021. Statistical Database. Pieejams: [https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/START\\_LE\\_LE0101\\_LE0101H/LE01012021H02/](https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/START_LE_LE0101_LE0101H/LE01012021H02/) (apmeklēts 01.11.2022.).
16. European Commission. Access City Award. Pieejams: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1141> (apmeklēts 01.08.2022.).
17. European Semester 2020-2021 country fiche on disability equality, Denmark, 2021. European Commission. DOI: 10.2767/005311 (apmeklēts 01.11.2022.).
18. Eurostat, 2021. People with disability at higher risk of poverty or social exclusion. Pieejams: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/edn-20211203-1> (apmeklēts 01.08.2022.).
19. Fisher, K.R. and Purcal, C., 2017. Policies to change attitudes to people with disabilities. *Scandinavian Journal of Disability Research*, 19(2), pp.161–174. DOI: <http://doi.org/10.1080/15017419.2016.1222303> (apmeklēts 01.08.2022.).
20. G3ict, 2020. DARE Index 2020, Top Performing Countries. Pieejams: <https://g3ict.org/upload/Accessible-DARE-Index-2020-Top-Performing-Countries-ENGLISH.pdf> (apmeklēts 01.08.2022.).
21. Gjertsen, H., Hardonk, S. and Ineland, J., 2021. Work Inclusion for People with Intellectual Disabilities in Three Nordic Countries: The Current Policy and Challenges. *Scandinavian Journal of Disability Research*, 23(1), pp.360–370. DOI: <http://doi.org/10.16993/sjdr.821> (apmeklēts 01.08.2022.).
22. Haney, M., and B. Rabin. 1984. "Modifying Attitudes Toward Disabled Persons While Resocializing Spinal Cord Injured Patients." *Archives of Physical Medicine and Rehabilitation* 65: 431–436.
23. Hansson, L., Stjernsward, S., Svensson, B. 2016. Changes in attitudes, intended behaviour, and mental health literacy in the Swedish population 2009–2014: an evaluation of a national antistigma programme. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 134 (S446) pp.3-5. DOI: <https://doi.org/10.1111/acps.12609> (apmeklēts 7.10.2022.).
24. Harvey, D. H. P. 1985. "Mainstreaming: Teachers' Attitudes When They Have no Choice About the Matter." *The Exceptional Child* 32: 163–173.
25. Henderson, C., Stuart, H., Hansson, L. 2016. Lessons from the results of three national antistigma programmes. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 134 (S446) pp.3-5. DOI: <https://doi.org/10.1111/acps.12605> (apmeklēts 27.09.2022.).

26. Hunt, C.S., and B. Hunt. 2004. "Changing Attitudes Toward People with Disabilities: Experimenting with an Educational Intervention." *Journal of Managerial Issues* 16: 266–281.
27. Hutzler, Y., and I. Levi. 2008. "Including Children with Disabilities in Physical Education: General and Specific Attitudes of High School Students." *European Journal of Adapted Physical Activity* 1: 21–30.
28. Kleeman, J., and E. Wilson. 2007. *Seeing is Believing: Changing Attitudes to Disability – A Review of Disability Awareness Programs in Victoria and Ways to Progress Outcome Measurement for Attitude Change*. Melbourne: Scope.
29. Kleeman, J., and E. Wilson. 2007. *Seeing is Believing: Changing Attitudes to Disability – A Review of Disability Awareness Programs in Victoria and Ways to Progress Outcome Measurement for Attitude Change*. Melbourne: Scope.
30. Krahé, B., and C. Altwasser. 2006. "Changing Negative Attitudes Towards Persons with Physical Disability: an Experimental Intervention." *Journal of Community and Applied Social Psychology* 16: 59–69.
31. Krahé, B., and C. Altwasser. 2006. "Changing Negative Attitudes Towards Persons with Physical Disability: an Experimental Intervention." *Journal of Community and Applied Social Psychology* 16: 59–69.
32. Lee, T., and M. Rodda. 1994. "Modification of Attitudes Toward People with Disabilities." *Canadian Journal of Rehabilitation* 7: 229–238.
33. Maras, P., and R. Brown. 1996. "Effects of Contact on Children's Attitude to Disability: A Longitudinal Study." *Journal of Applied Psychology* 26: 2113–2134.
34. Masselot, A., M. Larizza, T. Landman, C. Wallace, and J. Niessen. 2006. *Comparative Analysis of Existing Impact Assessments of Anti-Discrimination Legislation. Mapping Study on Existing National Legislative Measures anti-Discrimination Legislation. With Discrimination Outside the Field of Employment and Occupation on the Grounds of sex, Religion or Belief, Disability, age and Sexual Orientation, VT/2005/062*. Brussels: Human European Consultancy, Utrecht and Migration Policy Group.
35. McManus, J. L., K. J. Feyes, and D. A. Saucier. 2011. "Contact and Knowledge as Predictors of Attitudes Toward Individuals with Intellectual Disabilities." *Journal of Social and Personal Relationships* 28: 579–590.
36. Murfitt, K. F. 2006. "Attitude Change in Employment of People who have a Disability." Melbourne, Doctoral thesis, School of Psychology, Deakin University, Australia.
37. People with Disabilities in Israel 2021: Facts and Figures, 2022. Ministry of Justice Commission for Equal Rights of Persons with Disabilities. Pieejams: [https://www.gov.il/en/Departments/General/pwd\\_israel\\_2021\\_statistics#:~:text=In%2020%2C%20people%20with%20disabilities,more%20than%201.5%20million%20people](https://www.gov.il/en/Departments/General/pwd_israel_2021_statistics#:~:text=In%2020%2C%20people%20with%20disabilities,more%20than%201.5%20million%20people) (apmeklēts 01.11.2022.).
38. Personu apvienība SIA „Comperio”, SIA „Safege Baltija”, SIA „Prospero”, 2017. Sabiedrības izpratnes un informētības paaugstināšanas pasākumu stratēģija pretdiskriminācijas un dažādības veicināšanai, 23. Pieejams: <https://www.sif.gov.lv/lv/media/112/download> (apmeklēts 09.10.2022.).
39. Personu apvienība SIA „Comperio”, SIA „Safege Baltija”, SIA „Prospero”, 2017. Izpētes ziņojums par pašreizējo sabiedrības izpratnes un informētības līmeni un efektīvākajiem informācijas sniegšanas mehānismiem, 111-118.
40. Petty, R. E., and J. T. Cacioppo. 1981. *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*. Dubuque: Brown.
41. Plāns personu ar invaliditāti vienlīdzīgu iespēju veicināšanai 2021.-2023. gadam, 2021. Pieejams: <https://bit.ly/3GgdQdz> (apmeklēts 01.11.2022.).
42. Proportion of employed persons smaller among persons with disabilities, 2021. Statistics Sweden. Pieejams: <https://www.scb.se/en/finding-statistics/statistics-by-subject-area/labour-market/disabled-persons/the-labour-market-situation-for-people-with-disabilities/pong/statistical-news/the-labour-market-situation-for-persons-with-disabilities/#:~:text=In%2020%2C%20the%20employment%20rate,situation%20for%20persons%20with%20disabilities> (apmeklēts 01.11.2022.).
43. Public spending on incapacity (indicator), 2022. OECD. Doi: 10.1787/f35b71ed-en (apmeklēts 01.08.2022.).
44. Scior, K. 2011. "Public Awareness, Attitudes and Beliefs Regarding Intellectual Disability: A Systematic Review." *Research in Developmental Disabilities* 32: 2164–2182.
45. Sirlopú, D., R. González, G. Bohner, F. Siebler, G. Ordonez, A. Millar, D. Torres, and P. Tezanos-Pinto. 2008. "Promoting Positive Attitudes Towards People with Down Syndrome: the Benefit of School Inclusion Programs." *Journal of Applied Psychology* 38: 2710–2736.
46. Tait, K., and N. Purdie. 2000. "Attitudes Toward Disability: Teacher Education for Inclusive Environments in an Australian University." *International Journal of Disability, Development and Education* 47: 25–38.
47. UK Prime Minister's Strategy Unit. 2005. *Improving the Life Chances of Disabled People*. London: Department for Work and Pensions, the Department of Health, the Department for Education and Skills, and the Office of the Deputy Prime Minister. A Joint Report.
48. UNESCO. 2014. *Education for All Global Monitoring Report 2013/4*. 11th EFA. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. [www.efareport.unesco.org](http://www.efareport.unesco.org) (apmeklēts 12.09.2022.).
49. Valkenburg, P. M., J. Peter, and J. B. Walther. 2016. "Media Effects: Theory and Research". *Annual Review of Psychology* 67: 315–338.
50. VDEĀVK uzskaitē esošo personu ar invaliditāti skaits, 2021. Oficiālās statistikas portāls DATUBĀZE. Pieejams: [https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP\\_OD/OSP\\_OD\\_sociala\\_veselib\\_a\\_vesel/VAG132.px/](https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_OD/OSP_OD_sociala_veselib_a_vesel/VAG132.px/) (apmeklēts 01.11.2022.).
51. Wallace, C. 2004. *Snapshot of Community Attitudes on Disability in the ACT*. Canberra: ACT Disability Advisory Council.
52. Waterhouse, P., H. Kimberley, P. Jonas, and J. Glover. 2010. *What Would it Take? Employer Perspectives on Employing People with A Disability*. Adelaide: National Centre for Vocational Education Research.
53. Yazbeck, M., K. McVilly, and T. Parmenter. 2004. "Attitudes Towards People with Intellectual Disability." *Journal of Disability Policy Studies* 15: 97–111.

## Interneta resursi

1. Disability and health, World Health Organization. Pieejams: <https://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health> (apmeklēts 08.11.2022.).
2. Personal development through employment, Zero Project. Pieejams: <https://zeroproject.org/view/project/533a8299-4d23-eb11-a813-0022489b3a6d> (apmeklēts 29.09.2022.).
3. Israel – Equal Rights for People with Disabilities Law, DREDF. Pieejams: <https://dredf.org/legal-advocacy/international-disability-rights/international-laws/israel-equal-rights-for-people-with-disabilities-law/> (apmeklēts 24.10.2022.).
4. Israel, World Leader in Accessibility: by Jon Polin, Respectability. Pieejams: <https://www.respectability.org/2019/06/shabbat-smile-israel-world-leader-in-accessibility/> (apmeklēts 24.10.2022.).
5. What does the Torah say about people with disabilities?; Reform Judaism. Pieejams: <https://reformjudaism.org/learning/answers-jewish-questions/what-does-torah-say-about-people-disabilities> (apmeklēts 24.10.2022.).
6. Access Israel Campaign: People. Not Symbols, Access Israel. Pieejams: <https://www.aisrael.org/?CategoryID=2285&ArticleID=58156> (apmeklēts 26.10.2022.).
7. Smartphone app connecting visually impaired users in need with supportive volunteers, Zero Project. Pieejams: <https://zeroproject.org/view/project/dcb93de3-ad4a-ec11-8c62-000d3ab5a6d0> (apmeklēts 01.11.2022.).