

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA

**INFORMĀCIJAS IEGUVES VEIDI PAR RĪGAS
PAŠVALDĪBAS PIEDĀVĀTAJĪEM SOCIĀLAJĪEM
PAKALPOJUMĪEM UN PABALSTĪEM CILVĒKIEM
BEZ NOTEIKTAS DZĪVESVIETAS**

BAKALaura DARBS

Autors: **Ginta Ozoliņa**

Studenta apliecības Nr.: go14007

Darba vadītāja: Mg.soc.sc. Inga Latkovska

RĪGA 2018

ANOTĀCIJA

Bakalaura darba tēma ir “Informācijas ieguves veidi par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas”. Darba mērķis ir noskaidrot kanālus caur kuriem visefektīvāk sasniegt cilvēkus bez noteiktas dzīvesvietas. Bakalaura darbs sastāv no teorētiskās daļas, metodoloģijas un pētījuma.

Teorētiskajā daļā tiek apskatīti tādi temati kā komunikācijas modeļi, kanāli, publika un tās definēšana, pašvaldība un komunikācijas loma pašvaldībā, kā arī komunikācija ar grūti sasniedzamu mērķauditoriju.

Bakalaura darbā tika izmantotas trīs pētījuma metodes, divas kvalitatīvās – fokusa grupas diskusija un intervija, un viena kvantitatīvā metode – aptauja. Tika iegūtas piecas intervijas, veikta fokusa grupas diskusija ar pieciem tās dalībniekiem un saņemtas divi simti trīs anketas no cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas.

Viena no darbā gūtajām atziņām – interpersonāla komunikācija klātie ir viens no efektīvākajiem veidiem kā sasniegt cilvēkus bez noteiktas dzīvesvietas.

Atslēgvārdi: kanāli, pašvaldība, komunikācija, cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas, grūti sasniedzama auditorija.

ANNOTATION

Title of the bachelor thesis is “Sources and channels of information about the services and benefits provided by Riga City municipality to people living in shelters”. Aim of the thesis is to research most effective channels for communication with people living in shelters. Thesis consists of theoretical part, methodology and research.

In the theoretical part is explained what is communication models, channels, the public and its definition, the municipality and the role of communication in the municipality, as well as communication with hard-to-reach target audiences.

Bachelor thesis empirical part consists of five interviews, focus group discussion and survey. The main revealed trend – interpersonal communication face to face is one of the best ways how to communicate with people living in shelters.

Keywords: channels, municipality, communication, people living in shelters, hard to reach audience.

SATURA RĀDĪTĀJS

A. TEORĒTISKĀ DAĻA	9
KOMUNIKĀCIJA UN INFORMĀCIJAS NODOŠANA	9
1.1.Komunikācijas veidi	9
1.2.Kanāli	10
1.3.Informācijas nodošanas modelis	11
1.4.Komunikācijas specifika ar dažādām, grūti sasniedzamām auditorijām	13
PUBLIKA, TĀS DEFINĒŠANA UN SASNIEGŠANA	15
PAŠVALDĪBA UN KOMUNIKĀCIJAS LOMA PAŠVALDĪBĀ	17
CILVĒKU BEZ NOTEIKTAS DZĪVESVIETAS RAKSTUROJUMS	20
B. METODOLOĢIJA.....	23
1. Intervija	23
2. Aptauja	24
3. Fokusa grupas diskusija	25
C. PĒTĪJUMA DIZAINS.....	27
D. EMPĪRISKĀS DAĻAS REZULTĀTI UN DISKUSIJA.....	29
1. Labklājības departamenta struktūra.....	29
2. Sociālie pakalpojumi un pabalsti cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas	31
3. Interviju kopsavilkums un diskusija.....	33
4. Fokusa grupas diskusijas kopsavilkums un diskusija	40
5. Aptaujas datu apkopojums un diskusija.....	43
E. SECINĀJUMI UN IETEIKUMI.....	48
IZMANTOTIE AVOTI UN LITERATŪRAS SARAKSTS	50
PIELIKUMI	52
1. Sociālo pakalpojumu bezpajumtniekiem sniedzēju saraksts	53
2. Labklājības departamenta struktūra	55

3. Intervijas	56
4. Fokusa grupas diskusija	62
5. Aptaujas dati	67

IEVADS

Dažādas mērķa grupas ir sasniedzamas caur atšķirīgiem kanāliem. Cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas visdrīzāk ir mērķa grupa ar citādāku sasniedzamību nekā vidusmēra pilsētnieks ar noteiktu dzīvesvietu. Lielākoties bezpajumtnieki cieš no līdzīgām problēmām, piemēram, alkoholisms, saskarsmes problēmas, bezdarbs, motivācijas trūkums u.c. Bezpajumtnieki ir klasificējama grupa, kas ir sastopama jebkur pasaulē. Raksturojot šo publiku, ir iespējams precīzāk saprast un apjaust veidus, kā pēc iespējas efektīvāk nodot tiem ziņojumu.

Pašvaldības pienākums ir komunicēt ar visiem tās iedzīvotājiem, ziņot par to, kas tiem pienākas, jo pašvaldība atšķirībā no privātām, nevalstiskām organizācijām funkcionē un balstās uz iedzīvotāju nodokļu pamata. Rīgas domē rūpes par iedzīvotāju labklājību uzņemas Labklājības departaments.

Labklājības departamenta sabiedrības informēšanas aktivitātes vērstas uz to, lai uzrunātu esošos un potenciālos klientus. Saskaņā ar „Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likuma” 6. pantu klientam ir tiesības „bez maksas iegūt no sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības sniedzēja informāciju par iespējām saņemt sociālos pakalpojumus, sociālo palīdzību un tās saņemšanas nosacījumiem un kārtību”. Saskaņā ar Rīgas domes Labklājības departamenta nolikuma uzdevumiem, kas atrunāti 9.10. punktā „nodrošināt informācijas pieejamību iedzīvotājiem par sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības saņemšanas iespējām un kārtību, kā arī sekmēt iedzīvotāju informētību par veselības aprūpi un izpratni par veselības veicināšanas, slimību profilakses, t.sk. atkarību profilakses jautājumiem, un veikt šo jautājumu koordināciju pašvaldībā”.

Bakalaura darbā “Informācijas ieguves veidi par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas” ir saskatāmas vairākas aktuālas iezīmes. Pirmkārt, līdz šim nav pētīts ne tikai tas, kā bezpajumtnieki saņem informāciju par pašvaldības sniegtajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem, bet arī trūkst pētījumu caur kādiem kanāliem visefektīvāk sasniegt šo mērķa grupu. Iespējams, informācijas trūkumu ietekmē tas, ka cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas nav un visticamāk nebūs mērķauditorija uz peļņu orientētām organizācijām, tomēr tas neizslēdz faktu, ka par šo grupu ir nepieciešams iegūt informāciju, piemēram, nevalstiskām, starptautiskām, bezpeļņas organizācijām, pašvaldībām vai arī valsts iestādēm.

Piemēram, Eiropas savienība sniedz vērā ņemamu finansiālu atbalstu dažādiem sociāliem projektiem, kurus var īstenot un realizēt biedrības, bezpeļņas organizācijas, kā arī ir pieejami konkursi uz kuriem var pretendēt pašvaldības un valsts iestādes. Pieteikt projektu var ikviens

iedzīvotājs, jo, lai izveidotu biedrību, ir jāaizpilda neliela dokumentācija un jāievāc līdzīgi domājošo pulks.

Pirms projekts tiek realizēts būtiski ir ievākt pēc iespējas vairāk informāciju par konkrēto problēmu un attiecīgo mērķa grupu. Nepietiekami ievākts informācijas daudzums var būt par iemeslu tam, ka projekts netiek veiksmīgi realizēts un tiek lieki izšķērdēta finansētā nauda. Sekas tam ir ne tikai neatrisināta sociāla problēma, bet arī saņemto finansiālo līdzekļu atmaksa tā sniedzējam.

Cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas nav sastopami tikai Latvijā. Tā ir visur pastāvoša sabiedrības daļa, kurus vieno līdzīgs dzīvesveids. Viņu dzīvesveids ir tas, kas tos padara par grūti sasniedzamu auditoriju.

Šī darba **mērķis ir noskaidrot cilvēku bez noteiktas dzīvesvietas efektīvāko sasniegšanas veidu.** Pētījuma veikšanai tika uzstādīti sekojoši uzdevumi, kuri tika arī veikti:

- 1) Teorētiskās bāzes izveidošana;
- 2) Metodoloģiskās bāzes izveidošana;
- 3) Interviju veikšana;
- 4) Fokusa grupas diskusijas veikšana;
- 5) Aptaujas anketas izveide un anketēšana;
- 6) Pētījumā gūto datu apkopošana;
- 7) Secinājumu un ieteikumu izdarīšana.

Kā pētījuma objekts tika izvirzīts cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas, bet kā tā priekšmets – informācijas nodošanas un ieguves veidi.

Pētnieciskie jautājumi:

- 1) caur kādiem kanāliem cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas ir sasniedzami;
- 2) vai Rīgas pašvaldības izvēlētie kanāli ir pietiekami efektīvi komunikācijai ar cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas;
- 3) aspekti, kas jāņem vērā, komunicējot ar šo mērķa grupu.

Bakalaura darbs sastāv no trim daļām: teorētiskās daļas, pētījuma metodoloģijas un empīriskās daļas. Teorētiskajā daļā tiek apskatīti tādi temati kā komunikācija un informācijas nodošana - kādi ir komunikācijas veidi, kanāli, informācijas nodošanas modeļi, kā arī komunikācijas specifika ar dažādām, grūti sasniedzamām auditorijām. Bakalaura darbā ir konspektēta un analizēta teorija par publiku, tās definēšanu un sasniegšanu, ir gūts ieskats par komunikācijas lomu pašvaldībā, kā arī iezīmēti tie aspekti, kas raksturo cilvēkus bez noteiktas dzīvesvietas. Bakalaura darba teorētiskā daļa tiek balstīta uz tādiem autoriem kā Viliams Seilers (W. J. Seiler), Melisa Beala (M.L. Beall), Jozefs Mazers (J. P. Mazer), Džeimss Grunigs (J. E. Grunig) un citiem.

Pētījuma metodoloģijai tika izvēlēti tādi pētījuma veidi kā intervija, fokusa grupas diskusija un aptauja. Intervija kā kvalitatīvs pētījuma veids sniedz ne tikai daļu atbildes uz pētāmo jautājumu, bet arī kalpo kā instruments kvantitatīvā pētījuma izveidei. Intervijā iegūtā informācija tika izmantota anketas izveidē. Fokusa grupas diskusija tika izveidota ar mērķi apstiprināt kvantitatīvos datus, ka arī iegūt informāciju, kuru, pieļaujams, anketas struktūra un jautājumi nespēja sniegt. Savukārt aptauja kā kvantitatīvs metodes veids palīdzēja noskaidrot pētāmā objekta mediju lietošanas paradumus, iespējas piekļūt dažādām komunikācijas platformām un kanāliem.

Bakalaura darba empīriskajā daļā kopumā tika veiktas piecas intervijas ar sociālās nozares profesionāļiem un speciālistiem, kuri ikdienā profesionālajā vidē saskaras ar cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas.

Aptaujā tika anketēti Rīgas patversmēs dzīvojoši bezpajumtnieki. Kopumā tika iegūtas 203 anketas no dažādām Rīgas patversmēm. Anketa tika veidota strukturēti. Tās pirmā daļa satur demogrāfiska rakstura jautājumus, otrā daļa sniedz atbildes par mērķa grupas mediju lietošanas paradumiem un piekļuves iespējām, savukārt trešās daļas mērķis ir noskaidrot, kā tiek iegūta informācija par pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem.

Pieļaujot iespēju, ka intervijas ar sociālās nozares darbiniekiem un anketas jautājumi nesniegs pilnīgas atbildes un informāciju par visiem informācijas iegūšanas veidiem, ir veiktas fokusa grupas diskusija, kuru laikā iespējams atklāt netradicionālus informācijas nodošanas kanālus šai mērķa grupai.

A. TEORĒTISKĀ DAĻA

1. KOMUNIKĀCIJA UN INFORMĀCIJAS NODOŠANA

1.1. Komunikācijas veidi

Komunikācijas veids visbiežāk tiek definēts, balstoties pēc iesaistīto cilvēku skaita, komunikācijas mērķa un formalitātes līmeņa. Verbālu un neverbālu raksturojumu mijiedarbībā veidojas vairāki komunikācijas veidi, kā, piemēram, intrapersonāla komunikācija, interpersonāla komunikācija, publiska komunikācija, masu un mediētā komunikācija.¹

Intrapersonāla komunikācija ir komunikācija ar sevi pašu. Pirms indivīds veido dialogu, publisku runu vai cita veida ārēji vērstu komunikāciju, notiek iekšēja saziņa, kas ir konstanta, un tā ietekmē visus pārējos komunikācijas veidus (no indivīda uztveres un attieksmes aspekta). Intrapersonālo komunikāciju būtiski ietekmē personīgā pieredze. Primitīvs piemērs ir pirmā reize, kad rokas pirksts saskaras ar karstu objektu. Pirksts caur neironiem nodod signālu uz smadzenēm, kuras ieslēdz sāpju receptorus, kā rezultātā persona izjūt diskomfortu un turpmāk šo sajūtu asociē ar sāpju izraisīto objektu. Rodas pieredzes balstīta darbība, kas turpmāk, ārējā vidē saskaroties ar objektu, kurš radīja nepatīkamu pieredzi, liks indivīdam mainīt savu uzvedību un ārējo komunikāciju.²

Interpersonāla komunikācija ir definējama kā neformāla saskarsme starp diviem un dažreiz vairāk cilvēkiem, kuriem ir kas kopīgs un vienojošs. Praktisks piemērs varētu būt tēvs un dēls, darba devējs un ņēmējs, divi brāļi, skolotāja un students, ģimene.³ Šis komunikācijas veids ir līdzīgs ar intrapersonālu komunikāciju tādā veidā, ka tas palīdz dalīties ar informāciju, risināt problēmas, atrisināt konfliktus, saprast savu un citu būtību, kā arī nostiprināt attiecības ar līdzcilvēkiem.

Publiskā komunikācija jeb publiskā runa ir vienas personas informācijas nodošana konkrētam auditorijas skaitam. Šis komunikācijas veids, salīdzinot ar iepriekšējiem, ir formāls un strukturēts, un tajā visbiežāk nav pieļaujams žargona un vājas gramatikas lietojums. Parasti publiskā runa tiek pielietota trīs mērķu vārdā – lai informētu, pārliecinātu vai izklaidētu publiku.⁴

Masu komunikācija ir informācijas nodošanas veids ar lielu skaitu tās saņēmējiem. Radio, televīzija, laikraksti, žurnāli, grāmatas, internets, filmas, dziesmu ieraksti ir tipiskākie masu

¹ Seiler W. J., Beall M. L., (2005). *Communication Making connections*. America: Allyn & Bacon 21p.

² Turpat

³ DeVito, J., A., (2013) *The Interpersonal Communication Book*, America: Pearson, 6p.

⁴ Seiler W. J., Beall M. L., (2005). *Communication Making connections*. America: Allyn & Bacon 22lp.

komunikācijas tipi. Visbiežāk šāds komunikācijas veids ir vienvirziena ar zemu auditorijas iesaisti komunikācijas procesā. Pārsvārā masu komunikācija velk paralēles ar mediēto komunikāciju, kas pēc teorijas ir pastarpināta ar tehnoloģiju palīdzību (radio, televizors, telefons, internets u.c.).⁵

1.2.Kanāli

Informācijas kanāls ir vietne caur kuru tiek nodota informācija. Kanālam var būt vairākas formas un veidoli, kā, piemēram, aci pret aci komunikācija (sapulce, sanāksme, viesības), rakstīta komunikācija (piezīmes un e-pasta ziņojumi), telefona vai video zvans, mājaslapas ieraksts u.c.⁶ Kanāli nav noteikti un nemainīgi. Tie rodas atkarībā no situācijas, kuru ietekmē komunikācijas vide, komunikators, mērķa auditorija, ekonomiskie apstākļi, tehnoloģiju attīstība un citi ar kontekstu saistīti faktori.

Informācijas nodošanas un saņemšanas kanālus iespējams iedalīt trīs kategorijas – kanāli kā transporta ierīce, kanāli kā sensori un kanāli kā pieredzes forma.⁷

Kanāls kā transporta ierīce ir visvienkāršāk saprotamā kanāla forma. Pēc būtības tas pilda transporta funkciju. Situācijā, kad komunikators nodod ziņu tās saņēmējam, kanāls ir fiziska ierīce, kas transportē šo ziņu.

Atšķirībā no kanāla kā transportēšanas ierīces, kas ir uz tehnisku platformu orientēta perspektīva, kanāls kā sensors ir centrēts uz cilvēku. Tas ir raksturots kā informācijas veids, kas ļauj indivīdam to saņemt caur fiziskām maņām – redzi, dzirdi, smaržu, tausti un garšu. Šo kanālu ietekme ir atkarīga ne tikai no apkārtējās vides un ziņojuma satura, bet arī tā saņēmēja, jo fiziskās maņas katram cilvēkam ir individuāli attīstītas. Ir personas, kas labāk uztver informāciju vizuāli, kā arī ir cilvēki, kam primārais uztveres kanāls ir dzirde vai tauste.⁸

Kanāls kā pieredzes forma ietver sevī gan fiziskās maņas, gan ziņojuma transportēšanas platformu. Pēc būtības šī veida kanāls ir sistēma, kuru veido fundamentāls saturs.⁹

Tradicionāli ar kanālu profesionālajā vidē tiek uzskatīts saziņas līdzeklis kā transporta ierīce, piemēram, televizors, telefons, dators u.c. Tehnoloģijām attīstoties, mainās kanāli un to efektivitāte. Komunikācijas speciālistam, izvēloties piemērotāko kanālu, vienmēr ir jāiet līdzī laikam un jābūt lietas kursā par aktuālākajām tendencēm attiecībā uz jebko, kas var funkcionēt kā vēstījuma nodošanas kanāls.

⁵ Seiler W. J., Beall M. L., (2005). *Communication Making connections*. America: Allyn & Bacon 221p.

⁶ Edwards, A., Edwards, C., Wahl, T., S., Myers A., S., (2013) *The Communication Age Connecting and Engaging*. Canada: SAGE Publications 228.p.

⁷ Cobley, P., Schulz, J., (2013) *Theories and models of communication*, Germany: Hubert & Co. 400.p.

⁸ Turpat

⁹ Turpat 404 p.

Kanālus var izdalīt divās kategorijās – augstas līdzdalības pakāpes un zemas līdzdalības pakāpes saziņas līdzekļi. Šo saziņas līdzekļu radītais efekts rodas paziņojuma saņēmēja smadzeņu pusložu darbībā. Kreisā smadzeņu puslode apstrādā augstas līdzdalības pakāpes saziņas līdzekļu paziņojumus, piemēram, drukātajos materiālos. Labā smadzeņu puslode apstrādā zemas līdzdalības pakāpes ziņojumus, piemēram, televīzija. Augstas intensitātes ziņojumi spēj mainīt patērētāja attieksmi tūlītēji, taču zemas intensitātes saziņas līdzekļi darbojas uz atkārtotā un iespējamā principa, kas var ietekmēt patērētāja lēmumu produkta vai pakalpojuma iegādes mirklī pēc atpazīstamības principa.¹⁰

1.3. Informācijas nodošanas modelis

Viens no senāk zināmajiem informācijas nodošanas modeļiem ir sabiedrības informēšanas modelis, kura struktūru veido vienvirziena vēstījums no komunikatora uz saņēmēju. Šī modeļa mērķis ir sniegt patiesu, vairāk vai mazāk objektīvu informāciju. Sabiedrības informēšanas modelis ir nepilnīgs, tāpēc, ka tiek pieņemts vienpersonisks lēmums, ka informācija, kas tiek pausta, ir pilnībā patiesa. Atgriezeniskās saites trūkums kavē iespēju pārbaudīt informācijas lietderību un patiesumu no tās saņēmēju puses.¹¹

Aktīvāk tiek pielietots divvirzienu asimetriskais modelis, kura atslēgas vārdi ir pētniecība un pārliecināšana. Nosaukums *asimetriskais* radīts tādēļ, ka tā mērķis ir izpētīt auditorijas vajadzības, lai mainītu publikas uzskatus un darbību. Šis ir pētniecisks, padziļināts manipulēšanas veids. Pati organizācija nevēlas mainīties, tā vēlas iegūt informāciju lai mainītu savu mērķauditoriju. Divvirzienu asimetriskais modelis no sabiedrības informēšanas un publicitātes modeļa atšķiras ar to, ka ir divvirzienu modelis, kur komunikators vairs nav tas kurš iniciē komunikāciju un ņem pārsvaru, bet rada iespēju apmainīties ar viedokļiem.¹²

Citādāks komunikācijas modelis ir divvirzienu simetriskais modelis, kura struktūra ir vienlīdzīga komunikācija starp komunikatoru un mērķa grupu. Mērķis, salīdzinot ar iepriekšējajiem modeļiem, nav pārliecināt vai ietekmēt, bet gan ne tikai sniegt patiesu informāciju un informēt sabiedrību, bet arī gūt atgriezenisko saiti, saņemt komentārus, ieteikumus, viedokļus, tos ņemt vērā, veidojot turpmāk komunikāciju. Šis modelis parāda, ka sabiedriskās attiecības praksē spēj funkcionēt kā informācijas apmaiņas veids. Šajā modelī pazūd dominance, gan komunikators, gan sabiedrība spēj vienlīdzīgi izrādīt iniciatīvu informācijas apmaiņai, uzsākt dialogu un kopīgi rast savstarpējus risinājumus problēmsituācijās.¹³

¹⁰ Katlips, M., S., (2002) Sabiedriska attiecības. Rīga: Avots 359lpp

¹¹ Katlips, M., S., (2002) Sabiedriska attiecības. Rīga: Avots 23lpp

¹² Turpat. 24lpp

¹³ Turpat 25-26lpp

Divvirzienu simetriskais modelis ir reti praktizēts sabiedrisko attiecību praksē, jo lielākoties starp dažādām uz peļņu orientētām organizācijām pastāv konkurence, kuras dēļ uzņēmumu mērķis ir noturēt savus lojālos klientus. Lai ietekmētu iedzīvotāju uzvedību un darbību, sabiedrisko attiecību speciālisti pārsvarā izmanto divvirzienu asimetrisko modeli, taču šāda pieeja nav ētiski pieļaujama valdības sektorā.

Valsts un pašvaldību sektora sabiedriskās attiecības atšķirībā no mārketinga būtības nevēlas neko pārdot vai iekasēt.¹⁴ To primārais mērķis ir informēt un ieinteresēt sabiedrību, sniegt atbildes uz jautājumiem. Savā ziņā arī pašvaldības iestādes deputāti ir politiskas partijas, kas veido reklāmas kampaņas savlaicīgi pirms vēlēšanu datuma, un, ja valdošā politiskā partija ieņem deputātu vairākumu, un šī pašvaldība tās dominances periodā nespēj apmierināt sabiedrības velmes un vajadzības, parādās liela iespēja, ka nākamajās vēlēšanās šī partija balsu vairākumu zaudēs. Tādēļ ir būtiski radīt savstarpēju informācijas apmaiņu jeb pašvaldības un valsts sektorā pielietot divvirzienu asimetrisko modeli.

Sabiedriskās attiecības pēc būtības ir mērķtiecīga komunikācija ar organizācijas definēto publiku. Katras organizācijas valdes sastāvā ir atrodamā vieta sabiedrisko attiecību speciālistam, kura mērķis ir vadīt uzņēmuma reputāciju.¹⁵

Lai uzskatāmāk saprastu un iegaumētu sabiedrisko attiecību procesu, to var pielīdzināt vārdam no angļu valodas *RACE* jeb –

- *Research* – izpēte - kāda ir problēma vai situācija?
- *Action planning* – darbības plānošana – kas tiks darīts lietas labā?
- *Communication* – komunikācija jeb pati darbība – kā tas tiks pasniegts publikai?
- *Evaluation* – izvērtēšana – vai publika tika sasniegta un kāds bija efekts?¹⁶

Ņemot vērā, ka reputācijas vadība ir mērķtiecīga darbība, kas ietver sevī komunikāciju ar skaidri definētu mērķauditoriju un to vajadzību apmierināšanu, sabiedrisko attiecību speciālistam jāspēj atrast efektīvākās pētniecības metodes, lai noteiktu publikas vajadzības un iespējamās problēmas. Izplatītākā no metodēm ir SVID analīze jeb saīsinājums no vārdiem stiprās puses, vājās puses, iespējas un draudi. Šī metode palīdz analizēt uzņēmuma iekšējo un ārējo vidi.

Pēc pētījuma veikšanas nākamais solis ir plānošana, kas ir stratēģiska darbība, kuras laikā, ņemot vērā iegūtos datus, tiek veidota rīcības taktika. Darbību ietekmē vairāki faktori, kā,

¹⁴ Praude, V., (2011). *Mārketinga*. Rīga: Burtene. 251p

¹⁵ Olivera, S., (2009) *Sabiedrisko attiecību stratēģija*. Rīga: Lietišķās informācijas dienests. 531p

¹⁶ Turpat

piemēram, izmaksas, kanāli, vide u.c. Šī ir viena no svarīgākajām sadaļām, jo no tā, kā darbība tiks saplānota, ir atkarīgs tas, cik veiksmīgs būs iznākums.¹⁷

Trešais solis paredz, vadoties pēc plāna, praktiski izstrādāt vēstījumu. Sabiedriskajās attiecībās svarīgs ir ne tikai saturs un valoda kādā tas tiek pasniegts, bet arī vēstījuma veids. Radoša pieeja ir daudz efektīvāka par detalizētu ziņojumu vai vienkārši labu dizainu. Radošs pēc definīcijas ir tāds, kuram ir pievienotā vērtība. Radošs vēstījums kļūst daudzfunkcionāls, kad ar vienu soli tiek pārķāpti vairāki kauliņi.¹⁸

Kad vēstījums ir nodots, atliek iegūt novērtējumu par procesa kvalitāti, uzzināt kas ir izdevies un kas nav, lai nākamreiz varētu mācīties no kļūdām.

1.4. Komunikācijas specifika ar dažādām, grūti sasniedzamām auditorijām

Veidojot komunikācijas plānu ar grūti sasniedzamu auditoriju, primārais uzdevums ir izvēlēties pareizos kanālus ziņas nodošanai. Lai izvēlētos efektīvākos kanālus ar kuru palīdzību iespējams sasniegt lielāku auditorijas daļu, nepieciešams izprast un detalizēti analizēt mērķa grupu. Jo grūtāk sasniedzama ir auditorija, jo pēc iespējas vairāk jāievāc informācija par to. Tas attiecas ne tikai uz trāpīgu kanālu izvēli, bet arī vēstījuma izveidi. Trīs praktiski pielietojami veidi ar kuru palīdzību iespējams analizēt auditoriju ir novērošana, strukturētās intervijas un aptaujas.¹⁹ Ja komunikatora finansiālie līdzekļi nav ierobežoti, tad metode, kas sniegs iespēju virspusēji aizskart mērķa grupu ir masu komunikācija. Masu komunikācija ir ar tehnoloģiju palīdzību nodots ziņojums no komunikatora uz publiku.²⁰

Pirmām kārtām, gadījumā, ja grūti sasniedzama auditorija ir tās nelielā skaita dēļ, tad, pielietojot masu komunikācijas līdzekļus ātri un ērti iespējams sasniegt šo mērķa grupu. Piemēram, ja pēc statistikas datiem pilsētā katrs 50 ir mērķa grupas loceklis, un masu komunikācijas vēstījumu redz aptuveni 50 000 skatītāju, tad statistiski vairāk vai mazāk kā tūkstotis mērķa grupas dalībnieku būs sasniegti. Šis metodes veids ir universāls un atkarīgs no daudz un dažādiem apstākļiem. Viens no vērā ņemamiem aspektiem ir pēc iespējas atbilstošāka masu komunikācijas kanāla izvēle, kā, piemēram, drukātā prese, radio, vides reklāmas, televīzija, internets.²¹

¹⁷ Timothy C., W., Holladay, J., S., (2014) PR Strategy and Application: Managing Influence, WILEY-BLACKWELL, 68p.

¹⁸ Grīns, E., (2008). Radošas sabiedriskās attiecības. Rīga: Lietišķās informācijas dienests. 251p

¹⁹ Seiler W. J., Beall M. L., (2005). Communication Making connections. America: Allyn & Bacon 185p.

²⁰ Chandler, D., Munday, R., (2011) A Dictionary of Media and Communication (Oxford Quick Reference) 1st Edition 255p.

²¹ Cutlip. M. S., Center, A., H., Broom G., M., (2005) *Effective Public Relations (9th Edition)*. Prentice Hall. 34p.

Komunikācijai ar grūti sasniedzamu mērķauditoriju ir jābūt efektīvai un stratēģiski pārdomātai, un, lai tā tāda būtu, ir nepieciešams ievērot četrus galvenos nosacījumus -

- **Apzināties komunikācijas mērķi.** Komunikācijas stratēģim ir jābūt skaidrai pārlicībai par to, ko viņš vēlas ar konkrētā vēstījuma sūtījumu panākt un kādu reakciju iegūt. Mērķa definēšana ir pirmais uzdevums, kas jāveic.
- **Ziņojuma sastādīšana.** Profesionāļiem, kas izstrādā komunikācijas ziņojumu, jābūt informācijas kodēšanas prasmēm un empātijai, kas sniedz iespēju iejusties mērķauditorijas ādā, tādā veidā pārbaudot izstrādāto ziņojumu un novērtējot tā efektivitāti attiecībā uz izvēlēto auditoriju. Šajā gadījumā uzmanība jāpievērš pat dažādām niansēm, piemēram, ja reklāma ir plakāta veidā, tad svarīgas ir krāsas, fonts un attēls, protams arī reklāmas saturs.
- **Mediju plānošana.** Mediju plānošana paredz komunikācijas grafika izstrādi, kas ir attiecināms ne tikai uz komunikācijas kanāla izvēli, bet arī laiku un biežumu, kad reklāma tiks pārraidīta.
- **Komunikācijas efektivitāte.** Pēc komunikācijas ziņojuma publicēšanas vai kampaņas beigām, būtiski svarīgi ir veikt pētījumu, kas sniedz datus par to, vai mērķauditorija saņēma ziņojumu, kā to uztvēra un parāda, vai pirmais punkts jeb komunikācijas mērķis ir ticis realizēts.²²

Izstrādājot komunikācijas plānu ar grūti sasniedzamu auditoriju, pirms iepriekš minētie punkti tiek realizēti, būtiski ir ievākt pamata informāciju par auditoriju, kā arī objektīvi to analizēt. Iegūtās zināšanas sniegs informāciju, kas detalizēti raksturo mērķa grupu, ļaujot definēt pareizos atslēgas vārdus kā virziena rādītāju komunikācijas kanālu un vēstījuma izveidē.

²² Niedritis, J. Ē. *Mārketingis*, Rīga: Turība 338lpp

2. PUBLIKA, TĀS DEFINĒŠANA UN SASNIEGŠANA

Publika nav tas pats kas mērķauditorija, atšķirība ir tāda, ka mērķauditorija ir definēta vēlamā publika, taču publika ir labprātīgi faktiskie komunikācijas vēstījuma uztvērēji un saņēmēji. Uzsvars tiek likts uz vārda labprātīgi, jo šī sabiedrības daļa ir aktīvi un ieinteresēti komunikācijas uzturēšanā ar komunikatoru. Piemēram, mūzikas grupa būtu komunikators, bet tās fani ir publika.²³

Pašvaldības publikai vajadzētu būt visiem tajā deklarētajiem iedzīvotājiem, jo ikviens nodokļu maksātājs ir iesaistīts, tie, gribot vai negribot, nodod pašvaldībai savus līdzekļus. Runājot par komunikāciju ar savu publiku, jāņem vērā ģeogrāfiskie, vecuma un valodas izvēles faktori.

Latvijas fakti 2017. gada jūnijā publiskoja kvantitatīvu pētījumu par Latvijas iedzīvotāju medijpratību. Divas trešās daļas no respondentiem atzina, ka ikdienā tie patērē medijus latviešu valodā, savukārt 33% respondentu izvēlas labāk krievu valodas saturu.²⁴ Runājot par pašvaldību un tās komunikāciju ar saviem iedzīvotājiem, nevar noliegt faktu par valodas dažādību. Ja pašvaldības primārais mērķis ir palīdzēt tās iedzīvotājiem un informēt par sociālajiem pabalstiem un pakalpojumiem it sevišķi maz aizsargāto sabiedrības daļu, tad vēstījuma saturam jābūt divās valodās. Valsts valodas centrs kontrolē latviešu valodas dzīvotspēju, kas ir svarīgs un būtisks darbs, taču jāatceras, ka ir gadījumi, kad primārais ir cilvēks un tam sniegtā palīdzība.

Publiku pēc tās saistības ar komunikatoru var iedalīt vairākos veidos. Sabiedrisko attiecību speciālists var uzdot vairākus jautājumus, kuru atbildes kalpos kā palīgs publikas definēšanai –

- Kādā mērā konkrētā publika var ietekmēt organizāciju ceļā uz mērķi?
(Atbilde uz šo jautājumu darīs zināmu, vai tā ir primārā vai sekundārā publika)
- Kādas ir šīs publikas intereses attiecībā uz organizāciju?
(Attiecības starp publiku un organizāciju ir iespējamās tad, ja starp tām ir abpusēja vajadzību un vēlmju apmierinājums)
- Kas ir šīs publikas viedokļu līderi un lēmēji?
(Ja organizācija spēj nostiprināt attiecība sar šīs publikas viedokļu līderiem, tad tai ir iespējams noturēt un uzlabot attiecības ar publiku)
- Kāds ir publikas demogrāfiskais rādītājs?

²³ David W. Guth, Charles Marsh Ph. (2011) *Public Relations: A Value Driven Approach (5th Edition)* Ally & Bacon, 88.p.

²⁴ Latvijas Fakti (2017) *Latvijas iedzīvotāju medijpratība*. Rīga: Latvijas fakti. 7lp.

(Demogrāfiska informācija par publiku atklāj kāds ir tās vecums, dzimums, izglītības līmes, ienākumi u.c.)

- Kāds ir publikas personības tips?

(Šī informācija ietver sevī vērtības, uzskatus, iespējams, reliģisko pārliecību)

- Kāds ir publikas viedoklis par organizāciju?

(Šī informācija atklāj, kas jāuzlabo attiecībās)²⁵

Lai publika kļūtu aktīva, pēc Gruninga domām sabiedrisko attiecību speciālistam jāņem vērā trīs faktori – problēmas atzīšana, ierobežojuma atzīšana un līdzdalības līmenis.

Problēmas atzīšana ir skala, pēc kuras indivīdi lemj, ka konkrētajā situācijā trūkst informācijas, lai tie spētu atrisināt radušos problēmu. Ierobežojumu atzīšana cilvēkiem liek apzināties savas rīcības ietekmi uz konkrēto situāciju, un, ja tiem rodas sajūta, ka viņu rīcība spēj ietekmēt konkrēto situāciju, tiek meklēta informācija. Savukārt līdzdalības līmenis ir pakāpe, kādā cilvēki sevi uzskata par situācijā iesaistītajiem un līdzdalībniekiem. Komunikāciju ietekmē tas, kādā mērā personas uztver savu līdzdalības iespēju.²⁶

Balstoties pēc aktivitātes līmeņa, sabiedrību var iedalīt četros tipos. Pirmais tips ir visos jautājumos aktīva sabiedrība, regulāri apmeklē organizācijas rīkotos pasākumus, labprāt izsaka un dalās ar savu viedokli. Otrais tips ir pretējs aktīvajai sabiedrībai – apātiska sabiedrība. Tā ir neitrāla, lēna savā komunikācijā un darbībā. Var rasties iemesls, ka tā nav organizācijas publika, taču šī auditorijas daļa ir pasīva pēc rakstura. Trešā sabiedrība ir definējama kā atsevišķos jautājumos aktīva sabiedrība, kura ņem dalību sev būtisku un interesējošu jautājumu apspriešanā un risināšanā, tās darbības mērķis ir raksturojams kā subjektīvs. Ceturtā sabiedrības daļa aktivizējas pēc plašsaziņas līdzekļos izskanētas informācijas, tādēļ tā ir raksturojama kā aktuālos jautājumos aktīva sabiedrība.²⁷

²⁵ David W. Guth, Charles Marsh Ph. (2011) Public Relations: A Value Driven Approach (5th Edition) Ally & Bacon, 94.p.

²⁶ Katlips, M., S., Senters, A., H., Brūms, M., G., (2002) Sabiedriskās attiecības, Rīga: Avots. 375lpp

²⁷ Turpat

3. PAŠVALDĪBA UN KOMUNIKĀCIJAS LOMA PAŠVALDĪBĀ

Runājot par pašvaldību komunikāciju, ir jāskatās plaši, jo no teorētiskā viedokļa tā ietver sevī jēdzienus gan no komunikācijas un sabiedrisko attiecību nozares, gan arī par valdības un pašpārvaldes būtību politiskā rakursā.²⁸

Pašvaldība ir raksturojama pēc šādiem elementiem:

- Noteikta administratīvā teritorija;
- Pastāvīgi iedzīvotāji;
- Iedzīvotāju (vai tikai pilsoņu) ievēlētā lēmējinstītūcija;
- Vietējo iedzīvotāju (pilsoņu) vai lēmējinstītūcijas ievēlēts izpildvaras vadītājs;
- Patstāvīgs budžets un tiesības iekasēt vietējos nodokļus un nodevas.²⁹

Demokrātiskas valsts modelis nav iedomājams bez pašvaldībām, jo viens no pašvaldību un demokrātijas pamatprincipiem ir iesaistīt vietējos pilsoņus pārvaldes darbā. Iedzīvotāju iesaistes līmenis ir atkarīgs no sabiedrisko attiecību nodaļas darba kvalitātes un komunikācijas izveides paņēmieniem.

Vērtējot pašvaldības komunikāciju, jāņem vērā fakts, ka tas nav uzņēmums, kura mērķis ir nopelnīt, vai organizācija, kas sludina specifisku, konkrētu darbības vīziju. Pašvaldība ir vienots organisms ar vairākām struktūrvienībām, kuras elpo, pateicoties savas pilsētas iedzīvotāju naudai, kas tiek iegūta, maksājot nodokļus. Komunikācija ar saviem iedzīvotājiem nav tās izvēle, bet gan pienākums. Komunikācijai ir jābūt divvirzienu ar iespējamu iedzīvotāju līdzdalību sev interesējošu jautājumu risināšanā.

Iedzīvotājus pašvaldības darbībā ir iespējams iesaistīt, organizējot vietējos referendumus, konsultatīvās padomes, mazās padomes, *apaļā galda* un citas konferences, rīkojot socioloģiskās aptaujas, organizējot diskusijas ar laikrakstu, radio un televīzijas palīdzību, veidojot interešu grupas, informējot iedzīvotājus par pašvaldības aktualitātēm, iepazīstinot iedzīvotājus ar pašvaldības lēmumu projektiem, iesaistot iedzīvotājus dažādās komisijas un darba grupās utt.

Primārais pašvaldību darbības mērķis ir strādāt priekš saviem deklarētajiem iedzīvotājiem. Lai sniegtu vienlīdzību tās darbībā, nepieciešama sabiedrības līdzdalība būtisku jautājumu lemšanā, pēc iespējas vieglāka un ērtāka uzskatu paušanas iespēja, kā arī atgriezeniskā saite.

²⁸ Ozoliņa, Ž., Reinholde, I., (2009). *Laba pārvaldība*. Rīga: Apgāds „Zinātne”. 205lp

²⁹ Vanags, E., Vilka, I., (2005). *Pašvaldību darbība un attīstība*. Rīga: Latvijas Universitātes

Iedzīvotājiem ir ne tikai tiesības, bet arī emocionāli svarīgi saņemt apstiprinājumu, ka to viedoklis tiek uzklausīts un novērtēts.

Pašvaldības komunikācijas speciālistiem ir būtiski svarīgi sasniegt un informēt pēc iespējas lielāku pilsētas iedzīvotāju daļu, tāpēc, ka pašvaldība piedāvā vēra ņemamu skaitu pakalpojumus un pabalstus, bet zināms skaits pienākas tikai tad, ja pats iedzīvotājs vēršas pie pašvaldības ar vēlmi saņemt palīdzību. Ir nepieciešama personas iesaiste un līdzdalība, taču tā nebūs sagaidāma, ja cilvēks nebūs informēts par to, ka tam ir iespēja saņemt palīdzību. Vājas komunikācijas dēļ vēlētāji var nesaņemt to, kas tiem pienākas, radot vīziju par sliktu valdību un rezultātā mazināt kopējo sabiedrības līdzdalību pašvaldības pārvaldē. ³⁰

Komunikācijai un iedzīvotāju informēšanai pašvaldībā ir tikpat būtiska loma kā jebkurā privātajā sektorā. Atšķirība ir tāda, ka pašvaldības komunikācijas speciālisti cīnās par apmierinātiem vēlētājiem, turpretī privātais sektors fokusējas uz peļņu. ³¹

Šī atšķirība iezīmē arī nelielas, taču vērā ņemamas atšķirības komunikācijas stratēģijas un plāna izveidē. Publiskā sektora komunikācijas profesionāļi vadās pēc šādiem punktiem –

- Redzēt *lielo bildi*, jeb paredzēt darbības uz priekšu un to kā tās ietekmēs ne tikai sabiedrības attieksmi, bet arī valdības politikas ilgtspēju;
- Motivācija uz rīcību un uzņēmību. Ne tikai iekšējā vidē pieņemt skaidrus un apzinātus lēmumus, bet arī iedvesmot sabiedrību kā vienotu daļu un kopienu;
- Konsultācijas un iesaiste. Nodrošināt atgriezenisko saiti, iespēju mērķauditorijai sniegt komentāru, vai ziņot par aspektiem. Iegūtā informācija sniedz iespēju veikt uzlabojumus komunikācijas procesā citu kampaņu ietvaros;
- Prezentēšana. Regulāra sociālā vai cita veida atbalsta komunicēšana dažādos kanālos un platformās, ar vēlamu sabiedrības līdzdalību (prezentēšanā iesaistās kāds no mērķauditorijas pēc principa *savējais savējiem*);
- Iet līdzī laikam – nemitīgi sekot līdzī tehnoloģiju attīstībai, likumdošanai un citām nozarēm, kas ietekmē pilsētas vidi un iedzīvotājus.
- Pārlicināt un ietekmēt. Komunikācijā izmantot dažādus argumentus, faktus, datus un efektīvas vizuālas reklāmas/video, iespējams, pielietot humoru, vai rast citu oriģinālu pieeju konkrētajā situācijā, lai panāktu iesaisti un pozitīvu attieksmi no auditorijas;

³⁰ Wilcox L., D., Cameron, T., G., Reber, H., B., (2015) *Public Relations, strategies and tactics*, (11 edition), Pearson 153p

³¹ Heath, R., Coombs, T., (2006). *Today's Public Relations: An Introduction 1st Edition*, America: Sage publications 34.p.

- Pētīt un rūpēties par reputāciju. Būt lietas kursā par to, ko citi runā un nepieļaut apmelošanu. Spēt efektīvi atbildēt uz skeptiskiem, negatīviem komentāriem un viedokļiem. Atbildei jābūt mierīgai, uz faktiem un pamatotu informāciju balstītai. Agresija un negatīva pretreakcija slikti ietekmē publiskā sektora tēlu;
- Būvēt stipras attiecības. Dibināt ciešas saites ar dažādām bezpeļņas organizācijām, citām valdībām, struktūrvienībām, fondiem. Īpaši svarīgi ir uzturēt attiecības ar brīvprātīgajām, sabiedrības pašiniciatīvā veidotām biedrībām.
- Problēmu risināšana. Pieturēties pie mērķa un vīzijas, neskatoties uz iespējamajām grūtībām.
- Formulēt stratēģiju. Plānot turpmāko darbību ne tikai mēnesim un gadam, bet domāt par *lielo bildi* tālākā periodā.³²

Būtiski ir arī pēc iespējas efektīvāk sasniegt sabiedrību, darot zināmu par to, kādas iespējas tie var saņemt no pašvaldības jeb savas nodokļu naudas. Lai cilvēkiem nerastos priekšstats, ka pašvaldība tikai tērē tās līdzekļus, sabiedrības informēšanas nodaļai jāspēj efektīgi un mērķtiecīgi sasniegt publiku. Tas nozīmē, ka jāveic iedzīvotāju segmentēšana pa mērķa grupām, kategorizējot tos pēc pašvaldības piedāvātajiem pakalpojumiem un pabalstiem.

Situācijā, ja mērķa grupa ir jaunās māmiņas un pašvaldība tām piedāvā bezmaksas nodarbības un finansiālu atbalstu pirmajos bērna mēnešos, tad sabiedrisko attiecību speciālistam jāspēj analizēt šī grupa, jāsaprot, caur kādiem kanāliem efektīvāk būtu sasniegt jaunās māmiņas, piemēram, medijos, e-vidē, iespējams, kāds vietas tās apgrozās u.c., un tur arī jākomunicē tām pieejamā palīdzība. Jāņem vērā arī paša informatīvā materiāla veids, tam nevajadzētu runāt sarežģītā valodā, drīzāk vienkāršiem, īsiem teikumiem pateikt svarīgāko.³³

Lai pašvaldības komunikācijas speciālisti spētu pielāgot vēstījuma saturu un vizuālo konceptu tā saņēmējam, ir nepieciešams ievākt pēc iespējas vairāk informāciju par mērķa grupu. Ja ir apzināts ziņojuma saņēmējs, tad samazinās iespēja tam, ka ziņojums tiks izveidots grūti saprotams, vai arī mērķauditorija to nesaņems. Mērķauditorijas raksturojums sastāv ne tikai no demogrāfiskiem un psihogrāfiskiem parametriem, bet katrā konkrētajā situācija tiek skatīts atsevišķi.

³² Theaker, A., *The Public Relations Handbook (Media Practice) 5th Edition*. London. Routledge. 92.p.

³³ Wilcox L., D., Cameron, T., G., Reber, H., B., (2015) (*Public Relations, strategies and tactics, 11 edition*). Pearson 153.p.

4. CILVĒKU BEZ NOTEIKTAS DZĪVESVIETAS RAKSTUROJUMS

Cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas ir sabiedrības daļa, kuri cieš no vairākām dzīves laikā radušām un arī iedzimtām problēmām. Galvenie iemesli, kāpēc bezpajumtnieki nespēj atrast pastāvīgu dzīvesvietu ir –

- Zems motivācijas trūkums un vēlme iesaistīties savas problēmas risināšanā;
- Alkohola un citu apreibinošu vielu atkarība;
- Fiziskās un garīgās veselības traucējumi;
- Attiecību veidošanas un komunikācijas problēmas.³⁴

Šīs problēmas bezpajumtniekiem neuzrodas un nepastāv katra par sevi, tās izriet viena no otras. Piemēram, ilgstoša alkohola lietošanas rezultāta rodas atkarība, kas aizved līdz darbspēju un savstarpējās saskarsmes zudumam. Alkohols arī veicina agresivitāti, kas cilvēku var novest līdz psihiskai nelīdzsvarotībai un garīgajām slimībām. Fiziskā veselība būtiski cieš no alkoholā esošā etilspirta negatīvās ietekmes uz organismu.

Bezpajumtniekam pastāvīgas dzīvesvietas trūkums ir tikai viena no problēmām. Kad persona bez noteiktas dzīvesvietas nonāk patversmē, sociālais darbinieks analizē katru gadījumu individuāli un uzreiz nesteidzas meklēt šim cilvēkam dzīvesvietu. Saprotot kādas problēmas nāk komplektā ar dzīvesvietas trūkumu, iespējams, atrisinot blakus problēmas, palīdzēt bezpajumtniekam uzsākt pastāvīgu dzīvi.³⁵

Ņemot vērā, ka vairums personas bez noteiktas dzīvesvietas ir agresīvi vai ierāvušies sevī komplektā ar psiholoģiska rakstura problēmām, sociālajam darbiniekam jābūt gan labam psihologam, gan komunikatoram, lai spētu piekļūt tuvāk un sniegt palīdzību.

Tas nozīmē, ka sociālajam darbiniekam jāspēj saprast, analizēt un uztvert ne tikai verbāla, bet arī neverbāla komunikācija, nodomi, rīcība un emocijas. Būtiski ir arī kontrolēt savu uzvedību un reakciju uz klienta darbību un emocijām. Nedrīkst pieļaut *spoguļa efektu*, situāciju, kad personas izraisītais stress un agresija vai cita negatīva darbība ietekmē sociālā darbinieka komunikāciju. Sociālajam darbiniekam tas rada izaicinājumu, pārvaldīt savu smadzeņu darbību, jo smadzenes sastāv no miljoniem neironu, kuru darbība pilnībā līdz šim zinātnei vēl

³⁴ Martin, E., M., (2010) *Introduction to Human Services: Through the Eyes of Practice Settings (2nd edition)* Pearson. 181.p.

³⁵ Rīgas domes Labklājības departamenta GADAGRĀMATA "Sociālā sistēma un veselības aprūpe Rīgā 2016. gadā" 83lp

nav atklāta. Taču ir pierādīts, ka cilvēks lielākoties reaģē uz citas personas uzvedību un emocijām.³⁶

Līdzīgi ir ar atkarību profilaksi. Atkarīgām personām, ilgstoši atrodoties citu apreibinošo vielu lietotāju klātbūtnē, ir grūti pārtraukt savu atkarību. Sociālā darbinieka viens no būtiskākajiem uzdevumiem ir palīdzēt atkarīgajam mainīt ierasto dzīvesveidu, līdz ar to arī sabiedrību, kurā persona uzturas. Piemēram, Rīgas pašvaldībā ir pieejami dienas centri, kur iespējams piedalīties dažādās aktivitātēs un nodarbībās, radīt sev jaunu kontaktu loku un apkārtējo sabiedrību.

Pašvaldības un valsts sniegtā sociālā palīdzība bezpajumtniekiem ir īpaši svarīga. Bieži vien cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas ir tie, kuriem nav ģimenes, viņi ir vieni un vientuļi. Zane Loča grāmatā *“Sociālās palīdzības sistēmas attīstība un darbība”* ir definējusi labklājības loku jeb kanālus caur kuriem persona var gūt sociālo palīdzību un kas tos uzrauga un motivē –

- Ģimene;
- Sakari sabiedrībā;
- Publiskais atbalsta sektors;
- Piederība dažādām organizācijām;
- Tirgus (darba tirgus).³⁷

Ņemot vērā bezpajumtnieku raksturojumu, to, ka tie pārsvarā ir vientuļi cilvēki bez ģimenes, atkarību dēļ tiem nav finansiāls nodrošinājums, kā rezultātā iztrūkst arī kolēģu iesaiste. Alkoholisms arī degradē komunikācijas un saskarsmes spējas, kas atsaucas ne tikai uz darba spēju zudumu un dalību dažādās organizācijās, bet arī uz labvēlīgu sakaru trūkumu, jo lielākoties paņķu lokā ir cilvēki ar tādām pašām problēmām. Bezpajumtniekiem viss, kas paliek no labklājības loka ir publiskais sektors – atbalsts no valsts un pašvaldības.

Ar sociālo izolētību visvairāk saskaras bezpajumtnieki, bezdarbnieki, invalīdi un cilvēki pēc apcietinājuma izciešanas. Lielākoties bezpajumtnieki jeb cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas ietver sevī visas četras kategorijas Liela daļa no tiem ir bezdarbnieki, ir arī bijušie ieslodzītie un personas ar invaliditāti.

Tuvinieku un sociālo saišu trūkums rada negatīvas sekas uz cilvēka psiholoģisko stāvokli. Tas ietekmē gan pašvērtējumu, gan arī rada neticību saviem spēkiem un spējai pozitīvi ietekmēt pašreizējos dzīves apstākļus un situāciju. Daļa bezpajumtnieku ir pieņēmuši savus dzīves apstākļus un pat cenšas izvairīties no citiem cilvēkiem, veidot sociālas saites. Lielākoties tas ir

³⁶ Koprovska, J., (2010). *Communication and Interpersonal skills in social work. Third Edition.* SAGE. 208.p.

³⁷ Latvijas Universitāte, (2006). *Sociālā atstumtība un sociālā iekļaušana: situācijas izvērtējums Latvijā. Zinātnisko rakstu krājums.* Rīga: LU, 71lpp

skaidrojams ar to, ka šie cilvēki iepriekš savā dzīves pieredzē ir saskaršies ar negatīvu attieksmi vai arī palīdzība dažādu iemeslu dēļ ir tikusi atteikta. Šāda pieredze rada iekšēju aizsargāšanās reakciju, nevēlēdamies atkārtot iepriekšējo noraidījumu vai pazemojumu. Īpaši smaga un sāpīga situācija vērtējama tādos gadījumos, kad atbalstu un palīdzību lieguši draugi un ģimene.³⁸

Pilsētas vide ļoti atšķiras no lauku iedzīvotāju komunikatīvajām saitēm. Laukos parasti kaimiņi viens otru zina, saites ir ciešākas un noturīgākas. Turpretī pilsētā cilvēkam ir lielāka iespēja sajusties vienam, jo apkārt ir daudz, svešu cilvēku un maz tādu, kam lūgt palīdzību.³⁹

Dzīvojot pilsētā no nabadzības līdz sociālajai atstumtībai ir viens solis, turpretī, lai no atsvešinātības loka atkal iekļautos sabiedrībā ir jāpiespiež sevi ne tikai psiholoģiski, bet arī fiziski. Jo ilgāku periodu persona ir bijusi sociāli izolējies, jo grūtāk tam pēc tam dabīgi ir iekļauties sociālajā vidē.

Sabiedrībai ir dažādi uzskati par nabadzību. Daļa domā, ka tā ir indivīda vaina, zema izglītības līmeņa, slinkuma, vai neuzņēmības dēļ. Cita daļa problēmu saskata sistēmā, kas nav pārdomāta un gremdē mazāk aizsargāto sabiedrības daļu, citi kā galveno problēmu uzskata kultūras atšķirību un nespēju integrēties sabiedrībā.⁴⁰

Ņemot vērā, ka valdības funkcija ir sociālās atstumtības kontrole un mazināšana, R. Levita izdala trīs pieejas, kā valdība cīnās ar šo sociālo problēmu -

- **Pārdales izlīdzinošā pieeja.** Šī metode paredz, ka galvenais, ar ko jācīnās, ir nabadzība. Darbības rīks ir ienākumu celšana.
- **Sociālās integrācijas pieeja.** Fokuss tiek likts uz darba spējīgo sabiedrības daļas iesaistīšanu darba tirgū. Piesaistot indivīdu apmaksātam darbam, tas tiek integrēts sabiedrībā.
- **Morāles pieeja.** Tā analizē trūkumu un nespēju sociāli integrēties no morāles un kultūras aspekta. Būtiska loma tiek pievērsta atkarības riska veidošanai, kas tiek definēts kā galvenais cēlonis sociālajai atstumtībai un nabadzībai.⁴¹

³⁸ Taņa Lāce, (2012) *Sociālā atstumtība Latvijā, Situācijas raksturojums un politiska analīze* Rīga: Zinātne, 220lpp

³⁹ Turpat

⁴⁰ Turpat 20lpp

⁴¹ Latvijas Universitāte, (2006). *Sociālā atstumtība un sociālā iekļaušana: situācijas izvērtējums Latvijā*. Zinātnisko rakstu krājums. Rīga: LU, 37lpp

B. METODOLOĢIJA

1. Intervija

Intervija ir kvalitatīva pētniecības metode, kuras pamatā ir personiska komunikācija. 21. gadsimtā, kad ir pieejamas tehnoloģijas, interviju var veikt no jebkuras pasaules malas dažādos veidos – caur internetu ar videokameru, telefoniski, caur sociālajiem tīkliem, caur e-pastu u.c.⁴²

Intervijai kā pētniecības metodei ir savas priekšrocības un trūkumi. Ieguvumi intervijai kā informācijas ieguves veidam:

- Sniedz specifisku informāciju par viedokļiem, uzskatiem, priekšstatiem un motīviem;
- Iespēja novērtēt intervijas laikā sniegtās informācijas patiesumu;
- Intervētāja un respondenta personīgā saskarsme nodrošina aptaujas jautājumu pilnīgu izpratni un atbilžu sniegšanu.⁴³

Kā jau katrai lietai ir divas puses, arī šim informācijas ieguves veidam ir savi trūkumi un nepilnības –

- Process aizņem daudz laika, jo ar katru respondentu jāstrādā individuāli;
- Apkārtējā vide var būt par iemeslu nepatiesai atbildes sniegšanai, piemēram, blakus atrodas kāda trešā persona;
- Intervētājs nav pietiekami kompetents.⁴⁴

Intervijas var klasificēt pēc to veidiem. Pastāv daudz un dažādi interviju veidi, bet trīs galvenie interviju iedalījuma kritēriji ir pēc intervijas formas jeb strukturētības līmeņa, pēc distances telpā starp intervējamo un intervētāju un arī pēc intervējamo skaita.⁴⁵

Padziļinātās intervijas mērķis ir atklāt to, ko intervējamais sākotnēji atklāti nepasaka. Intervētājs parasti sāk ar vienkāršākiem, virspusējiem jautājumiem, pamazām mainot intimitātes pakāpi. Visbiežāk šāda tipa pētniecisko metodi izmanto, lai atklātu acīm neredzami informāciju, ieskatītos personas zemapziņā. Šī metode aktīvi tiek pielietota psiholoģijā.⁴⁶

1.1. Daļēji strukturēta intervija

⁴² Mārtinsons K., Pipere A., Kamerāde D.(2016), *Pētniecība- teorija un prakse* Rīga: RaKa, 244lpp

⁴³ Kristapsone S.(2008), *Zinātniskā pētniecība studiju procesā* Rīga: Turība, 262 lpp

⁴⁴ turpat

⁴⁵ Mārtinsons K., Pipere, A., (2011) *Ievads pētniecībā stratēģijas, dizaini, metodes*. Rīga: RaKa.

170.lpp

⁴⁶ Kroplis, A., Rašcevska, M., (2010). *Kvalitatīvās pētniecības metodes sociālajās zinātnēs*. Rīga: Raka.

Daļēji strukturēta intervija nozīmē, ka intervijas veicējs iepriekš ir iezīmējis atslēgasvārdus un jautājumus, kas vada intervijas norises gaitu, bet tie nav noteikti un nemainīgi. Intervijas jautājumi, struktūra un norise var mainīties mijiedarbībā ar intervējamo un paša procesa laikā.⁴⁷

Daļēji strukturētā intervijā jautājumi ir plašāki nekā strukturētā intervijā, taču intervijas procesā tiek saglabāts iegūtās informācijas virziens un tematika, kas padara šo intervijas veidu tomēr nosacīti strukturētu. Intervētājs, reaģējot uz nozīmīgākām atbildēm, var uzdot papildjautājumus, kas iepriekš nav izplānoti un atklāj padziļinātākas informācijas iespējamību. Pateicoties efektīvam sadalījumam starp tēmas noturību jeb struktūru un iespējamo papildus informācijas ieguvī un atvērtumu, daļēji strukturēta intervija ir viena no iecienītākajām kvalitatīvajās pētniecības metodēs.⁴⁸

2. Aptauja

Aptauja ir pētniecības metode, kurai raksturīgs:

- Informāciju tieši sniedz pētāmās problēmas nesējs, notikuma dalībnieks;
- Tā vērsta uz to problēmas izpausmju izpēti, kas ne vienmēr atrodami dokumentos un vērojami tiešā veidā;
- Tā ir sociāli psiholoģiska komunikācija starp anketētāju un respondentu;
- To var izmantot visdažādāko dzīves jomu jautājumu izziņāšanā;
- Tā dod iespēju diezgan īsā laikā aptaujāt plašas iedzīvotāju masas;
- Tās laikā iegūst informāciju gan par darbības motīviem, gan pašas rezultātiem;
- Tās gaitā iegūtā verbālā informācija ir vieglāk un lētāk apstrādājama nekā neverbālā informācija.⁴⁹

Par aptauju var definēt rakstisku jautājumu kopu, kuru mērķis ir iegūt informāciju no pētāmā objekta. Aptauja var būt gan kvalitatīva, gan kvantitatīva metode, no pilnībā strukturētiem līdz pat atvērtajiem jautājumiem, atkarīgs no tā, kāda tiek izveidota anketa. Bieži aptaujas jautājumu raksturlielums tiek dažādots, piemēram, kad rodas nepieciešamība iegūt sociāli demogrāfisku informāciju par pētāmajiem.

Daži tipiskākie un svarīgākie sociāli demogrāfiskie jautājumu veidi –

⁴⁷ Mārtinsons, K., Pipere, A., (2011) *Ievads pētniecībā stratēģijas, dizaini, metodes*. Rīga: RaKa. 171.lpp.

⁴⁸ Mārtinsons K., Pipere A., Kamerāde D (2016)., *Pētniecība- teorija un prakse* Rīga: RaKa, 246lpp

⁴⁹ Kristapsone S.(2008), *Zinātniskā pētniecība studiju procesā* Rīga: Turība, 226 lpp

- Respondentu vecums. (Dažkārt, pat, ja aptauja ir anonīma, daži respondenti var nevēlēties atklāt savu patieso vecumu, tāpēc efektīvāk būs, ja tiks norādīta izvēle vecuma diapazonā, piemēram, intervālā pa 5 vai 10)
- Respondenta dzimums.
- Respondent nacionalitāte. (Ir iespējami gadījumi, kad respondentam būs interese uzzināt, kāpēc aptaujas ietvaros nepieciešams noskaidrot, kas ir viņa nacionalitāte ((piemēram, latvietis, lietuvietis vai ukraiņis) tāpēc nepieciešams pie jautājuma iekavās norādīt šīs atbildes lietderību)
- Sociāli ekonomiskais statuss. (Bieži vien ar šo jautājumu tiek asociēta respondenta profesija, bet atbildes var būt nepilnīgas, tāpēc labāk iekļaut jautājumus par dzīvesvietas veidu – dzīvoklis/ māja, vai arī izglītības līmeni)
- Respondenta ienākumi. Šis jautājums ir ļoti intīms un personisks, un tiek pieļauta iespēja, ka vēlme uzzināt precīzu ienākumu līmeni respondentam var šķist aizdomīga. Ieteicamāk ir izvēlēties ienākumu grupas, sadalot tās pa intervāliem.⁵⁰

Veidojot anketu, jācenšas izvairīties no aptauju problēmām un jāsaprot to cēloņi. Jāseko līdzī jautājumu dizainam, jāievēro precīzs jautājuma formulējums. Tipiskākās kļūdas ir – divdomīgi, gari un sarežģīti, divdaļīgi jautājumi, kuros tiek izmantoti sarežģīti un neprecīzi vārdi. Nevajadzētu arī pētniekam ietekmēt atbilžu veidu, sniedzot jautājumus, kuru vienas atbildes psiholoģiski ir labvēlīgākas nekā citas. Piemēram, jautājums *Kādai operācijai jūs labprātāk būtu gatavi?* Un atbildes ir *A. Ar 5% mirstību* vai *B. Ar 90% izdzīvošanas iespēju*, tad loģiski spriežot, pirmā atbilde sniedz lielākas izdzīvošanas iespējas, bet jautājumi ir noformulēti dažādi un prāts labāk izvēlas skaitli *90 un izdzīvot*.⁵¹

3. Fokusa grupas diskusija

Fokusa grupas diskusija ir kvalitatīva pētniecības metode, kura pamatā līdzinās intervijai, tikai dati tiek iegūti no piecu līdz astoņu, optimāli astoņu līdz desmit, bet ne vairāk par divpadsmit cilvēkiem grupā. Šī nav vairāku cilvēku vienlaicīga individuāla izjautāšana, ir iespējama un pat vēlama savstarpēja grupas dalībnieku iesaistīšanās un mijiedarbība.⁵²

Fokusa grupas diskusijai kā jau visām pētniecības metodēm ir savas priekšrocības un trūkumi. Pareizāk sakot, ir situācijas, kad fokusu grupu ir iespējams pielietot kā efektīvu

⁵⁰ Mārtinsone K., Pipere A., Kamerāde D (2016)., *Pētniecība- teorija un prakse* Rīga: RaKa, 227lpp

⁵¹ Turpat 231lpp.

⁵² Mārtinsone K, (2011) *Ievads pētniecībā, stratēģijas, dizaini, metodes* Raka: Rīga 178 lpp

pētniecības metodi un tā sniegs vēlētos rezultātus, savukārt citos gadījumos šī metode nav ieteicamākais variants.

Situācijas, kad ir ieteicams pielietot fokusa grupas diskusijas metodi –

- Mērķis ir atrast un smelties svaigas idejas vai iegūt cilvēku viedokli par konkrētu jautājumu;
- Nepieciešamība ieraudzīt lietas un situāciju no cita skata punkta, visefektīvāk to ir iespējams izdarīt, vaicājot viedokli cilvēkam, kurš profesionāli nav iesaistīts;
- Vēlme noskaidrot faktorus, kas ietekmē cilvēku raksturu, viedokli, rīcību, motivāciju.
- Iespēja izmēģināt jaunu produktu, ideju, darbības plānu un redzēt reakciju.
- Pētniekiem nepieciešama informācija, lai izveidotu kvantitatīvu pētījumu, piemēram, izveidotu aptaujas anketu.
- Pētniekiem nepieciešama informācija, lai efektīvāk analizētu kvantitatīvos datus.
- Klientiem vai mērķauditorijai ir būtiski svarīga iesaistīto cilvēku viedoklis, kas tiek iegūts fokusa grupas diskusijas laikā.⁵³

Situācijas, kad nav ieteicams pielietot fokusa grupas diskusiju –

- Vēlme izglītēt cilvēkus;
- Mērķis noskaidrot intīmu un personisku informāciju ar kuru nav paredzēts dalīties grupā;
- Komunikācijas vide ir izvēlēta konfliktējoša, dažādu interešu pārstāvji;
- Nepieciešamība iegūt statistiskus datus, u.c.⁵⁴

Katram pētniekam pašam, ņemot vērā pētījuma objektu un priekšmetu, jālemj, kurš pētījuma veids būs vispiemērotākais. Dažkārt noder veikt pilotpētījumu, kas kalpo kā līdzeklis pareizo metožu atlasē.

⁵³ Krueger, A., R., Casey, M., A., (2015) *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research 5th Edition*. Sage publications.24. p.

⁵⁴ Turpat 25lp

C. PĒTĪJUMA DIZAINS

Pirms pētījuma metožu pielietošanas, darba autore veica Labklājības departamenta struktūras izpēti ar mērķi noskaidrot tās nodaļas, kurām ir tiešs kontakts ar pētāmo objektu, kā arī noskaidroja kādus sociālos pakalpojumus un pabalstus Rīgas pašvaldība tiem piedāvā.

Bakalaura darbā "Informācijas ieguves veidi par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas" tika pielietotas kvalitatīvās pētniecības metodes – fokusa grupas diskusija un piecas intervijas. Kā kvantitatīvs datu ieguves veids tika izvēlēta aptauja.

Pirmā pētījuma metode, kas tika realizēta, bija intervija ar vairāk kā divdesmit gadu pieredzes bagātu sociālo darbinieci, kuras profesionālā darba vide ir Rīgas pašvaldībā. Šī bija daļēji padziļināta intervija, kuras laikā mērķis bija noskaidrot pēc iespējas vairāk publiski nepieejamu un uz pieredzi balstītu informāciju saistībā ar cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas.

Nākamā tika intervēta sociālā darbiniece darbā ar bezpajumtniekiem, kuras darba vieta atrodas patversmē. Intervijai apzināti tika izvēlēts cilvēks, kurš profesionāli ir saskarsmē ar bezpajumtniekiem, jo, esot tiešā kontaktā, iespējams novērot un iegūt vairāk informācijas par pētāmo objektu.

Trešais intervējamais papildus pamata darbam Rīgas sociālajā dienestā, pa vakariem strādā nakts patversmē uz nepilnu slodzi kā sociālais darbinieks. Pieredze darbā ar bezpajumtniekiem nakts patversmē papildina, kā arī apstiprina vai noliedz iepriekšējā intervijā gūto informāciju, savukārt pamata darbs sociālajā dienestā atklāj kāds cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas ir pieprasījums pēc sociālās palīdzības un iezīmē kopējo dzīves ainu.

Ceturrtā tika intervēta Rīgas domes Labklājības departamenta bezmaksas informatīvā tālruņa operatore. Šīs intervijas mērķis bija noskaidrot, cik aktīvi bezpajumtnieki izmanto uzziņas tālruni un kādas ir aktuālās tēmas, kas viņus interesē. Intervijā gūtā informācija daļēji pārbauda aptaujā gūtos rezultātus, jo tika iekļauti jautājumi par bezmaksas informatīvo tālruni.

Noslēdzošā intervija bija ar Rīgas domes Labklājības departamenta iedzīvotāju informēšanas nodaļas vadītāju. Intervijas mērķis ir noskaidrot kādi kanāli un platformas tiek pielietotas komunikācijai ar cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas. Intervijā gūtā informācija rezultātu analīzē tiks salīdzināta ar aptaujas datiem, secinot, vai departamenta komunikācijai izvēlētie kanāli sasniedz cilvēkus bez noteiktas dzīvesvietas.

Otrs kvalitatīvais pētniecības veids šajā bakalaura darbā ir fokusa grupas diskusija. Fokusa grupas diskusijā piedalījās piecas Rīgas naktspatversmes klientes. Šis pētījuma metodes veids tika izvēlēts vairāku iemeslu dēļ. Pirmkārt, pamatojoties uz intervijā gūtajiem ieteikumiem no

cilvēkiem, kas profesionāli strādā ar pētāmo objektu, tiešā kontaktā ar bezpajumtniekiem iespējams iegūt maksimāli daudz informācijas.

Lielākā daļa fokusa grupas diskusijas jautājumu sastāvēja no anketas jautājumiem, kas savā ziņā kalpoja kā pilota pētījums kvantitatīvajai metodei. Teorija līdzīgi kā pirmajā pētījuma daļā gūtie dati apliecina, ka cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas ir saskarsmes un uztvers problēmas, tāpēc, pirms tiek veikts kvantitatīvais pētījums, ir nepieciešams iepriekš pārbaudīt to, kā pētāmais objekts uztver anketā formulētos jautājumus.

Noslēdzošā pētījuma metode ir aptauja. Vispirms tika izveidota anketa gan latviešu, gan krievu valodā. Jautājumi tajā strukturēti trīs daļās. Pirmā anketas daļa satur demogrāfiska rakstura jautājumus saistībā ar respondentu vecumu un dzimumu. Otrajā daļā iekļauti jautājumi, kuru mērķis ir noskaidrot pētāmā objekta mediju lietošanas paradumus, kas atklāj kanālus caur kuriem ir vai nav iespējams sasniegt cilvēkus bez noteiktas dzīvesvietas. Trešajā daļā tiek noskaidroti veidi, kā pētāmais objekts līdz šim ir saņēmis informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem.

Kopumā tika izdalītas drukātā formā vairāk kā 200 anketas četrās Rīgas patversmēs un dienas centrā cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas. Atpakaļ saņemtas 203 anketas. Patversmes un dienas centrs bezpajumtniekiem apzināti tika izvēlēti kā vietas, kur sasniegt pētāmo objektu, kuri jau līdz šim ir saņēmuši Rīgas pašvaldības piedāvāto sociālo palīdzību un ir dažādos veidos informēti par to.

D. EMPĪRISKĀS DAĻAS REZULTĀTI UN DISKUSIJA

1. Labklājības departamenta struktūra

Rīgas domes Labklājības departaments ir Rīgas pilsētas pašvaldības vadošā iestāde, kas Rīgas domes kompetencei noteiktajos ietvaros atbild par sociālo pakalpojumu, sociālās palīdzības, veselības aprūpes pieejamības, veselības veicināšanas un profilakses, tostarp atkarību izplatības ierobežošanas un iedzīvotāju nodarbinātības veicināšanas jautājumiem.⁵⁵

2016. gadā Labklājības departamentā strādāja 65 speciālisti, no kuriem 62 ir augstākā izglītība. Departamentā katra nodaļa atbild par savas kompetences jautājumiem.⁵⁶

Iedzīvotāju informēšanas nodaļa pilda sabiedrisko attiecību funkciju, tās mērķis un galvenie darbības principi ir informēt sabiedrību par tiem pieejamajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem, kā arī uzturēt kontaktu ar mērķa grupu, sniedzot iespēju izteikt tās viedokli, sūdzības, komentārus. Iedzīvotāju informēšanas nodaļa piedāvā bezmaksas konsultācijas pa tālruni par Rīgas domes Labklājības departamenta piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem. Tālrunis darbojas darba dienās, darba laikā. Atbildes uz iedzīvotāju jautājumiem sniedz profesionāli sociālie darbinieki. Bieži vien iedzīvotāji jauc departamentus un to kompetences jautājumus, tāpēc zvanu centru darbiniekiem ir jāpārzina visa domes struktūra un jāspēj novirzīt attiecīgajā virzienā citam departamentam paredzēts jautājums.

Neskaitot Labklājības departamenta nozaru nodaļas, tā pakļautībā vēl atrodas Rīgas Sociālais dienests, Rīgas patversme, Rīgas pašvaldības bērnu un jauniešu centrs, kā arī trīs Sociālās aprūpes centri - ‘‘Mežciems’’, ‘‘Gaiļezers’’, ‘‘Stella maris’’.⁵⁷

Rīgas Sociālais dienests apkalpo klientus, izsniedz izziņas un dokumentus, kas piešķir iespēju saņemt Labklājības departamenta piedāvātos sociālos pakalpojumus un pabalstus. Pats Sociālais dienests atrodas departamenta ēkā, taču tam ir 14 teritoriālie centri Pārdaugavas, Ziemeļu un Latgales rajona nodaļās. Sociālā dienesta pakļautībā ir arī dienas centri, kur notiek dažādas nodarbības un aktivitātes maz aizsargātajai Rīgas daļai.⁵⁸

Rīgas patversme sastāv no četrām daļām – Sociālās rehabilitācijas nodaļa, Mobilā brigāde, Dienas centrs, Ģimenes ārsta prakse un Saimniecības nodaļa. Patversmes būtība ir kā pagaidu mājās ceļā uz patstāvīgu dzīvi. Neviens tās iemītnieks prom netiek dzīts, ja uzturēšanās laiks ir pārsniedzis vēlamu, taču apmeklētāji tiek motivēti atrisināt pajumtes trūkuma problēmu.

⁵⁵ Rīgas domes Labklājības departamenta GADAGRĀMATA ‘‘Sociālā sistēma un veselības aprūpe Rīgā 2016. gadā’’ 101pp

⁵⁶ turpat

⁵⁷ Rīgas domes Labklājības departamenta GADAGRĀMATA ‘‘Sociālā sistēma un veselības aprūpe Rīgā 2016. gadā’’ 191pp

⁵⁸ turpat

Lielam skaitam patversmes apmeklētāju iemesls, kāpēc tiem nav savas mājas, ir pārmērīga alkohola lietošana, bezdarbs un garīga rakstura traucējumi. Patversmē strādā sociālais darbinieks, kura mērķis ir palīdzēt atrisināt šīs problēmas, iespējams, kopīgi meklējot vakances, vai sniedzot psiholoģisku atbalstu.

Rīgas pašvaldības bērnu un jauniešu centrs jeb tautā saukts par *bērnu namu* sastāv no septiņām struktūrvienībām. Tajā atrodas bērni, kuri ir palikuši bez vecākiem vai citiem aprūpētājiem dažādu iemeslu dēļ. Citus ir pametuši vecāki, citi ir atņemti no ģimenēm vecāku pārmērīgā alkohola vai citu atkarību izraisītu vielu lietošanas rezultātā. Atstājot bērnam, Rīgas pašvaldība bērnu un jauniešu centra bērniem piedāvā palīdzību, lai uzsāktu patstāvīgu un individuālu dzīvi. Daudziem bāreņiem tiek piešķirts sociālais dzīvoklis, kā arī tiem ir iespēja saņemt materiālu palīdzību. Rīgas domes Labklājības departaments materiāli motivē rīdziniekus kļūt par audžuvecākiem. Audžuģimenei ir iespēja saņemt gan ikmēneša pabalstu ēdienam un sadzīves piederumiem, gan arī ikgadēju atbalstu mīksta inventāra iegādei.

Rīgas pašvaldība arī sniedz sociālās aprūpes pakalpojumu cilvēkiem bez individuālas spējas sevi aprūpēt. Rīgā tādas ir kopā trīs iestādes Sociālās aprūpes centrs "Mežciems", SAC "Gaiļezers", SAC "Stella maris".

Rīgas domes Labklājības departaments sniedz ne tikai sociālos pakalpojumus, bet arī pabalstus. Visvairāk līdzekļi tiek novirzīti dzīvokļa pabalstam, 2016. gadā šo pabalstu saņēma 15 687 cilvēku, kopējā izlietotā finansējuma summa bija EUR 6 518 234. Otrs visvairāk piešķirtais pabalsts ir GMI jeb garantētais minimālā ienākuma pabalsts. Dati liecina, ka šī pabalsta saņēmēju skaits no 2014. gada līdz 2016. gadam ir sarucis par astoņiem tūkstošiem.⁵⁹

Labklājības departamenta misija ir radīt pastāvīgu un stabilu sociālo sistēmu, kura sniedz iztikas materiālo nodrošinājumu trūcīgām un maznodrošinātām personām, kā arī sniedz atbalstu sociālo problēmu risināšanā un personu sociālās funkcionēšanās spēju samazināšanās gadījumā, nodrošina veselības aprūpes pieejamību un veselības veicināšanas pasākumus. Labklājības departamenta darbību paredz Rīgas pilsētas attīstības stratēģijā noteiktās vadlīnijas, un tas ir tieši pakļauts Rīgas domes priekšsēdētājam. Departamenta darbību pārrauga Rīgas domes sociālo jautājumu komiteja.⁶⁰

⁵⁹ Rīgas domes Labklājības departamenta GADAGRĀMATA "Sociālā sistēma un veselības aprūpe Rīgā 2016. gadā" 381p

⁶⁰ Turpat. 101pp

2. Labklājības departamenta piedāvātie sociālie pakalpojumi un pabalsti cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas

Rīgas domes Labklājības departaments cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas sniedz atbalstu gan siltajā, gan aukstajā ziemas laikā. Naktspatversmju pakalpojums tiek nodrošināts, iepērkot nevalstisko organizāciju (turpmāk NVO) pakalpojumus. Bezpajumtniekiem patversmē/naktspatversmēs tiek nodrošināts īslaicīgs patvērums, higiēnas un ēdināšanas pakalpojumi, kā arī sociālā darba speciālistu konsultācijas. Zemāk attēlotajā tabulā ir redzams sociālo pakalpojumu bezpajumtniekiem sniedzēju saraksts.⁶¹

Sociālās rehabilitācijas centrs bezpajumtniekiem (turpmāk RSC) sniedz iespēju un palīdzību cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas izkļūt no problēmām, kuru ietekmes rezultātā persona nespēj dzīvot patstāvīgu dzīvi. Sociālais darbinieks strādā ar katru individuāli, veido praktiskas nodarbības, lai celtu personas komunikācijas un saskarsmes prasmes, kā arī strādā ar bezpajumtnieka pašvērtējumu, kas bieži vien ir būtiskākais iemesls, kādēļ neizdodas atrast darbu, iegūt pastāvīgus ienākumus un īrēt personīgo dzīvesvietu. Maksimālais uzturēšanās ilgums Rīgas Sociālajā rehabilitācijas centrā ir viens gads.⁶²

Rīgas patversmes dienas centrs sniedz iespēju cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas atrast domubiedrus ar kuriem kopā nodoties dažādas aktivitātēs. Ikdienas aizņemtība palīdz uzveikt atkarības problēmas, apātiju un zemo pašvērtējumu. 2016. gadā dienas centru kopumā apmeklēja 820 klienti. Bezpajumtnieki dienas centros var saņemt šādus pakalpojumus:

- Sociālā darba speciālistu pakalpojums;
- Dažādu prasmju apguves un citus sociālos rehabilitācijas pakalpojumus, t. sk. atbalsta un pašpalīdzības grupu nodarbības (pašpalīdzības grupa ir pašu dienas centru apmeklētāju izveidota komūna, kuras mērķis ir stiprināt savstarpējās saiknes un radīt saliedētu *ģimeni*, kura sniegs atbalstu grūtā dzīves mirklī arī neatrodoties sociālu darbinieku pārraudzībā)
- Ģimenes ārsta pakalpojums;
- Dušas pakalpojums;
- Dezinfekcijas pakalpojums;
- Pusdienas klientiem, kuri piedalās Rīgas pašvaldības dienas centra nodarbībās, veic līdzdalības pienākumus;

⁶¹ Turpat. 83lpp

⁶² Rīgas domes Labklājības departamenta GADAGRĀMATA "Sociālā sistēma un veselības aprūpe Rīgā 2016. gadā" 85lp

- Veļas mazgāšanas pakalpojums.⁶³

Vēl viens pakalpojums, ko Rīgas pašvaldība finansē cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas, ir zupas virtuves. Rīgā ir četras zupas virtuves, kurās bezpajumtnieki un citi cilvēki, kuriem nepieciešama finansiāla palīdzība, var saņemt siltu ēdienu. Visbiežāk tā ir zupa un pāris maizes šķēles. Lai saņemtu šo pakalpojumu, cilvēkam nav jābūt deklarētam Rīgā un jāuzrāda personu apliecinošs dokuments. 2016. gadā kopumā tika izsniegtas 125 950 porcijas.⁶⁴

Ēdiena pakalpojums Rīgā maz aizsargātajai sabiedrības daļai darbojas mazliet citādāk nekā zupas virtuves. Lai saņemtu šo pakalpojumu, personai ir jābūt deklarētai Rīgas pašvaldībā un tās ikmēneša ienākumiem jāatbilst maznodrošinātās vai trūcīgās personas statusam. Kopumā Rīgā ir sešas siltā ēdiena izdales vietas, vidēji dienā izdalot 1768 porcijas. Šis pakalpojums ir pieejams katru dienu, arī sestdienās, svētdienās un svētku dienās. Siltā ēdiena izsniegšanas vietās atšķirībā no zupas virtuvēm ēdiena apjoms ir lielāks. Pieejamas ir sātīgas pusdienas, kurām klāt nāk zupa vai saldaiss, maizes šķēle un dzeramais.⁶⁵

⁶³ turpat

⁶⁴ Rīgas domes Labklājības departamenta GADAGRĀMATA "Sociālā sistēma un veselības aprūpe Rīgā 2016. gadā" 85lp

⁶⁵ turpat

3. Interviju kopsavilkums un diskusija

3.1. Intervija ar ilggadēju sociālo darbinieci.

Pirmā pētījuma metode, kas tika pielietota, ir intervija ar sociālo darbinieci. Kā intervējamais tika izvēlēts cilvēks, kuram ir gadiem krāta pieredze sociālajā darbā, lai efektīvāk izprastu pētāmo objektu, rastu vadlīnijas turpmākajam pētnieciskajam procesam.

Uz jautājumu par cilvēku bez noteiktas dzīvesvietas vidējo raksturojumu, sociālā darbiniece atzina, ka tas varētu būt cilvēks vecumā no četrdesmit līdz pat sirmam vecumam, bet statistika rāda, ka līdz sirmam vecumam bezpajumtnieki nenodzīvo. Vairums dzīvo tikai līdz pensijas vecumam, gadiem septiņdesmit. Kopējas pazīmes ir slikts apģērbs, kā dēļ daudziem ir apsaldējumi vairākās ķermeņa vietās.

Lielākajai daļai ir zudušas saskarsmes prasmes, grūti uzņemties atbildību un pienākumu sajūta ar laiku praktiski pazūd. Jo ilgāk bezpajumtnieks atrodas savā statusā, jo grūtāk viņam ir atgriezties pie dzīves, kad ir savs mājoklis, darbs un pienākumi. Savukārt teorijā tika uzskaitīts, ka galvenie iemesli, kādēļ bezpajumtnieks nevēlas mainīt savu dzīvesveidu, ir sociālo saišu trūkums un negatīva pieredze.

Attiecībā uz komunikāciju sociālā darbiniece uzskata, ka cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas raksturīgs ir tas, ka pārsvarā viņi visi labāk komunicē klātienē, sarunvalodā un pēc iespējas vienkāršāk. Pēc teorijas, savstarpēja komunikācija klātienē ir raksturojama kā interpersonāla komunikācija, kas ir vislabākais veids kā dalīties ar informāciju, risināt problēmas, atrisināt konfliktus, saprast savu un citu būtību, un nostiprināt attiecības ar līdzcilvēkiem. Ņemot vērā, ka šī mērķa grupa būtiski cieš no sociālās izolētības un tiem ir saskarsmes grūtības, rodas šaubas, vai bezpajumtnieks pats droši piekritīs kādam darbības aicinājumam. Pēc sociālās darbinieces domām, lai motivētu šo mērķa grupu uz rīcību, tiem ir jāparāda labums, ko viņš iegūs, visdrīzāk materiālais, pamatvajadzību apmierināšana.

Viena no neatņemamām cilvēka pamatvajadzībām ir ēdiens. Lai parādītu šo materiālo ieguvumu pēc teorijas par komunikācijas kanāliem, ir pieejami vairāki veidi, kā atainot pamatvajadzību apmierināšanu vienkāršā, klātienes formā. Piemēram, kanāls ka sensors ir centrēts uz cilvēku. Tas ir raksturots kā informācijas veids, kas ļauj indivīdam to saņemt caur fiziskām maņām – redzi, dzirdi, smaržu, tausti un garšu.

Sociālā darbiniece uzskata, ka saskarsmē ar cilvēku bez noteiktas dzīvesvietas ir jāapzinās, ka cilvēku līdz šādam stāvoklim ir noveduši dažādi apstākļi dzīvē. Par bezpajumtnieku drīzāk top tāds cilvēks, kuram ir zemāks izglītības līmenis, iespējams, savu lomu spēlē ģimene un tas, kā vecāki ir audzinājuši. Daudzi ir nonākuši šādā situācijā dēļ atkarībām, jo pārsvarā, 90% no bezpajumtniekiem ir alkohola lietotāji, tā sievietes, tā vīrieši.

Lielākoties tās ir sekas. Vieniem tā ir nenoturība pret alkoholu, citam trauma vai nolaidība ģimenē. Daudzi izvēlas lietot alkoholu, lai sasildītos, bet viņi neapjauš patiesās sekas. Pēc teorijas par bezpajumtnieku raksturojumu tika iezīmēta šī atkarības esamība un iespējamais cēlonis tam, ka cilvēks ir bez pajumtes.

Uz jautājumu par dzimuma sadalījumu starp bezpajumtniekiem sociālā darbiniece atzina, ka vīrieši starp bezpajumtniekiem ir krietni vairāk nekā sievietes, iespējams, tādēļ, ka sievietes biežāk meklē izeju no grūtām dzīves situācijām.

Par bezpajumtnieku pulcēšanās vietām ārpus patversmes, sociālā darbiniece atzina, ka viena no vietām, kur tos iespējams sastapt, ir stikla taras nodošanas punkti, kā arī tiek uzsvērts, ka komunikācijā ar šo mērķa grupu nedrīkst neko uzspiest, viņi nelabprātīgi pakļaujas sistēmai un lietu kārtībai.

Šīs intervijas laikā tika iegūta informācija, kas sniedza noderīgas zināšanas ne tikai par pašu pētāmo objektu, bet arī iezīmēja pētāmos tematus turpmākajā pētījuma procesā.

3.2. Intervija ar sociālo darbinieci darbā ar bezpajumtniekiem

Otrā intervētā tika sociālā darbiniece, kuras pamata darbs ir Rīgas Sociālā dienesta teritoriālajā centrā kā sociālajai darbiniecei, taču otrdienās un ceturtdienās sociālā darbinieka pienākumus pilda naktspatversmē.

Uz jautājumu par to, kā cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas nonāk patversmē, sociālā darbiniece atbild, ka uz Sociālā dienesta teritoriālajiem centriem bieži vien vēršas personas, kurām nav, kur palikt. Nonākot teritoriālajā centrā, persona tiek reģistrēta, un tai sniegta informācija par iespēju apmesties tuvākajā patversmē. Ir daudzi gadījumi, kad cilvēki nonāk patversmē pa taisno, iespējams, tos aizved policija. Sociālā darbiniece uzskata, ka, ja bezpajumtnieks vēlas nakšņot patversmē, nav problēmu iegūt informāciju un uzzināt, bet jautājums ir, vai viņi grib dzīvot patversmē. Tur tomēr ir savi iekšējās kārtības noteikumi un citi sevi ierobežot nevēlās.

Līdzīgi domā arī iepriekš intervētā sociālā darbiniece, uzskatot, ka šai mērķa grupai nedrīkst neko uzspiest, viņi nelabprātīgi pakļaujas sistēmai un lietu kārtībai.

Minot citus veidus, kā nodot informāciju cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas, sociālā darbiniece atzīmē, ka teritoriālajā centrā un dienas centra bezpajumtniekiem ir pieejami bukleti uz galda, plakāti pie sienas, uzskatot, ka par informācijas nodevi un saņemšanu Rīgā nav problēmas.

Intervējamā kā galveno sociālo palīdzību cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas minēja īsās uzturēšanas mītnes, patversmes, nakts patversmes, dienas centrs, zupas virtuves un silta

ēdiena izsniegšanas vietas. Rīgas domes Labklājības departamenta gadagrāmatā "Sociālā sistēma un veselības aprūpe Rīgā 2016. gadā" klāt iepriekš nosauktajiem tika minēts arī tāds pakalpojums kā ģimenes ārsta pakalpojums.

Sociālā darbiniece stāsta, ka nakts patversmes pakalpojums ir pieejams laikā no sešiem vakarā līdz deviņiem rītā. Aukstajā laikā nakts patversme tiek atvērta ātrāk, tas ir atkarīgs no laikapstākļiem. Savukārt vasarā nakts patversmēs vietu skaits tiek samazināt, jo siltajā laikā ir novērota tendence, ka cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas mazāk izmanto šo pakalpojumu. Uz jautājumu, kur bezpajumtnieki mītinās laikā, kad nav patversmē, intervējamā par variantu min dienas centru bezpajumtniekiem, daļa kļūst pa ielām, dodas uz darbu vai apmeklē baznīcu.

Ņemot vērā, ka aukstajā laika pieprasījums pēc patversmes aug, jāsecina, ka primārais iemesls, kādēļ cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas apmeklē patversmi ir siltums jeb pamatvajadzības apmierināšana. Vasarā, kad gaisa temperatūra ir krietni virs nulles, bezpajumtnieki labprāt nakšņo laukā un vajadzība pēc pajumtes nav tik izteikta. Iepriekšējās intervijās tika minēts, ka cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas ir grūti ievērot iekšējās kārtības noteikumus, tādēļ lielākoties tie izmanto patversmes pakalpojumu, lai apmierinātu savas pamatvajadzības jeb fizioloģiskās vajadzības.

Uz jautājumu par efektīvāko cilvēku bez noteiktas dzīvesvietas sasniegšanas veidu, sociālā darbiniece min bukletu dienas centrā vai patversmē. Salīdzinot ar teoriju, šāds mērķa grupas informēšanas veids ir raksturojams ka vienvirziena komunikācija, kuram ir izteikts atgriezeniskās saites trūkums, kas kavē iespēju pārbaudīt informācijas lietderību un patiesumu no tās saņēmēju puses. Izveidojot bukletu, jābūt drošam, ka informācija būs vienkārša un saprotama. Klātienē, interpersonālā komunikācijā iesaistītie spēj noteikt pēc neverbālās ķermeņa valodas vai informācijas saņēmējs saprot vēstījumu, taču vienvirziena komunikācijā grūtāk pārbaudīt vai vēstījums ticis saņemts.

3.3. Intervija ar sociālo darbinieci pilnas slodzes darbā ar bezpajumtniekiem.

Kā trešā intervējamā tika izvēlēta sociālā darbiniece pilnas slodzes darbā ar bezpajumtniekiem tādēļ, ka pēc iepriekšējās intervijās tika noskaidrots, ka pusslodze, iespējams, nesniedz pietiekamu informāciju par šo mērķa grupu.

Uz jautājumu par iespējamo veidu, kā bezpajumtnieki atrod ceļu līdz patversmei, intervējamā uzskata, ka tā ir savstarpēja paziņu, draugu, bezpajumtnieku informācijas apmaiņa. Arī darbinieki patversmē informē par patversmju klāstu un cita veida sociālo palīdzību. Ir cilvēki, kas uzzina par patversmi no mobilās brigādes, kura apseko bezpajumtniekus dārziņos

un uz ielas, kā arī policija šobrīd, it sevišķi ziemas periodā ļoti daudzus izglīto un informē par patversmes pakalpojumu.

Sociālā darbiniece stāsta, ka apmeklētāju biežums un pastāvība ir dažāda. Ir vēl nebijuši cilvēki, ir arī tādi, kas jau konstanti piecus gadus dzīvo patversmē, ir arī sezonālie, kas tikai ziemas periodā uzturas patversmē, savukārt vasarā labāk izvēlas dārza būdiņās. Ir arī tādi, kuriem patversme ir tikai ļoti īslaicīgs risinājums, piemēram, kad ir atrasts darbs.

Līdzīgi kā šajā intervijā arī iepriekšējās divās tika noskaidrots, ka cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas labāk izvēlas dzīvot individuāli un patversmes pakalpojumu izmanto tikai kā fizioloģisko vajadzību apmierināšanu. Iespējams, iemesls šai tendencei ir atkarības no dažādām apreibinošām vielām, jo patversmes iekšējie kārtības noteikumi paredz, ka klienti nedrīkst lietot alkoholu. Arī teorijā tika iezīmēta tendence, ka liela daļa cilvēku bez noteiktas dzīvesvietas saskaras ne tikai ar saskarsmes problēmām un grūtībām pielāgoties, bet arī alkoholismu un citām atkarībām.

Uz jautājumu par to kā funkcionē patversme, intervējamā stāsta, ka kopā ir trīs stāvi, kas ir izveidoti kā sava veida motivācijas programma. Pirmajā stāvā bezpajumtnieki guļ uz matračiem, jo tās pārsvarā ir personas alkohola reibumā. Otrajā stāvā bezpajumtnieki guļ uz gultas, viņi ir motivēti, risina savas problēmas un nelieto alkoholu. Savukārt trešajā stāvā ir tāds kā kopmītņu tips. Pārsvarā tie ir pensionāri, cilvēki, kuri saņem pabalstus, maza daļa arī algotu darbu strādā.

Teorijā tika minēts, ka galvenie iemesli, kāpēc bezpajumtnieki nespēj atrast pastāvīgu dzīvesvietu ir zems motivācijas līmenis un vēlme iesaistīties savas problēmas risināšanā. Izvēloties informācijas nodošanas kanālus, jāņem vērā šī informācija un kanāls jāizvēlas pēc iespējas vieglāk pieejams, lai informācijas saņēmējam informācijas saņemšanas procesā nebūtu jāiegulda sava enerģija, lai informācija tiktu nodota bez saņēmēja motivācijas un līdzdalības to saņemt.

Sociālā darbiniece uzskata, ka informācijas nodošanai bezpajumtniekiem nekādā ziņā kā primāro kanālu nedrīkst izvēlēties internetu, jo daudzi neprot rīkoties ar datoru. Klientiem ir iespēja apgūt datora lietošanas prasmes, taču daudzi baidās un kautrējas, sakot, *ai, nē man tas internets vispār nav vajadzīgs, labāk avīzes skatīšos, vai darba biržā sludinājumus.*

Vislabākais veids pēc sociālās darbinieces uzskatiem ir informācija drukātā formātā, paziņojumi pie informācijas dēļa, plakāti. Kā arī efektīvs ir cilvēciskais faktors, kad sociālais darbinieks vai cita persona dzīvē nodod informāciju.

Arī iepriekšējās intervijās tika minēti bukleti un interpersonāla komunikācija klātienē kā efektīvs informācijas nodošanas veids.

Intervējamā stāsta, ka ir dažādi iemesli kāpēc cilvēki nonāk līdz patversmei. Daļai ir atkarības, daļu māklēri ir piemānījuši, pārdodot dzīvokļus, nesamaksājot un vienkārši izliekot uz ielas, daļa arī ir tādi, kur radnieki pārdod dzīvokli un šos nu jau bezpajumtniekus izliek uz ielas, ir arī vīrieši, kas šķiras no sievas un atstāj dzīvokli sievietei ar bērniem un paši nonāk patversmē. Daļa ir tādi, kuri kādā institūcijā ir saņēmuši negatīvu attieksmi pret sevi, piemēram, birža vai dienests. Negatīvās attieksmes dēļ šie cilvēki nevēlas piedzīvot pazemojumu un nelabprāt izvēlas atkārtoti doties uz kādu no publiskā sektora iestādēm. Paši par sevi liela daļa bezpajumtnieki ir diezgan bikli, daudzi ir dzīves pagrauzti, ar iedragātu pašvērtējumu.

Situācijā, kad cilvēku ir apkrāpis kāds, vai arī tas paliek bez pajumtes ģimenes konfliktu dēļ, tiek pamatīgi iedragāts viņa sociālās labklājības loks. Teorētiskajā daļā ir definēts labklājības loks jeb kanāli caur kuriem persona var gūt sociālo palīdzību un stāstīts par to, kas tos uzrauga un motivē.

Tie ir ģimene, sakari sabiedrībā, publiskais atbalsta sektors, piederība dažādām organizācijām un darba tirgus. Personai, kura ir bez darba, ar ģimeni nav draudzīgs kontakts, kā arī iepriekš nācies gūt sliktu pieredzi dažādos darījumos, rodas problēmas uzticēties publiskajam sektoram, vienīgajam, kas tam paliek no labklājības loka. Šis ir vēl viens no iemesliem, kāpēc komunikācijas kanāls jāizvēlas tāds, caur kuru persona informāciju saņem bez personiskās iesaistes, viņam to gribot vai negribot.

Bezdarba problēma bezpajumtnieku vidū lielākoties ir intrapersonālās komunikācijas problēmu sekas. Teorētiskajā daļā tiek skaidrots, ka intrapersonāla komunikācija ir komunikācija ar sevi pašu. Tā ir iekšēja saziņa, kas ir konstanta, un tā ietekmē visus pārējos komunikācijas veidus (no indivīda uztveres un attieksmes aspekta). Šo komunikāciju būtiski ietekmē personīgā pieredze.

Teorētiskajā daļā kā piemērs tika minēta pirmā reize, kad rokas pirksts saskaras ar karstu objektu. Pirksts caur neironiem nodod signālu uz smadzenēm, kuras ieslēdz sāpju receptorus, kā rezultātā persona izjūt diskomfortu un turpmāk šo sajūtu asociē ar sāpju izraisīto objektu. Rodas pieredzes balstīta darbība, kas turpmāk, ārējā vidē saskaroties ar objektu, kas radīja nepatīkamu pieredzi, liks indivīdam mainīt savu uzvedību un ārējo komunikāciju. Tieši intrapersonālā komunikācija nosaka, kāpēc bezpajumtnieki daudzkārt uzliek mūri sev apkārt, nevēloties iegūt sev noderīgu un dzīves kvalitāti uzlabojošu informāciju.

Runājot par bezpajumtnieku izglītības līmeni, sociālā darbiniece stāsta, ka vidēji ir tādi, kam ir pamatskola, vidusskola, ir arī ar nepabeigtu augstāko, bet lielai daļai ir profesija plus vidusskola, kā, piemēram, celtnieki, mūrnieki.

3.4. Intervija ar Rīgas domes Labklājības departamenta bezmaksas informatīvā tālruņa operatori

Bezmaksas informatīvā tālruņa operatore un sociālā darbiniece stāsta, ka saņem zvanus arī no cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas par dažādiem tematiem. Lielākoties bezpajumtnieki vēlas noskaidrot kur pārnakšņot, kur atrodas patversmes vīriešiem un sievietēm, kas viņiem ir jādara, vai ir nepieciešami dokumenti, vai var bez dokumentiem pieņemt patversmē, cik ilgu laiku viņi var patversmēs nakšņot un citi temati. Kā arī interesējas par to, kas var nakšņot, vai citas pašvaldības bezpajumtnieki drīkst. Gadījumā, ja persona ir deklarējusies citā pašvaldībā, tā drīkst tikai piecas dienas katrā patversmē uzturēties.

Runājot par zvanu biežumu un aktīvāko laiku, informatīvā tālruņa operatore stāsta, ka zvani no bezpajumtniekiem ir katru mēnesi, vidēji pieci līdz astoņi zvani mēnesī. Bieži zvana personas, kuras tiek atbrīvotas no ieslodzījuma, jo šādos gadījumos viņiem arī sākumā nav kur palikt. Intervējamā atklāj, ka visaktīvākais laiks ir aukstāks laiks ziemas periodā, kad ir silts tad bezpajumtnieki nelabprāt iet uz nakts patversmēm. Tad viņi labāk dzīvo individuāli dārziņos, pagalmos, koridoros.

Visas līdz šim intervētās personas kopīgi apstiprina faktu, ka bezpajumtnieki labprātāk nakšņo ārpus patversmes, brīvdabā, iespējams, nespējas pakļauties iekšējiem kārtības noteikumiem vai arī socializēšanās problēmu dēļ, kuras teorētiskajā daļā tiek raksturotas kā galvenie iemesli tam, ka cilvēkam nav noteiktas dzīvesvietas.

3.5. Intervija ar Rīgas pašvaldības Labklājības departamenta Sabiedrības informēšanas nodaļas vadītāju

Rīgas domes Labklājības departamenta Iedzīvotāju informēšanas nodaļas vadītāja stāsta, kā Labklājības departaments veic informatīvo kampaņu bezpajumtnieku informēšanai. Tiek izvietotas informatīvas reklāmas - vides reklāmas pilsētā uz informācijas stendiem, uz tiltiem, uz pārbrauktuvēm, arī pilsētvidē vairākās vietās ir plakāts "Nepaej garām cilvēkam, kurš nonācis nelaimē". Bukletu veidā ir izvietota informācija tur, kur bezpajumtnieki visvairāk atrodas. Tās ir bibliotēkas, zupas virtuves, siltā ēdiena izsniegšanas vietas, Sociālais dienests. Slimnīcas uzņemšanas nodaļās ir lieli plakāti izvietoti, arī autoostā un apmeklētāju pieņemšanas centros.

Iepriekšējās intervējamās informāciju drukātā formā minēja kā piemērotāko informācijas nodošanas veidu cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas, kas arī ir veids, kā Labklājības departaments komunicē ar šo mērķa grupu. Balstoties uz teoriju, vides reklāmas ir zemas līdzdalības pakāpes ziņojums. Iepriekš tika secināts, ka bezpajumtniekiem ir būtisks

motivācijas trūkums, tādēļ efektīvākais veids kā saņemt informāciju šai mērķa grupai ir ziņojumi ar zemu līdzdalības pakāpi.

Labklājības departamenta informēšanas kampaņas notiek vienvirziena simetriskā formā, pēc teorijas tās atbilst sabiedrības informēšanas modelim, kura struktūru veido vienvirziena vēstījums no komunikatora uz saņēmēju. Šī modeļa mērķis ir sniegt patiesu, vairāk vai mazāk objektīvu informāciju.

Pēc teorijas šis modelis ir nepilnīgs, jo atgriezeniskās saites trūkums kavē iespēju pārbaudīt informācijas lietderību un patiesumu no tās saņēmēju puses, taču Labklājības departaments savā sabiedrības informēšanas kampaņā informē par bezmaksas informatīvo uzziņas tālruni. Šis tālrunis sniedz iespēju noskaidrot būtisku informāciju, saņemt atgriezenisko saiti par informatīvajām kampaņām, kā arī uzklaut bezpajumtnieku viedokli.

Iedzīvotāju informēšanas nodaļas vadītāja stāsta, ka mediji par šo tematu raksta tad, ja ir interesanti un skandalozī temati, bet informāciju kā tādu, kur saņemt patversmes pakalpojumu, zupas virtuvi īpaši neziņo.

Intervējamā atzīmē, ka visaktīvākais laiks, kad tiek veidota komunikācija ar šo mērķa grupu ir ziemas periods - janvāris, februāris. Tad ir viszemākie grādi, jo galvenais akcents tiek likts uz to, lai cilvēki apmeklētu un vērstos patversmē, lai neatrastos dzīvesvietai un cilvēka drošībai nepiemērotos apstākļos. Vismazākā aktivitāte ir vasaras periodā, jo šie cilvēki mazāk uzturas patversmē.

Visas līdz šim intervētas personas min faktu, ka bezpajumtnieki labprātāk nakšņo uz ielas (siltā laikā) nevis patversmē zem jumta. Šī tendence raisa kopsakarības ar alkoholismu un saskarsmes problēmām, gan interpersonālām, gan intrapersonālām.

Runājot par efektīvāko veidu kā sasniegt šo mērķa grupu, Iedzīvotāju informēšanas nodaļas vadītāja uzskata, ka tā ir Mobilā brigāde ielu sociālajam darbam ar bezpajumtniekiem, arī bibliotēkas, kur šie cilvēki iet un uzturas, lasa un izmanto internetu, arī slimnīcas. Vēstījumam visdrīzāk jābūt plakātu un bukletu veidā, ko cilvēki var paņemt rokās un sev līdzī, kā arī vides reklāmas. Arī pārējās intervējamās uzskata, ka informāciju nepieciešams pasniegt drukātā formā.

Mobilā brigāde ielu sociālajam darbam ar bezpajumtniekiem ir interpersonāls ziņas nodošanas veids, ko arī sociālā darbiniece ar vairāk kā 20 gadu pieredzi sociālajā jomā atzina kā efektīvāko saziņas veidu komunikācijā ar cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas.

4. Fokusa grupas diskusijas kopsavilkums un diskusija

Lai pārbaudītu anketas jautājumu saprotamību bezpajumtņieku vidū, kā arī iegūtu informāciju par bezpajumtņieku mediju lietošanas paradumiem intrapersonālas komunikācijas ceļā, tika izveidota fokusa grupas diskusija.

Fokusa grupas diskusijas jautājumi tika strukturēti trīs daļās. Pirmā daļa atklāj demogrāfisku informāciju par diskusijas dalībniekiem, otrajā daļā tiek runāts par mediju lietošanas paradumiem, iespējām un iemesliem, kāpēc tiek patērēts konkrēts medijs, savukārt trešās daļas mērķis ir noskaidrot to, kā cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas ir uzzinājuši par Rīgas pašvaldības piedāvāto sociālo palīdzību, kā tiek izmantoti pašvaldības reklāmas rīki.

Fokusa grupas diskusija norisinājās vienā no Rīgas pašvaldības patversmēm. Tajā piedalījās piecas dalībnieces – Aija, Diana, Valentīna, Brigita un Sarmīte. Viņu vidējais vecums ir 63 gadi. Intervijā ar sociālo darbinieci tika definēts vidējais bezpajumtņieku vecums sākot no četrdesmit gadiem līdz sirmam vecumam, kas sakrīt ar fokusa grupas diskusijas dalībnieku vidējo vecumu.

Fokusa grupas diskusijas laikā tika novērots, ka viena no dalībniecēm ir mazliet iereibusi, kas arī apstiprinājās no pārējām dalībniecēm turpmākā pētījuma laikā. Patversmē ir stingri aizliegts lietot alkoholu, bet šī persona reibumā ieradās jau patversmē, kur viņai, ienākot pa durvīm, tika atņemts līdzī esošais alkohols. Fokusa grupas laikā novērotā aina dzīvē apliecināja teorijā un intervijās gūto informāciju par pētāmā objekta problēmām saistībā ar apreibinošām vielām.

Otrās daļas jautājumi iesākās ar mērķi apstiprināt vai noliegt intervijā gūto informāciju par to, ka bezpajumtņiekiem nav zināšanas darbā ar datoru. Rezultātā apstiprinājās iepriekšējā pētījumā gūta informācija, tikai viena no fokusa grupas dalībniecēm atzina, ka prot rīkoties ar datoru. Cita dalībniece iepriekš bija izgājusi datora apmācības kursus, taču, ņemot vērā, ka ikdienā dators nav pieejams, zināšanas nenostiprinājās un tika aizmirstas.

Nākamie jautājumi tika uzdoti tikai tai fokusa grupas dalībniecei, kurai bija zināšanas un pieredze darba ar datoru. Viņa atzina, ka internetu izmanto katru otro dienu un šo pakalpojumu iegūst Latvijas Nacionālajā bibliotēkā. Uz jautājumu par to kāds ir mērķis datora lietošanai, dalībniece atbild, ka internetu izmanto, lai apskatītu bankas izrakstus, apmeklētu e-pastu un autobusu sarakstu, ārstu pieņemšanas laikus un citas ikdienišķas un praktiskas lietas.

Ņemot vērā dalībnieku atbildes, jāsecina, ka internets kā informācijas ieguves veids nav īpaši populārs bezpajumtņieku vidū, un, ja mērķis ir sasniegt šo grupu, tad šis kā kanāls nebūt nederēs.

Uz jautājumu, vai fokusa grupas diskusijas dalībniecēm ir mobilais telefons, trīs dalībnieces atbildēja, ka tām ir mobilais telefons, turpretī divas apgalvoja, ka nav. Viena no viņām akcentēja faktu, ka vēl nesen tai bija telefons, taču kāds ļaunprātīgi to nozaga, tāpēc viņa vairs negrasās atkārtoti iegādāties telefonu.

Šī fokusa grupas dalībnieces negatīvā pieredze un reakcija uz pāridarījumu sasaucas kopā ar teoriju un intervijās gūtajiem datiem, kuri apgalvo, ka cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas ir ļoti jūtīgi pret dažādiem pāridarījumiem un negatīvām pieredzēm, un viņu reakcija visbiežāk ir ierauššanās sevī un izvairīšanās no iespējas, ka situācija atkārtosies.

Līdzīga situācija tiek novērota attiecībā uz dažādiem pabalstiem, apmācībām un cita veida sociālu palīdzību, kas motivē bezpajumtniekus integrēties sabiedrībā. Līdzīgi kā teorijā tika minēts arī intervijās apliecinājās šis bezpajumtnieku aizsargmehānisms, kas būtiski jāņem vērā, izvēloties atbilstošāko ziņas nodošanas kanālu.

Runājot par telefonu kā informācijas nodošanas kanālu, jāatzīst, ka šis rīks der informācijas nodošanai, taču, lai uzzinātu ticamākus datus, nepieciešams šo jautājumu pavērst kvantitatīvā rakursā, kas tiks iekļauts aptaujā.

Četras no piecām fokusa grupas diskusijas dalībniecēm atzina, ka radio klausās tādēļ, ka patīk laba mūzika. Vienai vairāk patīk krievu hīti, citām latviešu vecās dziesmas. Patversmē radio klausīties neiznāk, jo nākas saskarties ar interešu dažādību, kas var aizvest līdz savstarpējam konfliktam. Šī iemesla dēļ jāsecina, ka cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas radio nav kā efektīvākais kanāls informācijas nodošanai, taču, ņemot vērā, ka tomēr četras no piecām dalībniecēm labprāt klausās radio, šis jautājums jāietver aptaujas anketa, lai noskaidrotu klausītākās radiostacijas un paša kanāla izmantošanu kā tādu.

Savukārt televīziju ikdienā skatās tikai viena dalībniiece, pārējās labprātāk skatās filmas vai neskatās nemaz, jo nav šādas iespējas. Ka iecienītākos kanālus minēja ltv1 un ltv7. Viena fokusa grupas diskusijas dalībniiece uz šo jautājumu atbildēja apstiprinoši, taču nodomāja pavisam ko citu, kas turpmākā diskusijas laika atklājas, ka šī persona ikdienā skatās sabiedriskajā transporta ekrānā redzamās reklāmas un paziņojumus. Šis, iespējams, ir viens no efektīvākajiem bezpajumtnieku informēšanas kanāliem, jo, pirmkārt, pēc teorijas balstoties televīzija ir kanāls ar zemu komunikācijas saņēmēja līdzdalību, kas pēc pētījuma datiem ir veids, kā vislabāk nodot ziņojumu cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas.

Runājot par avīzēm un žurnāliem, trīs dalībnieces atzina, ka reizēm lasa presi, lielākoties to, ko iespējams atrast laukā vai kāds iedod palasīt, taču no mīļākajiem izdevumiem tiek minēti laikraksti krievu valodā.

Avīzes un žurnāli ir kanāls ar augstu auditorijas līdzdalību, tāpēc, iespējams šis nav efektīvākais veids ka nodod ziņojumu bezpajumtniekiem, taču šim kanālam ir zema iespēja

saskarties ar negatīvu iepriekšēju pieredzi, tāpēc, iespējams, ja komunikācijas vēstījums tiks noformulēts pareizajā veidā (intervijās atklājās, ka vajag vienkāršā valodā, tieši un skaidri parādīt, ko iegūs pie attiecīgās rīcības) tad tas var kalpot par labu informācijas nodošanas veidu.

Vaicājot par veidiem kā tikusi iegūta informācija par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem, trīs no piecām fokusa grupas dalībniecēm atzina, ka informāciju ieguvušas no sociālā darbinieka. Vēl kā informācijas ieguves veids tika minēta reklāma sabiedriskajā transportā un slimnīcā.

Reklāma sabiedriskajā transportā un slimnīcā uz sienas ir vides reklāmas, kas pēc teorijas tiek raksturotas kā informācijas nodošanas veids, kanāls ar zemu līdzdalību. Savukārt pēc teorijas komunikācija ar sociālo darbinieku ir intrapersonāla komunikācija, kas arī pētījuma pirmajā daļā atklājās kā viens no efektīvākajiem informācijas nodošanas veidiem.

Runājot par Rīgas domes Labklājības departamenta bezmaksas informatīvo tālruni, visas fokusa grupas dalībnieces atzina, ka iepriekš nav to izmantojušas, neskatoties uz to, ka trim dalībniecēm ir telefons (ceturtajai tikai īsu periodu nav). Iespējams, dalībniecēm šāds komunikācijas veids nav no piemērotākajiem vai arī līdz šim nav bijusi nepieciešamība pēc bezmaksas uzziņas tālruņa izmantošanas.

Jautājums par labklājības departamenta mājaslapu un rīga.lv portālu tika uzdots tikai vienai dalībniecei, kura atzina, ka iepriekš nav apmeklējusi šo lapu. Ņemot vērā visus datus saistībā ar internetu un datora lietošanas paradumiem, internets kā informācijas nodošanas kanāls būtu jāizslēdz no saraksta, taču, lai izpētītu kopējo situāciju saistībā ar datora lietošanas prasmi un pārliecinātos par šiem datiem, jautājumi saistībā ar internetu kā informācijas nodošanas kanālu tiks iekļauti aptaujas anketā.

Dienas centrā bezpajumtniekiem ir pieejami datora apmācības kursi. Tika jautāts fokusa grupas dalībniecēm, vai viņas velētos iemācīties lietot datoru, un atbilde bija noraidoša. Viena fokusa grupas dalībniece, neskatoties uz to, ka datori bezmaksas lietošanai ir pieejami vairākās vietās Rīgā, atbildēja, ka nav jēgas mācīties lietot datoru, ja pašam tā nav. Pēc teorijas šis apgalvojums ir veids kā pašam apmānīt sevi, izdomājot neobjektīvu argumentu aiz kura paslēpt savas iekšējās bailes un, iespējams, motivācijas trūkumu.

Visas dalībnieces kopumā ir apmierinātas ar informācijas pieejamību. Viņuprāt labākais veids kā saņemt informāciju ir reklāma sabiedriskajā transportā. Esot trolejbusā, tramvajā vai autobusā, pasažieris ir gaidīšanas procesā, jo ir konkrēts mērķis—sagaidīt savu pieturu. Šāds intrapersonāls stāvoklis ir piemērots ziņojuma nodošanai tām personām, kurām piemērotāks ziņojuma nodošanas veids ir ar pēc iespējas zemāku līdzdalību.

5. Aptaujas datu apkopojums un diskusija

Kā trešā, pēdējā pētījuma metode tika izvēlēta aptauja, kas ir vienīgā kvantitatīvā pētījuma metode šajā pētījumā. Pētot efektīvākos informācijas nodošanas kanālus, būtiski svarīgi ir zināt statistiku (vidējos mediju lietošanas paradumus konkrētajā mērķa grupā), kas paredz, ka bez kvantitatīva pētījuma neiztikt.

Pētījumam tika izraudzīti Rīgā dzīvojoši bezpajumtnieki. Anketas tika sagatavotas drukātā formā uz divām lapām (drukātas no abām pusēm). Sākotnēji radās nelielas šaubas, vai pētāmais objekts spēs aizpildīt anketu ar vairākiem atvērtajiem jautājumiem, jo pēc teorijas šīm personām ir būtiski jūtams motivācijas un pašdisciplīnas trūkums. Tam par iemeslu tika izdalītas vairāk kā divi simti anketu, lai iegūtie rezultāti būtu pēc iespējas reprezentablāki. Anketas tika izdalītas četrās dažādās Rīgas naktspatversmēs un dienas centrā bezpajumtniekiem. Kopumā tika saņemtas 203 respondentu atbildes, no kurām 128 ir vīrieši un 75 sievietes, kas arī tika akcentēts pētījuma interviju sadaļā, vīrieši starp bezpajumtniekiem ir izteikti vairāk. Respondentu vidējais vecums 51- 60 gadi.

Anketa līdzīgi kā fokusa grupas diskusija tika strukturēta trīs daļās, kur pirmā daļa veido demogrāfiska rakstura jautājumus, otrās daļas mērķis ir noskaidrot pētāmā objekta mediju lietošanas paradumus, savukārt, trešajā daļā tiek noskaidrots informācijas ieguves veids par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem.

No 203 respondentiem 23% apgalvoja, ka prot lietot datoru un reizēm to izmanto, 10% uzskata, ka prot lietot, bet tomēr neizmanto datoru, līdzīga daļa respondentu labprāt iemācītos lietot datoru, bet domā, ka nav šādas iespējas, savukārt puse respondentu atzina, ka neprot lietot datoru. Salīdzinot kvantitatīvos datus ar intervijās gūto informāciju, ievirze paliek nemainīga, internets kā informācijas nodošanas kanāls tomēr nav piemērotākais cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas, taču puse respondentu pie dažādiem apstākļiem būtu gatava izmantot šo kanālu, kas ir daudz vairāk ne kā intervijās un fokusa grupas diskusijā tika prognozēts.

No datora lietotājiem vairāk kā puse jeb 60% internetu izmanto regulāri, vismaz reizi nedēļā. Starp bezpajumtniekiem visvairāk šis pakalpojums tiek iegūts bibliotēkās, telefonā, dienas centrā bezpajumtniekiem un pie draugiem, paziņām. Kā interneta ieguves vietas tika minētas arī autoosta, darba birža, patversme, sarkanais krusts, darbs un interneta kafejnīcas. Šīs vietas var kalpot ne tikai kā interneta izmantošanas vieta, bet arī informācijas nodošanas kanāls.

Runājot par sociālajiem tīkliem, tikai 11 respondenti atzina, ka ir reģistrējušies sociālajos tīklos, kas nav un visticamāk arī nebūs informācijas nodošanas kanāls cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas.

Runājot par mobilo telefonu kā personīgo īpašumu, 142 no 203 respondentiem jeb 70% atzina, ka viņiem ir personīgais telefons. Tā ir vairāk kā puse, kas arī telefonu padara par iespējamu informācijas nodošanas, apmaiņas kanālu. Taču vislabākais veids kā izmantot šo ierīci, ir ievākt telefona numurus un vēlāk apzvanīt mērķa grupu, jo kā jau teorijā un intervijās tika secināts, cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas ir personas ar zemu motivācijas līmeni un komunikatīvu iesaisti.

Radio ir kanāls, kuru izmanto 65% no visiem respondentiem. Klausīšanās biežums ir katru dienu vai arī tad, kad ir iespējams. Vieta, kur tiek izmantots šis kanāls lielākoties ir patversme vai sabiedriskas vietas kā, piemēram, sabiedriskais transports, ēdnīcas, darbs. Mīlētākās radiostacijas ir SWH, Skonto, Latvijas radio. Starp klausītākajām stacijām ir arī raidstacijas krievu valodā – retro fm un mix fm.

Radio ir masu komunikācijas kanāls, kurš teorētiskajā daļā tiek atzīts par vienu no piemērotākajiem veidiem komunikācijā ar grūti sasniedzamu auditoriju, taču jāievēro pēc iespējas atbilstošāka masu komunikācijas kanāla izvēle.

Fokusa grupas diskusijas analīzē tika atklāts, ka radio nav efektīvākais informācijas nodošanas kanāls, jo patversmes iedzīve ir iekārtota tāda, ka klientiem nav pašiem savas telpas, kā rezultātā klientes neklausās radio, lai izvairītos no konflikta interešu dažādības dēļ. Neskatoties uz fokusa grupas datiem, radio tomēr ir apsvēršanas vērts kanāls, jo to izmanto 65% respondentu, taču raidstaciju ir pārāk daudz, lai notrāpītu uz īsto masu komunikācijas kanālu.

Runājot par televīziju, mazliet mazāk kā puse jeb 48% respondentu atzina, ka skatās televīziju, lielākoties pie draugiem un radiem, patversmē un dienas centrā bezpajumtniekiem. Lielākā daļa, kuri atbildēja uz jautājumu par televīzijas skatīšanās biežumu, atzina, ka dara to vairākas reizes nedēļā. Kā iecienītākais televīzijas kanāls tika atzīts LTV7, kam sekoja NTB, LNT un LTV1. Zīmīgi, ka divi skatītākie kanāli pārraida saturu krievu valodā, kas arī iezīmē jautājumu par vēstījuma kanāla izvēli dažādās valodu lietošanas auditorijās.

Radio un televīzija ir masu saziņas līdzekļi ar zemu ziņojuma saņēmēja līdzdalību. Salīdzinot šos abus kanālus, nākas secināt, ka televīzija ir efektīvāks variants tā iemesla dēļ, ka starp televīzijas kanāliem iezīmējas iecienītāko kanālu tops, savukārt radio stacijas klausās par 17% vairāk respondentu nekā televīziju, kas padara masu komunikācijas izvēli specifiskāku un sarežģītāku.

Starp anketā minētajiem masu komunikācijas kanāliem, avīzes un žurnāli ir visvairāk lietotākie, sastādot 72% no kopējā respondentu skaita. Lielākoties bezpajumtnieki presi iegūst bibliotēkās, patversmēs un dienas centrā bezpajumtniekiem. Lielākā daļa šo kanālu patērē katru dienu, ir arī tādi, kas reizi mēnesi izlasa savu mīļāko izdevumu. Starp lasītākajiem izdevumiem

latviešu valodā ir atrodama Diena, Neatkarīga avīze un Kas jauns, savukārt starp lasītākajiem izdevumiem krievu valodā izteikti līderi ir MK Latvia, Вести un cyббoтa. Salīdzinot minēto lasītāko izdevumu daudzumu latviešu valodā pret presi krievu valodā, jāsecina, ka žurnāli un avīzes latviešu valodā tika pieminēti 43% gadījumu, kas ir par 14% mazāk nekā izdevumi krievu valodā.

Šis fakts liek secināt par to, ka, ja vēstījums tiks izvēlēts pareizajā kanālā, bet tā saturs būs mērķa grupai grūti saprotams, tad ļoti iespējams, ka ziņojums netiks saņemts. Ja mērķis ir nodot ziņojumu, tad būtiska ir ne tikai efektīvākā kanāla izvēle, bet arī veiksmīga vēstījuma izveide.

Runājot par presi no teorijas viedokļa, tas ir masu komunikācijas līdzeklis ar augstu līdzdalības līmeni, kas nozīmē to, ka vēstījums tiks pilnība saņemts tādā gadījumā, ja tā mērķa grupas saņēmējs būs pietiekami motivēts un ieinteresēts to saņemt.

Anketas trešā daļa tika izgatavota ar mērķi noskaidrot kā cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas ir saņēmuši informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem. Lielākā daļa respondentu atzina, ka tie informāciju iegūst tiešā kontaktā no sociālā darbinieka. Pētījuma interviju sadaļā kā labākais veids tika minēta klātienes komunikācija no cilvēka cilvēkam, kas arī aptaujas datos šis ir visbiežāk saņemtais informācijas kanāls par Rīgas pašvaldības sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem. Vēl kā interpersonālas komunikācijas veids tika minēts draugi/paziņas un ģimenes ārsts.

Starp masu komunikācijas kanāliem kā pirmā tika minēta prese, kam sekoja televīzija, radio un plakāti uz sienas. Liela daļa arī informāciju ir saņēmuši drukātā formā (bukleti, informācijas stendi).

Runājot par bezmaksas informatīvo tālruni, tikai 6% respondentu atzina, ka ir izmantojuši šo informācijas ieguves veidu un kā galveno tā iemeslu min uzzināt informāciju par sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem, noskaidrot sabiedriskā transporta kursēšanas laikus, kā arī meklēja dažādas darba iespējas.

Labklājības departamenta bezmaksas informatīvais tālrunis tiek komunicēts vairākos veidos, tas ir izlikts uz plakātiem visās patversmēs. Maza ir iespēja, ka bezpajumtnieki šo tālruni iepriekš nav manījuši, drīzāk motivācijas un iesaistes trūkums, kā arī komunikācijas forma ir galvenais iemesls, kādēļ šis informācijas ieguves veids ir tik maz izplatīts cilvēku bez noteiktas dzīvesvietas vidū.

Respondentiem tika vaicāts par portāla rīga.lv apmeklējumu un tā iemeslu. Ņemot vērā, ka datoru lietotāju skaits ir tikai 23% no kopējā respondentu skaita, arī ir izskaidrojams fakts, ka portālu rīga.lv ir apmeklējuši tikai četri respondenti. Viņu mērķis bija apskatīt pasākumu

programmu, uzzināt par izmaiņām likumdošanā un nakts patversmju darbībā, kā arī tīra ziņkārība.

Līdzīgs jautājums tika uzdots saistībā ar Labklājības departamenta mājaslapu. Seši respondenti atzina, ka ir apmeklējusi šo mājaslapu un apmeklējuma galvenais mērķis bija uzzināt par rindu uz dzīvokli un iespējamajām brīvajām vakancēm.

Datora lietošanas paradumu un interneta izmantošanas jautājumi atklāj, ka internets nav efektīvs informācijas nodošanas kanāls cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas.

Respondentiem tika vaicāti viņu uzskati par iespēju iegūt informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem. Vairāk nekā puse jeb 58% respondentu atzina, ka viņos mīt sajūta, ka daudz informācijas nav pieejamas un nezina. Uz pusi mazāka daļa, 29% respondentu atzina, ka ir apmierināti ar informācijas pieejamību, savukārt 11% uzskata, ka tiem nav nepieciešama šāda informācija. No teorijas viedokļa nevēlēšanai iegūt informāciju par pašvaldības piedāvāto sociālo palīdzību iemesls ir rodams pagātnē negatīvi gūtas pieredzes rezultātā, kad zūd motivācija uzlabot savu pašreizējo stāvokli. Jo personas, kas aizpildīja anketu, ir Rīgas patversmes klienti, tātad jau tiek izmantots sociālās palīdzības pakalpojums.

Pēc bezpajumtnieku domām visefektīvākais veids kā saņemt informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem ir tiešā kontaktā no sociālā darbinieka, arī teorija un kvalitatīvās pētījuma metodes apliecina, ka šis ir viens no efektīvākajiem saziņas veidiem komunikācijā ar cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas.

Aptaujas dati rāda, ka otrs ieteiktākais saziņas veids ir internets. Cilvēki, kuri ikdienā lieto internetu apjauš tā lietderību un uzskata datora pastarpinātu komunikāciju kā efektīvu saziņas veidu, taču, ņemot vērā kopējos datora lietošanas datus, jāsecina, ka internets nav no tiem efektīvākajiem kanāliem.

Starp bezpajumtnieku ieteiktajiem veidiem kā saņemt informāciju tika minēti arī tādi nestandarta kanāli kā daudzdzīvokļu kāpņu telpas, veikalos pie kases, kontrolieri kā informācijas nesēji, specializēts iknedēļas izdevums.

Anketas beigās tika dota iespēja komentēt un nodot ieteikumus. Saņemtas tādi komentāri kā pateicība dežurantei un sociālajam darbiniekam; pateicība pašvaldībai par sociālo palīdzību (4 respondenti); vēlas iespēju vairāk parunāties ar sociālajiem darbiniekiem (2 respondenti); uzskata, ka pabalsti ir pārāk zemi; vēlas, lai būtu vairāk testi, ko pildīt (attiecināms uz anketu); vairāk profesionālisma un cieņas pilnu attieksmi; uzskata, ka no soc. darbiniekiem uzzina visu, kas nepieciešams (2 respondenti); vēlas saņemt informāciju krievu valodā; vēlētos, lai vairāk informē (4 respondenti); Palīdzību neizmanto un neinteresē informācijas saņemšana (2respondenti); labāku attieksmi pret iebraucējiem no citām pilsētām.

Komentāri ir ļoti dažādi, bet vairums tomēr tendēts uz pozitīvu vai neitrālu noskaņu. Trāpīgs šķīta lūgums sniegt iespēju vairāk parunāties ar sociālajiem darbiniekiem. Balstoties uz teoriju, jāatzīmē, ka pašvaldības un valsts sniegtā sociālā palīdzība bezpajumtniekiem ir īpaši svarīga. Bieži vien cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas ir tie, kuriem nav ģimenes, viņi ir vieni un vientuļi.

Teorijā bezpajumtnieki ir raksturoti kā pārsvarā vientuļi cilvēki bez ģimenes, atkarību dēļ tiem nav finansiāls nodrošinājums, kā rezultātā iztrūkst arī kolēģu iesaiste. Alkoholisms degradē komunikācijas un saskarsmes spējas, kas atsaucas ne tikai uz darba spēju zudumu, bet arī uz labvēlīgu sakaru trūkumu, jo lielākoties paziņu lokā ir cilvēki ar tādām pašām problēmām. Bezpajumtniekiem viss, kas paliek no labklājības loka ir publiskais sektors – atbalsts no valsts un pašvaldības.

Divi respondenti komentēja, ka sociālo palīdzību neizmanto un nav nepieciešams iegūt informāciju par to. Šīs personas neapzinās vai negrib atzīt, ka jau ir patversmes klienti, jo tiklīdz persona ir patversmē tā saņem patversmes pakalpojumu un kļūst par patversmes reģistrētu klientu. Iespējams, ka šīs personas raksturo to teorijā definēto bezpajumtnieku tipu, kam neko nevajag, kuri iepriekš ir guvuši negatīvu pieredzi kā rezultātā nevēlas to atkārtoti saņemt.

Līdzīgi kā jebkurš cilvēks arī cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas ir dažādi. Ja vieni atzīst, ka neko nevēlas uzzināt, tad turpretī citi minēja, ka labprāt vēlētos saņemt vairāk informāciju par pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem. Vēl bija arī pozitīvi un apmierināti cilvēki, kuri no visas sirds pateicās sociālajiem darbiniekiem par palīdzību un novēlēja tikai to labāko.

SECINĀJUMI UN IETEIKUMI

Raugoties pēc pētījuma procesā iegūtajiem datiem, var apgalvot, ka uz bakalaura darba izvirzītajiem pētnieciskajiem jautājumiem ir rastas atbildes.

Teorijā tika noskaidrots, ka viens no efektīvākajiem veidiem komunikācijai ar grūti sasniedzamu auditoriju ir pielietot masu komunikācijas līdzekļus. Aptaujas dati atklāj, ka cilvēki bez noteiktas dzīvesvietas visvairāk patērē radio un presi, taču visefektīvākais no masu komunikācijas kanāliem saziņai ar bezpajumtniekiem ir vides reklāma un reklāma sabiedriskajā transportā.

Piemērotākais ziņojuma nodošanas veids komunikācijā ar cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas ir drukātā formā, ko iespējams paņemt līdzi. Ne tikai sociālie darbinieki, bet arī paši bezpajumtnieki atzina, ka bukleti ir viens no patīkamākajiem veidiem kā saņemt informāciju.

Runājot par efektīvāko komunikācijas kanālu ziņojuma nodošanai bezpajumtniekiem, vispiemērotākā ir interpersonāla komunikācija klātienē. Cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas raksturīgs ir tas, ka pārsvarā viņi visi labāk komunicē klātienē, sarunvalodā un pēc iespējas vienkāršāk. Ņemot vērā, ka šī mērķa grupa būtiski cieš no sociālās izolētības un tiem ir saskarsmes grūtības, maz ticams, ka viņi paši meklēs informāciju un ņems līdzdalību informācijas saņemšanā.

Interpersonālu komunikāciju kā efektīvāko vēstījuma nodošanas veidu atzina ne tikai intervējamie sociālie darbinieki, bet arī paši bezpajumtnieki fokusa grupas diskusijas un aptaujas datos. Lielākā daļa informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem saņem no sociālā darbinieka un uzskata, ka tas ir labākais veids kā saņemt informāciju. Sadaļā *ieteikumi* daži respondenti atzina, ka vēlētos iespēju vairāk parunāties ar sociālajiem darbiniekiem.

Balstoties uz teoriju, cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas ir iedragāts labklājības loks un tieši trūkstošo posmu dēļ bezpajumtniekiem ir nepieciešama emocionāla saskarsme un apziņa, ka tie nav vieni, tāpēc labprāt vēlas saņemt informāciju no sociālajiem darbiniekiem.

Otrkārt, bezpajumtniekiem nepieciešams vienkāršs, konkrēts, sarunvalodā pausts ziņojums. Situācijā, ja, piemēram, ziņojuma saturs radio nebūs veiksmīgi izstrādāts, izmantojot pārāk sarežģītus vārdus vai teikumus, informāciju bezpajumtnieki var dzirdēt, bet tā arī nesaņem. Bezpajumtnieks, visticamāk, nemeklēs veidu kā uzzināt to, kas nebija saprotams. Klātienē komunicējot ar personu, komunikators jūt, ja cilvēks ko nesaprot, tādā situācijā uzreiz ir iespējams mainīt saturu un veidu kā tiek pasniegta ziņa.

Atbildot uz jautājumu par to, vai Rīgas pašvaldības izvēlētie komunikācijas kanāli ir pietiekami efektīvi saziņai ar bezpajumtniekiem, jāatzīst, ka šie kanāli atbilst konkrētās mērķa grupas sasniegšanai, un par pamatu tiek izvēlēti efektīvākie komunikācijas kanāli - vides reklāmas pilsētā uz informācijas stendiem, uz tiltiem, uz pārbrauktuvēm, arī pilsētvidē vairākās vietās ir plakāts ‘Nepaej garām cilvēkam, kurš nonācis nelaimē’. Bukletu veidā ir izvietota informācija tur, kur bezpajumtnieki visvairāk atrodas. Tās ir bibliotēkas, zupas virtuves, siltā ēdiena izsniegšanas vietas, Sociālais dienests, slimnīcas uzņemšanas nodaļās ir lieli plakāti izvietoti, arī autoostā un apmeklētāju pieņemšanas centros.

Runājot par aspektiem, kas jāņem vērā, komunicējot ar cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas, kā galvenais aspekts jāmin pašvērtējuma trūkums, grūtības sociāli integrēties un ievērot noteikumus, kā arī *aizsarga celšana* gadījumos pie negatīvas pieredzes.

Situācijā, kad cilvēku ir apkrāpis kāds, vai arī tas paliek bez pajumtes ģimenes konfliktu dēļ, tiek pamatīgi iedragāts viņa sociālās labklājības loks. Teorētiskajā daļā ir definēts labklājības loks jeb kanāli caur kuriem persona var gūt sociālo palīdzību.

Personai, kura ir bez darba, ar ģimeni nav draudzīgs kontakts ir nācies gūt sliktu pieredzi sadarbībā ar valdības iestādēm rodas problēmas uzticēties publiskajam sektoram, vienīgajam, kas tam paliek no labklājības loka.

Šis ir iemesls, kāpēc komunikācijas kanāls ar atturīgu auditoriju jāizvēlas tāds, caur kuru persona informāciju saņem bez personiskās iesaistes, viņam to gribot vai negribot, kam vispiemērotākais pēc teorijas ir kanāls kā sensors - centrēts uz cilvēku. Tas ir raksturots kā informācijas veids, kas ļauj indivīdam to saņemt caur fiziskām maņām – redzi, dzirdi, smaržu, tausti un garšu.

Intervijās un fokusa grupas diskusijā tika noskaidrots, ka komunikācijā ar šo mērķa grupu nedrīkst neko uzspiest, viņi nelabprātīgi pakļaujas sistēmai un lietu kārtībai, un vienīgais veids kā tos motivēt uz darbību ir caur dažādu pamata vajadzību apmierināšanu. Visefektīvākais informācijas nodošanas kanāls šai mērķa grupai ir caur fiziskām maņām uz intraperosnālu komunikāciju. Piemēram, zupas smarža vai vizuāli baudām attēls, kurā tiek pausta pamatvajadzību apmierināšana, rada motivāciju rīcībai, kas tālāk noved pie komunikācijas klātienē. Fiziskā maņa ir efektīvs piesaistīšanas veids, taču intrapersonāla komunikācija efektīvākais informācijas nodošanas veids.

Lai zinātu, kur strādāt ar pētāmā objekta maņām, jānoskaidro vietas, kur uzturas bezpajumtnieki. Aptaujas dati liecina, ka bezpajumtnieki bieži uzturas dienas centrā bezpajumtniekiem, interneta kafejnīcās, bibliotēkās, parkos, stikla taras nodošanas punktos, autoostā, sabiedriskās ēstuvēs vai citās vietās, kur var apsēsties iekštelpā.

IZMANTOTIE AVOTI UN LITERATŪRAS SARAKSTS

Izmantotais literatūras saraksts

1. Seiler W. J., Beall M. L., (2005). *Communication Making connections*. America: Allyn & Bacon.
2. DeVito, J., A., (2013) *The Interpersonal Communication Book*, America: Pearson.
3. Edwards, A., Edwards, C., Wahl, T., S., Myers A., S., (2013) *The Communication Age Connecting and Engaging*. Canada: SAGE Publications.
4. Cobley, P., Schulz, J., (2013). *Theories and models of communication*, Germany: Hubert & Co.
5. Katlips, M., S., (2002). *Sabiedriska attiecības*. Rīga: Avots.
6. Praude, V., (2011). *Mārketings*. Rīga: Burtene.
7. Olivera, S., (2009). *Sabiedrisko attiecību stratēģija*. Rīga: Lietišķās informācijas dienests.
8. Timothy C., W., Holladay, J., S., (2014). *PR Strategy and Application: Managing Influence*, WILEY-BLACKWELL.P.68.
9. Grīns, E., (2008). *Radošas sabiedriskās attiecības*. Rīga: Lietišķās informācijas dienests.
10. Seiler W. J., Beall M. L., (2005). *Communication Making connections*. America: Allyn & Bacon.
11. Chandler, D., Munday, R., (2011). *A Dictionary of Media and Communication (Oxford Quick Reference) 1st Edition*.
12. Cutlip. M. S., Center, A., H., Broom G., M., (2005) *Effective Public Relations (9th Edition)*. Prentice Hall.
13. Guth, W., D., Marsh C. (2011) *Public Relations: A Value Driven Approach (5th Edition)*. Pearson.
14. Katlips, M., S., Senters, A., H., Brūms, M., G., (2002) *Sabiedriskās attiecības*, Rīga: Avots.
15. Ozoliņa, Ž., Reinholde, I., (2009). *Laba pārvaldība*. Rīga: Apgāds „Zinātne”.
16. Vanags, E., Vilka, I., (2005). *Pašvaldību darbība un attīstība*. Rīga: Latvijas Universitātes Akadēmiskais apgāds.
17. Wilcox L., D., Cameron, T., G., Reber, H., B., (2015) *Public Relations, strategies and tactics, (11 edition)*, Pearson.

18. Heath, R., Coombs, T.,(2006). *Today's Public Relations: An Introduction 1st Edition*, America: Sage publications.
19. Theaker, A., *The Public Relations Handbook (Media Practice) 5th Edition*. London. Routledge.
20. Martin, E., M., (2010) *Introduction to Human Services: Through the Eyes of Practice Settings (2nd edition)* Pearson.
21. Koprowska, J., (2010). *Communication and Interpersonal skills in social work.Third Edition*. SAGE.
22. Latvijas Universitāte, (2006). *Sociālā atstumtība un sociālā iekļaušana: situācijas izvērtējums Latvijā. Zinātnisko rakstu krājums*. Rīga: LU.
23. Lāce T., (2012) *Sociālā atstumtība Latvijā. Situācijas raksturojums un politiskā analīze*. Rīga: Zinātne.
24. Mārtinsone K., Pipere A., Kamerāde D.(2016), *Pētniecība- teorija un prakse* Rīga: RaKa.
25. Kristapsone S.(2008), *Zinātniskā pētniecība studiju procesā* Rīga: Turība.
26. Mārtinsone, K., Pipere, A., (2011) *Ievads pētniecībā stratēģijas, dizaini, metodes*. Rīga: RaKa.
27. Kroplijs, A., Raščevska, M., (2010). *Kvalitatīvās pētniecības metodes sociālajās zinātnēs*. Rīga: Raka.
28. Krueger, A., R., Casey, M., A., (2015) *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research 5th Edition*. Sage publications.

Izmantotie avoti

1. Rīgas domes Labklājības departamenta GADAGRĀMATA ‘‘Sociālā sistēma un veselības aprūpe Rīgā 2016. gadā.
2. Latvijas Fakti (2017) *Latvijas iedzīvotāju medijpratība*. Rīga: Latvijas fakti.

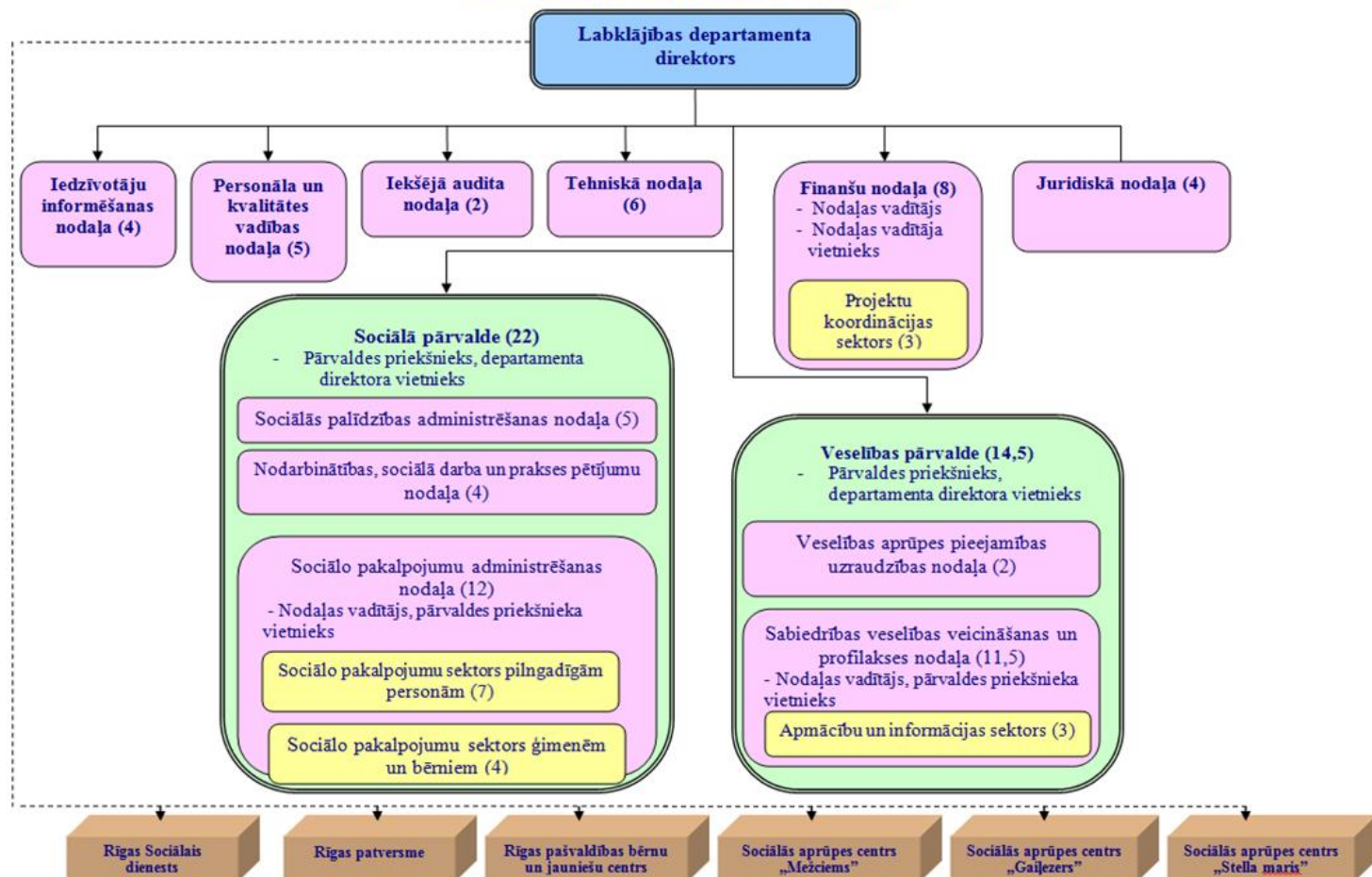
PIELIKUMI

Sociālo pakalpojumu bezpajumtniekiem sniedzēju saraksts''1. pielikums

Nr. p/k	Pakalpojuma uzsākšanas datums	Sociālie pakalpojumi bezpajumtniekiem Rīgas pašvaldībā	Vietu skaits
1.	2002. gads	Rīgas patversmes vīriešu nodaļa, Maskavas ielā 208	170
2.	2002. gads	Rīgas patversmes sievietes nodaļa, Bārddziņu ielā 2	90
3.	2003. gads	Naktspatversme vīriešiem „Zilais Krusts”, Mazjumpravas ielā 8	Līdz 250
4.	2006. gads	Nodibinājuma „Latvijas Evaņģēliski luteriskās baznīcas Diakonijas centrs” zupas virtuves pakalpojums Āgenskalna tirgus rajonā	Līdz 350 porcijām
5.	2006. gads	Biedrības „Žēlsirdības misija “Dzīvības ēdiens”” zupas virtuves pakalpojums Kr.Barona ielā 56	Līdz 200 porcijām
6.	15.11.2007.	Rīgas patversmes Mobilā brigāde ielu sociālajam darbam ar bepajumtniekiem	-
7.	16.10.2008.	Biedrības „Labā cerība” sociālais rehabilitācijas centrs sievietēm, Mārupes ielā 31-11	10
8.	26.01.2009.	Biedrības „PINS” naktspatversme sievietēm, Tvaika ielā 2, kop.12 (darbojas ziemas periodā no 01.oktobra līdz 30.aprīlim)	Līdz 40
9.	20.03.2009.	Biedrības „Latvijas Sarkanais Krusts” naktspatversme sievietēm un vīriešiem Gaiziņa ielā 7	Līdz 85
10.	21.05.2009.	Rīgas patversmes Dienas centrs bezpajumtniekiem un maznodrošinātiem Rīgas iedzīvotājiem Katoļu ielā 57	130
11.	01.12.2009.	No 16.10.2008. Biedrības „Labā cerība” sociālās rehabilitācijas centrs vīriešiem Aglonas ielā 35/3	18

12.	01.01.2010.	SIA „V.E.L.G.” naktspatversme vīriešiem un sievietēm Esplanādes ielā 1 (Bolderāja)	Līdz 120
13.	01.01.2011.	SIA „V.E.L.G.” naktspatversme vīriešiem Kartupeļu ielā 8 (Ziepniekkalnā)	Līdz 140
14.	01.01.2012.	Latvijas pareizticīgās baznīcas Rīgas svētās trijādības – Sergija sieviešu klosteris nodrošina zupas virtuves pakalpojumu ziemas mēnešos Kr.Barona ielā 126	Līdz 200 porcijām
15.	01.01.2013.	Biedrības „Svētā Jāņa Palīdzība” zupas virtuves pakalpojums Laktas ielā 8, k-1	Līdz 150 porcijām
16.	01.01.2014.	Biedrība „Integrācija sabiedrībai” sociālais rehabilitācijas centrs vīriešiem Ratniekos, Silmalās, Salas pagastā, Babītes novadā	20

RD Labklājības departamenta struktūra



1. Intervijas

1.1. Intervija ar Ainu (Sociālā darbiniece, pašvaldībā strādā jau 20 gadus)

Kāds, Jūsprāt, ir vidējais bezpajumtnieks, vai varat raksturot un nosaukt tiem kādas kopīgas iezīmes?

Vidējais bezpajumtnieks tas varētu būt vecumā no 40 līdz pat sirmam vecumam, bet nu paraksti līdz sirmam vecumam bezpajumtnieki nenodzīvo. Vairums dzīvo tikai līdz teiksim, pensijas vecumam, gadiem septiņdesmit. Kopējas pazīmes ir tas, ka vairums viņi ir slikti apgērbusies, un ir jūtamas problēmas ar higiēnas ievērošanu. Daudziem arī ir apsaldējumi vairākās ķermeņa vietās.

Un kāda ir komunikācija ar bezpajumtnieku, vai ir kas specifisks, ko Jūs varētu minēt?

Pārsvarā viņi visi labāk komunicē klātienē un sarunvalodā. Diez vai kāds bezpajumtnieks lasīs avīzē par to, kā kāds speciālists stāsta, kas viņiem būtu jādara un kā jārīkojas. Es stipri šaubos, vai viņš meklēs saistošos noteikumus, nu noteikti nē. Bezpajumtniekiem vislabāk, ja grib, teiksim, lai informācija pie viņa nonāk, ar viņu ir jākomunicē sarunvalodā, pēc iespējas vienkāršāk. Lai motivētu bezpajumtnieku kaut ko darīt, viņam ir jāparāda tas labums, ko viņš iegūs. Tas, ka teiksim, viņš slikti izskatās vai kaut kādā veidā morāli ir citādāks – tas viņu neinteresē. Bezpajumtniekam ir jāredz, ja viņš aizies uz turieni, viņš dabūs to maizes gabalu, desas luņķi un ka tur būs karsta tēja.

Tātad materiāls labums, ja?

Jā, materiāls labums, un arī kaut kādu pamatvajadzību apmierināšana, silta jaka. Ja viņš darīs tā un tā, tad viņš saņems ēdienu, varēs nomazgāties un tā tālāk.

Darba pieredzē man vienreiz ir nācies saskarties, kad sāku strādāt, tā kā es tam cilvēkam ļoti gribēju palīdzēt, es viņam teicu – aizej tur, izdari to, vēl kaut ko, jo es redzēju, ka iznāks tā, ja viņš to izdarīs, viņam būs, bet ir tā, ka pats bezpajumtnieks jau to neredz un sanāk tā, ka pašās beigās, vidū tam visam posmam viņš pasaka *es negribu, es vairs nedarīšu*.

Tad iespējams viņiem patīk tas, kā viņi dzīvo.

Es nepateikšu patīk vai nē, bet viņiem ir grūti pieņemas tās normas ko mēs uzskatam par normālu. Viņš ir šodien paēdis un viņam tas ir normāli.

Viņš nedomā par rītdienu.

Jā, viņš tā arī saka, ka tā rītdiena varētu arī nebūt. Ar jaunākiem vēl var runāt, viņiem vēl ir cerības uz kaut ko, uz draudzību, mīlestību, pretēja dzimuma uzmanību, bet tie kas ir jau iesīkstējuši, tie arī tā paliek.

Tad sanāk, ka liela daļa ir padevušies?

Nu es nezinu, viņiem ir citas normas, kultūra viņiem ir citādāka.

Bet vai par bezpajumtnieku piedzimst, vai tas ir iekšējs stāvoklis?

Ne, viņi tā nepiedzimst, saproti kā ir. Par bezpajumtnieku drīzāk top tāds cilvēks, kurš ir garīgi nepilnvērtīgs, iespējams, ar zemāku izglītības līmeni, vai invaliditāti. Ir arī cilvēki, kas slikti mācījušies. Kopumā viņi ir citādi, ne gluži slimi vai garīgi atpalikuši, bet vienkārši citādi. Viņi ir atšķirīgi un viņi arī citādāk uztver un saprot. Iespējams, savu lomu spēlē ģimene un kā vecāki ir audzinājuši.

Varbūt viņiem tāds raksturs, primārais ir nevis materiālās vērtības, bet gan brīvība.

Nezinu gan, pēc Maslova piramīdas skatoties, brīvība ir pašā augšā. Ja tu neesi paēdis un drošībā, tu nevari būt brīvs. Viņiem nav līdzekļu, kur iegūt šo pamata apmierinājumu, labi, vecāka gada gājuma cilvēkiem vēl, iespējams ir pensija, bet jaunākiem nav ienākumi, ja netiek strādāts algots darbs.

Daudzi ir nonākuši šādā situācija dēļ atkarībām, jo pārsvarā, 90% no bezpajumtniekiem ir alkohola lietotāji, tā sievietes, tā vīrieši. Lielākoties tās ir sekas. Vieniem tā ir nenoturība pret alkoholu, citam trauma vai nolaidība ģimenē. Daudzi arī izvēlas lietot alkoholu, lai sasildītos, bet viņi neapjauš patiesās sekas.

Un kas ir vairāk, sievietes vai vīrieši starp bezpajumtniekiem?

Viennozīmīgi vīrieši. Sievietes ir stiprākas, es nezinu, vai tas ir ģenētiski tā, vai kā, bet sievietes parasti meklēs izeju.

Kāda, Jūsprāt, ir jābūt komunikācijai ar šo mērķa grupu?

Kā jau es teicu tai pirmām kārtām jābūt vienkāršai, viegli saprotamai.

Kuras būtu tās tipiskākās vietas, kur būtu sasniedzams bezpajumtnieks, neskaitot patversmi?

Tur, kur viņi pulcējas. Šie cilvēki parasti ir tur, kur ir silts, kur var atrast un dabūt ko ēdamu. Arī stikla taras, metāla nodošanas punkti.

Kāda ir Jūsu pieredze kā sociālajam darbiniekam darbā ar bezpajumtniekiem?

Principā ir tā, ka viņiem nevar pateikt pēc noteikumiem, ka jārikojas ir likuma vai kārtības ietvaros, viņi ļoti slikti pakļaujas sistēmai un lietu kārtībai. Man bija gadījums, kad viena persona atnāca un apgalvoja, ka nakts patversme neiešot tāpēc, ka viņu tur pazemo. Es jautāju – kā tad Jūs pazemo, viņš atbildēja, ka viņam liekot mazgāties ar vienu dvieli.

Lielākajai daļai ir zudušas saskarsmes prasmes, grūti uzņemties atbildību un pienākumu sajūta ar laiku praktiski pazūd. Jo ilgāk bezpajumtnieks atrodas savā statusā, jo grūtāk viņam ir atgriezties pie dzīves, kad ir savs mājoklis, darbs un pienākumi.

Daudzi ir lepni, kuri nevēlas lūgties. Piemēram, situācijās, kad ir iespējams nokārtot kādu pabalstu, vairums nelabprāt vēlas kārtot dokumentus un vērsties uz iestādēm. Tā ir kā sava veida aizsargāšanās reakcija. Viņi izveido savu veida psiholoģisku barjeru.

1.2.Intervija ar Inesi (sociālā darbiniece patversmē Gaiziņš)

Kāds, Tavuprāt, ir tas veids kā bezpajumtnieki atrod ceļu uz patversmi, kā viņi uzzina?

Primārais, manuprāt, ir viens no otra, savstarpēja paziņu, draugu, bezpajumtnieku informācijas apmaiņa. Otrkārt tie ir darbinieki patversmē, kuri pasaka, ka ir vēl arī citas patversmes un vispār sniedz dažādu informāciju viņiem, daži uzzina par patversmi no mobilās brigādes, kura apseko bezpajumtniekus dārziņos un uz ielas, kā arī policija šobrīd, it sevišķi ziemas periodā ļoti daudzus izglīto un informē par patversmes pakalpojumu, bet nu pamatā es domāju, ka tas ir no cilvēka uz cilvēku.

Kas ir tie pakalpojumi vai balsti, kas pienākas bezpajumtniekam?

Mēs kā patversme nodrošinām tikai patversmes pakalpojumu, jo mēs esam pa vidu starp klientu un sociālo dienestu, mēs klientam izsniedzam nepieciešamos dokumentus, lai viņš ar dienesta palīdzību var nokārtot pabalstus, statusus.

Vai bezpajumtnieki pie jums ir patstāvīgie klienti, vai ir manāmas arī jaunas sejas?

Jā, ir arī jaunas sejas, ir arī tādi, kas jau konstanti 5 gadus dzīvo patversmē, ir arī sezonālie, kas tikai ziemas periodā uzturas šeit, savukārt vasarā, pieņemsim, dārza būdiņās. Ir arī tādi, kuriem patversme ir tikai ļoti īslaicīgs risinājums, piemēram, kad ir atrasts darbs ir iespēja īrēt. Publika ir ļoti dažāda.

Kāda ir patversmes struktūra?

Pirmajā un otrajā stāva mums ir patversme, vienīgais pirmajā stāva viņi guļ uz matračiem, jo tās pārsvarā ir personas alkohola reibumā, otrajā stāvā viņi guļ uz gultas jau, viņi ir motivēti un risina savas problēmas un nelieto alkoholu, savukārt, trešajā stāvā ir tāds kā kopmītņu tips, kur ir nepieciešams līdz maksājums. Pārsvarā tie ir pensionāri, cilvēki, kuri saņem pabalstus, maza daļa arī algotu darbu strādā.

Tavuprāt, kas būtu efektīvākais veids, kā nodot šai mērķa grupai informāciju?

Internets tas noteikti nebūs, jo daudzi nemaz nemāk lietot.

Kā ir ar lasīšanu, rakstīšanu?

To prot, bet mums ir daļa, kas nemāk ar datoru rīkoties vai internetu izmantot. Kādam jāsēž blakus un jāmāca darboties. Šeit iespēja ir, bet daudzi arī baidās un kautrējas, sakot, ai, nē man tas internets vispār nav vajadzīgs, labāk ies un avīzes skatīsies, vai darba biržā

sludinājumus. Vislabākais veids, manuprāt, ir papīra formātā, paziņojumi pie informācijas dēļa, plakāti. Kā arī cilvēcisks, kad sociālais darbinieks vai cita persona dzīvē pasaka.

Kāds ir vidējais bezpajumtnieks?

Daļa ir atkarības daļa ir vēl joprojām tādi, kurus māklēri ir piemānījuši, pārdodot dzīvokļus un nesamaksājot un vienkārši izliekot uz ielas, daļa arī ir tādi, kur radnieki pārdod dzīvokli un šos nu jau bezpajumtniekus izliek uz ielas, ir arī vīrieši, kas šķiras no sievas un atstāj dzīvokli sievai ar bērniem un paši nonāk šeit.

Kāds ir izglītības līmenis?

Vidēji ir tādi, kam ir pamatskola, vidusskola, ir arī ar nepabeigtu augstāko, bet lielai daļai ir profesija plus vidusskola, kā, piemēram, celtnieki, mūrnieki.

Tad jau, ja viņi gribētu, viņi varētu atrast darbu, tad, iespējams tā ir saskarsmes problēma?

Daļa ir tādi, kuri ja kādā institūcijā ir saņēmuši negatīvu attieksmi pret sevi, piemēram, birža vai dienests, viņi pārsvarā neiet vairs. Viņi nevēlas piedzīvot pazemojumu. Paši par sevi viņi ir diezgan bikli, viņi neies un neizcīnīs sev to, pieņemsim, kas viņiem pienāktos. Daudzi ir dzīves pagrauzti, ar iedragātu pašvērtējumu.

1.3. Intervija ar sociālo darbinieci Dainu (Profesionāli darbojas Sociālā dienesta teritoriālajā centrā un uz pus slodzi patversmē PINS)

Cik lielu daļu Jūsu darba nedēļa pāriet patversmē PINS?

Mans pamata darbs ir Rīgas Sociālā dienesta teritoriālajā centrā kā sociālajai darbiniecei, taču otrdienās un ceturtdienās esmu Patversmē PINS no sešiem līdz deviņiem, desmitiem, atkarībā no tā, kādas vajadzības ir klientēm.

Kāds ir Jūsu darbs patversmē?

Es tur pilnu sociālā darbinieka funkcijas. Sniedzu informāciju par iespējām saņemt sociālo palīdzību.

Cik daudz klientu nonāk pa taisno patversmē un cik daudz dodas uz sociālo dienestu?

Pārsvarā jau patversmē, bet tas neko nemaina, jo, nonākot patversmē, sociālais darbinieks reģistrē klientu un ievada tā datus sistēmā. **Kā, Jūsaprāt, bezpajumtnieki uzzina par iespēju apmesties patversmē?**

No teritoriālajiem centriem nāk personas, kuras saka, ka viņiem nav kur palikt, ir daži, kurus policija atved.

Kā, Jūsaprāt, vislabāk sasniegt šo mērķa grupu?

Principā, ja bezpajumtnieks vēlas nakšņot patversmē, nav problēmu iegūt informāciju un uzzināt, bet jautājums ir, vai viņi grib dzīvot patversmē. Tur tomēr ir savi iekšējās kārtības noteikumi un citi sevi ierobežot nevēlās.

Vai ir vēl citi veidi, kā bezpajumtnieki iegūst informāciju?

Šeit, teritoriālajā centrā ir bukleti uz galda, klienti protams viņus paņem, lielais plakāts ir gan šeit, gan dienas centrā bezpajumtniekiem. Es domāju par informācijas nodevi un saņemšanu Rīga nav problēmas.

Cik daudz, dažādi ir pakalpojumi, ko bezpajumtnieki var saņemt?

Īsās uzturēšanas mītnes, patversmes, nakts patversmes, dienas centrs, zupas virtuves un silta ēdiena izsniegšanas vietas.

Saprotu, ka nakts patversmes darbojas tikai no pieciem vakarā līdz deviņiem rītā, kur šie cilvēki ir pārejā laikā?

Daļa ir kas strādā, ir tādi, kuri apmeklē dienas centru, ir arī tādi, kas klīst pa ielām, vai apmeklē baznīcu.

Iedomāsimies, ka ir izveidots jauns pakalpojums bezpajumtniekiem, kas varētu būt tas efektīvākais veids, kā nodot ziņojumu?

Manuprāt dienas centrā vai patversmē bukleta veidā.

1.4. Intervija ar Alvīni (Rīgas domes Labklājības departamenta bezmaksas informatīvā tālruna operatore)

Vai bezpajumtnieki zvana uz bezmaksas tālruni?

Jā, protams, zvana, un pat diezgan bieži.

Kas ir tās tēmas un lietas, ko viņi parasti vēlas uzzināt?

Kur pārnakšņot, kur atrodas patversmes vīriešiem un kur sievietēm, kas viņiem ir jādara, vai ir nepieciešami dokumenti, vai var bez dokumentiem pieņemt un uz cik ilgu laiku viņi var patversmēs nakšņot un citi temati. Ka arī jautā par to, kas var nakšņot, vai citas pašvaldības bezpajumtnieki drīkst. Šādā gadījuma persona drīkst tikai piecas dienas katrā patversmē uzturēties.

Vai katru mēnesi ir zvani no bezpajumtniekiem?

Ja, ir katru.

Un cik daudz vidēji ?

Nu kādi 5 līdz astoņi mēnesī. Ir arī tā, kad viņi atbrīvojas no ieslodzījuma, tad viņi arī daudzi zvana, jo viņi ir pazaudējuši šīs te iepriekšējās dzīvesvietas un viņiem nav kur doties.

Kad ir vislielākā aktivitāte, kad tiek saņemti zvani no bezpajumtniekiem?

Droši vien, kad ir aukstāks laiks, ziemas periodā, kad ir silts, tad nē, tad viņi nelabprāt iet uz nakts patversmēm, tad viņi labāk dzīvo individuāli dārziņos, pagalmos, koridoros.

Kā ir sarunāties un komunicēt ar šiem cilvēkiem?

Nē, viņi ir tādi paši cilvēki ka pārējie un saskarsmes problēmas jau ar visiem var rasties.

1.5. Intervija ar Litu (Labklājības departamenta Sabiedrības informēšanas nodaļas vadītāja)

Kādos kanālos un platformās tiek izvietota informācija par bezpajumtniekiem?

Tātad pirmkārt tiek izvietotas informatīvas reklāmas, kas ir vides reklāmas pilsētā uz informācijas stendiem, uz tiltiem, uz pārbrauktuvē, arī pilsētvidē vairākās vietās ir plakāts “Nepaej garām cilvēkam, kurš nonācis nelaimē”. Bukletu veidā ir izvietota informācija tur, kur bezpajumtnieki visvairāk atrodas. Tās ir bibliotēkas, zupas virtuves, siltā ēdiena izsniegšanas vietas, Sociālais dienests, slimnīcas uzņemšanas nodaļās ir lieli plakāti izvietoti, arī autoostā un apmeklētāju pieņemšanas centros.

Vai mediji labprātīgi raksta par šo tematu?

Mediji raksta tad, ja ir kā saka *asins pa degunu*, ir interesanti. Bet tā informāciju kā tādu, kur saņemt patversmes pakalpojumu, zupas virtuvi, jo, protams, paši bezpajumtnieki šo informāciju nesaņem līdzekļu trūkuma dēļ. Tik cik vienīgi ziņu sabiedrības izplata relīzes, bet pārsvarā ir raksti.

Kad ir visaktīvākais laiks, kad tiek veidota komunikācija ar šo mērķa grupu?

Pārsvarā tas ir ziemas periods, janvāris, februāris, kad ir viszemākie grādi, jo galvenais akcents tiek likts uz to, lai cilvēki apmeklētu un vērstos patversmē, lai neatrastos dzīvesvietai un cilvēka drošībai nepiemērotos apstākļos. Vismazākā aktivitāte ir vasaras periodā, jo šie cilvēki mazāk uzturas patversmē.

Kāds Jūsaprāt ir efektīvākais veids kā sasniegt šo mērķa grupu?

Mobilā brigāde ielu sociālajam darbam ar bezpajumtniekiem, noteikti arī bibliotēkas, kur šie cilvēki iet un uzturas, lasa un izmanto internetu, arī slimnīcas. Visdrīzāk plakātu un bukletu veidā, ko cilvēki var paņemt rokās un sev līdzī, kā arī vides reklāmas.

Fokusa grupas diskusija

Aija – 65; Diāna – 49; Valentīna – 67; Brigita – 73; Sarmīte – 60.

1. Vai Jūs protat rīkoties ar datoru?

Aija – Nē

Diāna – Es protu.

Valentīna – Es nē.

Brigita – Švaki.

Sarmīte – Es arī švaki. Es izgāju datora kursus, bet par cik tas dators nav tik bieži pieejams, baigi jāpiedomā, bet nu tā švaki.

2. Cik bieži Jūs izmantojat internetu? (Atbild tās, kuras prot un izmanto datoru.)

Diāna – Gandrīz katru otro dienu.

Brigita – Neizmanto.

Sarmīte – Neizmanto.

3. Kur Tu saņem iespēju tikt pie datora?

Diāna – Latvijas nacionālā bibliotēka.

4. Vai Tu esi reģistrējies sociālajos tīklos?

Diāna – Nē.

5. Kāpēc tu izmanto datoru un internetu?

Diāna – Bankas izrakstus skatos, inbox.lv, un vēl šādus, tādus ikdienišķus sīkumus – autobusu saraksti, ārstu pieraksti u.c.

6. Vai Jums ir mobilais telefons?

Aija – Bija, bet nozaga. Un vairāk nepirkšu, lai nezagtu.

Diāna – Ir.

Valentīna – Nav.

Brigita – Ir.

Sarmīte – Ir.

7. Vai Jūs klausāties radio un kāpēc?

Aija – Kapitāli. Man patīk krievu hīti un latviešu vecās.

Diāna – Jā, Radio Skonto, tāpēc, ka man šī stacija pie sirds iet. Mūzika laba, dažreiz pat labu informāciju var dabūt.

Valentīna – Pašlaik neklausos, nav kur.

Brigita – Klausos,

Sarmīte – Iespēju robežās klausos jebkuru staciju, bet man jau labāk patīk radio2.

8. Kur Tu klausies radio un kādas stacijas?

Aija – Kā sanāk. Šeit man arī ir radio, bet neklausos, jo vienam patīk krievu dziesmas, vienam latviešu un pēc tam sanāks rīts.

Diāna – Skonto, kā sanāk.

Valentīna – Neklausos.

Brigita – Radio 2.

Sarmīte – Radio 2.

9. Vai Tu skaties televīziju?

Aija – Trolejbusā braucot uz dienas centru (bezpajumtniekiem), skatos tur televīziju, kā arī dienas centrā skatos filmas.

Diāna – Pēdējā laikā nē.

Valentīna – Es arī nē, man nav kur.

Brigita – Jā.

Sarmīte – Es arī iespēju robežās, kad ir, kur skatīties. Parasti dienas centrā.

10. Kādus kanālus Tu skaties?

Aija – ltv1 un ltv7

Valentīna – kur ir interesantas filmas.

11. Vai Tu lasi žurnālus un avīzes un kāpēc?

Aija – Jā, kādas es paceļu un dabūju, tādas lasu. Tāpēc, ka man gribas zināt, kas dzīvē notiek.

Diāna – Es nē, nelasu.

Valentīna – Nelasu tāpēc, ka man nav.

Brigita – Jā.

Sarmīte – Ja kaut ko atrodu, tad to arī izlasu.

12. Kādus žurnālus vai avīzes tu lasi?

Aija – Kriminālais, tas ir pirmkārt. Kriminalais, Subota, Nedelja, ārstnieciskais vēl.

Diāna – Nelasu.

Valentīna – Es arī nē.

Brigita – Ieva, patiesā dzīve, psiholoģiju.

Sarmīte – Es nē.

13. Kā Tu esi saņēmusi/ieguvusi informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem?

Aija – Caur šīm meitenēm, kas pie mums šeit strādā (patversme). Caur dežurantu, caur sociālo darbinieku. Ja viņu nebūtu, mēs šeit nebūtu.

Diāna – Es caur sociālo dienestu, gan arī autobusus, trolejbusos ir reklāmas.

Valentīna – Šeit uz vietas, sociālais darbinieks pastāsta.

Brigita – Nav bijusi vajadzība.

Sarmīte – Es slimnīcā saņēmu diezgan daudz informāciju. Veselu nedēļu nogulēju tur.

14. Vai Tu esi izmantojusi Labklājības departamenta bezmaksas tālruni - 80005055?

Aija – Nē.

Diāna – Nē.

Valentīna – Es arī nē.

Brigita – Nē.

Sarmīte – Nē.

15. Vai Tu esi apmeklējusi Labklājības departamenta mājaslapu vai riga.lv mājaslapu?

Aija – datoru neizmanto

Diāna – Nē.

Valentīna – datoru neizmanto

Brigita – datoru neizmanto

Sarmīte – datoru neizmanto

16. Vai Tu jūti, ka saņem pietiekami daudz informāciju par dažādiem pakalpojumiem un pabalstiem?

Aija – Jā, ja nebūtu mūsu sociālo darbinieku, es nezinu kā man klātos.

Diāna – Esmu apmierināta.

Valentīna – Es arī.

Brigita – Arī.

Sarmīte – Es neesmu apmierināta.

17. Vai ir ieteikumi, kā Jūs labāk varētu saņemt informāciju?

Aija – Reklāmu vajag tramvajos, trolejbusos.

Diāna – Manuprāt cilvēki pēc darba ir aizņēmti un neskatās reklāmas trolejbusos, labāk avīzēs.

Valentīna – nav ideju

Brigita – Ari televizorā varētu kādu reklāmu.

Sarmīte – nav ieteikumi.

18. Cik bieži apmeklējat dienas centru katoļu ielā?

Aija – Katru dienu.

Diāna – 4-5 reizes mēnesī.

Valentīna – Sen neesmu bijusi.

Brigita – Neapmeklēju.

Sarmīte – Ja ir slikts laiks, tad sēžu katoļu ielā, bet, ja labs laiks, tad pa lauku.

19. Vai jūs esat redzējušas jaunus bukletus?

Aija – Mums te ir, jā.

Diāna – Jā.

Valentīna – Ari jā.

Brigita – Jā.

Sarmīte – Jā.

20. Vai jums ir interese par šiem bukletiem, vai esat izlasījušas?

Aija – Aiz garlaicības.

Diāna – Kaut kad jau palasu.

Valentīna – Arī reti.

Brigita – Benčikus uztaisa.

Sarmīte – Nē.

21. Vai Jūs gribētu iemācīties ar datoru apieties?

Aija – Nē, es nezinu. Tur šausmīgas lietas var uzzināt un es negribu šausmīgas lietas zināt.

Diāna – jau prot.

Valentīna – Ja dators pašam nav un ikdienā nevar lietot, tad nav jēga, jo visu aizmirst.

Brigita – Domāju, ka nē.

Sarmīte – Nezinu.

Aija – pastāsti man lūdzu, ko no tiem datoriem es varētu iegūt.

Informāciju uzzināt.

Aija – Bet man nav dators.

Katoļu ielas dienas centrā ir pieejami datori, tur tu katru dienu brauc.

Aija – bet es nemāku apieties.

Diāna – Tur ir bezmaksas kursi un uz vietas cilvēks, kurš palīdzēs.

Vai Tu arī kursus iemācījies?

Diāna – teiksim tā, mans bijušais vīrs man iemācīja.

5.1. Anketa "Informācijas ieguves veidi cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas"

Aptauja "Informācijas ieguves veidi par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas" (Eiženijas iela 1)

Labdien!

Liels lūgums Jums veltīt pāris minūtes laika un sniegt atbildes uz šīs anketas jautājumiem, kuru mērķis ir noskaidrot labākos veidus, kā nogādāt Jums nepieciešamu un noderīgu informāciju.

1. 1.1. Kāds ir Tavs dzimums?

Atzīmējiet tikai vienu variantu.

- Sieviete
 Vīrietis

2. 1.2. Kāds ir Tavs vecums?

Atzīmējiet tikai vienu variantu.

- 18-21
 22-30
 31-40
 41-50
 51-60
 61-70
 vairāk kā 70

3. 2.1.1. Vai Tu proti rīkoties ar datoru?

Atzīmējiet tikai vienu variantu.

- Jā, reizēm izmantoju
 Labprāt izmantotu, bet nav iespējas piekļūt pie datora ar interneta savienojumu
 Nemāku
 Protu, bet neizmantoju
 Jā, regulāri izmantoju datoru

4. 2.1.2. Cik bieži Tu izmanto internetu? (Ja internetu nekad iepriekš neesi izmantojis, tad šo jautājumu vari izlaist)

Atzīmējiet tikai vienu variantu.

- Katru dienu
 2-3 reizes nedēļā
 Reizi nedēļā
 Reizi mēnesī
 Reizi gadā un retāk

5. 2.1.3. Kur Tu saņem interneta pakalpojumu?
(Ja internetu nekad iepriekš neesi izmantojis,
tad šo jautājumu vari izlaist)

6. 2.1.4. Vai tu esi reģistrējies sociālajos tīklos
(Piemēram, draugiem.lv, facebook) Ja jā, tad
cik sen un cik bieži apmeklē?

7. 2.1.5. Vai tev ir mobilais telefons?

Atzīmējiet tikai vienu variantu.

- Jā
 Nē

8. 2.2.1. Vai tu klausies radio?

Atzīmējiet tikai vienu variantu.

- Jā
 Nē

9. 2.2.2. Cik bieži, kur un kādas radiostacijas Tu klausies? (Ja uz iepriekšējo jautājumu
atbildēji ar nē, tad šo jautājumu vari izlaist)

10. 2.3.1. Vai tu skaties Televīziju?

Atzīmējiet tikai vienu variantu.

- Jā
 Nē

11. 2.3.2. Pastāsti, kur, cik bieži, kādus kanālus Tu skaties? (Ja uz iepriekšējo jautājumu
atbildēji ar nē, tad šo jautājumu vari izlaist)

12. 2.4.1. Vai Tu lasi žurnālus, avīzes?

Atzīmējiet tikai vienu variantu.

- Jā
 Nē

13. 2.4.2. Pastāsti, cik bieži un kur Tu lasi žurnālus/avīzes? Mini vismaz trīs izdevumus. (Ja uz iepriekšējo jautājumu atbildēji ar nē, tad šo jautājumu vari izlaist)

14. 3.1. Atzīmē, kā Tu esi saņēmis informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem? (Iespējami vairāki atbilžu varianti)

Atzīmējiet visus atbilstošos variantus.

- Pa televizoru
- Dzirdēju pa radio
- Redzēju bukletu
- Žurnāls/avīze
- Sociālais darbinieks pateica
- Internetā
- Plakāts uz sienas
- Citas: _____

15. 3.1.2. Pastāsti, kur un cik sen Tu ieguvi informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem. (Ja tas bija televizors, tad kādā kanālā, ja avīze, tad mini nosaukumu, ja internets, tad kādā lapā, ja plakāts, tad kur atradās utt).

16. 3.2. Vai Tu esi izmantojis Labklājības departamenta bezmaksas informatīvo tālruni un kāpēc?

17. 3.3. Vai Tu esi apmeklējis Labklājības departamenta mājaslapu www.ld.riga.lv un kāds bija apmeklējuma mērķis?

18. 3.4. Vai Tu esi apmeklējis www.riga.lv mājaslapu un kāds bija apmeklējuma mērķis?

19. 3.5. Kā Tu izjūti iespēju iegūt informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem?

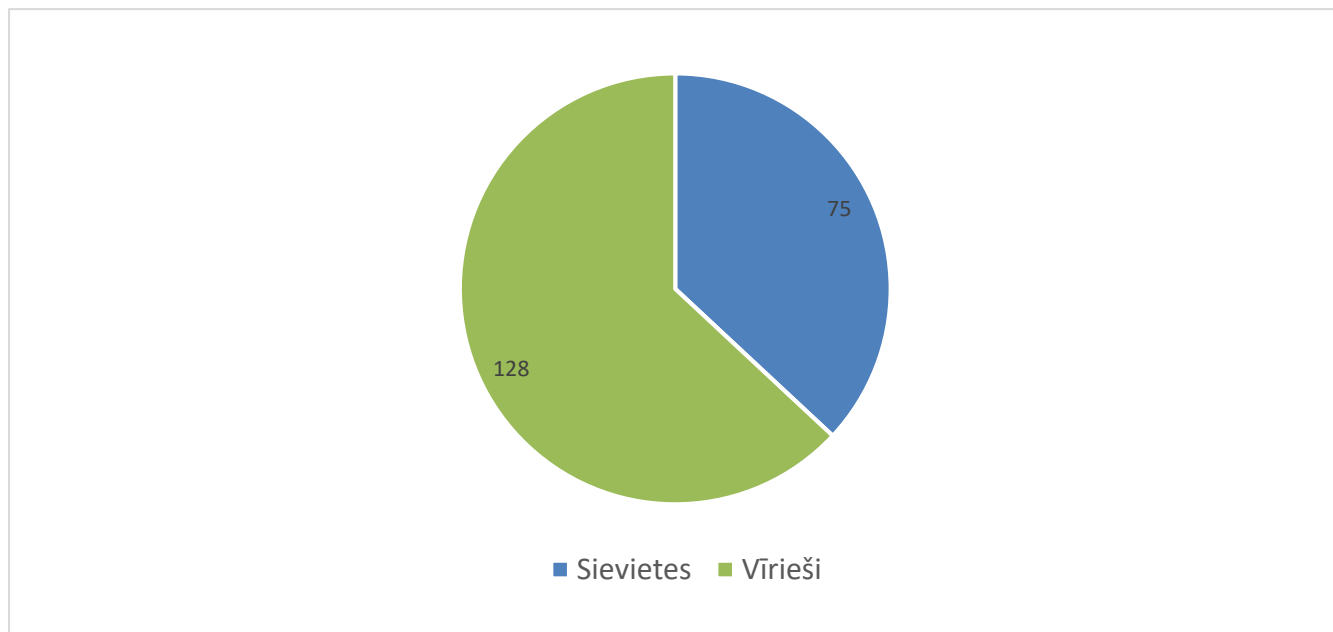
Atzīmējiet tikai vienu variantu.

- Esmu apmierināts
- Sajūta, ka daudz ko nezinu
- Man nav nepieciešams iegūt šādu informāciju
- Citas: _____

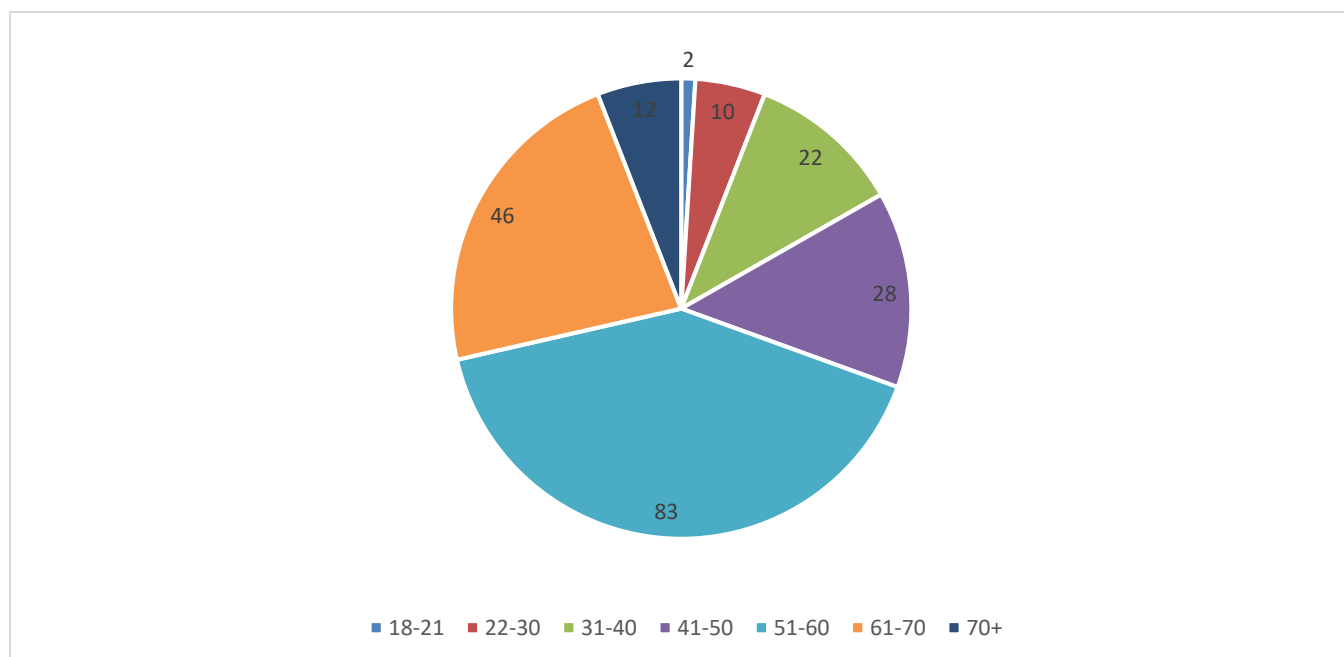
20. 3.5. Kāds, Tavuprāt, būtu labākais veids, kā saņemt informāciju par Rīgas pašvaldības sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem?

21. Ieteikumi, atsauksmes, komentāri

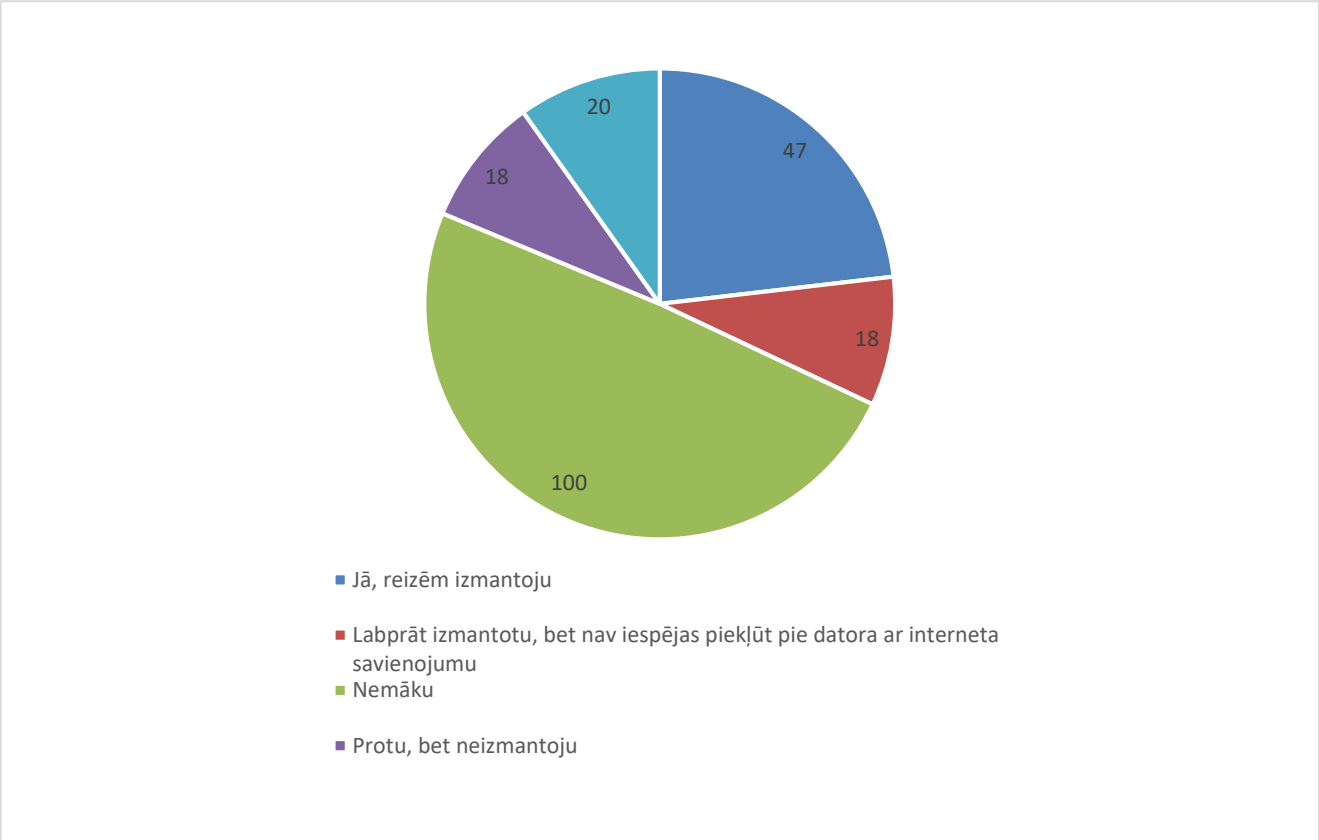
5.2. Aptaujas rezultāti



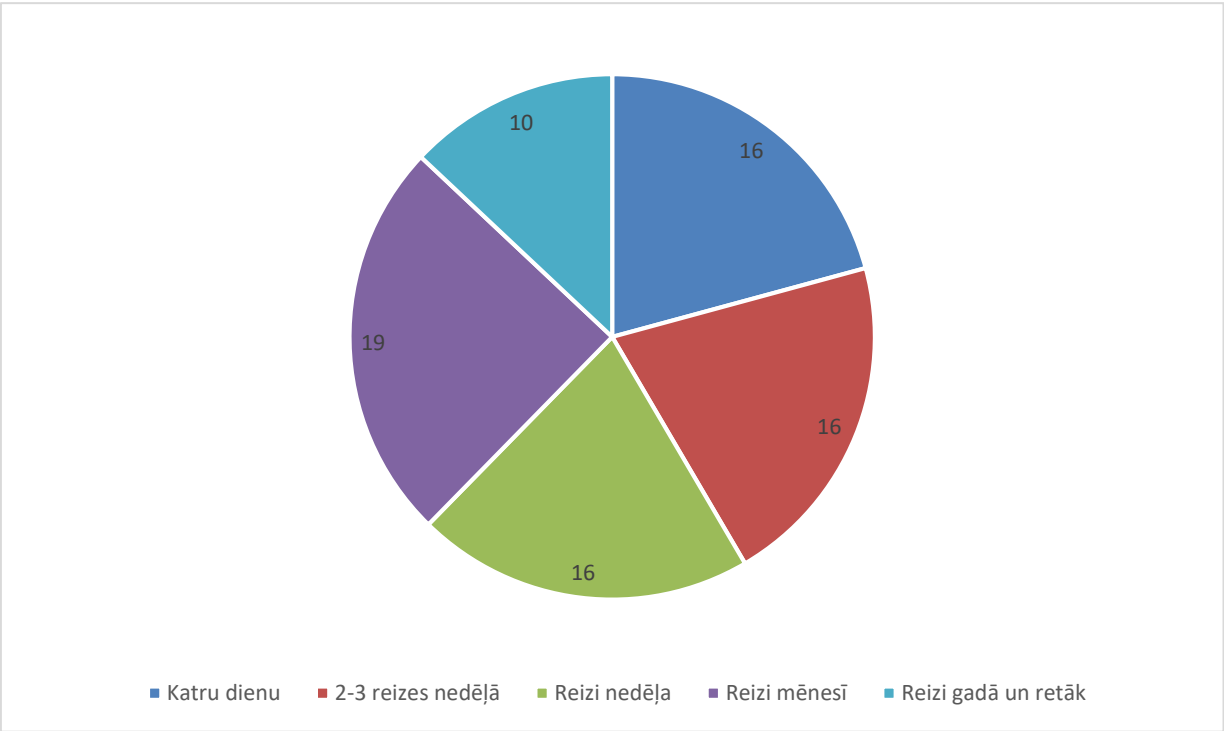
1.att. Dzimums



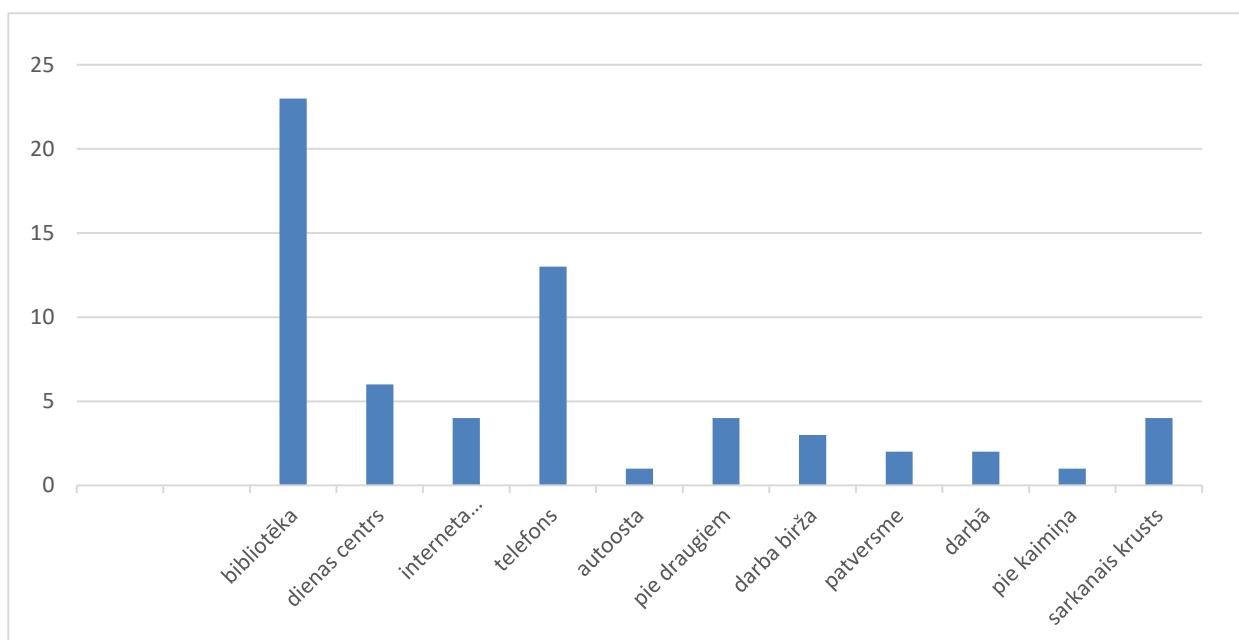
2.att. Vecums



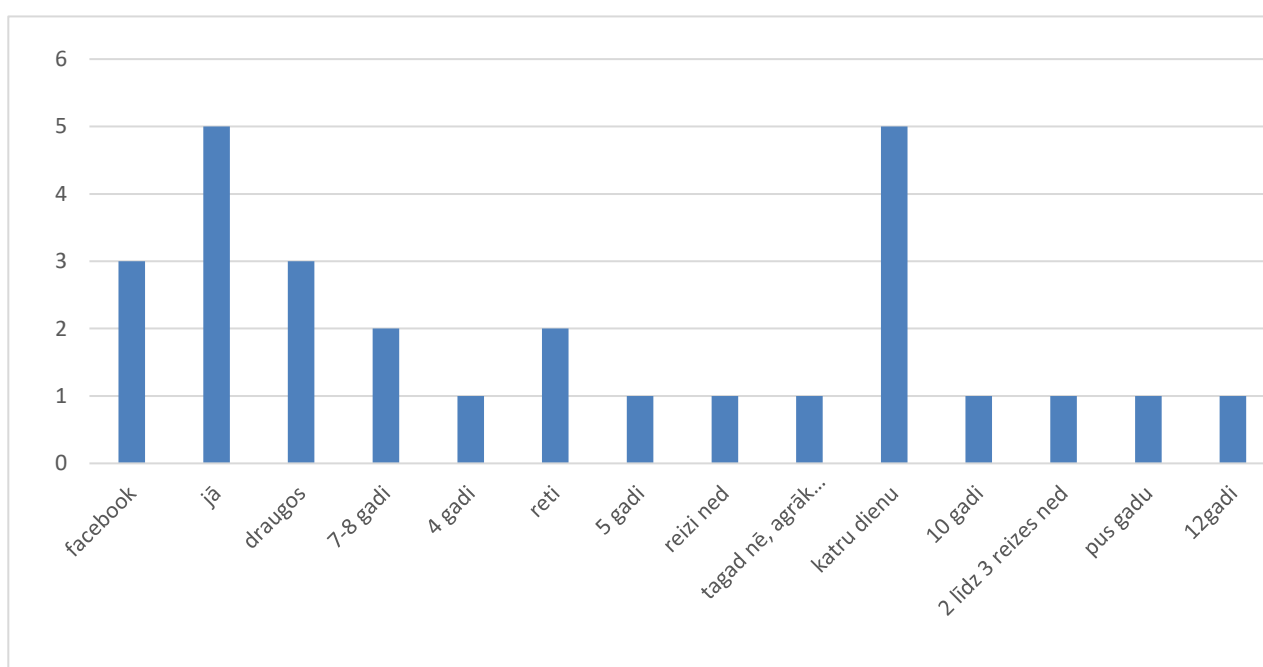
3.att. Datora lietošanas paradumi



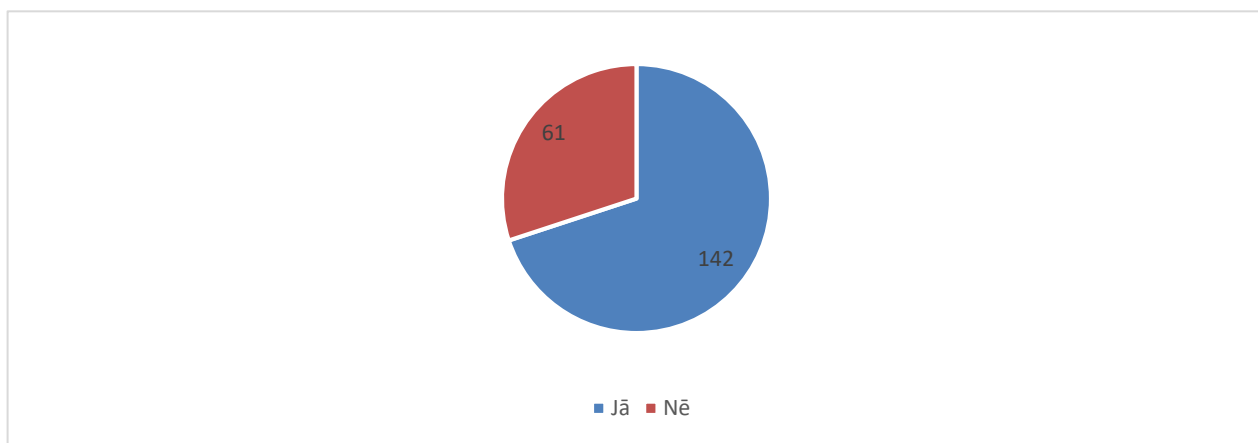
4. att. Interneta izmantošanas biežums



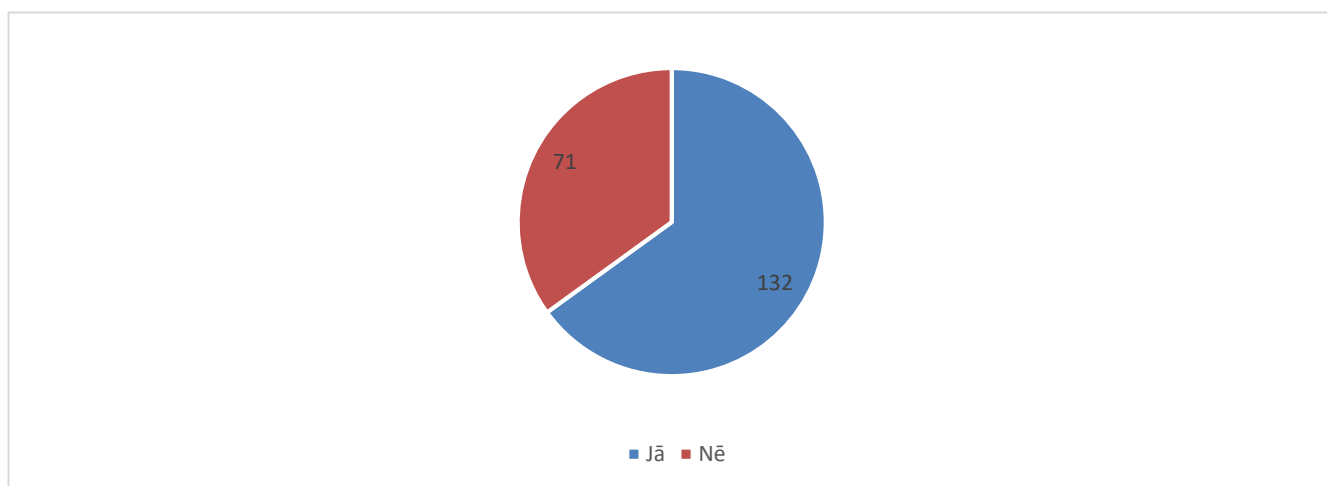
5.att. Interneta ieguves vieta



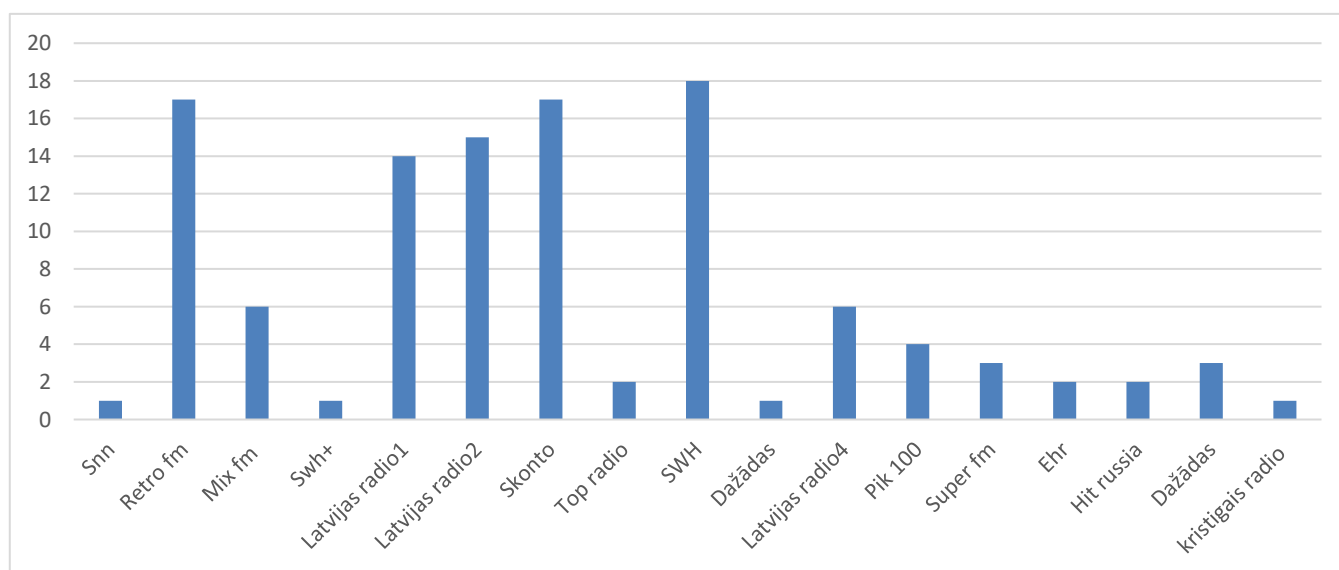
6. att. Sociālie tīkli, to lietošanas paradumi un ilgums



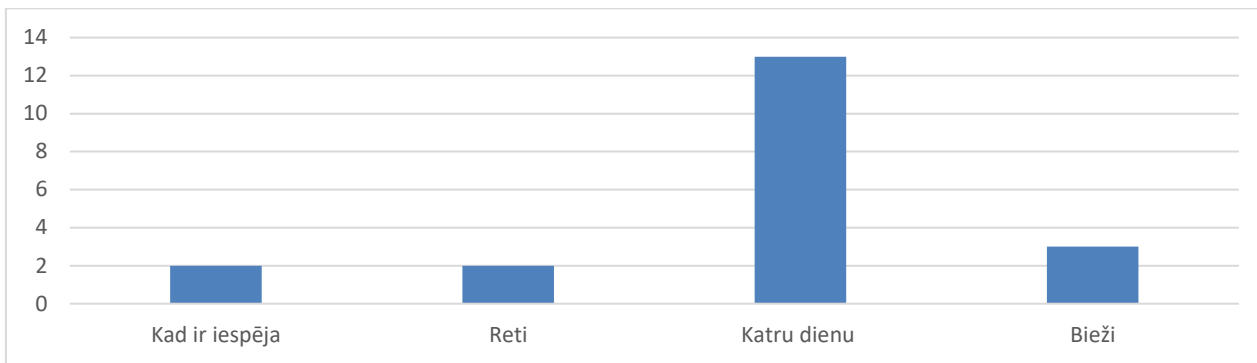
7. att. Mobilais telefons kā personīgais īpašums



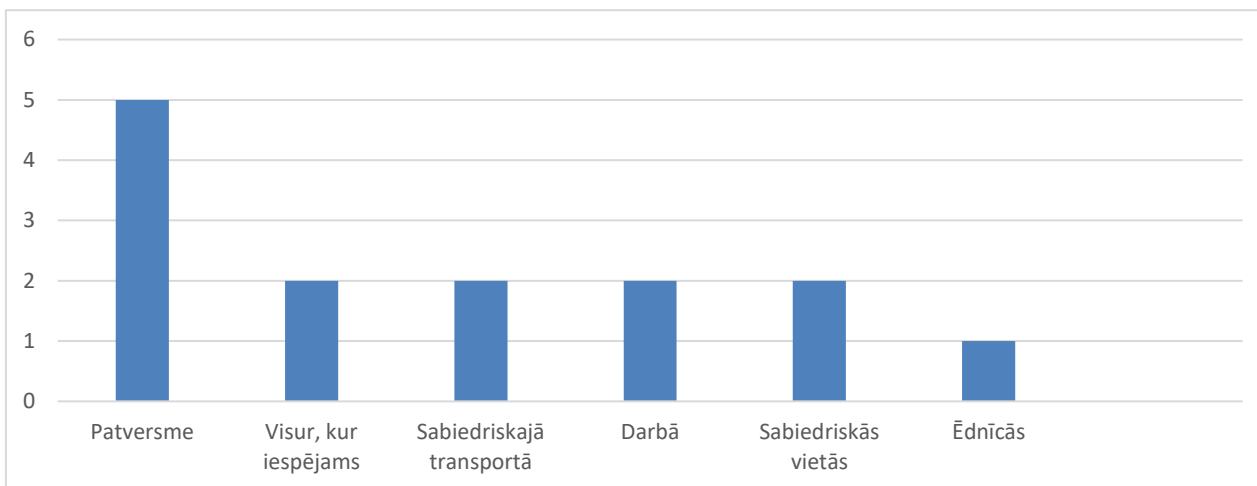
6. Att. Jautājums "Vai Tu klausies radio?"



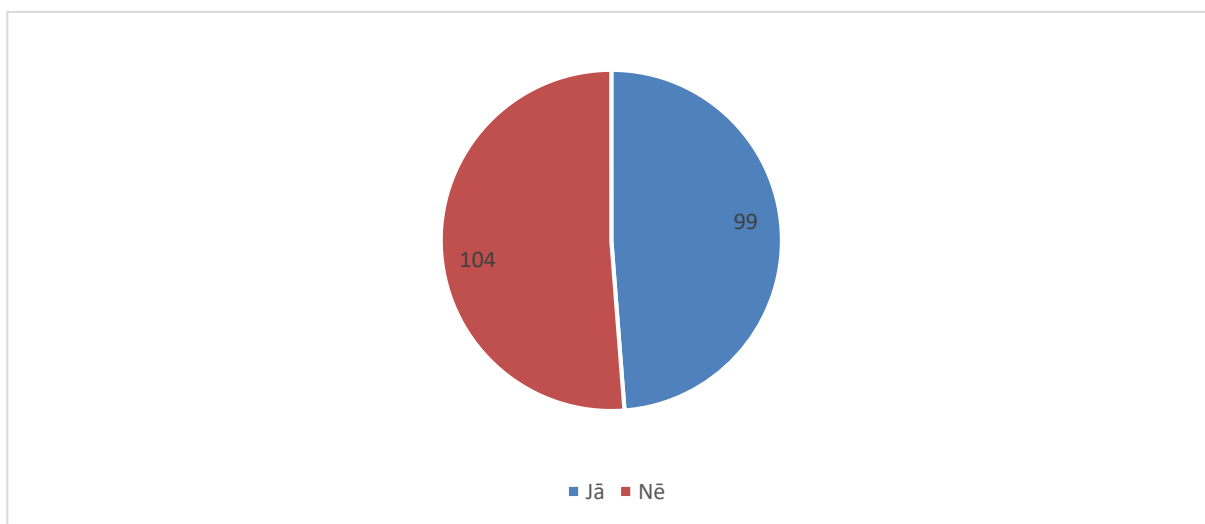
7. Att. Klausītākās radiostacijas



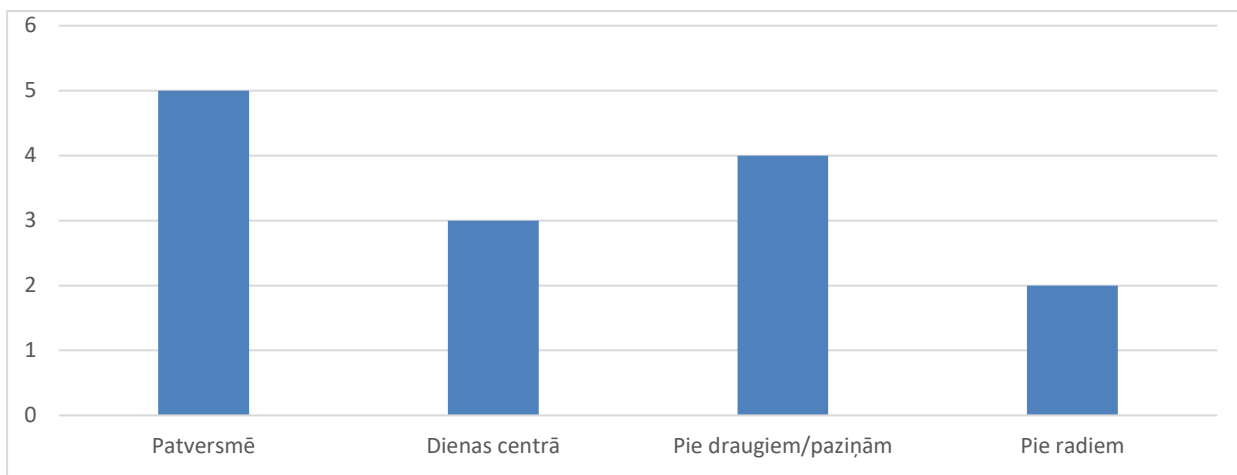
8. Att. Radio klausīšanās biežums



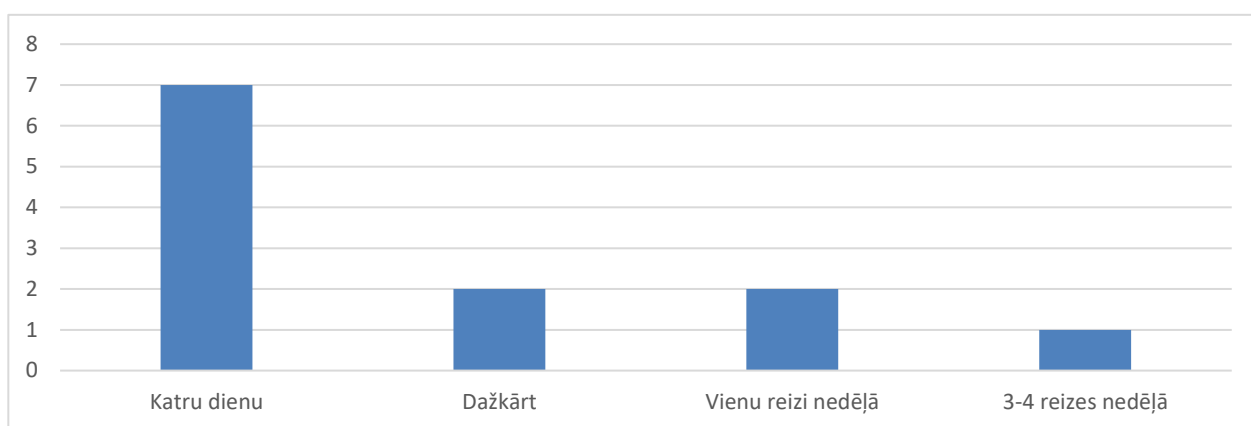
9. Att. Radio klausīšanās vieta



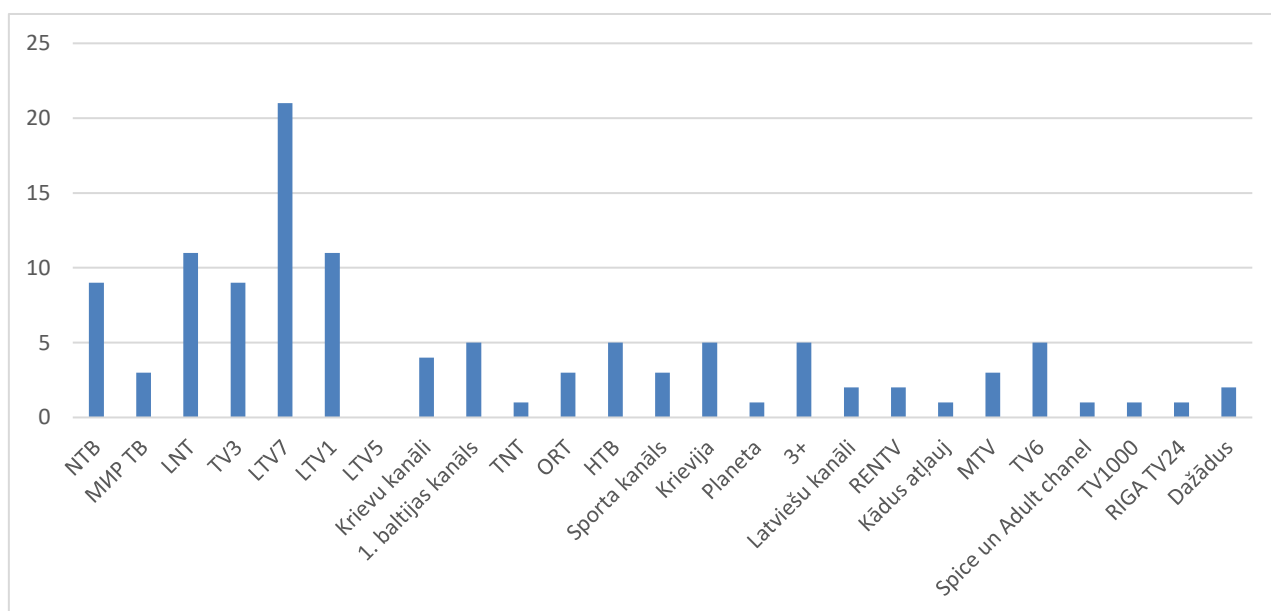
10. Att. "Vai Tu skaties televīziju?"



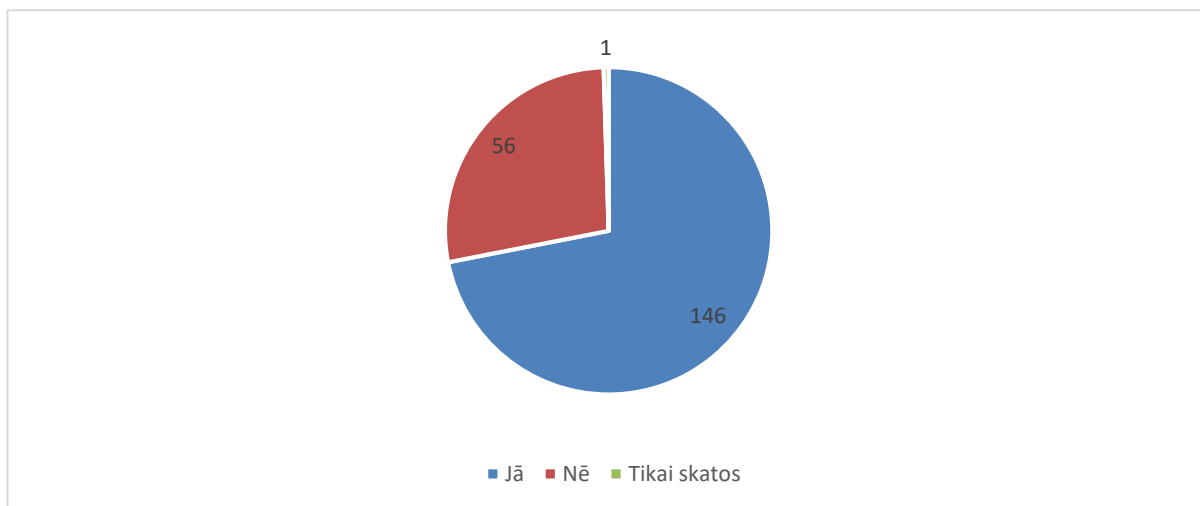
13.att. Televīzijas skatīšanās vieta



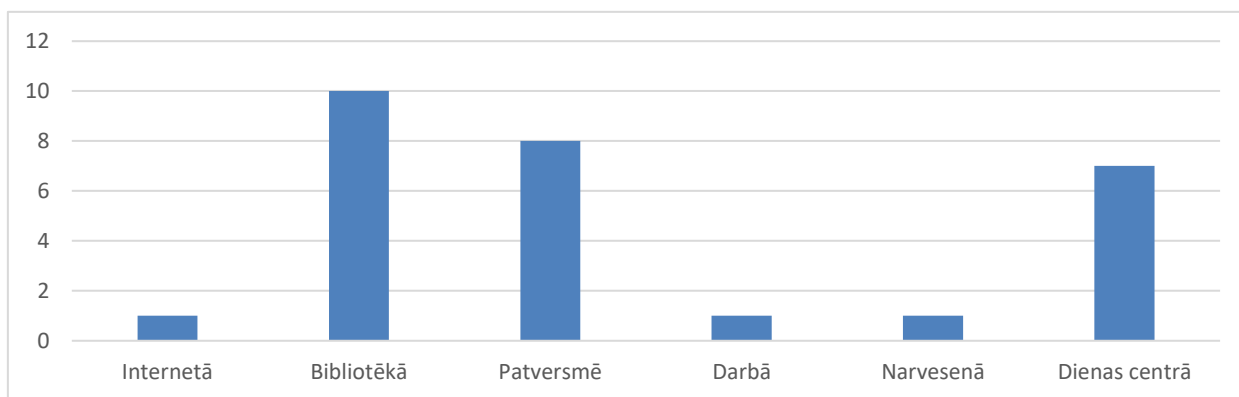
14.att. Televīzijas skatīšanās biežums



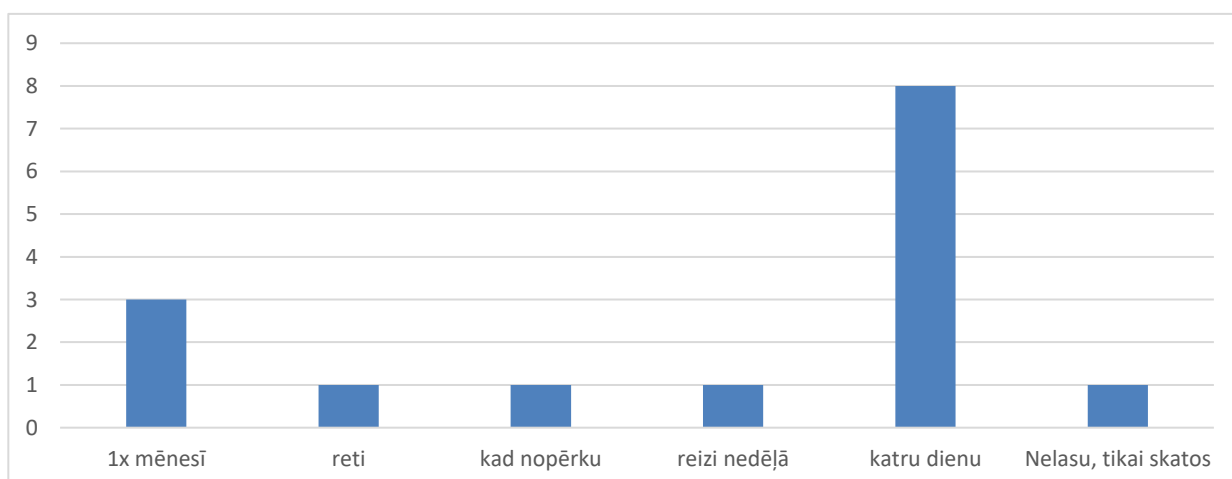
15.att. Skatītākie televīzijas kanāli



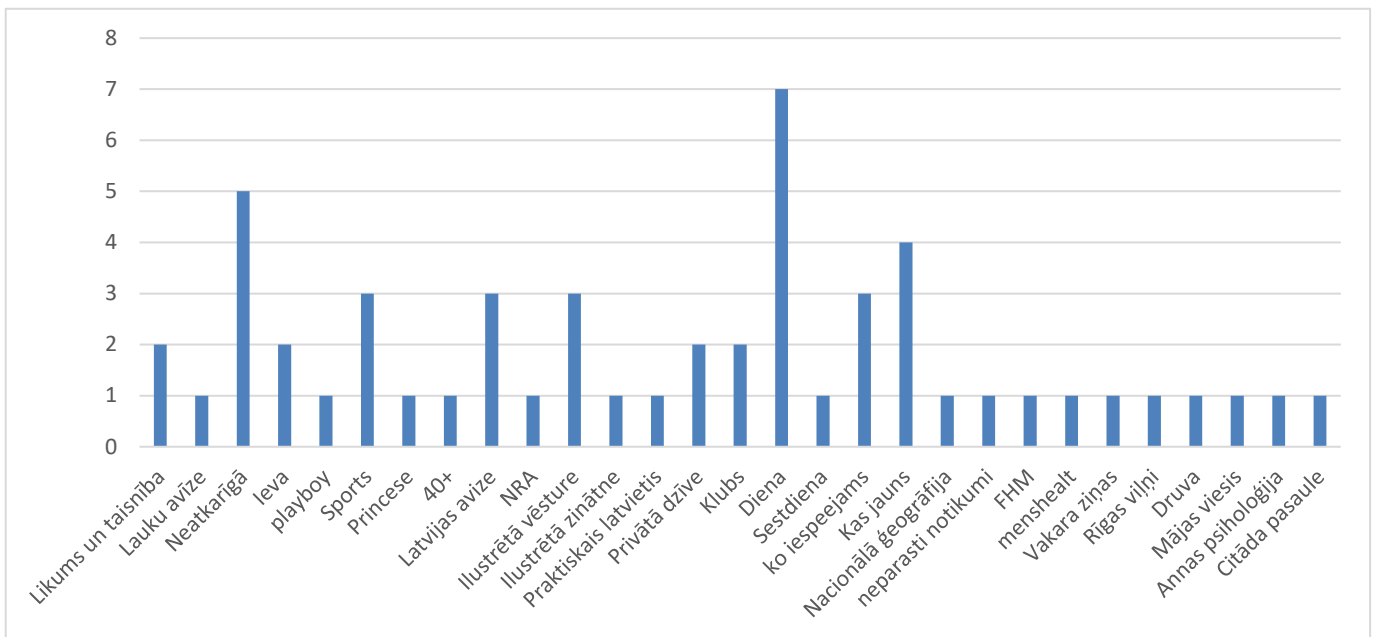
16.att. "Vai Tu lasi žurnālus/avīzes?"



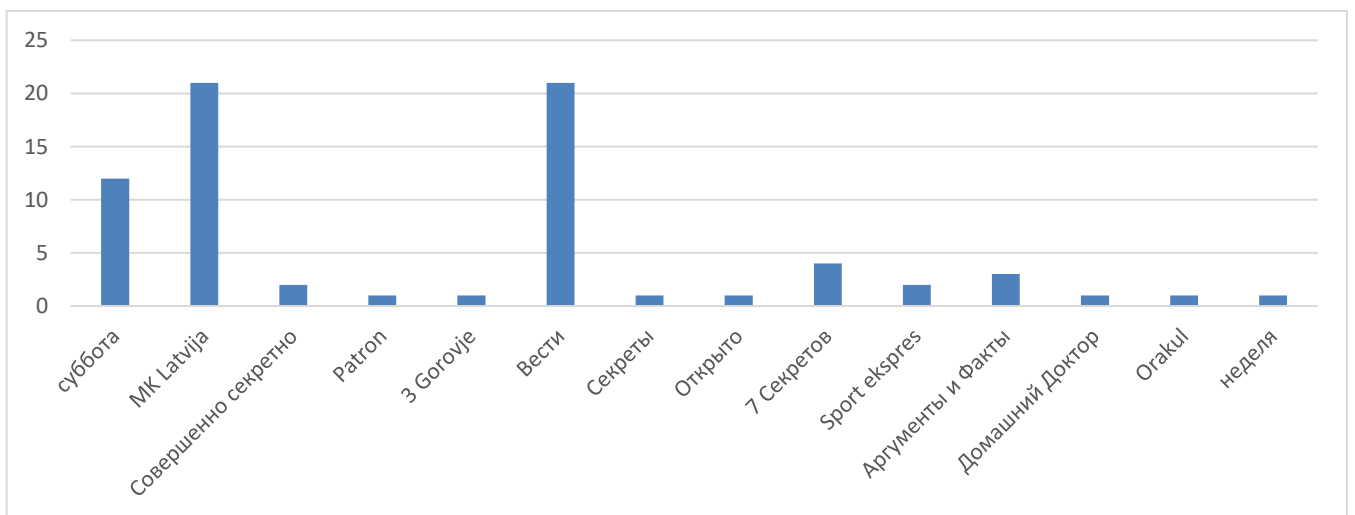
17.att. "Preses iegūšanas vietas"



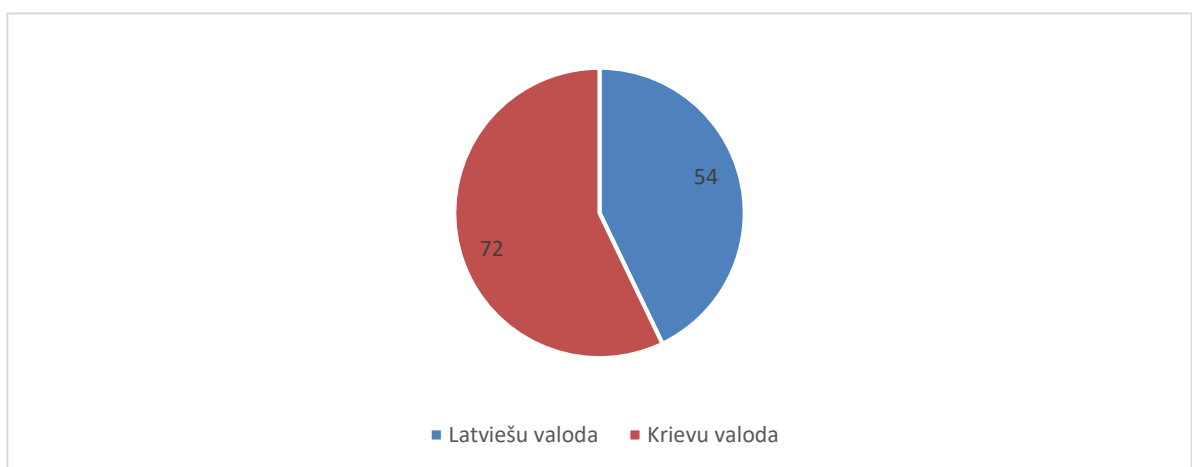
18.att. Preses lietošanas biežums



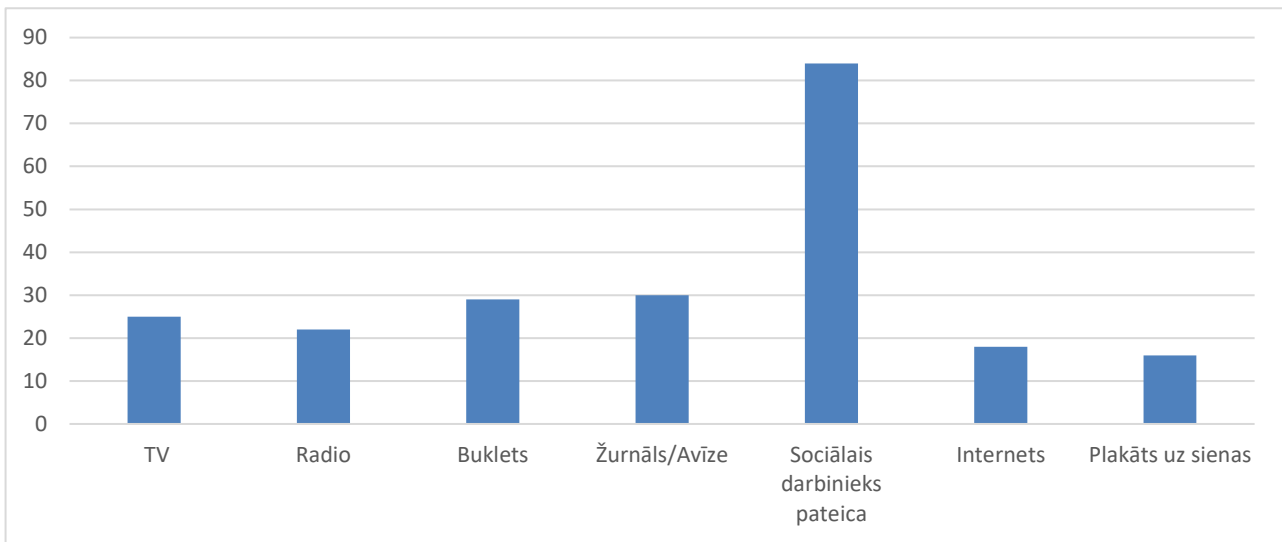
1. att. Lasītākie izdevumi latviešu valodā



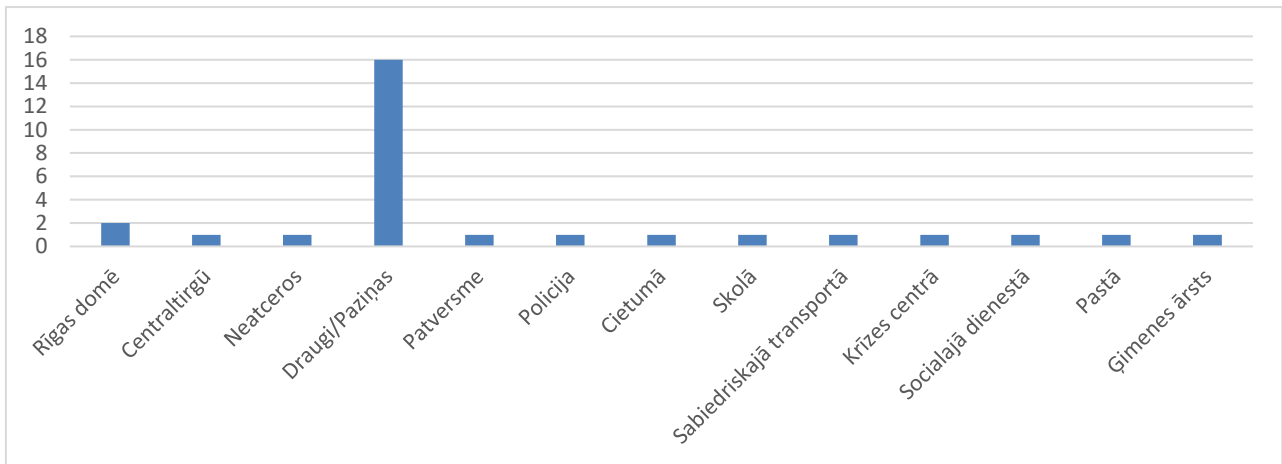
2. Att. Lasītākie izdevumi krievu valodā



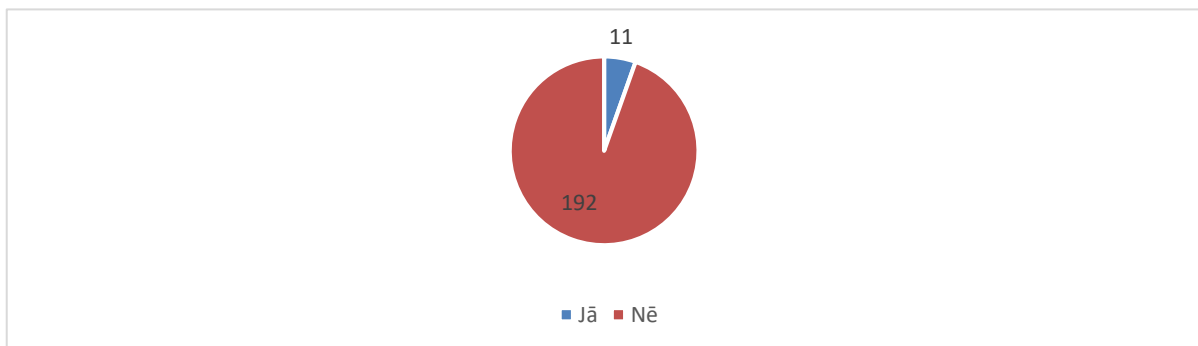
3. att. Minēto izdevumu daudzuma attiecība starp latviešu un krievu valodu



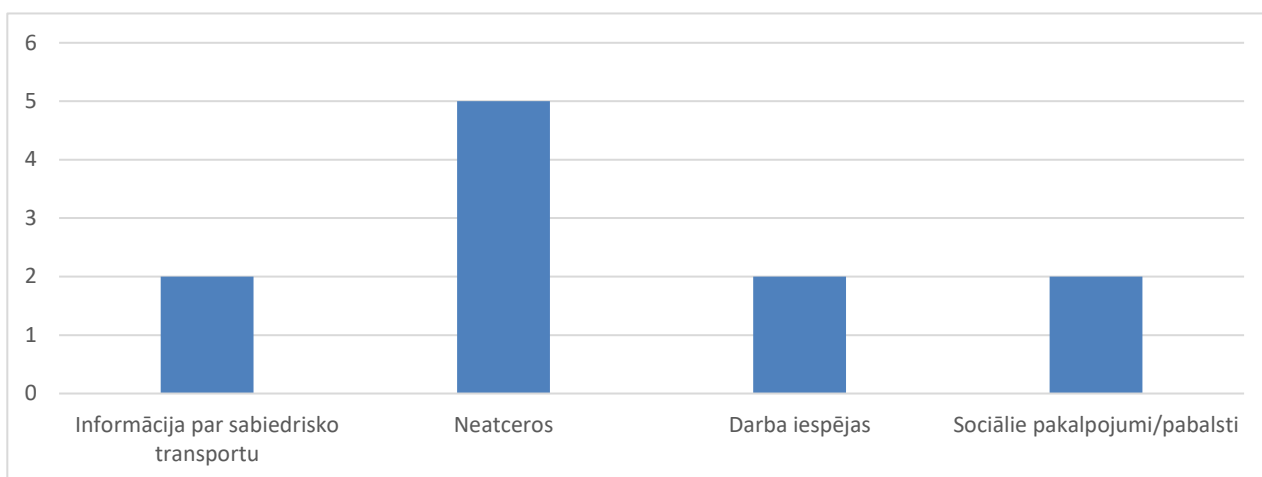
4. Att. Jautājums ‘‘Kā Tu esi saņēmis informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem? (anketas piedāvātie varianti)’’



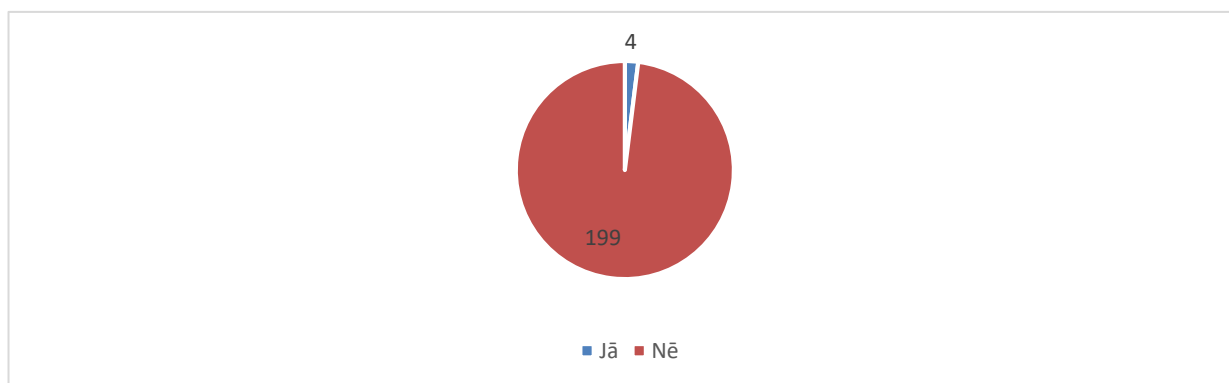
23.Att. Jautājums ‘‘Kā Tu esi saņēmis informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem? (citas atbildes)’’



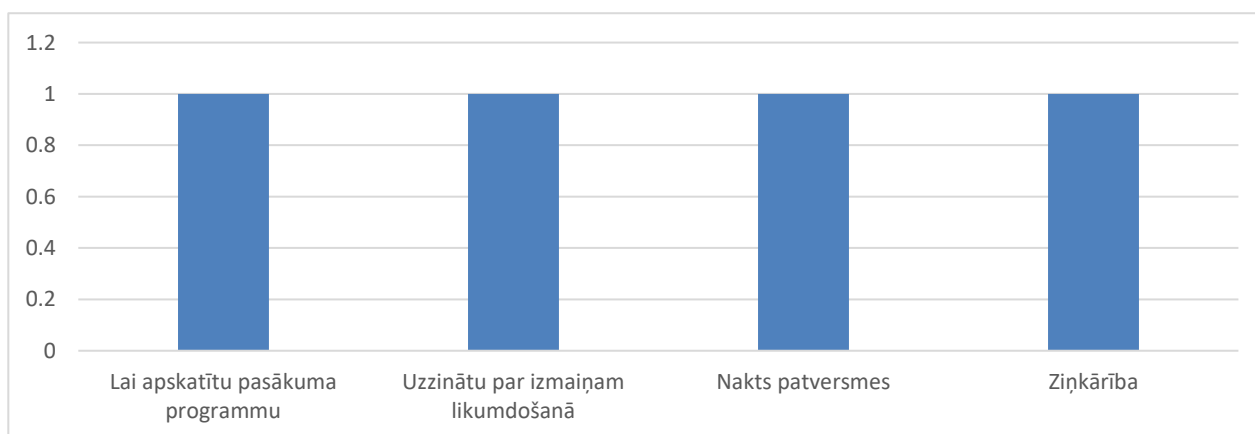
24.att. Labklājības departamenta bezmaksas informatīvā tālruņa izmantojums



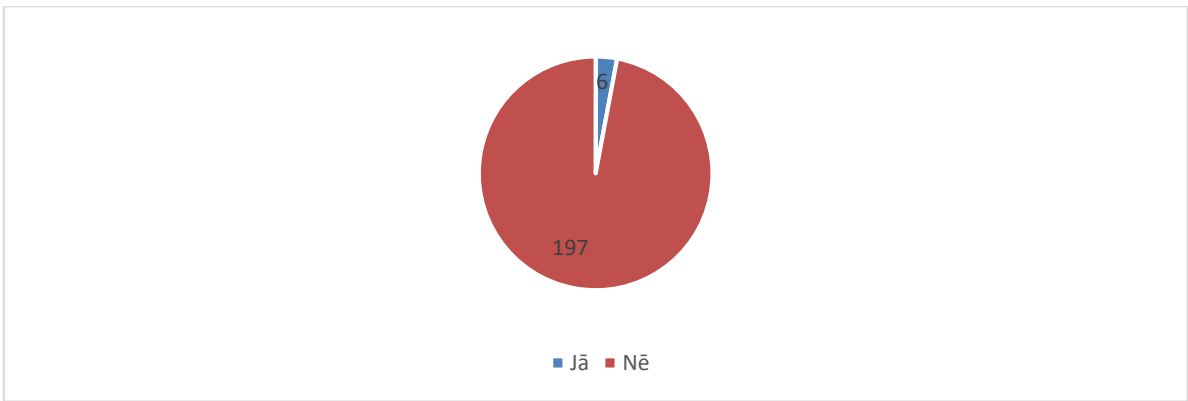
25.att. Mērķis bezmaksas uzziņas tālrūņa izmantošanai



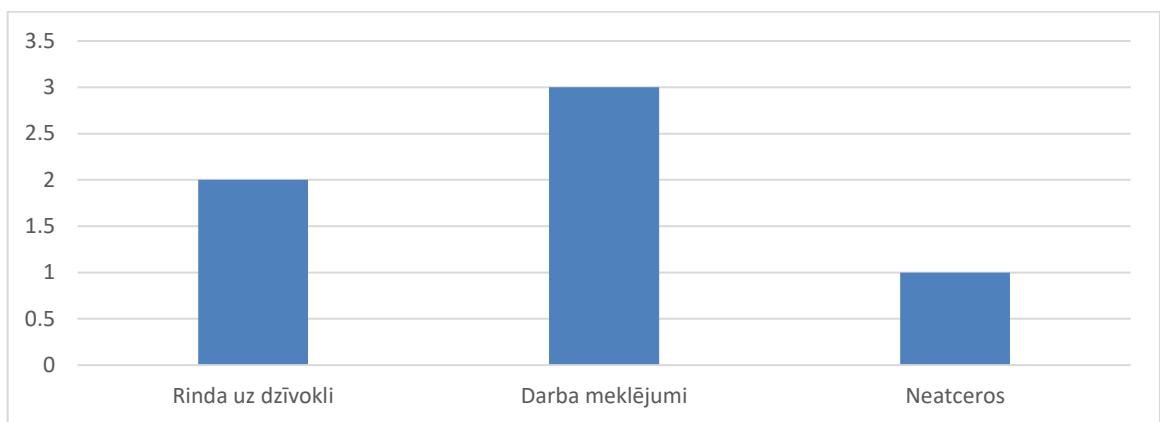
26.att. Portāla rīga.lv apmeklējums



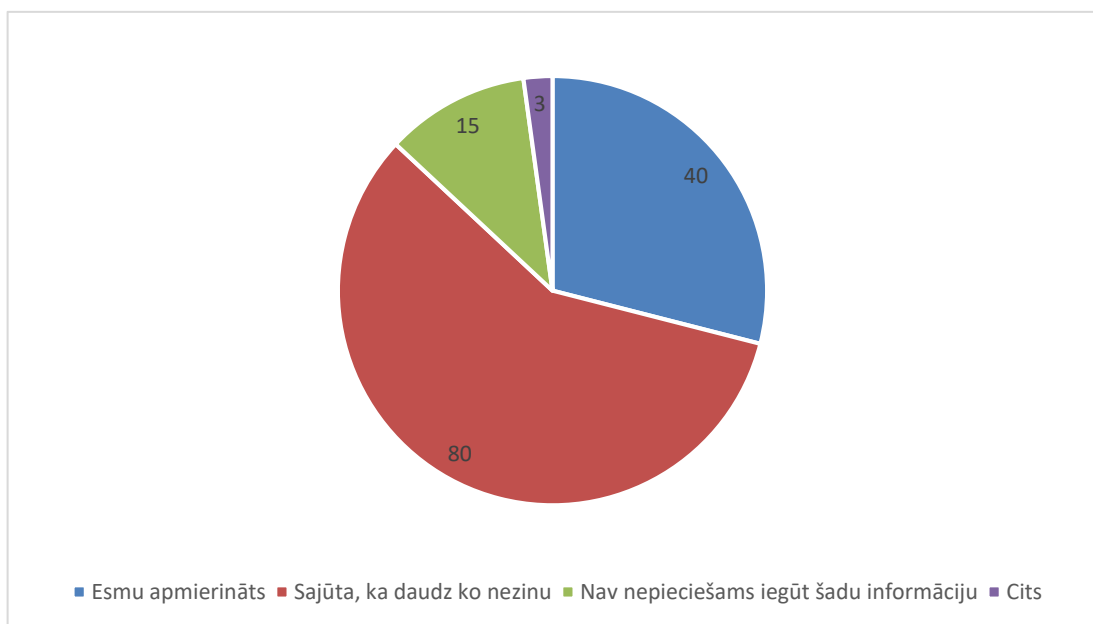
27. att. Portāla rīga.lv apmeklējuma mērķis



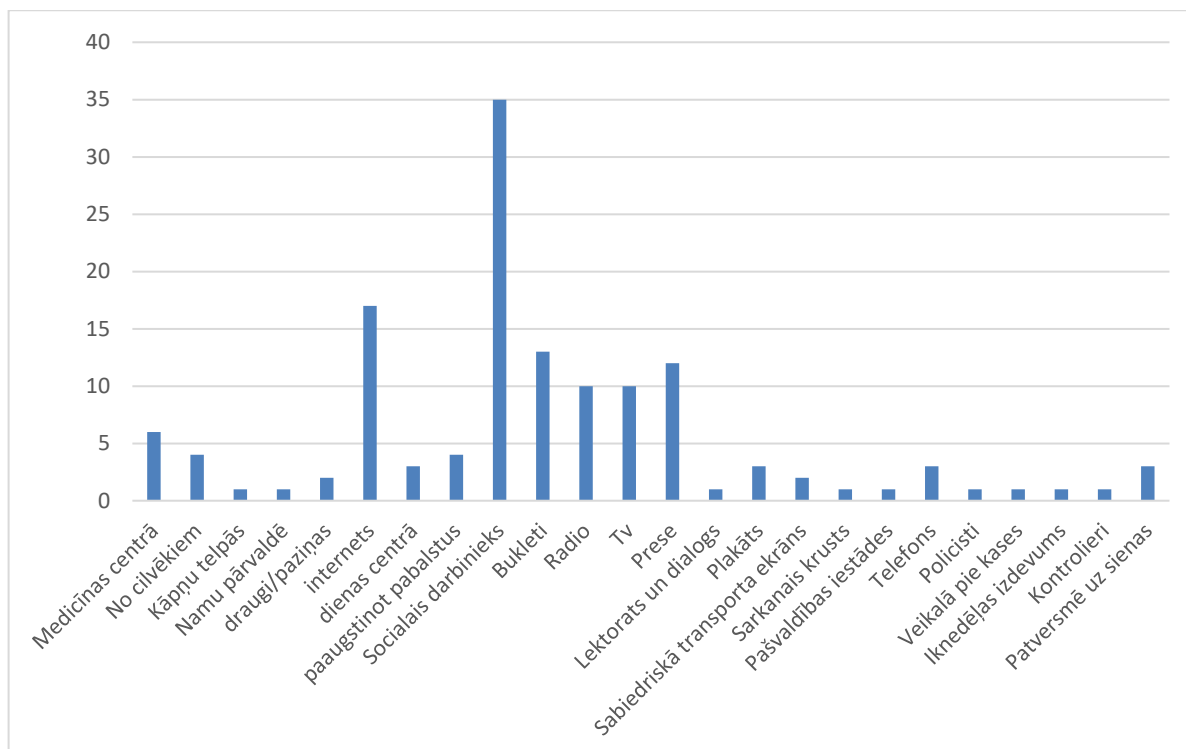
28.att. Mājas lapas ld.riga.lv apmeklējums



29.att. Mājas lapas riga.id.lv apmeklējuma mērķis



30. att. Atbildes uz jautājumu "Kā Tu izjūti iespēju iegūt informāciju par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem?"



31.att. Efektīvākais veids kā saņemt informāciju pēc bezpajumtnieku domām

Ieteikumi, komentāri

1. Pateicība dežurantei un sociālajam darbiniekam;
2. Pateicība pašvaldībai par sociālo palīdzību (4 respondenti)
3. Vēlas iespēju vairāk parunāties ar sociālajiem darbiniekiem (2 respondenti)
 4. Uzskata, ka pabalsti ir pārāk zemi
5. Vēlas, lai būtu vairāk testi, ko pildīt (attiecināms uz anketu)
6. Vairāk profesionālisma un cieņas pilnu attieksmi
7. Uzskata, ka no soc. darbiniekiem uzzina visu, kas nepieciešams (2 respondenti)
 8. Vēlas saņemt informāciju krievu valodā
 9. Vēlētos, lai vairāk informē (4 respondenti)
10. Palīdzību neizmanto un neinteresē informācijas saņemšana (2 respondenti);
11. Labāku attieksmi pret iebraucējiem no citām pilsētām.

Dokumentārā lapa

Bakalaura darbs „ Informācijas ieguves veidi par Rīgas pašvaldības piedāvātajiem sociālajiem pakalpojumiem un pabalstiem cilvēkiem bez noteiktas dzīvesvietas” izstrādāts LU Sociālo zinātņu fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Darba apjoms (neskaitot izmantotos informācijas avotus un pielikumus) ir 102 549 rakstuzīmes (ieskaitot intervālus).

Autors: _____

Personīgais paraksts

Ginta Ozoliņa

/Vārds Uzvārds/

Rekomendēju/nerekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja/-s: Mg.soc.sc. Inga Latkovska _____ .____.2018.

Akadēmiskais amats zinātniskais grāds Vārds Uzvārds, personiskais paraksts, dd.mm.gggg

Recenzents: _____

Akadēmiskais amats zinātniskais grāds Vārds Uzvārds

Darbs iesniegts Komunikācijas zinātnes nodaļā _____

dd.mm.gggg.

Dekāna pilnvarotā persona: metodiķe _____

Vārds Uzvārds (personiskais paraksts)

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē

____.____.2018. prot. Nr.

Komisijas sekretāre: _____

Akadēmiskais amats Vārds Uzvārds (personiskais paraksts)