

LATVIJAS UNIVERSITĀTE  
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE  
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA

**VAS STARPTAUTISKĀS LIDOSTAS "RĪGA"  
KOMUNIKĀCIJA SOCIĀLAJOS TĪKLOS "FACEBOOK" UN  
"INSTAGRAM" COVID-19 IZPLATĪBAS LAIKĀ**

**BAKALaura DARBS**

**Autors: Justīne Bateņina**

Studenta apliecības Nr.: jb18064

Darba vadītāja: docente Dr.sc.comm. Līva Kalnača

RĪGA 2022

## ANOTĀCIJA

Bakalaura darba “VAS starptautiskās lidostas “Rīga” komunikācija sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” covid-19 izplatības laikā” mērķis ir noskaidrot VAS starptautiskās lidostas “Rīga” komunikāciju sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” laikā, kad covid-19 pandēmijas dēļ tika ierobežota aviosatiksmē.

Darba teorētiskajā daļā tiek apskatīti tādi jēdzieni kā komunikācija, sociālie tīkli un sociālie mediji, sociālo tīklu platforma “Facebook”, sociālo tīklu platforma “Instagram”, mārketinga komunikācija sociālajos tīklos.

Bakalaura darba pētījuma veikšanai tika izmantotas trīs pētniecības metodes: kontentanalīze, interneta aptauja, daļēji strukturēta intervija.

Darbā iegūtie secinājumi liecina, ka VAS starptautiskās lidostas “Rīga” komunikācija sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” ir bijusi nepārāk aktīva, kas norāda uz to, ka netika publicēta aktuālākā informācija, sekotājiem informācija ir bijusi grūti sasniedzama.

**Atslēgvārdi:** lidosta, komunikācija, sociālie tīkli, “Facebook”, “Instagram”

## ANNOTATION

The aim of the bachelor's thesis “Communication of SJSC Riga International Airport on social networks“ Facebook ”and“ Instagram ”during the spread of covid-19” aims to find out the communication of SJSC Riga International Airport on social networks “Facebook” and “Instagram” during to covid-19 pandemics when air traffic was restricted.

The theoretical part of the work deals with such concepts as communication, social networks and social media, social networking platform “Facebook”, social networking platform “Instagram”, marketing communication in social networks.

Three research methods were used to conduct the research of the bachelor's thesis: content analysis, internet survey, semi-structured interview.

The conclusions obtained in the work show that the communication of SJSC Riga International Airport on the social networks “Facebook” and “Instagram” has not been too active, which indicates that the most up-to-date information was not published, the information was difficult for followers to reach.

**Keywords:** airport, communication, social networks, “Facebook”, “Instagram”

## SATURS

APZĪMĒJUMU SARAKSTS .....	6
IEVADS .....	7
1. KOMUNIKĀCIJA .....	10
2. SOCIĀLIE TĪKLI UN SOCIĀLIE MEDIJI .....	12
2.1. Sociālie tīkli.....	14
2.2. Sociālie mediji .....	15
2.3. Sociālo tīklu platforma- “Facebook” .....	15
2.4. Sociālo tīklu platforma- “Instagram” .....	17
3.MĀRKETINGA KOMUNIKĀCIJA SOCIĀLAJOS TĪKLOS .....	19
4.METODOLOĢISKĀ DAĻA .....	22
4.1. Kontentanalīze .....	22
4.2.Interneta aptauja .....	23
4.3.Daļēji strukturēta intervija .....	25
4.4.Pētījuma dizains.....	25
5.EMPĪRISKĀ DAĻA .....	27
5.1. Starptautiskā lidosta “Rīga” .....	27
5.2. Aptaujas un interviju rezultāti .....	28
5.2.1. Aptaujas respondentu demogrāfiskie dati .....	28
5.2.2. Intervējamo loma VAS Starptautiskajā lidostā “Rīga” .....	29
5.2.3. Respondentu ceļošanas paradumi.....	30
5.2.4. Respondentu ceļošanas paradumi covid-19 pandēmijas laikā.....	31
5.2.5.Respondentu un intervējamo viedoklis par starptautiskās lidostas Rīga komunikāciju sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” .....	33

5.4. Pētījuma rezultāti– kontentanalīze “Facebook” .....	39
5.5. Pētījuma rezultāti- kontentanalīze “Instagram” .....	57
5.6.Pētījuma rezultāti- “Faceebok” un “Instagram” salīdzinājums .....	66
6.SECINĀJUMI .....	68
IZMANTOTIE INFORMĀCIJAS AVOTI.....	71
PIELIKUMI.....	74
1.pielikums Interneta aptauja .....	74
2.pielikums Interneta aptaujas rezultāti .....	77
2.pielikums Lidostas “Rīga” statistika .....	82
3.pielikums Datu apkopojums par “Facebook” .....	83
4.pielikums Datu apkopojums par “Facebook” un “Instagram” .....	86
5.pielikums Publikācijas no “Facebook” .....	87
6.pielikums Publikācijas no “Instagram” .....	95
7.pielikums Intervijas transkripcija ar pasažieru apkalpošanas nodaļas vadītāju Baibu Oldermani-Mieriņu.....	100
8.pielikums Intervijas transkripcija ar gaisa kuģu apkalpošanas nodaļas darbinieku Edgaru Martereru.....	102
9.pielikums Intervijas transkripcija ar lidostas biļešu servisa nodaļas darbinieci Janu Svjacku .....	105
10.pielikums Intervijās izmantotās publikācijas (ekrāuzņēmumi).....	107

## **APZĪMĒJUMU SARAKSTS**

VAS – Valsts akciju sabiedrība

U.tml.- un tamlīdzīgi

## IEVADS

Mūsdienās ikviens no mums ir bijis ceļojumā tuvākā vai tālākā un izmantot iespēju izceļot no valsts, un apskatīt ārzemes ir pavisam vienkārši. Līdz 2019.gadam aviācijas nozare attīstījās ļoti strauji, taču covid-19 ieviesa korekcijas un attīstība apstājās. Ne tikai Latvijā, bet arī citur pasaulē tika apturēti komerciālie lidojumi saistībā ar augstu saslimstības līmeni un lielu neziņu kā cīnīties pret to. VAS starptautiskā lidosta "Rīga" bija viena no straujāk augošajām lidostām Eiropas Savienībā. Sabiedrībai ir svarīgi iegūt atbildes par sev nepieciešamajiem jautājumiem pēc iespējas īsākā laika posmā. Lai īstenotu ātru informācijas apriti, sociālie tīkli ir labs palīgs, lai sasniegtu šo mērķi informēt savu auditoriju ar kvalitatīvu, jaunu informāciju ātri un vienkārši.

Aviācijas sākumi Latvijā ir atrodami jau 1670.gadā, kad latviešu kalējs Zviedris Johansons izgatavoja lidaparātu.<sup>1</sup> No pašiem pirmssākumiem līdz šodienai aviācija ir piedzīvojusi ļoti lielu izaugsmes ceļu. Ja kādreiz lidošana tika uzskatīta par luksusa lietu, ko atļauties varēja tikai turīgi cilvēki un nebija pieejama ikkatram, tad šobrīd šīs iespējas ir visdažādākās, kas atļauj mums aizlidot uz jebkuru vietu pasaulē. Arī finansiālā ziņā aviācijā ir kļuvusi par plaši pieejamu lietu sabiedrībā, kur lidmašīnu jau var salīdzināt ar kādu autotransportu, lai ērti un ātri varētu nokļūt no viena punkta līdz nākamajam. Aviokompānijas ir izveidojušas savu pasažieru kategoriju, savu mērķauditoriju uz ko tiek koncentrēta uzmanība.

Bakalaura darbs "VAS starptautiskās lidostas "Rīga" komunikācija sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram" covid-19 izplatības laikā" ir ieskats tam, kā covid-19 ietekmējis lidostas spēju komunicēt un veikt komunikāciju laikā, kad nebija skaidrības par turpmāko darbību. Darba gaitā tiks apskatīta komunikācija sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram".

Temats ir aktuāls, jo tas ir gadījums, kad nav noteikta, gatava darbības plāna kā rīkoties pie situācijas, kad tiek apturēta aviosatiksmē. Stingri ierobežojumi un drošības prasības, kas tika un tiek attiecinātas uz komerciālajiem lidojumiem joprojām ierobežo šos lidojumus. Lai arī uz doto brīdi komerciālie lidojumi ir pieejami tie nepavisam nelīdzinās tiem, kas tika izpildīti pirms šīs covid-19 infekcijas izplatības, kad kustība bija neierobežota un nebija nekādu papildus prasību, kas apgrūtinātu ceļošanu.

Ārkārtējā situācija tika izsludināta balstoties uz valsts aizsardzību un valsts drošību, likuma noteiktajā kārtībā. *“Ārkārtējo situāciju var izsludināt tāda valsts apdraudējuma*

---

<sup>1</sup> Civillās aviācijas aģentūra (03.11.2020). *Latvijas Aviācijas vēsture īsumā*. Izgūts no <http://caa.lv/lv/caa/latvijas-aviacijas-vesture-isuma>

*gadījumā, kas saistīts ar katastrofu, tās draudiem vai kritiskās infrastruktūras apdraudējumu, ja būtiski apdraudēta valsts, sabiedrības, vides, saimnieciskās darbības drošība vai cilvēku veselība un dzīvība.”<sup>2</sup>*

Par cik šī situācija bija saspringta ir interesanti aplūkot, cik daudz informācijas starptautiskā lidosta “Rīga” izpauša savos sociālo tīklu profilos, un vai tā bija bijusi aktuāla par ko tā ir bijusi. Apskatot sociālo tīklu profilus būs iespējams noteikt vai pasažieriem informācija ir bijusi pietiekoša kā arī to, vai no lidostas “Rīga” ir bijusi atgriezeniskā saite par neskaidriem jautājumiem.

Lidostas “Rīga” rezultāti ar katru tās darbības gadu uzlabojās un 2019.gadā šie rezultāti bija visaugstākie.<sup>3</sup> 2020.gada rādītāji ir krietni samazinājušies covid-19 ietekmes dēļ.<sup>4</sup> Tas nozīmē, ka ir radušies zaudējumi un priekšā būs smags darbs, lai spētu atjaunoties līdzšinējie rādītāji, kas nozīmē, ka ar komunikācijas starpniecību, izmantojot sociālos tīklus un medijus nāksies mēģināt skaidrot, risināt radušos situāciju, to padarīt mazāk nepatīkamu.

**Darba mērķis:** noskaidrot VAS starptautiskās lidostas “Rīga” vēstījumus un auditorijas vērtējumu par tiem.

#### **Darba uzdevumi:**

- Literatūras studijas un analīze. Izpētīt, cik daudz ierakstu tika veikti VAS starptautiskās lidostas "Rīga" lapā sociālajā tīklā “Facebook” un “Instagram” par aktuālo situāciju laika periodā no 2020.gada 1. marta līdz 2020.gada 31.oktobrim.
- Veikt intervijas ar trīs VAS starptautiskā lidosta “Rīga” pārstāvjiem.
- Izveidot interneta aptauju.
- Analizēt pieejamo informāciju, ierakstus “Facebook” un “Instagram”;
- Izdarīt secinājumus.

#### **Pētījuma jautājumi:**

- Cik aktīvi VAS starptautiskā lidosta “Rīga” ir publicējusi informāciju sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram”.
- Kāda satura informācija tika publicēta “Facebook” un “Instagram”.

---

<sup>2</sup> Likumi.lv. *Par ārkārtējo situāciju un izņēmuma stāvokli*. Izgūts no <https://likumi.lv/ta/id/255713-par-arkartejo-situaciju-un-iznemuma-stavokli>

<sup>3</sup>Klientuportfelis.lv (11.05.2020). *Starptautiskās lidostas “Rīga” apgrozījums 2019.gadā audzis līdz 64,99 milj.EUR* Izgūts no <https://www.klientuportfelis.lv/lv/jaunumi/7820/starptautiskas-lidostas-riga-apgrozijums-2019gada-audzis-lidz-6499-miljeur>

<sup>4</sup> RIX (2020). *STATISTICS REPORT 2020* [PowerPoint prezentācija]. Izgūts no <https://www.riga-airport.com/par-lidostu/rix-statistika>

**Pētījuma objekts:** VAS starptautiskās lidostas "Rīga" ieraksti sociālajā tīklā "Facebook" un "Instagram" saistībā ar covid-19 izplatību.

**Pētījuma priekšmets:** Ierakstu saturs sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram" atgriezeniskā saite.

Bakalaura darbā "VAS starptautiskās lidostas "Rīga" komunikācija sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram" covid-19 izplatības laikā" teorētiskajā daļā tiek aplūkots, skaidrots, kas ir komunikācija, sociālie tīkli un mediji, sociālo tīklu platformas "Facebook" un "Instagram", mārketinga komunikācija. Lai veiktu pētījumu tika izvēlētas trīs metodes- kontentanalīze, interneta aptauja, daļēji strukturēta intervija. Bakalaura darbu veido 6 nodaļas, kas sastāv no 18 apakšnodaļām un 10 pielikumiem.

# 1. KOMUNIKĀCIJA

Komunikācija pēc būtības ir neatņemama daļa no sabiedrības dzīves. Daloties ar savām idejām ar apkārtējiem, mēs, aktīvi piedalāmies komunikācijas procesā, kas ļauj savstarpēji apmainīties ar informāciju, ko nododam tālāk.<sup>5</sup> Komunikācijas apmaiņa notiek dažādos veidos gan verbāli, gan neverbāli.

Termins komunikācija apzīmē “saskarsmi un saziņu”, tas ir cēlies jau 20.gs. Komunikāciju dēvē par mijiedarības procesu saskarsmē starp cilvēkiem, veidiem un formām.<sup>6</sup>

Sabiedrībā ierastākais un visbiežāk izmantotais komunikācijas veids ir divvirzienu komunikācija. Ar divvirzienu komunikāciju izprot tādu procesu kā informācijas nodošana, izplatīšana tālāk informācijas uztvērējam, kam seko atbilde- atgriezeniskā saite.<sup>7</sup> Kad tiek iegūta atgriezeniskā saite ir iespējams veikt secinājumus par to, vai informācija tika uztverta un izprasta, kas ļauj veiksmīgi turpināt diskusiju. Par divvirzienu komunikāciju uzskata tādu, kur piedalās divas vai vairāk personas, diskusijas norit ne tikai tiešā kontaktā ar dalībniekiem, bet arī spēj noritēt attālināti, tiešsaistē, kas šobrīd ir īpaši aktuāli, gan spēj norisināties sarakstes formātā. Savukārt, par vienvirziena komunikāciju tiek uzskatīta, kad uzstājas/prezentē viens dalībnieks- monologa formātā norisinās komunikācija. Līdz ar to vienvirziena komunikācijai ir informatīva funkcija bez iespējas iesaistīties vēl kādam.<sup>8</sup>

Komunikācija ir viens no svarīgākajiem pamatiem, lai izveidotu veiksmīgu sadarbību. Uzņēmumiem ir nepieciešams iegūt atgriezenisko saiti no klientiem līdz ar to komunikācijas, informācijas apmaiņa ir jānodrošina nepārtraukti un jāuzrauga. Sociālie tīkli un mediji kalpo kā palīgriki, lai sasniegtu vēlamu rezultātu.

Līdz ar to gandrīz katrs uzņēmums ir izveidojis profilu sociālajos tīklos, kur piekļūt informācijai ir iespējams neatkarīgi no atrašanās vietas un jebkurā laikā. Šie profili sociālajos tīklos palīdz izveidot komunikāciju ar klientiem, un piedāvā iespēju uzdot jautājumus, kā arī saņemt atbildi īsā laika posmā.

---

<sup>5</sup> Guffey, M. E. (2018). *Business Communication: Process & Product*. United Kingdom: CENGAGE Learning. 128. lpp.

<sup>6</sup> Fill, C. (2006). *Marketing Communications. Engagements, Strategies and Practice*. (4th ed.). Prentice Hall. 15. lpp.

<sup>7</sup> Turpat.

<sup>8</sup> Chaturvedi, M. (2006). *Business Communication: Concepts, Cases And Applications*. India: Dorling Kindersley. 319. lpp.

Pēc G.Gantera uzņēmumi ar komunikācijas starpniecību, lai sasniegtu sev vēlamo rezultātu darbojās pēc noteiktiem kritērijiem:

1. Informācijas izplatīšana, lai uzrunātu/ pastāstītu potenciālajiem un esošajiem klientiem par jaunākajiem/esošajiem produktiem, pakalpojumiem, nosacījumiem, kā arī tirdzniecības vietu.
2. Klienta pārliecināšana par izvēli zīmolam.
3. Klienta aicināšana izvēlēties apmeklēt/ izmēģināt konkrēto pasākumu/produktu.
4. Veikt pārliecināšanas darbības, lai klients uzreiz iegādātos produktu nevis atliktu to vēlākam laikam.<sup>9</sup>

20.gs. 40.gados amerikāņi pievērsās pastiprināti pie komunikācijas pētniecības, tiek izdalīti vairāki virzieni. Kā pirmo komunikācijas virzienu var dēvēt angloamerikāņu, jo tas pēc būtības tiek uzskatīts kā lingvistiskā analīze jeb izprotama kā valodas redzējums pēc L. Vitgenšteina. Kā otrais komunikācijas virziens ir franču, jo tas ietver sevī ne tikai valodas komunikāciju, bet arī sabiedrības komunikācijas sociālās problēmas.<sup>10</sup>

Par veiksmīgu komunikāciju ar saviem klientiem var uzskatīt, ja ir izdevies iegūt atgriezenisko saiti. Tā varbūt kā produkta/pakalpojuma iegāde vai lietošana, kā arī tā var būt diskusija, viedoklis par iegūto informāciju. Komunicējot ar apkārtējiem var iegūt informāciju, kas var kalpot kā palīgs noteiktos brīžos, piemēram, sniedzot padomu, atbalstot. Komunicējam, mēs, ar dažādu metožu palīdzību gan sarunājoties, gan sarakstoties tiešsaistē. Šobrīd, covid-19 izplatības laikā, komunikācija darba vidē pārsvarā notiek tieši ar interneta starpniecību, izmantojot sociālos tīklus vai sociālos medijus.

Interneta medijiem ir raksturīgas trīs iezīmes:

1. Hipertekstualitāte- informācija/ziņas/ jaunumi ir sasaistīti ar vairāk nekā vienu interneta resursu, lai interesents spētu iegūt maksimāli daudz informācijas.
2. Multimedialitāte- informācijas apvienošanas iespēja vairākos veidos.
3. Apskatītā interaktivitāte- interneta mediju lietotāji ir spējīgi iegūt vairāk kā tikai informāciju, spēj arī to izplatīt tālāk interneta vidē.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Гантер Б., Фернхам А. (2001). *Типы потребителей: введение в психографику.* Пер. с англ. (Red. И.В.Андреевой). СПб: Питер. 89. lpp.

<sup>10</sup> Назарчук А. В. (2009). *Теория коммуникации в современной философии.* Москва: Прогресс-Традиция. 151. lpp.

<sup>11</sup> Deuze, M. (2003). *The Web and its Journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online.* New media & societ, 5 (2), 212.-213. lpp.

## 2. SOCIĀLIE TĪKLI UN SOCIĀLIE MEDIJI

Sociālie tīkli mūsdienās ir katra cilvēka ikdienas sastāvdaļa. Katram ir pieeja interneta videi, kur iegūt jaunāko, aktuālāko informāciju par notiekošo apkārt ne tikai Latvijā, bet arī ārzemēs. Sociālie tīkli ir rīks, kur uzņēmumi sevi spēj reklamēt, vieta, kur apgrozās potenciālie klienti. Sociālo tīklu iespējas ir ļoti plašas, kā arī pašas sociālo tīklu platformas ir dažādas un piedāvā neskaitāmas funkcijas, ko pielietot, un katram ir iespēja piemeklēt savām vēlmēm piemērotāko sociālo tīklu platformu. Šo platformu izmantošana ir ērta, ietver sevī daudz informācijas par nepieciešamo, interesējošo personu, produktu vai pakalpojumu, kā arī ir plašs lietotāju loks no visas pasaules. Pieejamais saturs ir tendēts gan uz atpūtu, izklaidi, gan pamācošs uz izglītību vērsts.

Mūsdienās sociālie tīkli tiek izmantoti arī kā mediji, kur iespēja dalīties ar informatīvo saturu ir ikvienam lietotājam, ļaujot ievietoto ziņu komentēt, dalīties, iesaistīties diskusijā, kas sniedz iespēju tādā veidā ar sabiedrības palīdzību sasniegt arvien plašāku auditoriju.<sup>12</sup> Pēc Boidas un Elisonas (*Boyd, D.M., Ellison, N.B.*) redzējuma sociālo tīklu platformas var noteikt pēc trīs kritērijiem:

1. Ikviens, kurš izvēlas pievienoties sociālo tīklu platformai izdara izvēli par savu lietotāja profilu, veidojot to- publisku pieejamu vai publiski daļēji pieejamu.
2. Izvēlas noteiktu personu loku ar ko vēlas dalīties ar informāciju, kam vēlas sekot vai izveidot kontaktu.
3. Ir iespējams piekļūt sev interesējošai informācijai par citiem sabiedrības locekļiem.<sup>13</sup>

Ar sociālajiem tīkliem, mēs, izprotam, ka tā ir vide, kur iegūt ne tikai informāciju, bet arī draugus, biznesa partnerus, attīstības iespējas uzņēmumiem, vieta, kur parādīt inovācijas jebkurā jomā, padarot to viegli pieejamu lielam auditorijas lokam neatkarīgi no atrašanās vietas un laika. Informācijas apjomi ir neiedomājami lieli, aprite ir ļoti strauja un mainīga šajās platformās. It īpaši šobrīd, kad sabiedrība ir diezgan ierobežota un visa dzīve ir pārgājusi uz tiešsaistes režīmu. Šīs sociālo tīklu platformas ir devušas milzīgu atbalstu, lai turpinātu

---

<sup>12</sup> Bruns, S., K. (2017). *Social media: A reference handbook. Contemporary world issues*. California: ABCCLIO, LLC. 6.-7. lpp.

<sup>13</sup> Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

komunikāciju nepārtraukti. Komunikācijas nepārtraukta nodrošināšana ir fantastiska iespēja cilvēkiem augt un attīstīt sevi, gan biznesu. Jebkurai aktivitātei, ko veic sabiedrība kopumā vai individuāli katrs pats par sevi pamatā ir veiksmīga komunikācija, kas ļauj realizēt savas idejas, sapņus.<sup>14</sup> Savā starpā šie divi jēdzieni ir ļoti tuvu stāvoši un darbojas kopā. Runājot par sociālajiem tīkliem tie tiek uztverti kā rīki caur kuriem iegūt informāciju, socializēties ar citiem cilvēkiem, veidotu jaunas sadarbības iespējas, taču sociālos medijus uztver kā rīku ar kura palīdzību tiek uzturēti šie sociālie tīkli, veidojot atbalsta lietojumprogrammas vai ir tehnoloģijas ar kuru palīdzību tiek veidoti vizuāli tēli, piemēram, bildes, video- ilustratīvs materiāls.<sup>15</sup>

Komunikācija norisinās dažādos veidos. Daļa sabiedrības ir jau pieradusi, ka viss notiek tiešsaistē bez fiziska kontakta ar citiem cilvēkiem. Bizness tiek attīstīts attālināti tāpat kā sapulces norisinās tiešsaistē, tādēļ, pateicoties plašajām interneta iespējām, viss attīstās ļoti strauji un sociālie tīkli sekmē to. Sociālie tīkli un sociālie mediji tiek izmantoti kā informācijas iegūšanas, nodošanas avots. Šie abi jēdzieni savā starpā ļoti cieši mijiedarbojas un sniedz lietotājiem plašas iespējas iegūt informāciju par jaunumiem, notiekošo pasaulē, darba piedāvājumiem, un arī par izklaides iespējām, kā arī vispārēji izklaidējošu materiālu. A.M. Kaplans (*Andreas Marcus Kaplan*) un M.Haenleins (*Michael Haenlein*) ir izvirzījuši sešas grupas pēc kurām iedalīt sociālos medijus:

1. Blogi: Tiek uzskatīti par senāko sociālo mediju rīku. Vairumā blogu pārvalda viena persona, kura to uztur un publicē sev svarīgu informāciju un dalās ar citiem. Piemēram, pieredzes stāsti, receptes, iedvesmojošas atziņas u.c.
2. Satura kopienas. Šobrīd jau uztveramas līdzīgi kā blogi, kur notiek satura masveida patērēšana starp lietotājiem.
3. Uz sadarbību vērstas vietnes. Savā starpā ir cieši saistītas un pārvalda informāciju no vairākām vietnēm, ko lietotājam ir iespēja rediģēt ar domu, lai nonāktu pie precīzākas informācijas, iesaistot lietotāju.
4. Sociālo tīklu mājaslapas. Sniedz iespēju izveidot personīgo profilu, veidot savu saturu, ievietot dažāda veida informāciju, publicēt bildes, video.
5. Virtuālā spēļu pasaule. Iespēja izveidot personalizētu avataru, ko pielietot spēlēs, kur lietotājs ir atbildīgs par sevis izveidoto tēlu.

---

<sup>14</sup> Fuchs, C. (2017). *Social media. A critical introduction*. (2nd ed.). SAGE publications. 6. lpp.

<sup>15</sup> Fuchs, C. (2017). *Social media. A critical introduction* (2nd ed.). SAGE publications. 38. lpp.

6. Virtuālā sociālā pasaule. Izveidots noteikts uzvedības, attieksmes, dzīves modelis virtuālajā vidē, ko pārvalda lietotājs.<sup>16</sup>

Sociālie mediji ir ļoti veiksmīgi sevi pierādījuši kā ātru informācijas ieguves avotu, kas ir pieejams visu diennakti. Informācijas plūsma ir plaša, tā atjaunojas ļoti strauji. Sociālie tīkli ir palīgs izplatīt šīs ziņas, aktualitātes zibenīgi- plašai auditorijai. Taču jāatzīst, ka informācijas plūsma ir ļoti plaša un tās patiesumu nevar nokontrolēt līdz ar to pie lietotājiem nonāk arī nepatiesa informācijas, kas šajā interneta vidē ir ļoti liels izaicinājums.

Interneta medijus ir iespējams raksturot ņemot vērā zemāk minētās pazīmes:

- Hipertekstualitāte- ziņas tiek sasaistītas ar vairākiem interneta resursiem, lai lasītājs varētu iegūt pēc iespējas vairāk informācijas;
- Multimedialitāte- informācijas apvienošanas iespēja vairākos veidos;
- Apskatītā interaktivitāte- lietotāji var ne tikai iegūt informāciju, bet arī to izplatīt, izplatīt tālāk interneta vidē, kur tā būs pieejama daudz plašākam interneta lietotāju lokam.<sup>17</sup>

### **2.1.Sociālie tīkli**

Sociālie tīkli- jau vārds sociāls ir izprotams, ka tas ir vērsts uz komunikāciju un atvērts jauniem kontaktiem ar apkārtējo vidi, sabiedrības locekļiem. Savā ziņā tas arī parāda indivīda vietu sabiedrībā- iekļaušanos vai tajā pašā laikā neiekļaušanos kādos vispārpieņemtajos standartos, rāmjos jeb sociālajā grupā, kas norāda uz indivīda statusu- nozīmīgumu citu sabiedrības locekļu vidū. Šī sociālo tīklu pasaule bija izveidota pateicoties internetam. Līdz ar to jebkuram lietotājam bija iespēja izveidot anonīmu profilu- jauna virtuāla pasaule.<sup>18</sup>

Kā zināmākie sociālie tīkli izveidojās “Myspace”, “yahoo”, “friendster”. Šīs vietnes nodrošina ziņu plūsmu starp lietotājiem, ātru informācijas apmaiņu. Sociālie tīkli nodrošina informācijas apriti sabiedrībā, kas tiek nodota tālāk lielākai sabiedrības daļai, kuri lieto internetu un tā piedāvāto iespēju būt sociālo tīklu lietotājam.

Sociālie tīkli ir palīgs sabiedrībai sazināties, apmainīties ar informāciju, tie ir saistīti ar sociālajiem medijiem, kas nodrošina iespēju veidot savstarpēju diskusiju vai jaunu kontaktu izveidošanu, kas ilgtermiņā var nest pozitīvas pārmaiņas un sniegt iespējas attīstīties. Sociālie tīkli mūsdienās ir plaši izmantoti visā pasaulē. Ar to palīdzību plaša veida informatīvais saturs izplatās ļoti strauji un iegūst atpazīstamību.

---

<sup>16</sup> A.M.Kaplan, M. Haenlein. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons*. P. 62.

<sup>17</sup> Deuze, M. (2003). *The Web and its Journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online*. *New media & society*, 5 (2), 212.-213.

<sup>18</sup> Kērpatriks, D. (2012). *Facebook efekts*. Rīga: Apgāds Zvaigzne ABC. 79.lpp

Īpaši jauniem zīmoliem sociālā platforma “Instagram” ir lielisks rīks, lai virzītu uz priekšu savu uzņēmumu/biznesu. Arī lidostas izmanto sociālos tīklus un publicē aktualitātes, jaunumus aviācijas nozarē.

## 2.2. Sociālie mediji

Sociālie mediji ir kļuvuši par visai jaunu komunikācijas kanālu, lai gan pirmsākumi jau aplikācijām ir atrodami jau 2005.gadā balstoties starp Matjeva Allana (2012) un Trebora Skoltza (2008) savstarpējām diskusijām.<sup>19</sup> Komunikācija, ko nodrošina sociālie mediji ir dažādi. Tā ir iespēja komunicēt savā starpā ar jau pazīstamiem cilvēkiem, kā arī ir iespējams iepazīties ar pavisam jauniem. Sociālie mediji nodrošina arī lietotājam izveidot saturu, ievietot to un dalīties ar plašāku sabiedrību.

Salīdzinot ar klasisko, tradicionālo komunikāciju, kas darbojās pārsvarā kā vienvirziena komunikācija, piemēram, radio, televīzija, kas nepiedāvā iesaistīties interesentam diskusijā var redzēt, ka interese par aktuālām tēmām no iedzīvotājiem ir maza, jo nav iespējams saņemt tiešu atgriezenisko saiti, uzdodot jautājumu vai papildināt diskusiju pievienojot komentāru pie kāda no rakstiem. Balstoties uz to, ka šī sociālo mediju komunikācija sabiedrībā ir kļuvusi par ikdienas daļu, ko lietotāji ikdienā izmanto- labprāt iesaistās diskusijās caur iespēju pievienot komentāru, ir mainījusi komunikācijas modeli mūsdienu sabiedrībā.

Pēc funkcijām, ko veic sociālie mediji tie ir vērsti uz sabiedrības komunikācijas veicināšanu, proti, nodrošināt divvirzīnu komunikāciju. Tātad pēc tā var secināt, ka sociālie mediji ir rīks ar kuru palīdzību tiek nodrošināta komunikācijas veidošana.<sup>20</sup>

Sociālie mediji ir plašsaziņas līdzeklis ar kura palīdzību tiek nodrošināta sociālo programmatūru un sociālo tīklu veidošanu.<sup>21</sup> Sociālie mediji no sociālajiem tīkliem atšķiras ar to, ka tie nodrošina vietu, platformu, kur veidot sociālās grupas- diskusijas, jaunus kontaktus.

## 2.3. Sociālo tīklu platforma- “Facebook”

Šobrīd kā viens no atpazīstamākajiem un aktīvāk lietotajiem sociālajiem tīkliem ir “Facebook”. Šī platforma piedāvā dažādas iespējas un turpina aktīvi attīstīties arī šobrīd. “Facebook” ir dibināts 2004.gadā. “Facebook” viens no redzējumiem tā darbībai ir iespēja apvienot cilvēkus, lai pēc iespējas aktīvāk varētu dalīties ar informatīvo/izklaidējošo saturu

---

<sup>19</sup>Fuchs, C., (2017). *Social Media: A Critical Introduction*. SAGE Publications. Izgūts no [https://books.google.lv/books?hl=en&lr=&id=m3oEDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=social+media+&ots=pWao0B7L9H&sig=rX1XRnifu\\_PuZX6wHGJfUB3VVDY&redir\\_esc=y#v=onepage&q=social%20media&f=false](https://books.google.lv/books?hl=en&lr=&id=m3oEDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=social+media+&ots=pWao0B7L9H&sig=rX1XRnifu_PuZX6wHGJfUB3VVDY&redir_esc=y#v=onepage&q=social%20media&f=false) (skatīts: 2021.gada 16.novembrī)

<sup>20</sup> Turpat.

<sup>21</sup> Bishop, J. (2013). *Examining the concepts, issues, and implications of internet trolling*. IGI Global. 19. - 20. lpp.

virtuālajā vidē, jo piekļuve informācijai ir ērta, mūsdienās tā ir ikdienas daļa gluži kā kādreiz saņemt ikrīta avīze. To dibināja Marks Cukerbergs 19 gadu vecumā (*Mark Zuckerberg*).<sup>22</sup> “Facebook” laikam ejot uz priekšu ir izstrādājis un lietošanai prezentējis arī aplikāciju, kas padara piekļuvi platformai vēl ērtāku, un brīvāk pieejamu no jebkuras viedierīces neatkarīgi no atrašanās vietas. Kā arī šī iespēja lietot “Facebook” caur aplikāciju ziņu izplatību ir padarījusi par maksimāli ātru, parocīgu. Džoels Komms (*Joel Comm*), sociālo mediju pētnieks, šīs sociālo tīklu platformas pēc sava redzējuma ir nodefinējis kā vietnes, kur ir “lietotāju veidots saturs”.<sup>23</sup> Šī atziņa, ko ir minējis pētnieks par sociālo tīklu platformām ir diezgan precīza un tiešām atbilstoša tam saturam, kas ir pieejams. “Facebook” kā sociālo tīklu platforma neveido saturu, to dara platformas lietotāji, kuriem ir iespēja veikt ierakstus, komentēt citu veidotus un publicētus rakstus. Ar lietotāju izveidotajiem rakstiem, bildēm, video ir iespējams dalīties, kas nozīmē iespēju vēl plašākai sabiedrības daļai iepazīties ar saturu un aicina, iedrošina arī pašus veidot publikācijas par kādu no aktuālajām tēmām, lai izpaustu savu viedokli, raisītu diskusiju starp lietotājiem, norisinātos viedokļu apmaiņu. Tādā veidā panākot to, ka satura izplatīšana ir iespējama no jebkuras vietas, jebkurā laikā.<sup>24</sup>

“Facebook” Kantar TNS pētījumā, kas ir veikts 2018.gadā ierindoja otrajā vietā starp zināmākajām un lietotākajām sociālo tīklu platformām, kas norāda uz to, ka divvierzienu komunikācijas modelis virtuālajā vidē darbojas labi, ir pieprasījums, kas ļauj attīstīties platformām, pielāgoties lietotāju vajadzībām, attīstīties ieinteresēt uzņēmumus par to, ka sociālo tīklu platforma ir veids kā viegli, ērti sasniegt plašu auditoriju un iegūt tiešu atgriezenisko saiti no klientiem.<sup>25</sup> Sabiedrības pieprasījums pēc sociālo tīklu platformām un medijiem arvien pieaug un visa komunikācija arvien vairāk pāriet uz tiešsaistes režīmu, jo tā ir ērtāk, ātrāk, izdevīgāk. “Facebook” piedāvā dažādas opcijas komunikācijas veicināšanai, ko izmanto gandrīz visi tā lietotāji.

“Facebook” ir paplašinājis iespējas uzņēmumiem, ļaujot izveidot uzņēmuma lapu, kur arī tiek publicēta visa aktuālākā informācija no pārstāvētā uzņēmuma puses, kas ir pieejama visiem lapas sekotājiem automātiski, atjaunojot laika joslu savā profilā. Līdz ar to uzņēmumi ir spējīgi nodrošināt plašu informatīvo apmaiņu, jo publicētie ieraksti ir ar iespēju dalīties, kas nozīmē, ka šī informācija tiks nodota daudz plašākai auditorijai nekā tikai lapas sekotājiem.

---

<sup>22</sup> Sutherland, A. (2010). *The Story of Facebook*. New York: The Rosen Publishing Group. 4. - 6. lpp.

<sup>23</sup> Comm, J. (2010). *Twitter Power 2.0. How to Dominate Your Market One Tweet at a Time*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. 2. lpp.

<sup>24</sup> Hutchins, L., A.&Tindall, J.,T., N. (Ed.). (2016). *Public Relations and Participatory Culture. Fandom, social media and community engagement*. Oxon: Routledge.7.-13. lpp.

<sup>25</sup> Kantar.lv. *Internets*. Izgūts no <https://www.kantar.lv/petijumu-dati/internets/>

Uzņēmumiem tā ir iespēja koncentrēt uzmanību uz informāciju tikai, kas tiem svarīga, ko vēlas pavēstīt esošajiem un potenciālajiem klientiem īsi, skaidri, pievienojot jaunāko pakalpojumu klāstu, kā arī norādes uz pieejamo informāciju, kur ir pieejama pilnīgāka informācija par piedāvājumiem, pieliekot klāt mājaslapas adresi.

#### 2.4. Sociālo tīklu platforma- “Instagram”

“Instagram” kā sociālo tīklu platforma ir dibināta 2010.gadā. Platformas dibinātāji ir Kevins Saistroms (*Kevin Systrom*) un Maiks Kriegers (*Mike Krieger*). Šī platforma ir izveidota ar domu, ka vietnē tiek publicētas bildes, īsi video stāsti. Darbojas kā aplikācija, kas piedāvā veikt bilžu, video rediģēšanu uzliekot filtru un/vai citus specializētus efektus, padarot ievietoto saturu vizuāli izskatīgāku, baudāmāku. Vietnē ir iespējams ievietot informāciju par kādu produktu tādejādi to reklamējot. “Instagram” kalpo kā sociālā platforma, kur tiek publicēti vizuāli pievilcīgi attēli produktiem- veiksmīgs mārketinga rīks, padarot “Instagram” par uzņēmumiem interesantu rīku, lai sasniegtu auditoriju neatkarīgi no tā, ko uzņēmums piedāvā produktu, pakalpojumu.<sup>26</sup>

Attīstoties “Instagram” piedāvātajām iespējām arī uzņēmumi ir saskatījuši aplikācijā potenciālu, lai platforma palīdzētu piesaistīt jaunus potenciālos klientus un līdz ar to arī uzņēmumi, vērojot kā “Instagram” iemanto atpazīstamību, ir sākuši veidot profilus. Liela nozīme ir arī tam, ka “Instagram” jau no paša sākuma ir izstrādāta kā aplikācija priekš viedtālruniem ar domu, ka ierīces ir vienmēr pieejamas, lietotāji tās izmanto regulāri, paredzot, ka šādā veidā tiks reaģēts uz jaunumiem nevilcinoties.<sup>27</sup>

Balstoties pēc Kantar TNS datiem “Instagram” ierindojas 9. vietā no 15 apmeklētākajām interneta vietnēm 2018.gadā ar vidējo apmeklējumu 18% no auditorijas, kas lieto sociālo tīklu platformas.<sup>28</sup> Balstoties uz pieejamo informāciju var redzēt, ka “Instagram” ir savu aktualitāti iemantojis sākot ar 2018.gada pavasari, kas nozīmē, komunikācija caur sociālo tīklu platformām kļūst pieprasīta, interesanta lietotājiem un tiešsaistes iespēja redzēt aktualitātes ir ikdienas sastāvdaļa.

“Instagram” ir aktuāla platforma, lai veidotu stāstus par dažādām lietām jebkurai gaumei sākot ar kosmētiku līdz pat uztura bagātinātājiem. Interesi šie produkti piesaista ar influenceru palīdzību. Lielākā sabiedrības daļa seko sev zināmiem cilvēkiem, kuri tad arī izplata

---

<sup>26</sup>Ting, H., Ming, W.,W., P., Cyril de Run, E., Choo, S., L., Y. (2015). *Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study*. International Journal of Business and Innovation, 16.-18.lpp. Izgūts no [https://www.researchgate.net/publication/272026006\\_Beliefs\\_about\\_the\\_Use\\_of\\_Instagram\\_An\\_Exploratory\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/272026006_Beliefs_about_the_Use_of_Instagram_An_Exploratory_Study)

<sup>27</sup>Sociālā platforma Instagram. Izgūts no <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=5096&context=sspapers> (skatīts 11.11.21.)

<sup>28</sup> Kantar.lv. *Internets*. Izgūts no <https://www.kantar.lv/petijumu-dati/internets/>

šo informāciju/reklāmu par kādu produktu, iemantojot klienta uzticību par produkta/pakalpojuma efektivitāti. Šī prasme komunicēt un piesaistīt jaunus interesentus mūsdienās ir izplatīta, cilvēki uzticas sabiedrībā zināmiem cilvēkiem, produkts/pakalpojums tiek vizuāli pievilcīgi parādīt īsajā video vai fotogrāfijā līdz ar to ir atmiņā paliekošs un intriģējošs.

Kopumā tādi sociālie tīkli kā “Instagram” un “Facebook” ir labi rīki, lai uzņēmumi būtu vienmēr pieejami, lai spētu sniegt atbildes jebkurā laikā un vietā neatkarīgi no apstākļiem.

Lidostas ierakstu pētīšana sociālajos tīklos ir interesanta jo tā pārstāv nozari, kas daudziem sabiedrības locekļiem ir neskaidra, maz zināma. Komunikācijas veids sociālajos tīklos parāda, cik atvērts ir uzņēmums pret saviem esošajiem, potenciālajiem klientiem. Specifiskai nozarei ir jāatrod veids kā piesaistīt uzmanību un interesi, kur palīdzēt sasniegt rezultātu varētu tikt izmantoti vizuāla veida materiāli, kas paliktu atmiņā, ja tos publicētu atkārtoti pēc kāda zināma laika perioda. Lai piesaistītu uzmanību sociālo tīklu platformas “Facebook” un “Instagram” ir labs palīgs.

### 3.MĀRKETINGA KOMUNIKĀCIJA SOCIĀLAJOS TĪKLOS

Mārketinga komunikācija ir uzņēmuma komunikācijas apakškopa, tā neizriet no formālas plānošanas, bet ir kaut kas tāds, kas tiek sasniegts neformāli. Komunikācijas lomu mārketiņgā bieži dēvē par uzņēmuma komunikāciju kombināciju. Lai kāds būtu mārketiņga darbības objekts – vai tas būtu jauns produkts, zīmols vai produktu klāsts, vai visa uzņēmuma darbība – būs iespēja attīstīt un pielietot komunikācijas mērķus mārketiņga uzdevuma izpildē. Pamatā mārketiņga komunikācija ietver izpratnes pastiprināšanu vai sasniegšanu, labāku izpratni, kopīgu pārliecību un nozīmi, kā arī attieksmi un noslieci par labu produktam, pakalpojumam vai organizācijai.

Mārketiņga komunikācija ietver sevī piecus elementus - reklāma, tiešais mārketiņgs, personiskā pārdošana, sabiedriskās attiecības un pārdošanas veicināšana:<sup>29</sup>

- Reklāma ir masu mediju mārketiņga komunikācijas metode, kas nodrošina ekspozīciju lielākajai, ģeogrāfiski visvairāk izklīdētajai auditorijai ar viszemākajām izmaksām uz vienu cilvēku. Tomēr reklāmas izmaksas var ātri palielināties ar tādiem medijiem kā televīzija, radio un pat tiešsaistes reklāma, kas daudziem uzņēmumiem var būt pārmērīgi dārga. Citi tradicionālie maksas reklāmas veidi ir laikraksti un žurnāli, dzeltenās lapas, stendi, izkārtnes un plakāti. Arī reklāma uz autobusiem, soliņiem un pat publiskajām tualetēm šodien ir modē. Būtībā jebkurš medijs, kas nodrošina iespēju mērķēt uz "acīm un/vai ausīm", var būt reklāmas vieta.

- Tiešais mārketiņgs - šī mārketiņga komunikācijas kompetence ļauj uzņēmumiem tieši uzrunāt patērētājus, neizmantojot starpniecības kanālus, piemēram, reklamēšanai nepieciešamos kanālus. Šī mārketiņga komunikācijas procesa sastāvdaļa ietver tiešo pastu, katalogus, kuponus, telemārketiņgu, tiešsaistes mārketiņgu un televīzijas informatīvos materiālus. Pareizi veikts tiešais mārketiņgs ir ārkārtīgi efektīvs ilgtermiņā un ļauj izmantot mērķtiecīgu mārketiņga pieeju konkrētiem patērētājiem, lai izveidotu vērtīgas un ilgstošas attiecības. Tiešais mārketiņgs ir mārketiņga komunikācijas metode, kas ļauj uzņēmumiem sadarboties ar salīdzinoši lielu klientu skaitu un veicināt iesaistīšanos. Tiešā mārketiņga negatīvā puse ir tāda, ka to parasti nevēlas un sabiedrība uztver kā traucēkli. Telemārketiņgs, e-pasta surogātpasta sūtīšana

---

<sup>29</sup> Ragini, P. (2021). *Marketing communication: Meaning, Purpose, Role, Process and Strategies*. Izgūts no <https://www.economicdiscussion.net/marketing-2/marketing-communication-meaning-purpose-role-process-and-strategies/31623>

un nevēlamais pasts ir vispārēji nicināti, tāpēc tiešā mārketinga rīki ir jāizmanto pārdomāti un piesardzīgi.

- Personiskā pārdošana - šī ir visbīstamākā, kā arī visdārgākā no visām mārketinga komunikācijas procesa metodēm. Šī metode ir piemērota maza uzņēmuma īpašniekam, kurš spēj izveidot attiecības ar klientu un veicināt pārdošanu. Tāpat kā tradicionālajā mārketingā, veiksmīga pārdošana sākas un beidzas ar klientu, tāpēc galvenais mērķis ir noskaidrot klienta vajadzības un piemēlēt viņam vislabāko risinājumu.

- Sabiedriskās attiecības kļūst par arvien būtiskāku mārketinga komunikācijas elementu, īpaši, kad uzņēmums vai organizācija kļūst lielāka. Sabiedrisko attiecību rīki ietver preses un plašsaziņas līdzekļus, lobēšanu, labdarības un publiskus pasākumus, reklāmas materiālus, finanšu pārskatus, reklāmas nodrošinājumu, sponsorēšanu, intervijas un citas metodes pozitīva tēla veicināšanai. Sabiedriskās attiecības ietver plašu sabiedrību, patērētājus, akcionārus, darbiniekus, partnerus, konkurentus un valdību.

- Pārdošanas veicināšana - šī ir pēdējā tradicionālā mārketinga komunikācijas kombinācijas sastāvdaļa. Pārdošanas veicināšana attiecas uz pirkuma stimuliem, ko uzņēmums sniedz savam klientam - piedāvājot bezmaksas preces vai pakalpojumus, kuponus, dāvanas un balvas, atlaides, paraugus, finansiālus stimulus, labdarības akcijas.<sup>30</sup>

Mārketingu sākas ar informācijas paziņošanu potenciālajiem klientiem par produktiem vai pakalpojumiem. Tas veido klientu izpratni par produktiem vai pakalpojumiem un palīdz pārliecināt viņus iegādāties piedāvātos produktus. Veiksmīgam mārketingam ir jāizmēģina visi komunikācijas kanāli, lai efektīvi sasniegtu mērķauditoriju. Mūsdienās organizācijas izmanto dažādus mediju veidus, lai sasniegtu mērķa klientus.<sup>31</sup>

Mārketinga komunikācija tiek definēta kā stratēģisks process, kas tiek izvēlēts, izstrādāts, izpildīts, novērtēts un saskaņots ar visām organizācijas ieinteresētajām pusēm noteiktā laika periodā. Mārketinga komunikācija ir viens no galvenajiem reklāmas mārketinga stratēģijas elementiem. Mārketinga komunikācija sastāv no reklāmas, pārdošanas veicināšanas,

---

<sup>30</sup> Ragini, P. (2021). *Marketing communication: Meaning, Purpose, Role, Process and Strategies*. Izgūts no <https://www.economicdiscussion.net/marketing-2/marketing-communication-meaning-purpose-role-process-and-strategies/31623>

<sup>31</sup> Kushwaha, P., Bijay., Singh, K., Varghese, N., Singh, N. (2020). *Integrating social media and digital media as new elements of integrated marketing communication for creating brand equity*. Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication. Vol. 11, June - 2020. Amity University, Madhya Pradesh. DOI:10.31620/JCCC.06.20/05

personiskās iesaistes, tiešā mārketinga un sabiedriskajām attiecībām. Šie galvenie elementi sniedz labumu uzņēmumiem, veidojot produkta atpazīstamību un sniedzot lielākus ieņēmumus. Mārketinga komunikācija būtībā ir daudzpusīga komunikācijas tehnika, kas sinhronizē dažādus mārketinga kompleksa reklāmas elementus.<sup>32</sup>

Mūsdienu digitālajā laikmetā mārketinga komunikācijā lielu lomu spēlē tieši sociālie mediji. Straujas izmaiņas digitālajos medijos atvieglo mārketinga komunikāciju, aizstājot komunikāciju aci pret aci ar platformām sociālajai saziņai. Sociālajiem medijiem ir galvenā loma, lai ietekmētu un piesaistītu patērētāju uzvedību un uztveri par produktiem vai zīmoliem. Mūsdienu laikmetā sociālie mediji ir ietekmīgāki nekā parastās vai tradicionālās mārketinga komunikācijas metodes. Patērētāji meklē informāciju par produktu un atsauksmes sociālo mediju platformās. Uzņēmumi izmanto sociālos medijus mārketinga komunikācijas uz stratēģijas nolūkos, lai radītu izpratni un piesaistītu jaunus klientus.<sup>33</sup>

Attīstot uzņēmējdarbību ir svarīgi, lai klientiem būtu interese par piedāvājumu. Tādēļ ar mārketinga komunikācijas starpniecību ir iespējams iegūt labu auditoriju caur sociālo tīklu platformām, kas piedāvā komunikāciju vairākos veidos. Daudzi uzņēmumi, lai padarītu savu zīmolu zināmāku pieaicina klāt influencerus, kuri ir sabiedrībā zināmi cilvēki, kam palūdz noreklamēt/izrādīt piedāvātos labumus, ko parādīt klientiem, lai rosinātu viņos interesi un iegūtu vēl lielāku auditoriju.

---

<sup>32</sup> Kushwaha, P., Bijay., Singh, K., Varghese, N., Singh, N. (2020). *Integrating social media and digital media as new elements of integrated marketing communication for creating brand equity*. Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication. Vol. 11, June - 2020. Amity University, Madhya Pradesh. DOI:10.31620/JCCC.06.20/05

<sup>33</sup> Turpat.

## 4.METODOLOĢISKĀ DAĻA

### 4.1. Kontentanalīze

Kontentanalīze kā metode šim darbam ir izvēlēta pamatojoties uz to, ka tiks pētīta informācija sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” par starptautiskās lidostas “Rīga” komunikāciju covid-19 izplatības laikā, kad tika ierobežota aviosatiksmē, balstoties uz valstī noteiktajiem ierobežojumiem. Metode ir labi pielietojama, lai pētītu lielu informācijas apjomu un veiktu analīzi par pieejamiem ierakstiem sociālajos tīklos, un izskaidrotu ziņu saturu, vēstījumu un izpratni par ierakstiem, kur tiks izmantota vēl viena metode- interneta aptauja.

Kontentanalīze ir ļoti parocīga, ērta metode, kas paredzēta, lai pētītu lielus informatīvus/datu apjomus.<sup>34</sup>

Kontentanalīzes pielietojums ir nepieciešams, ja:

1. Ir vajadzība skaidrot ziņas saturu.
2. Sniegt ieskatu rakstu mērķiem.
3. Salīdzinot mediju sniegto informāciju ar īstenību.
4. Analizējot sabiedrības grupu tēlus.<sup>35</sup>

Pielietojamās darbības kontentanalīzes veikšanai:

1. Unificēšana- uzticība jau esošajiem/pieejamajiem paraugiem.
2. Paraugu iegūšana- darbības pēc noteikta iepriekš sagatavota plāna.
3. Kodēšana- darbības pēc noteiktas koda instrukcijas.
4. Samazināšana- balstīšanās uz jau esošajām metodēm ar mērķi apkopot iegūtos rezultātus.<sup>36</sup>

Priekšrocības pielietojot kontentanalīzi:

1. Ir augsts ticamības līmenis par pētāmo informāciju.
2. Maza iespēja, ka pētnieks pielietos savu subjektīvo redzējumu.

---

<sup>34</sup> Berg, B.L. (2007). *Qualitative Research Methods for Social Sciences*. Boston (etc): Pearson Education. 341. lpp.

<sup>35</sup> Wimmer, R. D., Dominic, J., R. (2000). *Mass media research. An Introduction*. (5th. Ed.) Wadsworth Publication Company. 123. – 130. lpp.

<sup>36</sup> Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. California. Sage Publications, Inc. 83. lpp.

3. Sniedz iespēju pētīt jau agrāk notikušus notikumus, taču jāatceras, lai pielietotu šo metodi ir nepieciešamas stipras teorētiskās zināšanas par pētāmo objektu. Metode ir laikietilpīga.<sup>37</sup>

Kontentanalīzes metode tiek izmantota, lai atklātu pētāmās informācijas, rakstu, nozīmes būtību. Pie šīs metodes pētījuma veicējs nevar ietekmēt nekāda veidā pētījuma dalībniekus un tā rezultātus, jo par pamatu tiek ņemti jau esoši dati, informācija, kas tad arī ir jāapkopo un jāanalizē.<sup>38</sup>

Kontentanalīze ir pielietojama, ja pētāmā tēma ir labi pārzināma. Informācijas apjoms ir apjomīgs līdz ar to tas arī prasa laiku, lai spētu veikt kvalitatīvu analīzi, lai tā būtu pēc iespējas precīzāka, balstīta uz pieejamo ziņu saturu pēc kā arī vadīties pētījumam nonākot pie beigu-secinājumu daļas.

Ir divas kontentanalīzes metodes:

1. Kvalitatīvā kontentanalīze

2. Kvantitatīvā kontentanalīze

Ar kvalitatīvās kontentanalīzes metodi tiek pētīti pie ierakstiem veiktie komentāri no lietotāju puses, skaidrota to emocionālā puse, uzskati un nostāja kāda valda diskutētāju pusē. Savukārt, kvantitatīvās kontentanalīzes metodi labāk ir izvēlēties, ja ir nepieciešams sistematizēt informāciju, pieejami fakti un ir vajadzība veikt secinājumus.<sup>39</sup>

Kontentanalīze ir piemērotākā, lai pētītu ierakstus sociālajā tīklā, jo ir nepieciešams skaidrot ziņas saturu, kas nonāk pie patērētājiem. Pēc iegūtajiem rezultātiem varēs noteikt, cik bieža un kāda veida komunikācija ir izmantota, lai klientam būtu saprotams, viegli pieejams. Kā arī pateicoties tam, ka ir iespējama atgriezeniskā saite uz ierakstiem ir iespējams arī noteikt kāda emocionāla nostāja valda sabiedrībā par kādu noteiktu jautājumu.

Sabiedrības viedokli ir iespējams noskaidrot, kad notiek divvirziena komunikācija, tādēļ uzņēmumiem ir jāmēģina būt elastīgiem, lai spētu vienmēr būt aktīvi, pieejami saviem klientiem. Līdz ar to ir būtiski nodrošināt kvalitatīvu klientu apkalpošanu, izmantojot sociālo tīklu speciālista palīdzību, lai sasniegtu pēc iespējas labāku, precīzāku komunikāciju, kas būtu skaidra, patīkama, atraktīva.

#### **4.2. Interneta aptauja**

Interneta aptaujas ir kļuvušas par vienām no zināmākajām metodēm, lai iegūtu dažādus datus par interesējošo tēmu. Tās ir viegli pieejamas un ir pieejamas plašai auditorijai.

---

<sup>37</sup> Kristapsone S. (2008). *Zinātniskā pētniecība studiju procesā*. Rīga: Biznesa augstskola turība. 224.lpp.

<sup>38</sup> Russel, B. H. (2010). *Analyzing Qualitative Data: Systematic Approaches*. LA: SAGE Publication. 287. lpp.

<sup>39</sup> Bauer, M., Gaskell, G. (2009). *Qualitative Researching with Text, Image and Sound*. 132. - 134. lpp.

Aptauja pēc definīcijas nosaka, ka tā ir- sākotnējās informācijas ievākšanas metode, kas paredz uzdot pētāmajai grupai, auditorijai mutiskus vai rakstiskus jautājumus, kuri satur pētījuma problēmu empīriskā līmenī, kā arī iegūto atbilžu statistisko apstrādi.<sup>40</sup>

Aptaujas pielietojums ļauj īsā laika posmā noskaidrot respondentu viedokli par aktualitātēm, kas beigās atspoguļo noteiktas sabiedrības daļas viedokli par šo tēmu. Līdz ar to šī metode ir pielietojama ar mērķi uzzināt vairāk par motīviem, interesēm, plāniem, izjūtām, prioritātēm, attiecību struktūru, ģimenes dzīvi un citām kategorijām.<sup>41</sup>

Balstoties uz šo metodi ir pieejami divi veidi kā veikt aptauju:

1. Anketēšana- iepriekš sagatavoti jautājumi respondentiem. Sniedz iespēju aizpildīt sev brīvā laikā, vienatnē, netraucēti.
2. Intervija- paredz informācijas iegūšanu no respondenta atrodoties ar pētnieku sociāli psiholoģiskā mijiedarbībā. Diskusijas formā tiek iegūta nepieciešamā informācija, kas ļauj iegūt arī papildus atbildes, kas ir plašākas, dodot pētniekam iespēju uzzināt motīvus, viedokli, plānus, idejas.<sup>42</sup>

Interneta aptaujas pētniekam ir viegls veids kā iegūt plašu auditoriju ar minimālu piepūli. Tas ir saistīts ar to, ka tehnoloģijas attīstās arvien straujāk un lielākā dienas daļa sabiedrībai pāriet pavadot pie datora, tajā pat skaitā arī sociālajos tīklos, kur šī informācija izplatās ātri, gūst atsaucību. Sarežģītākais ir skaidri nodefinēt nepieciešamo sabiedrības grupu uz ko vērst šo aptauju.

Lai sekmīgi izveidotu interneta aptauju ir jāvadās pēc iepriekš izdomāta, strukturēta plāna. Aptauju var veidot gan papīra formātā, gan digitālajā vidē. Jautājumi ir jāiekļauj gan atvērta tipa, gan slēgta tipa.<sup>43</sup>

Aptauja ļauj iegūt datus, ko vēlāk var attiecināt uz konkrēto sabiedrības grupu, lai nodefinētu tās viedokli par aktuālo jautājumu. Aptauja ir jāveido ar jautājumiem, lai respondents nekļūtu garlaikots un būtu interese atbildēt uz jautājumiem atklāti, godīgi. Pēc aptaujas rezultātiem varēs secināt vai interese par sociālajiem tīkliem kā komunikācijas kanālu ir sasniegusi savus patērētājus un devusi ieguldījumu uzņēmuma klientu lokam, kā arī ļaus noprast komunikācijas efektivitāti par aktualitātēm, piemēram, par ceļošanas noteikumiem uz kādu no ārvalstīm, kā lielu plusu var minēt atvērtos jautājumus, kur respondents var brīvi

---

<sup>40</sup> Kristapsone S. (2008). *Zinātniskā pētniecība studiju procesā*. Rīga: Biznesa augstskola turība. 224.lpp.

<sup>41</sup> Turpat.

<sup>42</sup> Turpat.

<sup>43</sup> Brace, I. (2008). *Questionnaire Design: How to Plan, Structure and Write Survey Material for Effective Market Research. Market Research in Practic.* 45. lpp.

izpaust savu viedokli, taču šāda veida atbildes apkopot ir visnotaļ sarežģīti, to nevar attiecināt uz visu respondentu grupu/sabiedrības daļu.

### **4.3. Daļēji strukturēta intervija**

Intervija ir viena no visplašāk pielietotajām pētījuma metodēm. Tā dod iespēju izveidot diskusiju ar personu aci pret aci. Intervija var norisināties arī lielākā skaitā nekā viens pret vienu, kas ļauj interviju izvērst plašākā diskusijā. Intervija ir veids kā iegūt nepieciešamo informāciju diskusijas veidā.<sup>44</sup>

Daļēji strukturētu interviju iedala pēc trīs kritērijiem:

- 1) Informācijas forma.
- 2) Distances telpa starp intervējamo un intervētāju.
- 3) Intervējamo skaits.

Daļēji strukturēta intervija sniedz iespēju iepriekš sagatavot jautājumus un būt gatavam intervijai. Tā sniedz iespēju intervijas laikā uzdot arī papildus jautājumus, lai iegūtu papildus informāciju.<sup>45</sup>

Principā daļēji strukturēta intervija paredz jau iepriekš sagatavotu intervijas plānu pie kā pieturēties intervētājam. Tas kalpo kā pamats, kas ļauj nenovirzīties no izvēlēta temata. Taču tajā pašā laikā intervijas veids ir pietiekami fleksibls, jo paredz iespēju intervētājam iegūt papildus informāciju no intervējamā, kas balstās no iegūtajām atbildēm, uzdodot vēl papildus jautājumu, lai precizētu nianšes.<sup>46</sup>

Intervijas mērķis ir iegūt atbildes uz svarīgo, aktuālo tēmu intervētājam. Daļēji strukturēta intervija tiek uzskatīta par vienvirziena sarunu ar intervējamo.<sup>47</sup>

Intervijas uzdevums ir iegūt informāciju, kas vēl nav zināma- ir unikāla. Intervijas ir veids kā ieskatīties, kas notiek aiz aizvērtām durvīm. No intervētāja pieredzes un mākslas sarunāties ar intervējamo ir iespējams noteikt, cik daudz varēs iegūt papildus informāciju no intervējamā. Intervētājam ir jāpielāgojas intervējamajam, lai spētu iegūt pēc iespējas vairāk unikālas informācijas ar ko dalīties plašākā sabiedrībā.

### **4.4. Pētījuma dizains**

Informācija, kas nepieciešama priekš pētījuma, galvenokārt, tiks iegūta sociālo tīklu platformās "Facebook" un "Instagram". Pētījumā tiks iekļauts laika posms, kad Latvijā bija stājušies spēkā ierobežojumi komerciālajiem aviopārvadājumiem un periods, kad pēc ārkārtējas situācijas beigām aviosatiksmē tika atjaunota- ar ierobežojumiem līdz ar to šim pētījumam

---

<sup>44</sup> Hennik, H., Hutter, I. (2011). *Qualitative Research Methods*. Sage Publications. 89. lpp.

<sup>45</sup> Turpat.

<sup>46</sup> Martinsone, K. (2011). *Ievads pētniecībā: stratēģija, dizains, metodes*. Rīga: Raka 171.lpp.

<sup>47</sup> Hennik, H., Hutter, I. (2011). *Qualitative Research Methods*. Sage Publications. 92. lpp.

atbilstošs laika periods ir no 2020.gada 1. marta līdz 2020.gada 31. oktobrim. Tiks pētīta VAS starptautiskās lidosta "Rīga" komunikācija, informācija, valoda, vizuālais noformējums. Tiks izmantotas trīs pētniecības metodes: kontentanalīze, interneta aptauja, intervija. Ar kontentanalīzes palīdzību tiks skaidrots ziņu saturs, kas ir pieejams sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram" izvēlētajā laika posmā. Interneta aptauja tiks pielietota, lai noskaidrotu vai VAS starptautiskās lidostas "Rīga" komunikācija ir bijusi saprotama un bijusi veiksmīga. Ar intervijas starpniecību tiks noskaidrots VAS starptautiskās lidostas "Rīga" trīs pārstāvju redzējums par covid-19 ietekmi aviācijā, kā arī noskaidrots vai lidostas pārstāvji ir ievērojuši lidostas komunikācijas stilu/veidu sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram", un noskaidrots vai ir nepieciešams uzlabot komunikāciju caur šiem sociālajiem tīkliem, lai spētu veiksmīgāk izplatīt informāciju. Darba beigās tiks apkopota informācija par iegūtajiem datiem un veikti secinājumi par tiem.

**Darba gaita:**

1. Ieraksti tiks apkopoti un analizēti atsevišķi mēneša griezumā- skaidrota pieejamā informācija.
2. Iegūtā informācija par ziņu saturu tiks salīdzināta par visu periodu, lai noskaidrotu, cik aktuāla ir bijusi informācija, kas ir publicēta sociālajos tīklos "Facebook", "Instagram" un vai tā atkārtojas.
3. Darba gaitā tiks skaidrots, kāds ir bijis vēstījums ziņās, ko ir publicējusi VAS starptautiskā lidosta "Rīga".
4. Tiks veiktas intervijas ar trīs VAS starptautiskā lidosta "Rīga" pārstāvjiem.
5. Tiks veikti secinājumi.

## 5.EMPĪRISKĀ DAĻA

### 5.1. Starptautiskā lidosta “Rīga”

Latvijā lidojumi tiek organizēti no trīs starptautiskām lidostām- “Rīga”, “Liepāja”, “Ventspils”. Visplašāk, tiek izmantota starptautiskā lidosta “Rīga”, kur tiek apkalpoti gan komerciālie reisi, gan kravas reisi.<sup>48</sup> Pārsvārā visi starptautiskie lidojumi tiek izpildīti no lidostas “Rīga”.

Lidosta “Rīga” ir ne tikai Latvijā vadošā lidosta, bet arī vadošajā lomā starp Baltijas valstīm<sup>49</sup>, lidostā ir izveidota ērta zona, kas ir paredzēta tranzīta pasažieriem un tas kalpo, kā būtisks faktors, lai piesaistītu arvien vairāk cilvēkus, kuri izmanto aviopārvadātāju pakalpojumus.

Starptautiskā lidosta “Rīga” ir valsts akciju sabiedrība. Tā ir dibināta 1991.gada 30.septembrī.<sup>50</sup> Tas nozīmē, ka lidosta “Rīga” ir Latvijas valsts uzņēmums un tā kapitāla daļu turētājs ir Satiksmes ministrija. Lidostai ir savs redzējums par to kā sasniegt jaunas virsotnes un tā darbojas pēc noteiktiem uzdevumiem. Šie uzdevumi ir definēti šādi: misija, vīzija, vērtības. Tie ir kā trīs mērķi, kas ir sasniedzami ilgtermiņā, attīstoties, piedāvājot jaunas iespējas, uzlabotu infrastruktūru ar ērtiem savienojumiem, paplašinot lidojumu tīklu. Kā arī lidosta vēlas iegūt pasažieru uzticību, lai vienmēr pasažieri atgrieztos un būtu vēlme izmantot piedāvātos pakalpojumus vairāk, biežāk un spētu iegūt arvien patīkamāku pieredzi izmantojot lidostas “Rīga” piedāvātos pakalpojumus. Kā vērtības ir noteiktas- serviss un drošums. Tās stratēģiskie mērķi ir palielināt kapacitāti, lai varētu darboties ar lielāku pasažieru skaitu, veidot ērtu vidi pasažieriem, mūsdienīga infrastruktūra ar ērtībām, lai pasažieriem būtu komfortabli pārvietoties pa lidostu, kā arī lidosta uzskata, ka ir svarīgi mazināt negatīvo ietekmi uz vidi (troksnis, izmeši ( CO<sub>2</sub>) u.c.).<sup>51</sup> Lidostas rezultāti ar katru tās darbības gadu uzlabojās un 2019.gadā šie rezultāti bija visaugstākie<sup>52</sup> Un 2020.gada rādītāji ir krietni samazinājušies covid-19 ietekmes dēļ.<sup>53</sup> Tas nozīmē, ka radušies zaudējumi un priekšā ir smags darbs, lai spētu atjaunoties līdzšinējie rādītāji. Pasažieru kritums arī ir bijis ar negatīvu tendenci ( sk. 1.tabulu).

---

<sup>48</sup> Civilā aviācijas aģentūra. *Latvijas Aviācijas vēsture īsumā* (03.11.2020.) Izgūts no <http://caa.lv/lv/caa/latvijas-aviācijas-vesture-izuma>

<sup>49</sup> Turpat.

<sup>50</sup> Lursoft.lv. *STARPTAUTISKĀ LIDOSTA "RĪGA", Valsts akciju sabiedrība*. Izgūt no <https://company.lursoft.lv/starptautiska-lidosta-riga/40003028055>

<sup>51</sup> riga-airport.com. *Par RIX*. Izgūts no <https://www.riga-airport.com/par-lidostu>

<sup>52</sup> klientuportfelis.lv (11.05.2020). *Starptautiskās lidostas “Rīga” apgrozījums 2019.gadā audzis līdz 64,99 milj.EUR*. Izgūts no <https://www.klientuportfelis.lv/lv/jaunumi/7820/starptautiskas-lidostas-riga-apgrozijums-2019gada-audzis-lidz-6499-miljeur>

<sup>53</sup> RIX (2020). *STATISTICS REPORT 2020* [PowerPoint prezentācija]. Izgūts no <https://www.riga-airport.com/par-lidostu/rix-statistika>

Pasažieru skaits 2019./2020. gada marts	Pasažieru skaits 2019./2020. gada aprīlis	Pasažieru skaits 2019./2020.gada maijs	Pasažieru skaits 2019./2020. gada jūnijs
532 115/ 235 569	646 297/ 3060	716 069/ 10 331	763 847/ 55 466

5.1.tabula Lidostas "Rīga" statistika

Pēc datiem var redzēt (sk.5.1.tab.), ka apkalpoto pasažieru skaita kritumus ārkārtējās situācijas laikā ir svārstījies sākot ar 55,7% līdz pat 99,8% salīdzinot ar 2019. gada rādītājiem, kas ir bijuši augstākie lidostas darbības laikā. Analizējot skaitļus var redzēt, ka ir bijusi strauja lejupslīde, kas šajā gadījumā ir izskaidrojama ar to, ka valstī tika izsludināta ārkārtējā situācija un nenotika komerciālie lidojumi, taču var redzēt arī to, ka pasažieri pamazām ir atsākuši izmantot iespēju doties uz ārzemēm, kad tika atjaunota aviosatiksmē, iespējams tas ir bijis saistīts ar darba pienākumiem, atgriešanos mītnes zemē, atpūtas braucieni. Balstoties uz skaitļiem var redzēt, cik ļoti šī covid-19 infekcijas slimība bija un joprojām ir mainījusi aviopārvadājumus. Dati tika aplūkoti par periodu, kad spēkā bija ārkārtējā situācija, kas manāmi ietekmēja lidojumu izpildi un to piepildījumu.

## 5.2. Aptaujas un interviju rezultāti

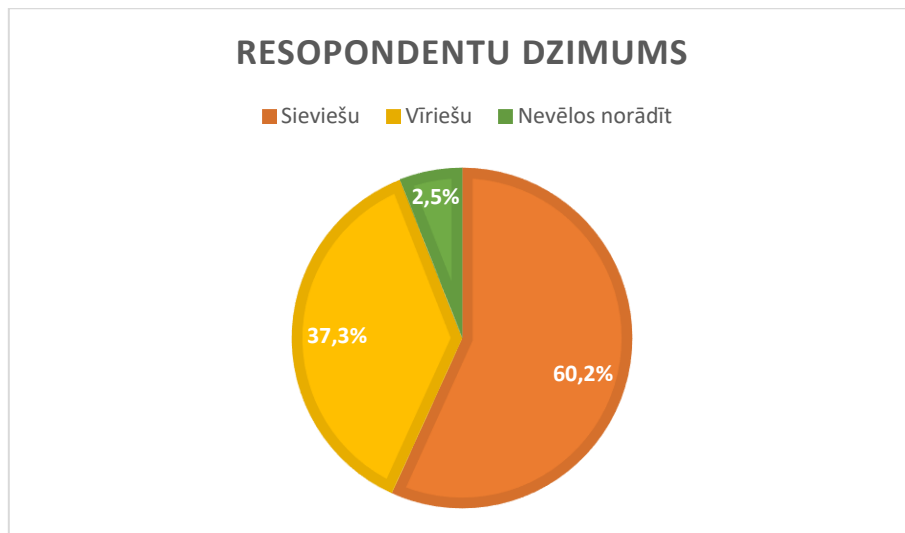
Lai sasniegtu izvirzīto darba mērķi un iegūtu atbildes uz izvirzītajiem pētnieciskajiem jautājumiem, darba autore izstrādāja interneta aptauju, veica starptautiskās lidostas "Rīga" sociālo tīklu "Facebook" un "Instagram" kontentanalīzi un intervijas ar trīs starptautiskās lidosta "Rīga" pārstāvjiem. Iegūtie dati ir aprakstīti šajā nodaļā, sadalīti trīs apakšnodaļās.

Anketēšana tika veikta, izmantojot vietni visidati.lv un tā tika publicēta darba autores un paziņu sociālā tīkla "Facebook" profilos. Anketa šajā vietnē bija pieejama laika posmā no 2021.gada 23.decembra līdz 2022.gada 02. janvārim. Kopā izdevās iegūt 118 respondentu atbildes. Aptauja sastāvēja no 11 jautājumiem.

Intervijas tika veiktas ar trīs VAS starptautiskās lidosta "Rīga" pārstāvjiem - Baibu Oldermani-Mieriņu (pasažieru apkalpošanas nodaļa), Edgaru Martereru (gaisa kuģu apkalpošanas nodaļa) un Janu Svjacku (biļešu servisa nodaļa).

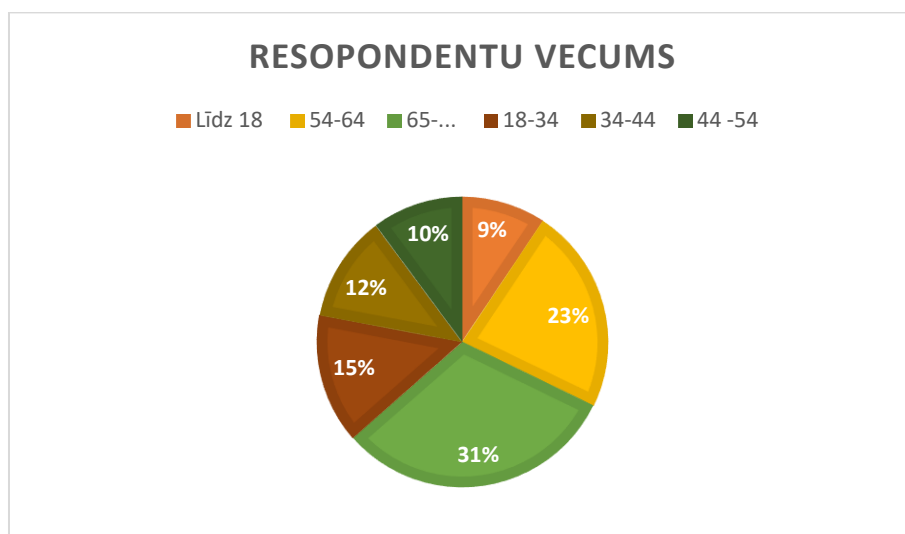
### 5.2.1. Aptaujas respondentu demogrāfiskie dati

Analizējot respondentu demogrāfiskos datus, lielākā daļa respondentu ir sievietes (60,2%), savukārt vīrieši ir 37,3 % aptaujāto, septiņi respondenti izvēlējās nenorādīt dzimumu (sk.5.1.att.).



**5.1.att. Respondentu dzimums**

Lielākā daļa respondentu ir vecumā no 34 līdz 44 gadiem jeb 37 respondenti (31,4%) un nedaudz mazāka daļa respondentu jeb 23% ir vecumā no 18 līdz 34 gadiem. Vecumā grupā no 44 gadiem līdz 54 gadiem aptaujā piedalījās 14 respondenti jeb 14,4%, taču vecumā no 54 līdz 54 gadiem - 14 respondenti jeb 11,9%. Vismazākā daļa aptaujāto - 11 respondenti jeb 9,3% ir vecumā līdz 18 gadiem, savukārt 12 respondenti ir vecāki par 65 gadiem (sk.5.2att.).



**5.2.att. Respondentu vecums**

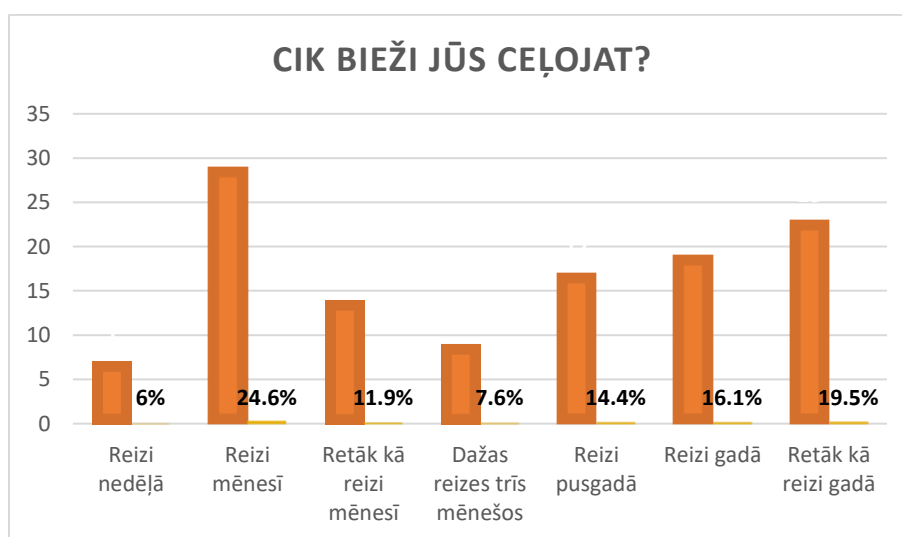
#### **5.2.2. Intervējamo loma VAS Starptautiskajā lidostā “Rīga”**

Baiba Oldermane-Mieriņa darbojas lidostas pasažieru apkalpošanas nodaļā un darba ir pasažieru nodaļas vadītāja, ikdienā strādā pie tā, lai pasažieru apkalpošanas nodaļa darbotos nepārtraukti, kā arī rūpējas par darbinieku labsajūtu. Otrā intervija tika veikta ar Edgaru Martereru, kurš savas darba gaitas uzsāka pasažieru apkalpošanas nodaļā, taču tagad darbojas

gaisa kuģu apkalpošanas nodaļā, kur ikdienā komunikācija ir tieši ar gaisa kuģu apkalpi. Savukārt, Jana Svjacka, darbojas lidostas biļešu servisā, kur notiek darbs ar vairākām aviokompānijām, ko apkalpo lidostas “Rīga” personāls, kā arī norisinās darbs ar biļešu rezervācijām, kas covid-19 izraisīto seku dēļ, aviācijas nozarē bija svarīgākais pienākums, lai nodrošinātu palīdzību pasažieriem pārtaisot rezervācijas, lai pasažieri būtu apmierināti.

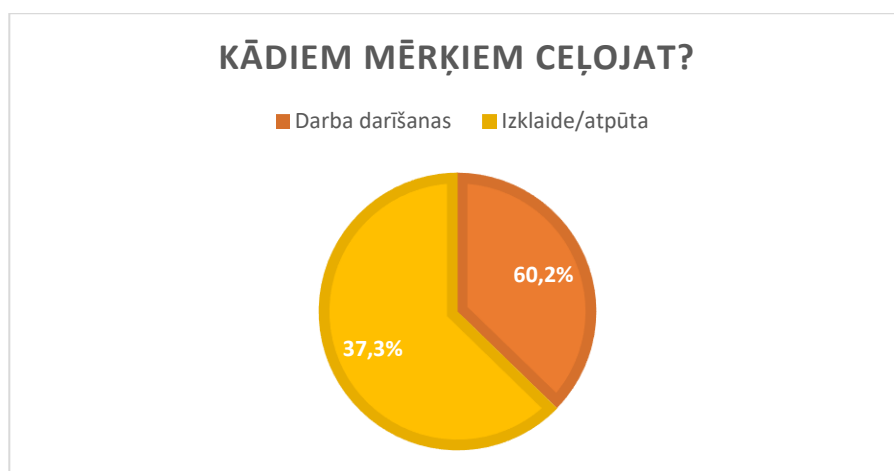
### 5.2.3. Respondentu ceļošanas paradumi

Lai noskaidrotu respondentu ceļošanas paradumus, vienā no jautājumiem bija jānorāda ceļošanas biežums (sk.5.3.att.). Reizi nedēļā ceļo 7 respondenti, reizi mēnesī ceļo 29 respondenti jeb 24,6% aptaujāto, taču retāk kā reizi mēnesī - 11,9% aptaujāto. Dažas reizes mēnesī ceļo 7,6% aptaujāto, savukārt reizi pusgadā ceļo 14,4% aptaujāto. Liela daļa respondentu ceļo daudz retāk kā reizi pusgadā, proti, reizi gadā ceļo 19 respondenti jeb 16,1%, taču retāk kā reizi gadā ceļo 23 respondenti jeb 19,5% aptaujāto.



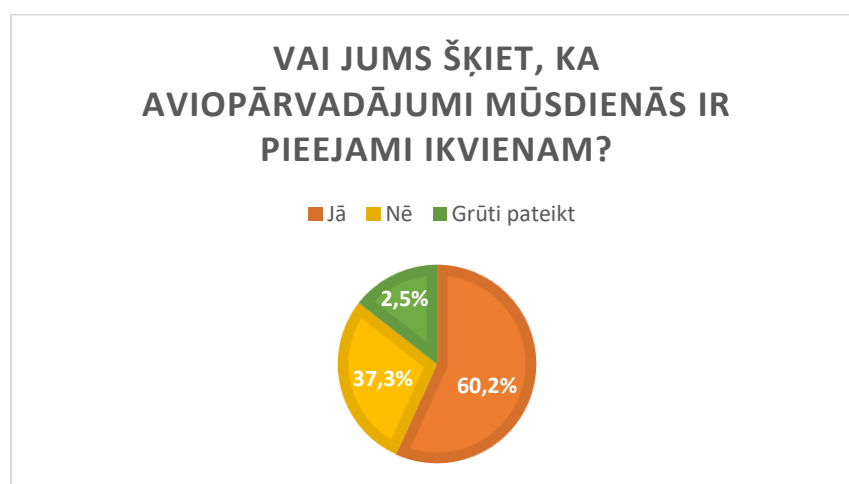
5.3.att. Cik bieži respondenti ceļo

Respondentiem tika lūgts norādīt, kādiem mērķiem visbiežāk ceļo. Lielākā daļa jeb 62,2% aptaujāto norādīja, ka visbiežāk ceļo izklaides un atpūtas nolūkos, taču 44 respondenti jeb 37,3% aptaujāto atklāja, ka lielākoties ceļo darba vajadzībām (sk.5.4.att.)



**5.4.att. Respondentu ceļošanas mērķi**

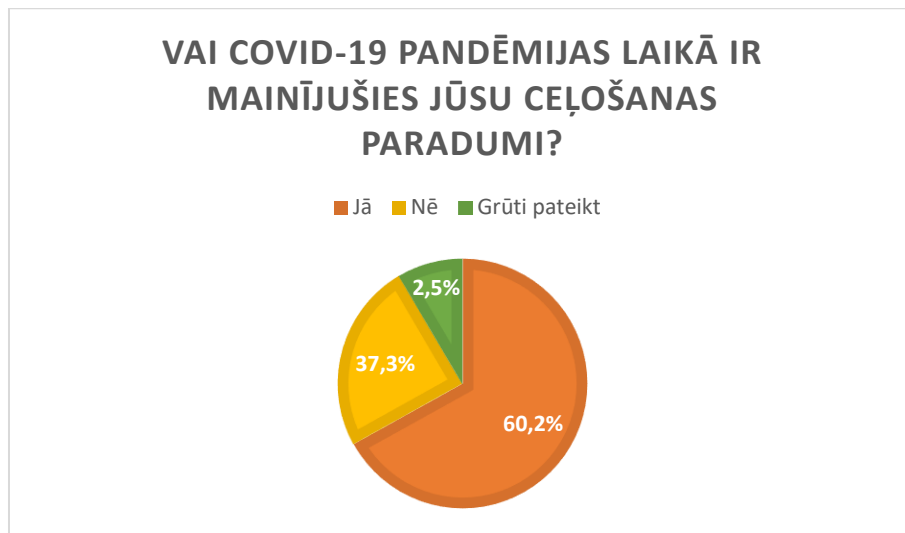
Tāpat respondentiem bija jāpauž savs viedoklis, vai, viņuprāt, aviopārvadājumi mūsdienās ir pieejami ikvienam. Lielākā daļa respondentu izvēlējās piekrītošu atbildi “jā” - 67 respondenti jeb 57% aptaujāto, taču 34 respondenti jeb 28,8% aptaujāto norādīja noraidošu atbildi. Savukārt 17 respondentiem jeb 14,4% aptaujāto bija grūti atbildēt uz šo jautājumu (sk.5.5.att.)



**5.5.att. Respondentu viedokļi, vai aviopārvadājumi mūsdienās ir pieejami ikvienam**

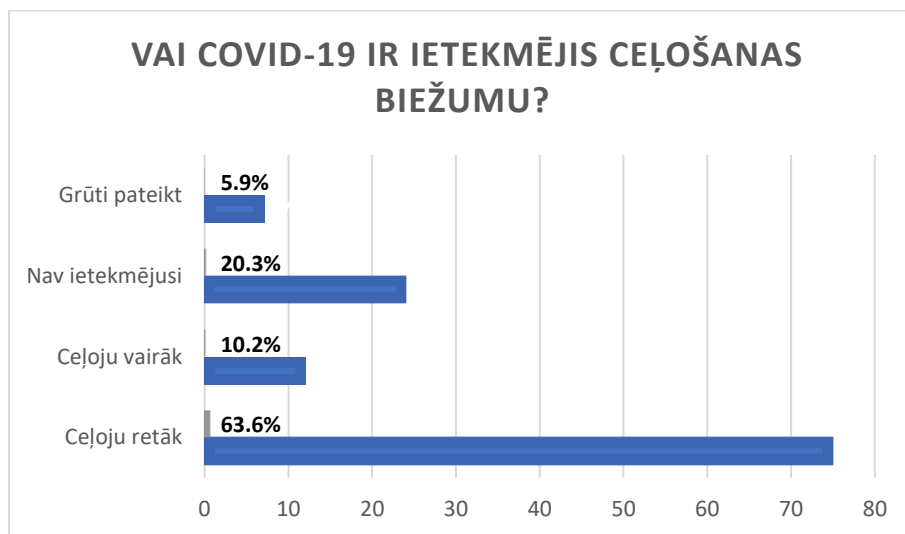
#### **5.2.4. Respondentu ceļošanas paradumi covid-19 pandēmijas laikā**

Lai izprastu, vai ir mainījušies respondentu ceļošanas paradumi covid-19 pandēmijas laikā, respondentiem tika uzdoti vairāki jautājumi. Vienā no jautājumiem 79 respondenti jeb 66,9% aptaujāto norādīja, ka covid-19 pandēmijas laikā ir mainījušies viņu ceļošanas paradumi, taču 29 respondentiem jeb 24,6% aptaujāto šī pandēmija nav nekā ietekmējusi ceļošanas paradumus (sk.5.6.att.).



**5.6.att. Vai covid-19 pandēmijas laikā ir mainījušies respondentu ceļošanas paradumi**

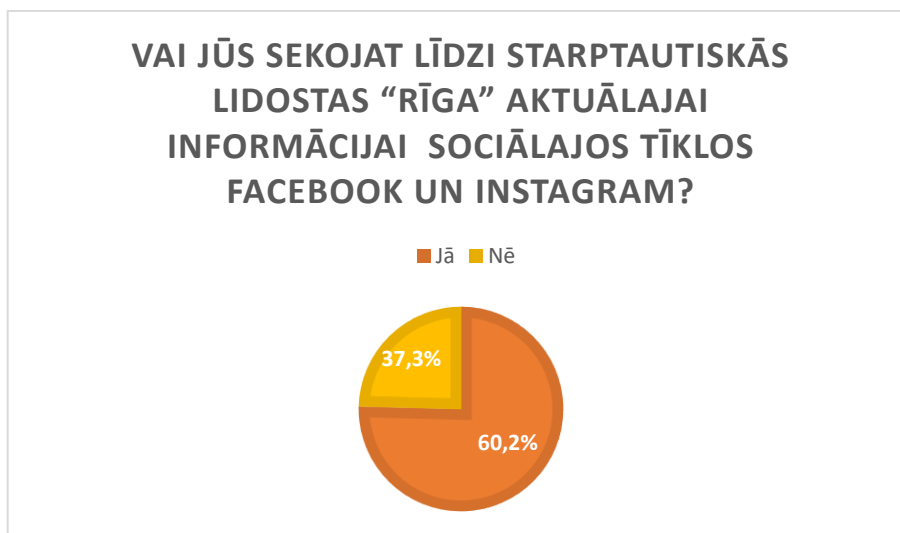
Tāpat lielākā daļa respondentu jeb 63,6% atzina, ka pandēmija ir ietekmējusi viņu ceļošanas biežumu, proti, respondenti ceļo retāk. Taču 24 respondenti jeb 20,3% norādīja, ka nav sajutuši nekādu pandēmijas ietekmi uz ceļošanas paradumiem. 12 respondenti jeb 10,2% atzina, ka pandēmijas laikā ceļo vairāk nekā iepriekš, taču 7 respondenti izvēlējās atbilstošu variantu “grūti pateikt” (sk. 5.7.att.).



**5.7.att. Vai covid-19 ir ietekmējis respondentu ceļošanas biežumu**

### 5.2.5. Respondentu un intervējamo viedoklis par starptautiskās lidostas Rīga komunikāciju sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram”

Vienā no jautājumiem respondentiem bija jānorāda, vai viņi seko līdzī starptautiskās lidostas “Rīga” aktuālajai informācijai sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram”. Lielākā daļa respondentu jeb 75,4% aptaujāto pārliecinoši norādīja, ka seko, taču 29 respondenti jeb 24,6% aptaujāto norādīja, ka neseko (sk.5.8.att.).

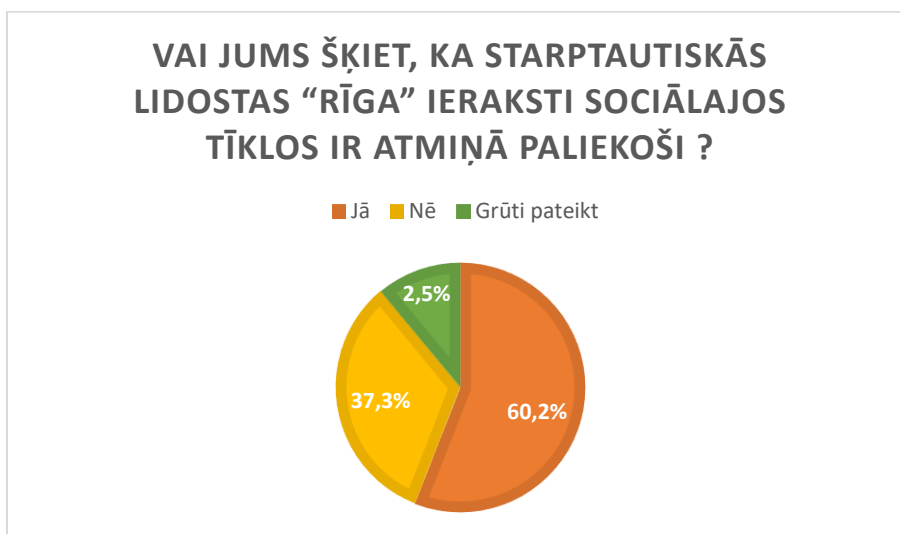


5.8.att. Vai respondenti seko līdzī starptautiskās lidostas “Rīga” aktuālajai informācijai sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram”

Intervijās visi intervējamie atzina, ka seko līdzī lidostas aktuālajai informācijai sociālajos tīklos - gan “Facebook”, gan “Instagram”. Edgars Marterers pauda savu viedokli, ka seko “līdzī VAS “Starptautiskā lidosta “Rīga” sniegtajai informācijai šajās lapās, jo esmu aviācijas nozarē strādājošs cilvēks”. Var secināt, ka darbinieki seko VAS starptautiskās lidosta “Rīga” sociālajiem profiliem, jo strādā šajā jomā un viņiem informācija ir saistoša.

Nākamajā jautājumā respondentiem tika lūgts paust viedokli, vai, viņuprāt, starptautiskās lidostas “Rīga” ieraksti sociālajos tīklos ir atmiņā paliekoši. Vairāk kā puse aptaujāto jeb 55,9% pauda viedokli, ka ieraksti ir atmiņā paliekoši, taču 33,1% aptaujāto atzina, ka nav gan. 13 respondentiem jeb 11% bija grūti atbildēt uz šo jautājumu (sk.5.9.att.). Intervijā Baiba Oldermane-Mieriņa pauda, ka informācija, ko sniedz lidosta sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” lielākoties ir saistoša un aktuāla. Savukārt, Edgars Marterers, atklāja, ka “Ir ieraksti, kas piesaista mazāk un ir, kas piesaista vairāk, jo ne visa informācija ir saistoša ikdienā. Reizēm ir interesanti uzzināt kādu interesantu faktu, kas ir noticis ikdienas dzīvē, ko iespējams esi palaidis garām.” Var redzēt, ka informācija, kas tiek izplatīta sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” nav pietiekami interesanti piedāvāta, kas mazina vēlmi apskatīties ierakstus,

sekot tiem ikdienā līdz. Vizuālais noformējums spētu uzlabot šo uzmanības piesaistīšanu no sekotājiem.



**5.9.att. Respondentu viedoklis, vai starptautiskās lidostas “Rīga” ieraksti sociālajos tīklos ir atmiņā paliekoši**

Intervijās tika jautāts, vai lidostas darbiniekiem ir palicis atmiņā tas brīdis, kad tika paziņots par komerciālo lidojumu pārtraukšanu un, vai darbinieki pamanīja, ka sociālajos tīklos būtu nākusi klāt jauna informācija. Pasažieru apkalpošanas nodaļas vadītāja, Baiba Oldermane-Mieriņa atklāja, ka “tas laiks ir palicis atmiņā. Arī pati piedalījās video tapšanā, par īpašo laiku lidostā, bet sociālo tīklu jaunas informācijas apjomu, gan tik precīzi vairs nenokomentēšu.” Edgars Marterers norādīja, ka šo brīdi atceras ļoti labi, jo “jo tajā dienā visa ikdienas dzīve praktiski apstājās un iestājās tāda kā “apokalipse”, jo mūsdienās nekas tāds nav pieredzēts”. Savukārt, biļešu servisa darbiniece, Jana Svjacka, atklāja, ka tieši šajās dienās atradās darbā un atminas, ka “Facebook” lapā informācija parādījās ātrāk un plašāk, nekā “Instagram”. Pēc intervijās atklātā var secināt, ka “Facebook” priekš VAS starptautiskās lidosta “Rīga” ir galvenais komunikācijas rīks sociālo tīklu vidē, jo informācija tiek izplatīta vairāk “Facebook”, ir atmiņā palikusi joprojām.

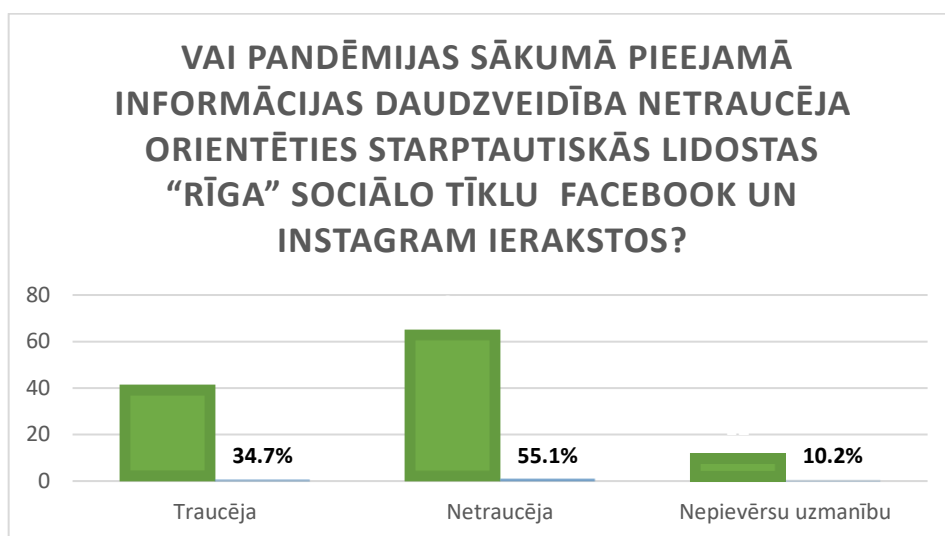
Tāpat intervējamiem darbiniekiem tika lūgts pastāstīt, vai pirmajā dienā (2020.gada 17. martā), kad tika apturēti komerciālie lidojumi, viņi veica darba pienākumus un tika lūgts dalīties ar sajūtām, kad ikdiena vairs nebija tik spraiga un dinamiska. Baiba Oldermane-Mieriņa atklāja, ka šī diena viņai bija brīvdiena, taču turpmāk, “lai arī reisi nenotika, darāmie darbi bija, organizējot darbu repatriācijas un privātiem reisiem, kā arī varēju gatavot apmācību materiālus utml.” Tāpat viņa dalījās ar sajūtām, ka “ikdienas izjūtas tomēr bija citādas, jo dinamikai mainoties, tas protams, rada arī pašsajūtas izmaiņas, kuras sliecās atpakaļ pie ierastā dinamiskā

ritma.” Savukārt, Edgars Marterers, to dienu atminas ļoti spilgti un ar dažādām emocijām: “brīdī, kad tika apturēti visi komerciālie lidojumi, atrados savā atvaļinājumā, bet aizvien vēl spilgti atceros to brīdi - atceros kā braucu mašīnā un pa radio tika paziņots, ka valstī tiek izsludināta ārkārtas situācija un valsts robežas tiek slēgtas. Tajā brīdī nevarēju to aptvert līdz galam, jo šis gadījums bija kas pilnīgi neraksturīgs mūsdienām.” Tāpat viņš puda savu viedokli par lidostas komunikāciju tajā dienā: “intereses pēc apmeklēju lidostas “Facebook” lapu un neticēju savām acīm, jo tajā brīdī ieraudzīju, ka pilnīgi visi reisi ar atcelti. Jau arī pēc neilga brīža darba vieta paziņoja par darba grafika izmaiņām un man atvaļinājums turpinājās, jo šo mēnešu laikā darbu apmeklēju vidēji 4-5 reizes mēnesī. Bija grūti aptvert, ka ikdienas saspringtais grafiks ir ļoti tukšs, jo vienīgie reisi, kas tajā brīdī tika izpildīti, bija kravas reisi. Pa lielam manas darba dienas aizritēja apkalpojot vidēji divus reisos dienā (pirms covid-19 pandēmijas tie vidēji bija aptuveni 9 reisi.)”. Jana Svjacka atklāja, ka tajā dienā pildīja darba pienākumus un “bija ļoti grūti noticēt, ka lidostas darbs var tā vienā brīdī pilnīgi apstāties. Neviens nevarēja konkrēti pateikt, kad lidojumi varētu atsākties”.

Intervijās tika lūgts darbinieku viedoklis, vai, viņuprāt, uzņēmumam ir jākomunicē sociālajos tīklos un klienti jāuzrunā ar atraktīviem, uzmanību piesaistošiem ierakstiem un vai viņiem, kā pasažieriem, būtu noderīgi saņemt informāciju, kur un pie kā vērsties nestandarta situācijā, kas bija radusies covid-19 izplatības dēļ? Baiba Oldermane-Mieriņa uzskata, ka “lidostai ir jākomunicē sociālajos tīklos un, ja es būtu pasažieris, tad noteikti uzskatītu par noderīgu informāciju, kur vērsties nestandarta situācijā.” Edgars Marterers atklāja, ka: “Protams, ka uzņēmumam ir jākomunicē caur sociālajiem tīkliem ar saviem klientiem, šobrīd 21.gs. liela daļa patērētāju visu informāciju smeļas tieši no sociālajiem tīkliem.” Tāpat viņš puda savu viedokli, ka “par cik esmu ne tikai lidostas darbinieks, bet arī pasažieris ļoti bieži, tad man ir svarīgi, lai man svarīgā informācija ir viegli pieejama un saprotama, it īpaši šajā laikā, kad ierobežojumi ir daudz un dažādi un katra valsts prasa savus dokumentus. ” Viņš arī atklāja, ka katram pasažierim ir svarīgi saņemt sev interesējošu vai svarīgu informāciju, piemēram, par pašizolācijas ievērošanu, atgriežoties no ārzemēm. Par lidostas komunikāciju viņš izsakās pozitīvi - “šajā ziņā lidosta “Rīga” ar saviem klientiem komunicē perfekti, jo šo informāciju regulāri publicē un atjauno.” Arī Jana Svjacka puda viedokli, ka ir svarīgi un noderīgi visu nepieciešamo informāciju iegūt sociālajos tīklos.

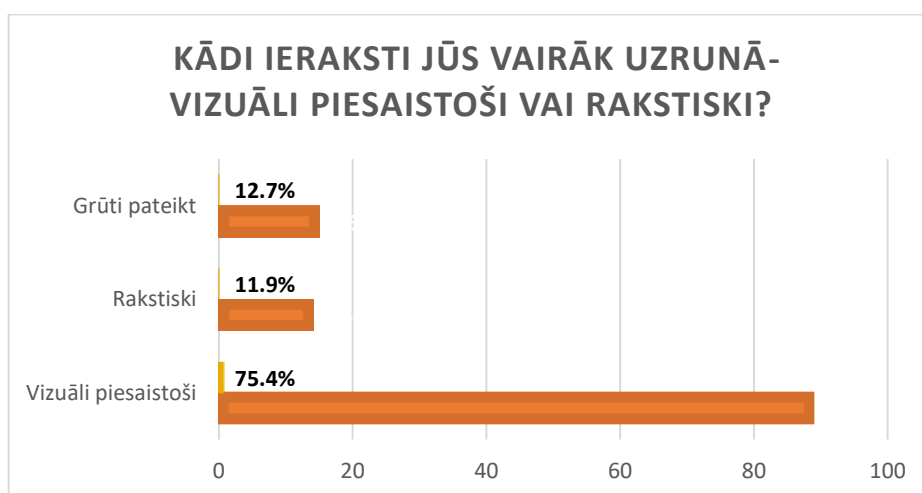
Nākamajā jautājumā respondentiem tika lūgts norādīt, vai pandēmijas sākumā pieejamā informācijas daudzveidība netraucēja orientēties starptautiskās lidostas “Rīga” sociālo tīklu “Facebook” un “Instagram” ierakstos. 65 respondenti jeb 55,1% aptaujāto norādīja, ka

netraucēja, taču 41 respondents jeb 34,7% norādīja, ka traucēja. 12 respondenti jeb 10,2% atzina, ka nepievērsa tam uzmanību.



**5.10.att. Vai respondentiem pandēmijas sākumā pieejamā informācijas daudzveidība netraucēja orientēties starptautiskās lidostas "Rīga" sociālo tīklu "Facebook" un "Instagram" ierakstos**

Noslēguma jautājumā respondentiem tika lūgts norādīt, kādi ieraksti viņus vairāk uzrunā - vizuāli piesaistoši vai rakstiski. Absolūtais vairākums jeb 79,4% aptaujāto atzina, ka viņus vairāk uzrunā vizuāli piesaistoši ieraksti, taču 14 respondenti jeb 11,9% norādīja, ka viņus vairāk piesaista rakstiski ieraksti. 15 respondentiem jeb 12,7% nebija viedokļa šajā jautājumā (sk.5.11.att.).

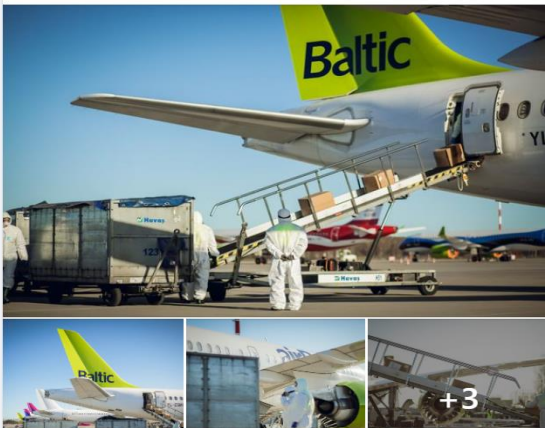


**5.11.att. Kādi ieraksti respondentus vairāk uzrunā- vizuāli piesaistoši vai rakstiski**

Intervijās tika parādītas vairākas lidostas publikācijas (ekrānuzņēmumi no sociālajiem tīkliem) un darbiniekiem tika lūgts paust viedokli, vai, viņuprāt, redzami ieraksti ir pietiekami “spēcīgi” un informatīvi piesātināti, lai uzrunātu klientu, un spētu izskaidrot, kur vērsties pēc palīdzības, vai šādu ierakstu publicēšana ir nepieciešama sociālo tīklu platformās.

**Riga Airport** 2020. gada 10. Aprīlis

Šodien #lidostaRīga uzņēmām īpašo airBaltic kravas reisu, kas no Ķīnas pilsētas Urumči Latvijā nogādāja 5,4 tonnu kravu ar 1 miljonu sejas maskām. Kopejais lidojuma laiks uz Urumči lidostu bija 6h, bet lidojums atpakaļ ilga 6h 50min. airBaltic ar Airbus A220-300 lidmašīnu vienā virzienā veica 4 815 km garu lidojumu bez apstājas.



**Riga Airport** 2020. gada 26. Oktobris

Gaisa kuģiem pietāv tuvplāni, vai ne? 🤖  
Jauna lidojumu sezona ir sākusies, un šonedēļ no #lidostaRīga var aizlidot uz 38 galamērķiem.

- ✈️ airBaltic atsāk lidojumus uz Parīzi
- ✈️ Ryanair atsāk lidojumus uz Līdsu

Aktuālo ziemas lidojumu sarakstu meklē savas izvēlētās aviokompānijas mājas lapā, kā arī [www.flyfromriga.lv](http://www.flyfromriga.lv).

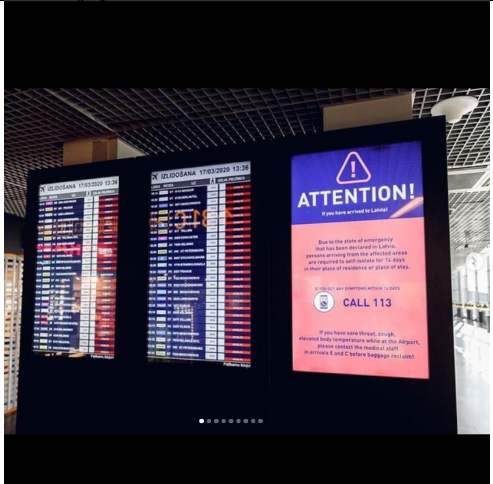


97 2 komentāri 8 lietotāji dalījās

**Riga Airport** 2020. gada 15. Jūnijs

Sveicam atkal Rīgā! No šodienas Ungārijas aviokompānija Wizz Air atsāk regulāros starptautiskos lidojumus uz un no #lidostaRīga. Šobrīd no Rīgas ar Wizz Air iespējams doties uz Oslo (Norvēģija), Eindhovenu (Nīderlande) un Dortmundi (Vācija).

#CEĻODROŠI  
Valkā sejas masku! Ievēro higiēnu! Ieturi distanci!

**riga\_airport** • Follow  
Riga Airport

**riga\_airport** Tik kluss un tukšs pie mums vēl nekad nav bijis. Bet mēs neesam vieni, ar mums kopā ir teju 50 dzelzs putni, kas šobrīd nepacietīgi gaida brīdi, lai varētu atkal pacelties gaisā.

93 w

Baiba Oldermane-Mieriņa norādīja, ka “ne visi šie ieraksti būtu vērtējami kā “spēcīgi”, bet tas ir subjektīvs viedoklis. Šie manuprāt nav ieraksti palīdzības meklēšanai, bet vairāk informatīvi.” Savukārt Edgars Marterers pauda viedokli, ka “visi pievienotie attēli, protams, nav “specīgi” un informatīvi. Pie dažiem no attēliem prasās vairāk informācija, lai tos varētu

uztvert pilnīgāk un nerastos nekādās domstarpības. Dažos no šiem ierakstiem, manuprāt, nav izvēlēts pietiekami labs attēls, kas saderētu kopā ar rakstu.” Jana Svjacka uzskata, ka “redzamie ieraksti nespēj izskaidrot pasažieriem, kur vērsties pēc palīdzības. Šajos ierakstos var tikai uzzināt vairāk “kopējo” informāciju par lidostas darbību. Šādi ieraksti ir nepieciešami, bet tikai lai “atšķaidītu” svarīgo informāciju, kura būtu aktuāla pasažieriem. ”

No iegūtajām atbildēm var spriest, ka VAS starptautiskās lidosta “Rīga” publikācijas ir turpmāk būtu jāveido pārdomātākas, ar spēcīgāku saturu, kas būtu noderīgs, informatīvs nevis vispārīgs. Taču tika arī uzslavēts, ka lidosta “Rīga” nodrošina komunikāciju sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” neskatoties uz tās kvalitāti.

Tāpat interviju nobeidumā darbiniekiem tika lūgts viņu viedoklis, kādai, viņuprāt, komunikācijai sociālajos tīklos būtu jābūt. Baiba Oldermane-Mieriņa puda viedokli, ka “tai būtu jābūt viegli uztveramai un saprotamai, kā arī “spilgtai un spēcīgai”, jāspēj uzrunāt pēc iespējas plašāku cilvēku loku.” Savukārt, Edgars Marterers norādīja, ka “komunikācijai ir jābūt viegli uztveramai un saprotamai dažādām vecuma grupām, jo mūsdienās gaisa satiksmes transportu izmanto aizvien vairāk cilvēki. Informācijai ir jābūt diezgan kompaktai un piesātinātai, jo man personīgi nepiesaista informācija, kur ir garšs teksta posms, kurā nekas īsti netiek pateikts. Protams, liela nozīme ir arī ilustratīvajam materiālam, kas tiek pievienots klāt ierakstam.”

Informācijas viegla uztveršana kalpo kā viens no svarīgākajiem faktoriem, kas raisa interesi lapas sekotājiem pievērsties publicētajai ziņai. Gan vizuālais noformējums, gan informācija, kas tiek pievienota klāt savā starpā veido publikāciju ar pievienoto vērtību, kas nodrošina veiksmīgu komunikāciju no uzņēmuma puses. VAS starptautiskā lidosta “Rīga” ne līdz galam ir spējusi veidot publikācijas ar kvalitatīvu saturu, kas savienotos ar fotoattēlu, ko pievieno pie ieraksta, lai piesaistītu uzmanību. Covid-19 pandēmijas ēnā informatīvā plūsma par to, kur vērsties pasažierim nav pasniegta līdz galam, kas ir ietekmējis komunikāciju ar savu klientu loku.

Veiksmīgākai komunikācijai Baiba Oldermane-Mieriņa atklāja, ka būtu nepieciešams “vairāk pasažieriem noderīgās informācijas - kur, kas, kā lidostā notiek.” Taču Edgars Marterers puda viedokli, ka “noteikti vajadzētu ziņot jaunāko informāciju par lidostas ikdienu, kas skar tieši pasažierus, jo esmu saskāries ar situācijām, kad pasažierim nav bijusi informācija. Pārsvārā jau šī informācija, protams, ir publicēta, bet tā nav bijusi viegli atrodama un pieejama pasažierim, līdz ar to, tas rada problēmas atrodoties lidostā gan pašam pasažierim, gan apkalpojošajam personālam.” Jana Svjacka norādīja, ka “ieraksti ir pārāk vispārīgi un nesniedz nekādu konkrētu informāciju, tādēļ jāmeklē papildus, taču nav pilnīgi skaidrs arī par to, kur

vērsties, kā arī īsti aktuālas informācijas par ceļošanas ierobežojumiem nav. Kā arī posti sociālajos tīklos jāveido vizuāli pievilcīgus, lai būtu interese izlasīt.”

Atskatoties uz VAS starptautiskās lidosta “Rīga” pārstāvju redzējumu par informācijas pieejamību, vieglu uztveršanu, atrašanu “Facebook” un “Instagram” sociālajos tīklos, ir skaidrs, ka ir nepieciešams domāt pie citādāka veida kā izplatīt informāciju, par satura maiņu, kas būtu kā ceļvedis- palīgs, lidostas “Rīga” viesiem pašiem iepazīties ar aktualitātēm- viegli, ērti.

Pēc aptaujā iegūtajiem datiem var secināt, ka covid-19 pandēmija ir būtiski ietekmējusi respondentu ceļošanas paradumus, proti, respondenti ceļo daudz retāk nekā iepriekš. Visbiežāk aptaujātie ceļošanu izmanto, lai izklaidētos un atpūstos, taču netrūkst arī tādi, kas ceļo darba vajadzībām. Biežāk atpūtas un izklaides mērķiem, kā arī darba vajadzībām ceļo respondenti vecumā no 18 līdz 34 gadiem un vecumā no 44 līdz 54 gadiem.

Liels pārsvars respondentu seko līdzī aktūālajām ziņām un ierakstiem VAS starptautiskās lidostas “Rīga” sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram”. Visvairāk aktualitātēm seko līdzī respondenti vecumā no 18 līdz 34 gadiem. Lielākā daļa aptaujāto starptautiskās lidostas “Rīga” ierakstus sociālajos tīklos vērtē pozitīvi, proti, kā “atmiņā paliekošus”. Tomēr mazāk kā puse respondentu jeb 34,7% aptaujāto atzina, ka pandēmijas sākumā pieejamā informācijas daudzveidība traucēja orientēties VAS starptautiskās lidostas “Rīga” sociālo tīklu “Facebook” un “Instagram” ierakstos. Būtisku pārsvaru respondentu jeb 75,4% aptaujāto uzrunā tieši vizuāli piesaistoša informācija, nevis rakstiska.

Pēc intervijās iegūtajiem datiem var secināt, ka lidostas “Rīga” darbinieki uzņēmuma komunikāciju sociālajos tīklos vērtē kā labu, taču covid-19 laikā šī komunikācija nebija pietiekama un plaša. Darbinieki pauž viedokļus, ka lidostas komunikāciju būtu nepieciešams uzlabot dažādos aspektos, lai ar sociālo tīklu starpniecību maksimāli ātri, kvalitatīvi un piesaistoši varētu informēt pasažierus par izmaiņām un aktualitātēm. Tāpat ir secināms, ka covid-19 radītie ierobežojumi ietekmēja ne tikai pasažierus, bet arī darbiniekus un arī viņiem šis notikums bija pārsteidzošs un negaidīts.

#### **5.4. Pētījuma rezultāti – kontentanalīze “Facebook”**

Starptautiskās lidosta “Rīga” sociālā tīkla profils “Facebook” tika izveidots 2010.gada 17.oktobrī. Tas nozīmē, ka jau vairāk kā 10 gadus lidosta ir iespējams saņemt informāciju par notiekošo lidostā arī digitālā formātā, kas ir pieejama no jebkuras viedierīces ar interneta piekļuvi, atrodoties jebkurā vieta pasaulē. Šajā lapā, ko piedāvā starptautiskā lidosta “Rīga” saviem klientiem ir pieejama iespēja novērtēt iegūto pieredzi, apmeklējot lidostu, apskatīties foto/video galeriju, nosūtīt ziņu, lai iegūtu papildus informāciju. Starptautiskās lidostas “Rīga”

profilam sociālajā tīklā “Facebook” seko 45 383 interesenti un 865 637 pasažieri ir atzīmējuši, ka ir apmeklējuši, izmantojuši tieši lidostas “Rīga” piedāvātos pakalpojumus.<sup>54</sup>

Pētījumā tika izvēlēts apskatīt periodu no 2020.gada 1.marta līdz 2020.gada 31. oktobrim. Šāds laika periods tika izvēlēts ar mērķi, lai noskaidrotu vai komunikācija no starptautiskās lidostas “Rīga” mainījās. Šajā posmā varēs redzēt, kas tika publicēts, kad sākās pandēmijas radītie ierobežojumi, kad ierobežojumi kļuva mazāki, kad atkal stājās spēkā. Tiks noteikts ierakstu skaits un salīdzināts, kad ieraksti tika publicēti aktīvāk, kad mazāk aktīvi. Kā arī tiks apskatīts ierakstu saturs.

Par periodu 2020.gada 1.marts- 2020.gada 31.oktobris sociālajā tīklā “Facebook” tika apskatīti 199 ieraksti VAS starptautiskā lidosta “Rīga” lapā. Kopumā ieraksti visi ir bijuši arī ar vizuālu noformējumu- fotogrāfija, video vai kāda īsa animēta bilde, viens ieraksts gan ir bijis ievietots kā rakstiska informācija.

Apskatot ierakstus var redzēt, ka pētījuma perioda laika posmā starptautiskās lidostas “Rīga” sociālā tīkla “Facebook” konts nav bijis aktīvi atjaunots, kas ļautu domāt, ka tiek publicēta aktuālākā informācija, kas ir saistīta ar ceļošanu, ierobežojumiem vai kādu citu saistošu tēmu, piemēram, bīstamo/aizliegto priekšmetu pārvadāšanas nosacījumiem, kā arī par to, kur vērsties gadījumos, kad tiek atcelti komerciālie lidojumi. .



### 5.12.att Lidostas “Rīga” aizvēršana

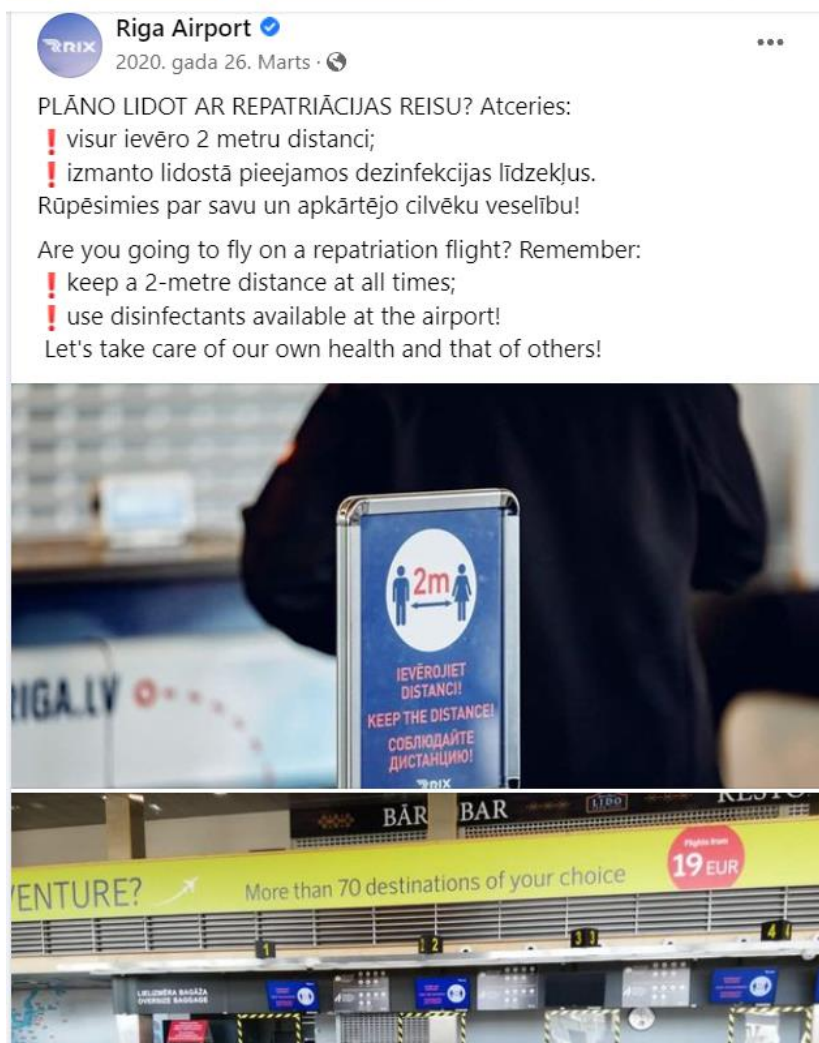
<sup>54</sup> Sociālā platforma Facebook. Izgūts no <https://www.facebook.com/riga.airport/>

2020.gada marts bija mēnesis, kad Latvijā tika apturēta komerciālo lidojumu izpilde. Šāds lēmums tika pieņemts, lai pasargātu sabiedrību no covid-19 vīrusa izplatības. Šāds solis tika sperts pirmo reizi, kas nozīmē – situācija ir jauna, nezināma, informāciju pieprasoša. Covid-19 izplatība pārsteidza visu pasauli negaidot un lika mainīt tik ļoti ierasto dzīves ritmu. Informācijas pieejamība bija ārkārtīgi svarīgi, lai spētu skaidrot notiekošo, aktuālāko. Arī VAS starptautiskā lidosta “Rīga” sociālajos tīklos publicēja informāciju. Pētījuma gaitā tika apskatīts vai starptautiskās lidostas “Rīga” publicētie ieraksti ir bijuši veiksmīgi, skaidrojoši un atbilst aktualitātei. Iegūtie dati par 2020.gada marta mēnesi par publicētajiem ierakstiem sociālajā tīklā “Facebook” lidostas “Rīga” lapā.

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta “Rīga” dalījās Facebook
38	25	0	30	8	13

5.2.tabula “Facebook” iegūtie dati par publikācijām 2020. gada martā

Pēc pieejamās informācijas (sk.5.2.tab.) var redzēt, ka VAS starptautiskā lidosta “Rīga” savā sociālā tīkla “Facebook” lapā, martā ir publicējusi 38 ierakstus no kuriem 13 ir bijuši ieraksti, kas bijuši publicēti citu uzņēmumu kontā “Facebook” un lidostas “Rīga” dalījās ar informatīvo saturu. 8 ieraksti bija veikti tādi, kas nav saistīti ar covid-19 izplatību- ieraksti par lidostas attīstības plāniem, sadarbības partneri, sadarbības partneru konkursi. 30 ieraksti ir bijuši saistīti ar covid-19 ietekmi uz komerciālajiem lidojumiem, drošības pasākumiem ( masku lietošana, roku dezinfekcija).



### 5.13.att. Repatriācijas reisi

Pēc ierakstu satura darba autore secināja, ka informācija par covid-19 ir bijusi salīdzinoši maz, jo nav bijuši skaidri norādījumi par to kā rīkoties un pie kā vērsties, lai rastu risinājumu par atceltajiem komerciālajiem lidojumiem. Publicētais informatīvais saturs bija sauss un uzmanību nepiesaistošs. Bildēs, kas tika publicētas ierakstos dominēja koraļļu krāsa ar tumši zilu krāsu, kas darba autores uzskatā ir diezgan neitrālas krāsas, kas nespēj piesaistīt uzmanību, lai lasītājs iepazītos ar saturu. Lielākā ierakstu daļa vēsta par to, ka komerciālie lidojumi ir atcelti, kā arī par organizētajiem repatriācijas lidojumiem, lai atgādātu mājās Latvijas valsts piederīgos. Kā arī varēja novērot tendenci uz citu uzņēmumu informācijas izplatīšanu tālāk, neveidojot savu saturu. Ieraksti, kas saistīti ar covid-19 pandēmiju satur informāciju par lidojumu atcelšanu, repatriācijas reisu izpildi, taču konkrētu norādījumu, kas ir jādara, lai kompensētu radušos zaudējumus vai pieteiktos kādam no repatriācijas reisiem no VAS starptautiskās lidosta “Rīga” neseko. Darba autore uzskata, ka marta mēneša

komunikāciju sociālajā tīklā “Facebook” var uzskatīt par nepārāk izdevušos, jo pie veiktajiem ierakstiem nav skaidrojošu motīvu, informācija, kas varētu atvieglot uztvert notiekošo un kādas darbības ir nepieciešams veikt, lai saņemtu atgriezenisko saiti principā neseko. Tiek nodrošināta informācija, kas jāveic, lai sevi pasargātu no saslimšanas, piemēram, roku dezinfekcija un masku nēsāšana. Šāda veida informāciju gan var uztvert par aktuālu un atbilstošu situācijai, it īpaši pasažieriem, kuri izmanto iespēju atgriezties Latvijā ar repatriācijas reisu palīdzību.

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta “Rīga” dalījās Facebook
23	10	1	13	10	13

5.3.tabula “Facebook” iegūtie dati par publikācijām 2020. gada aprīlī

Trešajā tabulā ir redzama informācija par 2020.gada aprīli. VAS starptautiskā lidosta “Rīga” sociālajā tīklā “Facebook” publicēja 23 ierakstus- 13 no tiem ir informācija no citu uzņēmumu puses ar ko lidosta “Rīga” dalījās. Komerciālo lidojumu izpilde joprojām bija ierobežota, kas nozīmē neērtības klientiem, kuri jau bija paspējuši iegādāties aviobiļetes un izplānojuši savus atvaļinājumus. Tika publicēts arī viens video ieraksts, tā saturs vēsta par VAS starptautiskās lidostas “Rīga” ikdienu, kad netiek izpildīti lidojumi- video tiek parādīts tas, ka dinamiskais ikdienas ritms ir kļuvis mierīgs, kluss bez pasažieriem, lidojumiem.

10 ieraksti, kas publicēti aprīlī ir nesaistīti par covid-19 ietekmi aviācijā vai lidostas ikdienā. Informācija ir dažāda sākot ar informāciju par valdes priekšsēdētāju līdz pat spēlei, kur lapas sekotājiem ir iespēja pārbaudīt savas zināšanas par aviokompānijām, kas lido uz Rīgu, kā arī ir pieejama informācija par Ukrainas izpildītajiem kravas lidojumiem un plāniem uz nākotni šajā jomā.

**Riga Airport** 2020. gada 8. Aprīlis · 🌐

Neskatoties uz to, ka 7.aprīlī Ministru kabinets pieņēma lēmumu līdz 12.maijam valstī pagarināt ārkārtējo situāciju, kas nozīmē arī regulāro starptautisko pasažieru lidojumu aizlieguma pagarināšanu, turpinām strādāt, lai attīstītu kravu segmentu un palielinātu kravu pārvadājumu apjomu no un uz #lidostaRīga.



LAA.AERO

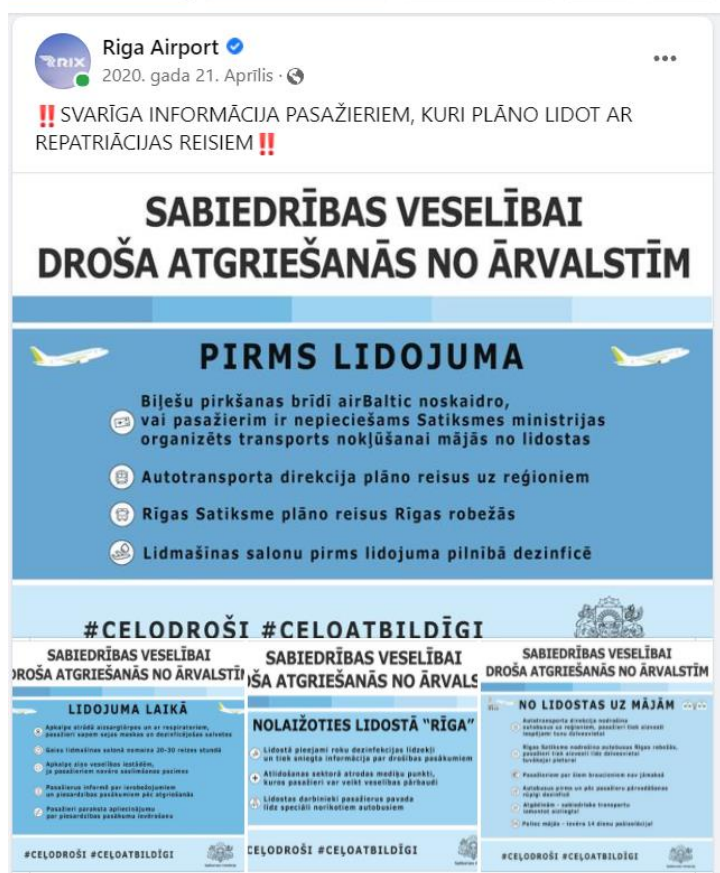
**Aviācijas kravu plūsma no Ukrainas pieaug**  
 Ņovos lidosta un Eleron Airlines ir uzsākuši starptautisko kravu pār...

👍 71 1 komentārs 7 lietotāji dalījās

#### 5.14.att. Aviācijas kravas pieaugums

Lidostas “Rīga” izveidots saturs pieejams 10 ierakstos, kas publicēti aprīlī. Ieraksti vēsta par repatriācijas reisu pieejamību, apsveikumu Lieldienās, spēle, kas paredzēta lapas sekotājiem. Līdz ar to var redzēt, ka komunikācija sociālajā tīklā “Facebook” arī aprīlī nav bijusi īpaši veiksmīga, kas sniegtu atgriezenisko saiti vai veicinātu lasītāju interesi. Darba autore uzskata, ka informācijai vajadzētu būt lidostas “Rīga” sociālajos tīklos par aktualitātēm, palīdzību pasažieriem, par iespējām, ko izmantot sadarbojoties ar aviokompānijām. Informācija būtu jāpadara vieglāk pieejama, ko varētu panākt ar ieraksta veikšanu un norādi, kur vērsties tālāk, tā varētu būt arī mājaslapas adrese aviokompānijai, kur norādīta informācija, ko un kā darīt tālāk, lai saņemtu palīdzību, atgriezenisko saiti soli pa solim. VAS starptautiskās lidostas “Rīga” lapai sociālajā tīklā “Facebook” vajadzētu darboties kā palīgam klientam, kuram orientēšanos aviokompāniju mājaslapās padarītu vieglāk pieejamu, saprotamāku.

Informācija ar ko VAS starptautiskā lidosta “Rīga” dalījās bija par iespēju pieteikties repatriācijas reisiem, drošu nokļūšanu dzīves vietā, kā arī informācija no Veselības un Satiksmes ministrijas lapām par ieteikumiem, lai pasargātu savu un līdzcilvēku veselību.



5.15.att. Sabiedrības veselība

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	ar	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	ar	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta “Rīga” dalījās Facebook
28	12	5	19		9		11

5.4.tabula “Facebook” iegūtie dati par publikācijām 2020. gada maijā

2020.gada maijs aviācijai Latvijā ienāca ar ziņu, ka tiks atļauti komerciālie lidojumu, taču tiem būs papildus prasības, izmantot drīkstēs pasažieri ar iemeslu izceļot no valsts, kā arī stingrām drošības prasībām- masku nēsāšanu un temperatūras mērīšana lidostā. Sociālajā tīklā “Facebook” kopumā tika publicēti 28 ieraksti lidostas “Rīga” lapā, 5 no tiem bijuši ieraksti, kas satur video. Video saturs publicētais vēsta par lidojumu atsākšanos jaunos apstākļos, par

jaunām iespējām, par dažādu lidostas dienestu daba pienākumiem. Lielākā daļa no ierakstiem satur informāciju par to, ka sākot ar 18.maiju atsāksies lidojumi, lidojumu galamērķi. Informācija ar ko lidosta “Rīga” dalījies savā “Facebook” lapā ir saistīta ar maija sākumā veiktajiem repatriācijas reisiem, par Satiksmes ministra vizīti VAS starptautiskā “Rīga”, informācija joprojām tiek nevis veidota ar savu unikālo saturu, bet gan izplatīta tālāk no citiem uzņēmumiem. Ieraksti, kas ir saistīti ar covid-19 ir pārsvarā par drošu ceļošanu un sevis pasargāšanu no saslimšanas.



#### 5.16.att. Komerčiālo lidojumu atsākšana starp Baltijas valstīm

Maijā VAS starptautiskā lidosta “Rīga” savā “Facebook” lapā veica 12 ierakstus ar pašu veidotu saturu. Saturs vēsta par drošība pasākumiem. Tiek izveidota arī devīze – “neļauj vīrusam ceļot”, kas tiek izmantota kā reklāma, izveidoti ieraksti, ka droša ceļošana nozīmē masku nēsāšanu, roku dezinfekciju un distances ievērošanu.



5.17.att. Neļauj vīrusam ceļot

Atskatoties uz pieejamo informāciju var redzēt, ka VAS starptautiskā lidosta “Rīga” reti, kad veido savu ierakstu saturu, kas spētu veicināt lielāku izpratni sabiedrībā par jauno kārtību. Var secināt, ka šie ieraksti klientiem nenes pietiekami daudz informācijas, kas apgrūtina komunikācijas uzturēšanu ar klientiem, jo trūkst iespējas iegūt informāciju sociālajā tīklā “Facebook”, kas varētu nodrošināt arī atgriezenisko saiti.

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta “Rīga” dalījās Facebook
29	12	6	20	9	11

5.5.tabula “Facebook” iegūtie dati par publikācijām 2020. gada jūnijā

2020.gada jūnijā VAS starptautiskā lidosta “Rīga” publicēja 29 ierakstus savā sociālā tīkla “Facebook” lapā. 11 ieraksti ir bijuši informācija padošana tālāk no citiem uzņēmumiem. 6 ierakstu saturs bijis video. 20 ieraksti saistīti ar covid-19 ietekmi uz komerciālajiem lidojumiem, 9 ieraksti nesaistīti ar sekām, ko radījusi covid-19 vīrusa izplatība.

**Riga Airport** 2020. gada 11. Jūnijs

# STARPTAUTISKIE CEĻOJUMI ES/EEZ/ŠVEICE

JA ĀRVALSTĪ SASLIMUŠO SKAITS IR:

NO 09.10	CEĻOJOT UZ ĀRVALSTI, IEVĒRO PIESARDZĪBAS PASĀKUMUS	NO 15.10	IZVĒRTĒ NEPIECIEŠAMĪBU CEĻOT UZ ĀRVALSTI	VIRUS	NECEĻO! NAV TIĒŠO REISU
<b>15</b>	IECEĻOJOT LATVIJĀ, nav jāievēro pašizolācija	<b>25</b>	IECEĻOJOT LATVIJĀ, 14 dienu pašizolācija	<b>25</b>	IECEĻOJOT LATVIJĀ, 14 dienu pašizolācija

Satiksmes ministrija / Ministry of Transport  
2020. gada 11. Jūnijs

No 10.jūnija iespējams ceļot uz lielāko daļu valstu Eiropā.

! Ceļojot uz ārvalstīm, aicinām ievērot piesardzības pasākumus un sekot līdz saslimstības rādītā... Skatīt vairāk

25 10 lietotāju dalījās

Patik Komentēt Dalies

### 5.18.att. Starptautiskie ceļojumi

Jūnijā jau lidojumi norisinājās vairāk, kas ļāva uzskatīt, ka aviācijas nozare Latvijā sāk atkopties no krīzes, ko izraisījusi covid-19 pandēmija. Jūnijs arī bija pēdējais mēnesis, kad valstī spēkā bija ārkārtējā situācija. Ieraksti kļuva vieglāk uztverami, vizuāli pievilcīgāki nekā periodā no marta līdz jūnijam. Tika izplatīta informācija par to, ka aviokompānijas atgriežas lidostā “Rīga”, ievietoti video materiāli ar apsveikumiem svētkos, kā arī pārpublicēta informācija no sadarbības partneriem. Arī video materiāli kļuva ar interesantāku saturu. Sadarbībā ar Latvijas mobilo telefonu ir izveidots video materiāls ar darbinieku pieredzes stāstiem covid-19 laikā, par izjūtām strādājot pavisam citos apstākļos.

Izveidotie ieraksti ar bildēm pie tiem kļuvuši krāsaināki un raisa vēlmi iepazīties ar ieraksta saturu. Līdz ar to var secināt, ka atgriežoties “dzīvībai” lidostā “Rīga” arī ieraksti ir ieguvuši pavisam citādāku saturu un izskatu.



5.19.att. Ceļo vesels

Ieraksti, kas ir saistīti ar covid-19 pārsvarā ir saistīti ar drošu ceļošanas pieredzi, kas nozīmē ievērot noteiktās drošības prasības. Kā arī lidojumu atsākšanās neskatoties uz covid-19, pielāgošanās jaunajiem apstākļiem.

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta "Rīga" dalījās Facebook
24	13	9	22	9	2

5.6.tabula "Facebook" iegūtie dati par publikācijām 2020. gada jūlijā

2020.gada jūlijs bija pilns ar labām ziņām ceļotājiem, covid-19 saslimstības rādītājiem samazinoties tika atļauti ceļojumi arī atpūtai.

VAS starptautiskā lidosta "Rīga" jūlijā publicēja 24 ierakstus. 9 ieraksti bija kā video materiāls. 22 ieraksti saistīti ar covid-19, taču 9 ieraksti bija saistīti ar citām tēmām, piemēram,

sadarbības partneru piedāvājumiem. Jūlijā VAS starptautiskā lidosta “Rīga” dalījās sociālajā tīklā “Facebook” vien ar 2 ierakstiem, kas nav bijuši pašu veidoti.



5.20.att. Pieprasījums pēc lidojumiem palielinās

Video materiālu saturs daudzveidīgs, sākot ar sadarbības partneru piedāvājumiem līdz pat intervijām ar lidostas valdes priekšsēdētāju. Veikto publikāciju saturs jūlijā vēstīja par jaunajām prasībām, atgriežoties Latvijā, kā arī par saslimstības līmeni Eiropas Savienībā. Informācija, kas tika izplatīta ar bildēm kļuva vienvēidīga, jo tajā netika pievienots nekas jauns. Katru nedēļu viena un tā pati informācija.

**Riga Airport** ✓  
2020. gada 17. Jūlijs · 🌐

17/07 UPDATE! [Slimību profilakses un kontroles centrs](#) ir aktualizējis valstu sarakstu, no kurām ierodoties Latvijā **OBLIGĀTI JĀIEVĒRO 14 DIENU PAŠIZOLĀCIJA** (izmaiņas pret iepriekšējo periodu: ❌ Andora, Spānija, Islande ✅ Čehija).

Valstu saraksts pieejams arī SPKC interneta vietnē [https://ej.uz/spkc\\_saraksts](https://ej.uz/spkc_saraksts).

ATCERIES - atrodoties lidostā, nēsā sejas masku, ievēro higiēnu un ieturi distanci!... **Skatīt vairāk**



5.21.att. Valstu saraksts

Atsākoties lidojumiem var secināt, ka informācija jauna netika piemeklēta, lai atvieglotu pasažieriem iepazīšanos ar aviokompāniju prasībām par drošības prasību ievērošanu, par nepieciešamajiem sagatavošanās darbiem, lai varētu veiksmīgi doties ceļojumā. Darba autores redzējumā VAS starptautiskā lidosta “Rīga” nav pietiekami labi informējusi savus klientus par aktuālajām prasībām, lai izdotos veiksmīgs ceļojums. Neskatoties uz to, ka katrs klients pats ir atbildīgs par dokumentiem un citām prasībām izceļojot no valsts, lidosta “Rīga” varēja publicēt informāciju ar to, kur iegūt aktuālo informāciju- tās pašas aviokompāniju mājaslapas adreses, lai padarītu pasažierim vieglāku šo informācijas meklēšanas procesu, balstoties uz to, ka pasažieris var nezināt un nesaprast, kur meklēt informāciju un kā to atrast.

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta “Rīga” dalījās Facebook
15	13	2	9	6	1

5.7.tabula “Facebook” iegūtie dati par publikācijām 2020. gada augustā

2020. gada augustā VAS starptautiskā lidosta “Rīga” sociālajā tīklā “Facebook” veica 15 ierakstus. 14 ieraksti, kas tika publicēti ir ar pašu veidotu saturu, 1 ieraksts ir informācijas dalīšanās ar cita uzņēmuma veidotu saturu, 9 ieraksti ir saistīti ar covid-19 izplatību, kur tiek atspoguļota statistika ar saslimšanu līmenī Latvijā un Eiropas Savienībā, 2 ieraksti ir ar video materiālu, 6 ieraksti nav saistīti ar covid-19 izplatības sekām.



5.22.att. Elastība

Pēc iegūtajiem datiem (sk.5.7.tab.) var novērot, ka ierakstu skaits salīdzinājumā ar iepriekšējiem mēnešiem ir samazinājies. Pārsvārā tiek publicēta informācija par jaunajiem galamērķiem, saslimstības statistiku. Vienā no video tiek parādīta pamācība par to, kā jālieto pareizi sejas aizsargmaska.



### 5.23.att. Pareiza sejas aizsargmasku lietošana

Pēc veiktajiem ierakstiem var redzēt, ka nekādi jaunumi vai aktualitātes īsti netiek publicētas.

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta "Rīga" dalījās Facebook
17	12	5	7	10	2

5.8.tabula "Facebook" iegūtie dati par publikācijām 2020. gada septembrī

2020.gada septembrī VAS starptautiskā lidosta "Rīga" sociālajā tīklā "Facebook" publicēja 17 ierakstus. 15 ieraksti ir ar pašu veidotu saturu, taču divi ieraksti ir ar citu uzņēmumu veidotu saturu. 5 ieraksti sastāv no video materiāla, 7 ieraksti saistīti ar covid-19 izplatību un noteiktajiem ierobežojumiem, 10 ieraksti nesaistīti ar covid-19 izplatību.

**Rīga Airport** ✓  
2020. gada 22. Septembris · 🌐

Uz priekšu un uz augšu! Risinot COVID-19 pandēmijas izaicinājumus [#lidostaRīga](#) ir pieņēmusi stratēģiskus lēmumus virzīties uz priekšu un turpināt ieguldīt lidostas attīstībā, lai tā no krīzes izietu vēl konkurētspējīgāka.

Šajā un turpmākajās sērijās [#lidostaRīga](#) valdes loceklis Artūrs Savelļevs sniegs aizraujošu ieskatu attīstības projektos, kas šobrīd notiek lidostā.

Nākamā sērija jau drīz - nepalaid garām!

👉👉👉

Addressing the challenges of COVID - 19 pandemic [#RīgaAirport](#) has made a strategic decision to move forward and keep investing in development projects to exit the crisis even more competitive.

Follow the short series about the development projects in [#RīgaAirport](#) - our member of the board Arturs Savelļevs will tell you all about all it!

Next episode coming soon. Stay tuned!

[#lidostaRīga](#) [#RīgaAirport](#) [#forwardandupwards](#)



#### 5.24.att. Attīstības projekti

Septembrī joprojām ierakstu skaits ir mazāks nekā periodā no marta- jūlijam. To varētu skaidrot ar to, ka aviācijas nozarē situācija ir kļuvusi stabilāka un nav jaunas informācijas, ko izplatīt.

Veiktajos ierakstos, kur ir pieejams video saturs VAS starptautiskā lidosta “Rīga” ir publicējusi lidostas infrastruktūras attīstību, kā arī video, kur darbinieki ir pievienojušies dejas zibakcijai brīvajā brīdī no darba pienākumiem. Ierakstos ar pievienotām bildēm var redzēt covid-19 statistiku, sadarbības partneru piedāvājumus.

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta “Rīga” dalījās Facebook
25	18	6	9	16	1

5.9.tabula “Facebook” iegūtie dati par publikācijām 2020. gada oktobrī

2020.gada oktobris nāca ar daudzu komerciālo lidojumu atcelšanu, ko veicināja covid-19 izplatība. VAS starptautiskā lidosta “Rīga” sociālajā tīklā “Facebook” izplatīja 25 ierakstus, 1 no ierakstiem bija informācijās dalīšanās no cita uzņēmuma, 18 ieraksti ar pašu veidotu saturu, 6 ieraksti pieejami ar video saturu, 9 publikācijas saistītas ar covid-19 ietekmi, 16 – nesaistītas.



#### 5.25.att. Sveiciens jubilejā

Ceļojumiem atkal kļūstot ierobežotākiem var manīt arī ierakstu palielināšanos. Oktobrī komerciālie lidojumi un to izpilde bija atkarīga no covid-19 saslimstības līmeņa valstī uz kuru tika paredzēts lidojums.

VAS starptautiskā lidosta “Rīga” “Facebook” turpināja izplatīt informāciju par covid-19 saslimstību, sadarbības partneru piedāvājumiem, kā arī par attīstību lidostā. Ierakstu dažādība ir pozitīva tendence uz lielāku klientu ieinteresētību iepazīties ar pieejamo informāciju, ja arī tā tieši nav saistīta ar ceļošanu.



5.26.att. Īpašais vēstījums

Apskatot periodu 2020.gada marts- 2020. oktobris VAS starptautiskā lidosta “Rīga” sociālā tīkla “Facebook” lapu var redzēt, ka ierakstu publicēšana, jaunas, aktuālas informācijas sniegšana nav īsti stiprā puse. Informācija ir pieejama diezgan ierobežotā daudzumā un diez vai spēj sasniegt klientu. Veiktie ieraksti īsti neļauj izveidot atgriezenisko saiti ar lapas sekotāju, balstoties uz to, ka šī informācija ir sniegta pavisam minimālu, nav sniegta pat iespēja klientam pat noskaidrot, kur vērsties pēc palīdzības. Ir saprotams, ka covid-19 ir jauns izaicinājums un nav noteiktas formulas pēc kuras darboties, taču informācijas sniegšana, palīdzēšana atrast kontaktus, kur vērsties, lai tālākā saziņa būtu vieglāka klientam būtu svarīga.

Var novērot, ka ieraksti, kas tika veikti posmā jūnijs- augusts ir bijuši uzmanību piesaistošāki un aktuālāki. To var skaidrot ar to, ka lidojumi kļuva pieejama plašākam sabiedrības lokam.

Kā arī var redzēt, ka ieraksti, kas nav saistīti ar covid-19 arī publicēti diezgan daudz. Šāda veida informācija par lidostas darbu un attīstību palīdz izprast lidostas darbības principus, apskatīties no malas kā tiek nodrošināta nemitīga darbība.

Darba autores domas par izanalizēto ir, ka VAS starptautiskā lidosta "Rīga" nav spējusi pilnvērtīgi nodrošināt informācijas apriti saviem klientiem, sniedzot pandēmijas sākumā informāciju, kas spēj izskaidrot turpmākos soļus, kas klientam jāveic, lai saņemtu palīdzību. Komunikācija ir veiksmīga standarta situācijā, kad lidostas darbība ir atgriezies, to var redzēt pēc ierakstu satura un vizuālā noformējuma. Ieraksti ir kļuvuši ar saturu, kas tiešām sniedz informāciju, ir saprotama, vizuāli pievilcīga, lai spētu sasniegt klientu.

### **5.5. Pētījuma rezultāti- kontentanalīze "Instagram"**

VAS starptautiskā lidosta "Rīga" ir atrodamā arī sociālajā tīklā "Instagram". "Instagram" kā sociālo tīklu platforma ir pieejama lietotājiem jau no 2010.gada. Šajā platformā ir iespējams veidot dažāda veida ierakstus, kas piesaista sabiedrības uzmanību. Ir iespējams pievienot īsus video, rediģēt bildes, piesaistīt jaunus klientus caur šo platformu izplatot informāciju. VAS starptautiskā lidosta "Rīga" ir atrodamā sociālajā tīklā "Instagram" ar lietotājvārdu- riga\_airport. "Instagram" lietotāju vidū starptautiskās lidostas "Rīga" profilam seko 4,883 interesenti. Profilā ir izceltas vairākas sadaļas, kur pieejami īsi video par tēmām- RIX shopping, ceļo droši, galamērķi, dzīve lidostā, lidmašīnas. Pie katras no norādītajām sadaļām, kas ir izceltas ir pieejama informācija, kas ir saistoša šim virsrakstam, informācija pieejama bildes vai īsa video formātā.

Pētījumam tika izvēlēts periods 2020.gada 1.marts- 2020.gada 31.oktobris. Pētījuma gaitā tiks apskatīti VAS starptautiskās lidostas "Rīga" veiktie ieraksti sociālajā tīklā "Instagram", kad covid-19 pandēmijas dēļ tika pārtraukta aviosatiksmē komerciālos nolūkos. Ieraksti palīdzēs noskaidrot, kāda ir bijusi komunikācija "Instagram", situācijā, kad nav noteikta komunikācijas plāna. Tiks apskatīts ierakstu saturs. Šajā pētījuma periodā ir iekļauts brīdis, kad ceļojumi bija pieejami bez jebkādiem ierobežojumiem, kā arī brīdis, kad covid-19 vīrusa saslimstības līmenis atkal cēlās, un radās jauni papildus ierobežojumi.

Laika posmā no 2020.gada 1.marta līdz 2020.gada 31. oktobrim sociālajā tīklā "Instagram" VAS starptautiskā lidosta "Rīga" publikāciju kopskaits sasniedz 47 ieraksti, kas iekļauj arī dalīšanos ar citu publikācijām, un video publicēšanu. Pētījuma laika posmā starptautiskā lidosta "Rīga" ar citu veidotu saturu dalījās 9 reizes, saturu ar video materiālu publicēja 5 reizes.

Martā, kad tika apturēta aviosatiksmē VAS starptautiskā lidosta "Rīga" sociālajā tīklā "Instagram" veica 7 publikācijas un vienu reizi dalījās ar cita lietotāja veidotu saturu.

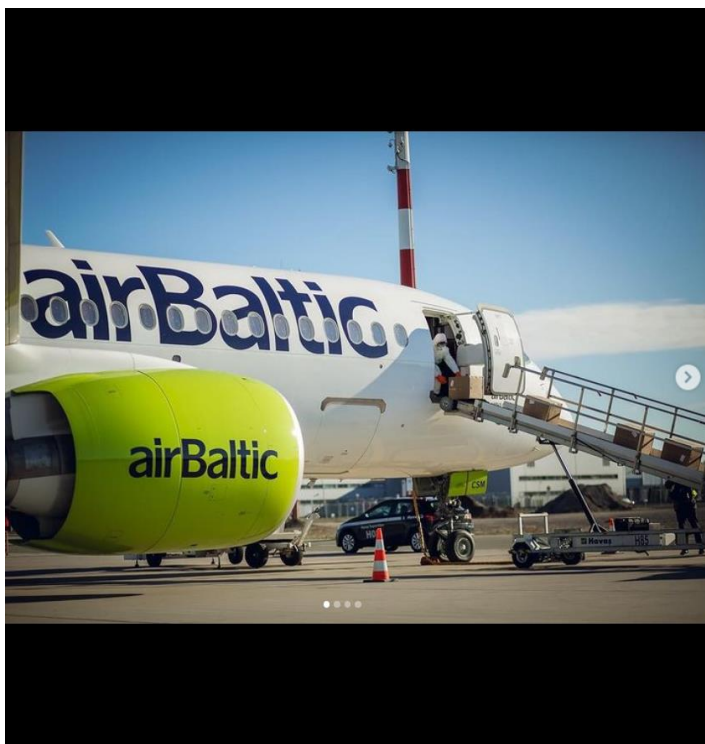
Publikāciju saturs vēsta par to, ka ir apturēti lidojumi, drošības prasības, ķermeņa temperatūras mērīšana. Nav veikts neviens ieraksts ar to, kur vērsties pēc informācijas, nav pieejama informācija par aktualitātēm, kas norisinās saistībā ar covid-19 vīrusa pandēmijas izraisītajām sekām aviosatiksmē.



5.27.att. Informācija pasažieriem

Darba autore uzskata, ka publikāciju mazais skaits varētu būt saistīts ar to, ka VAS starptautiskās lidosta “Rīga” sociālajā tīklā “Instagram” ir salīdzinoši mazs sekotāju skaits. Publikācijas nerasniedz tik plašu auditoriju un, līdz ar to, tās nav papildģtas ar aktuālāko informāciju par notiekošājo situāciju aviācijā. Tomēr šāda veida nestandarta situācija pieprasa komunikāciju, ko sekotāji saņēmuši ļoti limitētā daudzumā bez iespējām uzzināt papildus informāciju.

Aprģlģ sociālajā tģklā “Instagram” VAS starptautiskā lidosta “Rģga” savā lietotāja profilā publicēja 5 ierakstus, viens no ierakstiem ir cita veidota satura dalģšanās ar savu sekotāju auditoriju. Nav veikta neviena publikācijas, kas saturētu video materiālus.



riga\_airport • Follow  
Rīga, Latvia

riga\_airport Šodien #lidostaRīga uzņēmām īpašo @airbaltic kravas reisu, kas no Ķīnas pilsētas Urumči Latvijā nogādāja 5,4 tonnu kravu ar 1 miljonu sejas maskām. Kopējais lidojuma laiks uz Urumči lidostu bija 6h, bet lidojums atpakaļ ilga 6h 50min. airBaltic ar Airbus A220-300 lidmašīnu vienā virzienā veica 4 815 km garu lidojumu bez apstājas.

91 w



298 likes

APRIL 10, 2020

Add a comment...

Post


### 5.28.att. Aizsargmaskas

Ierakstu saturs aprīlī bija saistīts ar sejas aizsargmasku piegādi Latvijas iedzīvotājiem no Ķīnas. Uzmanību šāda veida kravas lidojums ieguva, jo to izpildīja nacionālā aviokompānija airBaltic. Kā arī bija veikts ieraksts par iespēju pieteikties repatriācijas reisam, lai atgrieztos atpakaļ mājās, Latvijā. Viens ieraksts tika veikts ar izklaidējošu saturu. Ieraksts tika izveidots spēles formātā, deva iespēju uzminēt aviokompāniju nosaukumus, kas attēlotas bildēs.

Maijā, kad tika Ministru kabinets paziņoja par izmaiņām, kas skars komerciālo aviosatiksmi- tiks atļauti lidojumi. Lidojumi tika atļauti ar papildus ierobežojumiem un ne visiem ceļot gribētājiem tika sniegta šāda iespēja. Izceļot no Latvijas drīkstēja tikai tie, kuriem bija svarīgs iemesls, piemēram, bizness ārzemēs.

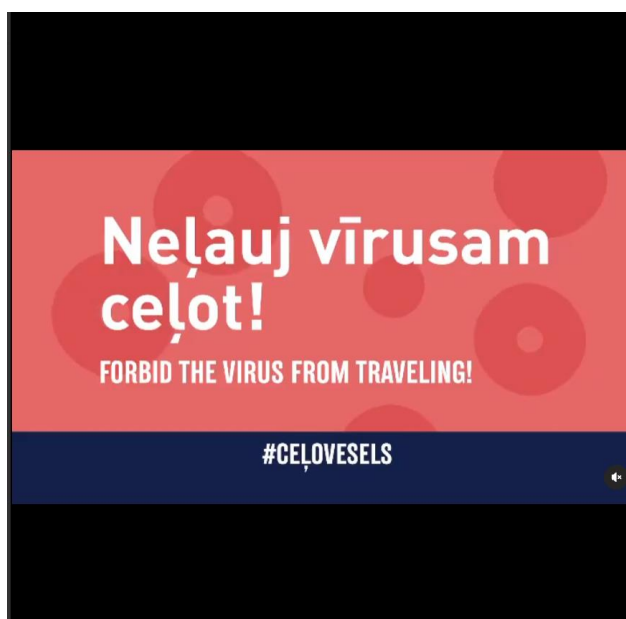
VAS starptautiskā lidosta “Rīga” sociālajā tīklā “Instagram” maijā veica 9 publikācijas. Divi ieraksti satur video materiālus, viens ieraksts ir ar cita lietotāja veidota saturu pārpublicēšanu. Vienas video publikācijas saturs ir saistīts ar 4.maija svētkiem, kas ir vizuāli piesaistošs apsveikums ar deju. Otrās video publikācijas saturs ir saistīts ar drošu ceļošanu- pareiza maskas lietošanu, roku dezinfekcija, distancēšanos.

 riga\_airport • Follow ...

 riga\_airport #pratakustināšana Vai vari nosaukt 8 aviokompānijas, kuru lidmašīnas vēl pavisam nesen bieži varēja redzēt #lidostaRīga un kuru astes redzamas bilžu kolāžā?! #uzminiastes Raksti savas atbildes komentārā!

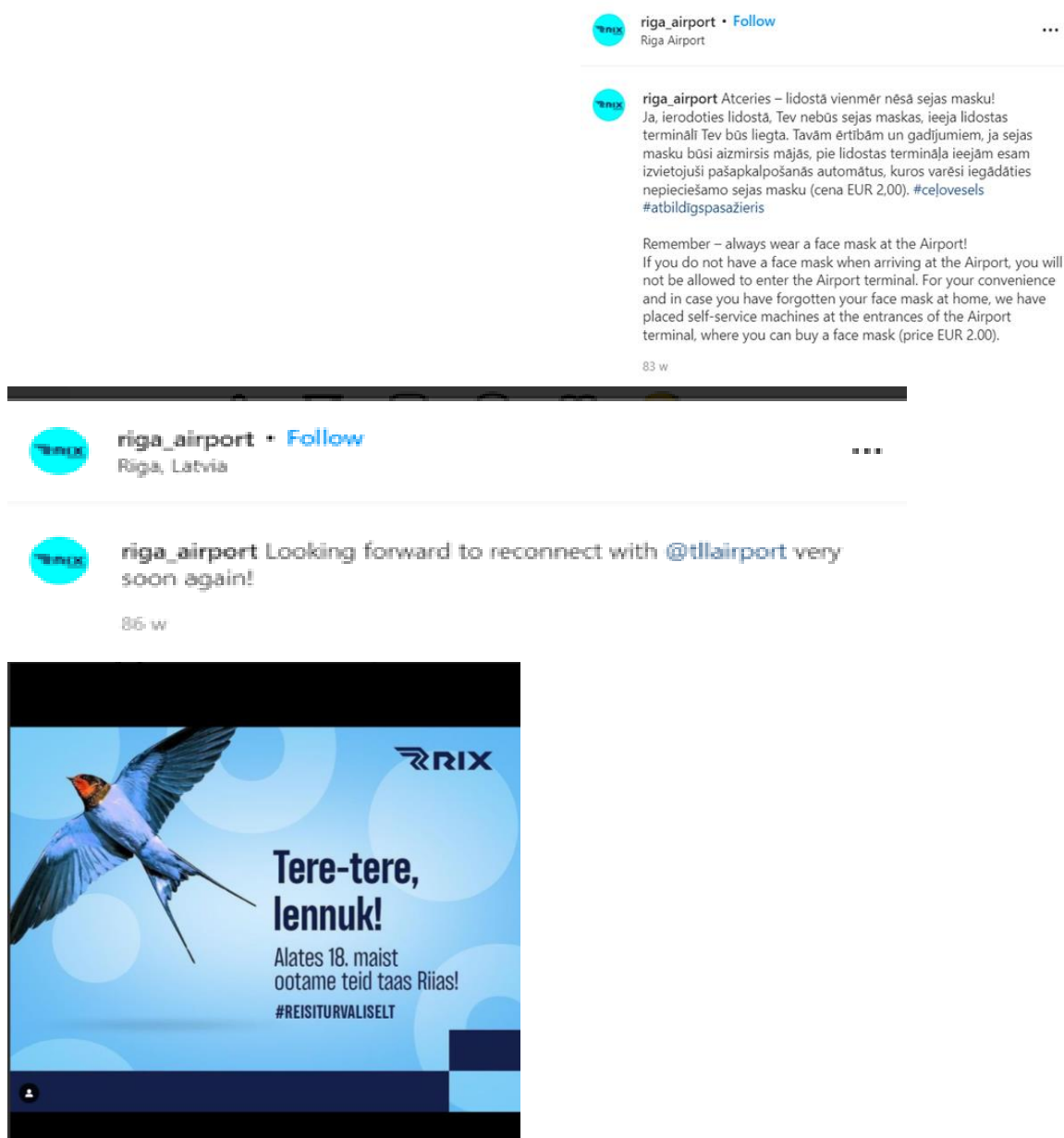
91 w

5.29.att. Viktorīna- atmini aviokompāniju



5.30.att. Drošības pasākumi

Viena publikācija, kas ir ievietota sociālajā tīklā “Facebook” ir saistīta ar sadarbības partneri, pārējās publikācijas vēsta lapas sekotājiem par lidojumu atsākšanos.



5.31.att. Lidojumu atsākšana uz Igauniju

Pēc veikto publikāciju skaita var novērot, ka sociālā platforma “Instagram” nav izmantota pietiekami aktīvi, lai komunicētu ar saviem klientiem. Līdz ar to var noprast, ka atgriezeniskās saites arī nav, kas norāda uz komunikācijas trūkumu.

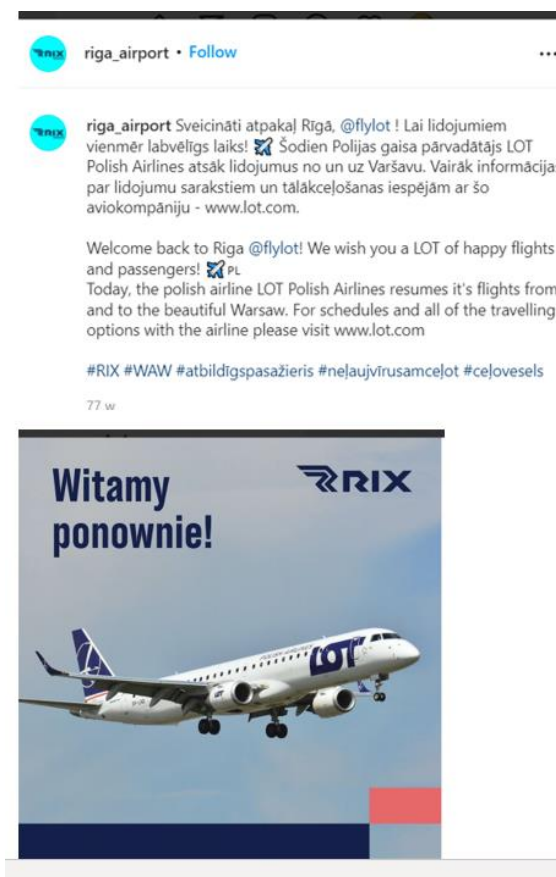
Jūnijā VAS starptautiskā lidosta “Rīga” veica sociālajā tīklā “Instagram” 8 ierakstus. Viens ieraksts bija ar video saturu publicēts, viens ieraksts- cita lietotāja veidots saturs. Video satura publikācija vēsta par atvērtajiem kafejnīcām un iepirkšanas iespējām beznodokļa veikalos lidostā “Rīga”. Pārējie ieraksti pārsvarā satur informāciju par aviokompāniju atgriešanos lidostā “Rīga”, kā arī par drošiem lidojumiem- masku lietošana, distances ievērošana, roku dezinfekcija.



5.32.att Sejas aizsargmasku lietošana

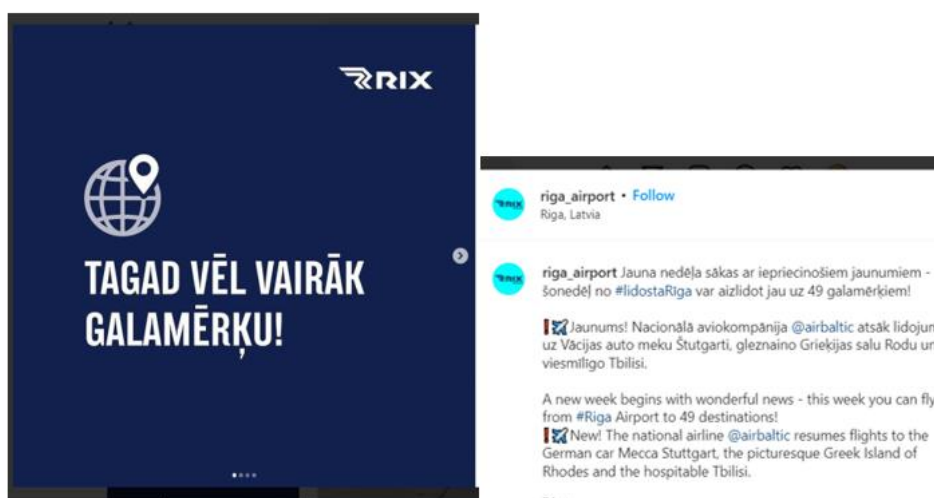
Darba autores uzskatā komunikācija tieši šajā sociālajā tīklā ir diezgan vāja. Nav vēlmes iegūt papildus informāciju par VAS starptautiskās lidostas “Rīga” darbību un aktualitātēm. Ja tiktu veiktas publikācijas ar vairāk informāciju, kas ir atbilstoša situācijai, kas mainās ļoti strauji augtu arī sekotāju skaits, jo klientam pašam izsekot informācijai par notiekošo tūrisma un aviācijas nozarēs nav viegli. Kā var redzēt 5.32.att. ieraksta vizuālais papildinājums ir piesaistošs, radošs- līdz ar to uzmanību ir piesaistīta, kā arī tēmturis #ceļovesels ir labi piemēklēts- aktuāls notiekošajam gan pasaulē, gan aviācijā.

2020.gada jūlijā VAS starptautiskā lidosta “Rīga” sociālajā tīklā “Instagram” publicēja 3 ierakstus. Viens no tiem ar video saturu, kas vēsta par kravas lidmašīnas 200 nosēšanos lidostā “Rīga”. Viens ieraksts par to, ka Polijas aviokompānija ir atsākusi lidot uz Rīgu. Otrs ieraksts satur informāciju par plašāku iespēju apmeklēt beznodokļu veikalus.



### 5.33.att. Lidojumu atskāšana uz Poliju

Ierakstu skaits sociālajā tīklā “Instagram” augustā palika nemainīgs salīdzinot ar jūliju. Arī augustā VAS starptautiskā lidosta “Rīga” publicēja 3 ierakstus. Tie vēstīja par jauniem galamērķiem un par kravas reisu pieaugumu.



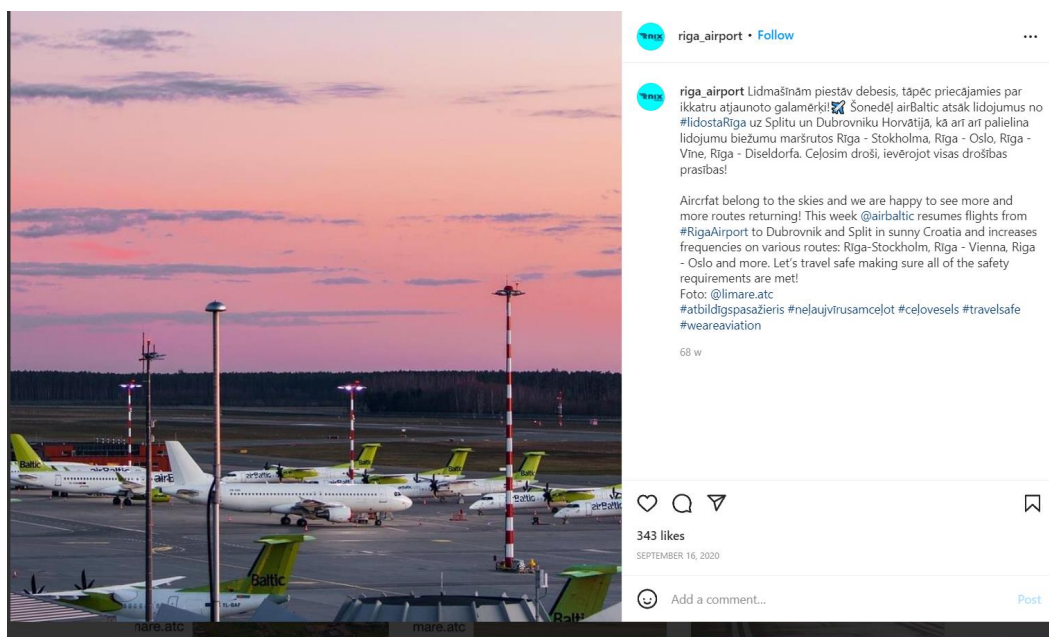
5.34.att. Galamērķu pieaugums

Pēc ierakstiem ir novērojams, ka netiek publicēta daudzveidīga informācija Instagram vietnē. Publikācijas ir vienveidīgas un neko īsti neizsakošas. Kā arī var novērot, ka vasaras sezonā sociālais tīkls tiek izmantots minimāli.

Septembrī VAS starptautiskā lidosta “Rīga” “Instagram” vietnē publicējusi 9 ierakstus. 5 ieraksti ir citu lietotāju saturs, kas ir pārpublicēts. Līdz ar to lidostas “Rīga” pašu veidots saturs ir vien 4 ierakstiem, kas ir publicēti. Kā arī ir pievienots ieraksts, kas satur video informāciju.

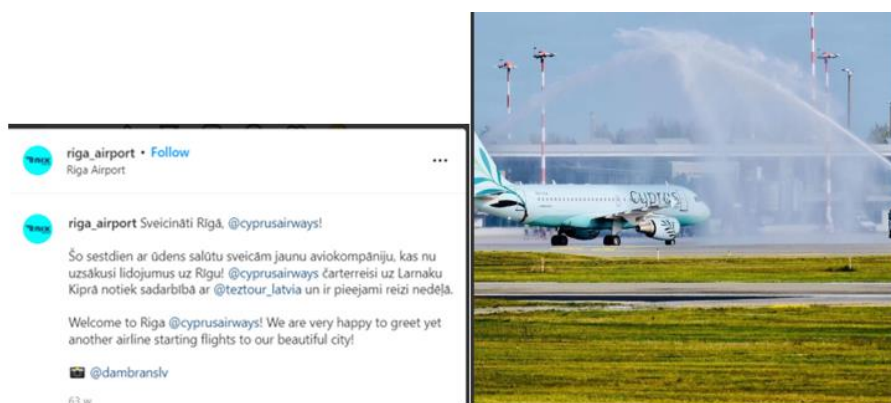
Pārpublicētais saturs pārsvarā ir fotogrāfijas ar lidmašīnām, kas nenes nekādu papildus informāciju. Publicētais video ir dejas zibakcija, kur dalību ir ņēmuši VAS starptautiskās lidostas “Rīga” darbinieki.

Lidostas “Rīga” publikācijas ar savu saturu ir bez informatīva nolūka, ierakstos arī ir redzami skati ar lidmašīnām, kā arī pieminēti galamērķi uz kuriem būs iespēja nokļūt.



### 5.35.att. Aktuālie galamērķi

Oktobrī, kad lidojumi atkal pamazām sāka kļūt mazāk, jo ierobežojumi kļuva plašāki ieraksti nekļuva ar informāciju bagātāki. Starptautiskā lidosta “Rīga” publicēja 3 ierakstus. Informācija ierakstos vēstīja par jaunu čarterlidojumu uz Kipru, par lielāko kravas lidmašīnu, kas nosēdusies lidostā “Rīga”, lidojumu atsākšanos uz diviem galamērķiem, kas bija ierobežojumu dēļ netika izpildīti.



### 5.36. att. Jaunas aviokompānijas ienākšana lidostā “Rīga”

Pētījuma laika posmā 2020.gads 1.marts – 2020.gada 31.oktobris VAS starptautiskā lidosta “Rīga” nav izmantojusi sociālo tīklu “Instagram” pietiekami aktīvi, lai informētu savu sekotāju loku šajā vietnē par notiekošo saistībā ar covid-19 pandēmiju un tās izraisītajām sekām aviācijas nozarē.

Pēc veiktajiem ierakstiem var redzēt, ka nav bijusi arī nekāda komunikācija ar klientiem, kas ļautu veidot veiksmīgu sadarbību un informācijas nonākšanu plašākā auditorijā.

Ieraksti pārsvarā ir veidoti vienāda stila ar līdzīgu informāciju, kas darba autorei neliekas uzmanību piesaistoši. Protams, ka daži no ierakstiem no malas izskatās labāk kā citi-tiešām uzrunā klientu apskatītājus, iepazīties ar piedāvāto ziņa saturu.

Taču jāatzīst, ka novērojums par to, ka informācijas trūkums par notiekošo aviācijas nozarē ir “Instagram” profilā ir bijis liels. VAS starptautiskā lidosta “Rīga” nav spējusi nodrošināt informācijas apriti, kas varētu klientiem atrisināt jautājumus par covid-19 pandēmijas radītajiem sarežģījumiem saistībā ar lidojumu izpildi, biļešu maiņu, naudas atgriešanu, pakalpojumu pieejamību.

Darba autori pārsteidza, ka 8 mēnešu laika posmā VAS starptautiskā lidosta “Rīga” publicējusi vien 47 ierakstus sociālajā tīklā “Instagram”, kas galīgi neiet kopā ar to, ka informācijas daudzums it īpaši vasaras periodā bija daudz plašāks sakarā ar to, ka tika atļauti lidojumi uz ārzemēm bez papildus ierobežošanas.

### 5.6.Pētījuma rezultāti- “Facebook” un “Instagram” salīdzinājums

Ierakstu kopējais skaits Facebook	Ieraksti ar video saturu kopējais skaits Facebook	Pārpublicēto ierakstu kopējais skaits Facebook	Ierakstu kopējais skaits Instagram	Ieraksti ar video saturu kopējais skaits Instagram	Pārpublicēto ierakstu kopējais skaits Instagram
199	34	54	47	5	9

5.10.tabula “Facebook” un “Instagram” datu apkopojums

Apskatot iegūtos datus var redzēt, ka VAS starptautiskā lidosta “Rīga” aktīvāk izmanto sociālo tīklu “Facebook” nekā “Instagram”. “Facebook” publikācijas ir 4 reizes vairāk nekā “Instagram”. Tas ļauj domāt, ka “Facebook” ir galvenais sociālo tīklu rīks caur kuru tiek sasniegti klienti, nodrošināta informācijas aprite par aktuālākajām tēmām, kas notiek lidostā “Rīga” un aviācijā.

Facebook lapas sekotāju skaits	Instagram profila sekotāju skaits
45,383	4,883

5.11.tabula “Facebook” un “Instagram” sekotāju skaits

Kā var redzēt sekotāju skaits (sk.11.tabulu) “Facebook” un “Instagram” krietni atšķiras līdz ar to varētu būt arī skaidrojams, ka informācijas publicēšana ir galvenokārt aktuāla “Facebook” nekā “Instagram”.

“Facebook” informācija sasniedz plašāku auditoriju. Taču abām sociālo tīklu vietnēm ierakstu vairākums bija novērojums latviešu valodā, kas noteikti ietekmē šīs informācijas uztveršanu.

Darba autore uzskata, ka biežāka informācijas publicēšana vairos komunikāciju-uzlabos to, jo VAS starptautiskā lidosta “Rīga” ir uzņēmums, kas nodrošina pakalpojumus ne tikai Latvijas sabiedrībai, bet arī citu valstu klientiem. Tādēļ publikācijas angļu valodā arī kalpotu kā līdzeklis, lai iegūtu vairāk klientu un būtu atgriezeniskā saite.

Pēc apskatītajiem ierakstiem var novērot, ka informācija ar ko dalās lidosta “Rīga” uzmanību, interesi rada lielāku, kad uzņēmums atgriežas ierastajā ikdienas ritmā, taču, kad ir notikusi nestandarta situācija, tad komunikācija samazinās. Un tā informācijas, kas tiek izplatīta nav pietiekami skaidra. Rodas papildus jautājumi uz kuriem nav atbildes, kā arī nav informācijas pie kā vērsties, lai rastu atbildes.

## 6.SECINĀJUMI

Covid-19 pandēmija 2020.gadā ieviesa ļoti plašas izmaiņas ikdienas dzīvē. Tika skartas dažādas jomas, kur darbība tika apturēta uz nenoteiktu laiku. Viena no smagāk skartajām jomām ir aviācija- komerciālie lidojumi. Bakalaura darbā tika apskatīts kā VAS starptautiskā lidosta “Rīga” komunicēja ar saviem klientiem sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram”. Pētījuma veikšanai tika izvēlēts laika posms, kad Latvijā tika apturēta komerciālo lidojumu izpilde, lidojumu atsākšanās posms, covid-19 saslimstības līmeņa paaugstināšanās periods- rudenī, kad atkal stājās spēkā stingrāki, plašāki ierobežojumi komerciālajā aviācijā.

Pētījumā tika iekļauta publikāciju analīze- kontentanalīze no sociālajiem tīkliem “Facebook” un “Instagram” laika posmā no 2020.gada 1.marta līdz 2020.gada 31.oktobrim. Lai varētu iegūt plašāku ieskatu par VAS starptautiskās lidosta “Rīga” komunikāciju sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” tika izveidota arī aptauja, kas tika izplatīta interneta vidē, lai iegūtu ieskatu, kā covid-19 ir ietekmējis lidostas “Rīga” klientus, un vai klienti ir pievērsuši uzmanību VAS starptautiskās lidosta “Rīga” sociālajiem tīkliem “Facebook” un “Instagram”.

Lai varētu skatīt plašāk vai komunikācija no VAS starptautiskās lidostas “Rīga” puses ir bijusi pietiekami skaidrojoša, saprotama, viegli, ērti pieejama tika intervēti arī trīs VAS starptautiskā lidosta “Rīga” pārstāvji, kas ikdienā arī seko līdzi aktualitātēm sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram”.

1) Pētījuma gaitā tika noskaidrots, ka sociālie tīkli “Facebook” un “Instagram” netiek aktīvi izmantoti, kas nozīmē to, ka VAS starptautiskā lidosta “Rīga” nav spējusi veiksmīgi komunicēt ar saviem sekotājiem sociālajos tīklos situācijā, kad informācija ir bijusi primāri svarīga, lai nodrošinātu palīdzību saviem klientiem. Informācijas apriti covid-19 pandēmijas laikā, kas ir radījusi sekas ilgtermiņā aviācijas nozarē, būtiski svarīga ir tiem, kuri izmanto lidostas “Rīga” pakalpojumus ne vien darba darīšanās, bet arī tiem, kuri ceļo.

2) Veicot kontentanalīzi kopumā tika apskatītas 246 publikācijas, kas tika veiktas sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” no VAS starptautiskā lidosta “Rīga” profiliem laika posmā no 2020.gada 1.marta līdz 2020.gada 31.oktobrim. Publikāciju saturu veidoja gan ieraksti ar video saturu, gan tādi, kur izmantoti fotoattēli/ bildes. Spriežot pēc veikto publikāciju skaita- lidostas “Rīga” komunikācija ar lapas sekotājiem, klientiem ir bijusi neaktīva un nav vērsta uz diskusiju veidošanu par aktualitātēm.

3) Tika izveidota aptauja, kas deva datus par to, ka lielākā daļa no respondentiem VAS starptautiskās lidostas “Rīga” pakalpojumus izmanto ceļošanas nolūkam, kas ļauj veikt secinājumus par to, ka informācija, kas būtu nepieciešama sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” ir par ceļošanas ierobežojumiem un papildus prasībām, kas būtu viegli pieejama,

izskaidrota. Lielākā respondentu daļa 75,4% norādīja, ka seko līdzīdi lidostas "Rīga" sociālo tīklu profiliem. Tas ļauj uzskatīt, ka komunikācija sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram" uzņēmumam ir nepieciešama un svarīga, lai nodrošinātu informācijas apriti, kas ļautu izveidot arī divvirzienu komunikāciju ar sekotājiem.

4) "Facebook" sociālā tīkla sekotāju skaits ir krietni lielāks par sekotāju skaitu "Instagram". Var secināt, ka galvenā sociālo tīklu vietne, kur tiek nodrošināta informācijas aprīte ir "Facebook". Taču, komunikācija varētu būt biežāka un aktīvāka no VAS starptautiskās lidostas "Rīga" puses. Kā arī publikāciju satura veidošanai būtu jāpievērš lielāka uzmanība, kas spētu piesaistīt lietotāju uzmanību un pievērsties publikācijai.

5) VAS starptautiskās lidostas "Rīga" pārstāvji atzina, ka vēlētos, lai publikācijas būtu veidotas ar kvalitatīvāku saturu un vizuālais noformējums atbilstu ierakstam.

6) Ar pētījumu tika noskaidrots bakalaura darba izvirzītais mērķis noskaidrot VAS starptautiskās lidostas "Rīga" vēstījumus un auditorijas vērtējumu par tiem par veikto publikāciju saturu un vēstījumu sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram".

Darba mērķis bija noskaidrot VAS starptautiskās lidostas "Rīga" vēstījumus un auditorijas vērtējumu par tiem. Darba autores redzējums par iegūtajiem rezultātiem nav viennozīmīgs. Nevar apgalvot, ka komunikācija ir pavisam neizdevusies- tā ir bijusi maza, ņemot vērā, ka covid-19 pandēmija strauji veica izmaiņas dzīves ritmā. Šī situācija bija neskaidra un jauna- nebija nekāda plāna pēc kā vadīties. Ļoti labi var redzēt, ka sociālais tīkls "Facebook" tika izmantots aktīvāk par "Instagram", to var skaidrot ar sekotāju skaitu. Informācijai ir svarīgi sasniegt plašāku auditoriju.

Publikācijas, kas tika veiktas no VAS starptautiskās lidostas "Rīga" puses sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram" satur vienveidīgu informāciju, kas nepasaka neko jaunu- tā atkārtojas. Ik pa laikam sociālajā tīklā "Facebook" publikācijas, kas saistītas ar covid-19 ir tiešām uzmanību piesaistošas, jo ir atraktīvs fotoattēls pievienots klāt, kas rada vēlmi iepazīties ar publikācijas saturu.

Intervētie darbinieki atzina, ka publikācijām jābūt vairāk un par saistošām tēmām, kas palīdzētu pasažierim viegli atrast informāciju par ceļojumiem, lidojumiem, izmaiņām.

Darba autore uzskata, ka "Facebook" un "Instagram" ir divas no pazīstamākajām sociālo tīklu platformām, kas uzņēmumiem kalpo kā rīks, lai izplatītu informāciju. VAS starptautiskā lidosta "Rīga" varētu šos rīkus izmantot aktīvāk. Publikācijas interesi radošas ir jāveido arī nestandarta situācijās, jo tieši, tas ir brīdis, kad klienti ir apmulsuši informatīvajā telpā un ir nepieciešama viegli pieejama informācija. Pētījuma gaitā varēja novērot, ka atgriežoties pie dinamiskāka darba ritma VAS starptautiskā lidosta "Rīga" sociālajiem tīkliem

“Facebook” un “Instagram” pievērsās vairāk. Taču, joprojām varēja novērot, ka “Facebook” kā rīks ar ko sasniegt plašu auditoriju tiek izmantots aktīvāk.

## IZMANTOTIE INFORMĀCIJAS AVOTI

A.M.Kaplan, M. Haenlein. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons.

Bauer, M., Gaskell, G. (2009). *Qualitative Researching with Text, Image and Sound*.

Berg, B.L. (2007). *Qualitative Research Methods for Social Sciences*. Boston (etc).: Pearson Education.

Bishop, J. (2013). *Examining the concepts, issues, and implications of internet trolling*. IGI Global.

Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*.

Brace, I. (2008). *Questionnaire Design: How to Plan, Structure and Write Survey Material for Effective Market Research*. *Market Research in Practice*.

Bruns, S., K. (2017). *Social media: A reference handbook. Contemporary world issues*. California: ABCCLIO, LLC.

Chaturvedi, M. (2006). *Business Communication: Concepts, Cases And Applications*. India: Dorling Kindersley.

Civilās aviācijas aģentūra. *Latvijas Aviācijas vēsture īsumā*. Izgūts no <http://caa.lv/lv/caa/latvijas-aviacijas-vesture-isuma>

Comm, J. (2010). *Twitter Power 2.0. How to Dominate Your Market One Tweet at a Time*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Deuze, M. (2003). *The Web and its Journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online*. *New media & society*, 5 (2).

Fill, C. (2006). *Marketing Communications. Engagements, Strategies and Practice*. (4th ed.). Prentice Hall.

- Fuchs, C. (2017). *Social media. A critical introduction*. (2nd ed.). SAGE publications.
- Guffey, M. E. (2018). *Business Communication: Process & Product*. United Kingdom: CENGAGE Learning.
- Hennik, H., Hutter, I. (2011). *Qualitative Research Methods*. Sage Publications.
- Hutchins, L., A. & Tindall, J., T., N. (Ed.). (2016). *Public Relations and Participatory Culture. Fandom, social media and community engagement*. Oxon: Routledge.
- Kantar.lv. Internets. Izgūts no <https://www.kantar.lv/petijumu-dati/internets/>
- Kērpatriks, D. (2012). *Facebook efekts*. Rīga: Apgāds Zvaigzne ABC.
- Klientu portfelis. *Lidosta Rīga*. Izgūts no <https://www.klientuportfelis.lv/lv/jaunumi/7820/starptautiskas-lidostas-riga-apgrozijums-2019gada-audzis-lidz-6499-miljeur>
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. California. Sage Publications, Inc.
- Kristapsone S. (2008). *Zinātniskā pētniecība studiju procesā*. Rīga: Biznesa augstskola turība.
- Kushwaha, P., Bijay., Singh, K., Varghese, N., Singh, N. (2020). *Integrating social media and digital media as new elements of integrated marketing communication for creating brand equity*. *Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication*. Vol. 11, June - 2020. Amity University, Madhya Pradesh. DOI:10.31620/JCCC.06.20/05
- Likumi.lv. *Par ārkārtējo situāciju un izņēmuma stāvokli*. Izgūts no <https://likumi.lv/ta/id/255713-par-arkartejo-situaciju-un-iznemuma-stavokli>
- Lursoft datu bāze. *Lidosta Rīga*. Izgūts no <https://company.lursoft.lv/starptautiska-lidosta-riga/40003028055>
- Martinsone, K. (2011). *Ievads pētniecībā: stratēģija, dizains, metodes*. Rīga: Raka

Ragini, P. (2021). *Marketing communication: Meaning, Purpose, Role, Process and Strategies*. Izgūts no <https://www.economicdiscussion.net/marketing-2/marketing-communication-meaning-purpose-role-process-and-strategies/31623>

RIX (2020). STATISTICS REPORT 2020 [PowerPoint prezentācija]. Izgūts no <https://www.riga-airport.com/par-lidostu/rix-statistika>

Russel, B. H. (2010). *Analyzing Qualitative Data: Systematic Approaches*. LA: SAGE Publication.

Sociālā platforma Facebook. Izgūts no <https://www.facebook.com/riga.airport/>

Sociālā platforma Instagram. Izgūts no <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=5096&context=sspapers>

Sutherland, A. (2010). *The Story of Facebook*. New York: The Rosen Publishing Group.

Ting, H., Ming, W., W., P., Cyril de Run, E., Choo, S., L., Y. (2015). *Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study*. International Journal of Business and Innovation. Izgūts no [https://www.researchgate.net/publication/272026006\\_Beliefs\\_about\\_the\\_Use\\_of\\_Instagram\\_An\\_Exploratory\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/272026006_Beliefs_about_the_Use_of_Instagram_An_Exploratory_Study)

Wimmer, R. D., Dominic, J., R. (2000). *Mass media research. An Introduction*. (5th. Ed.) Wadsworth Publication Company.

Гантер Б., Фернхам А. (2001). *Типы потребителей: введение в психографику. Пер. с англ. (Red. И.В.Андреевой)*. СПб: Питер.

Назарчук А. В. (2009). *Теория коммуникации в современной философии*. Москва: Прогресс-Традиция.

# PIELIKUMI

*1.pielikums*

## **Interneta aptauja**

Sveicināti!

Esmu Justīne Bateņina, Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu komunikāciju zinātnes 4.kursa studente. Bakalaura darba ietvaros veicu pētījumu par starptautiskās lidostas “Rīga” komunikāciju sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram” covid-19 laikā 2020.gadā, kad vīruss ietekmēja gaisa satiksmi. Lai varētu veikt secinājumus par to kā tika uztverta komunikācija no veiktajām publikācijām, izveidoju nelielu aptauju, kas palīdzēs saprast vai komunikācija ir bijusi saprotama, pieejama. Lūdzu, ņemiet dalību aptaujā, tā ir anonīma. Aptauja aizņems aptuveni 2- 5 minūtes. Paldies !

1. Lūdzu, norādiet Jūsu dzimumu:
  - Sieviete
  - Vīrietis
  - Nevēlos atklāt
2. Lūdzu, norādiet Jūsu vecumu:
  - Līdz 18
  - 18-34
  - 35-44
  - 45-54
  - 55-65
  - 65-..
3. Cik bieži Jūs ceļojat ?
  - Reizi nedēļā
  - Reizi mēnesī
  - Retāk kā reizi mēnesī
  - Vairākas reizes trijos mēnešos
  - Reizi pusgadā
  - Reizi gadā
  - Retāk kā reizi gadā

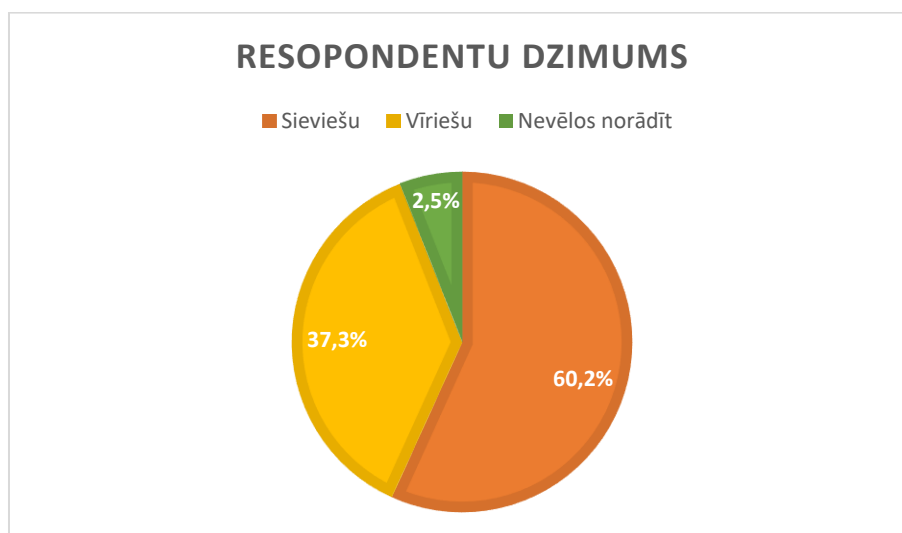
4. Kādiem mērķiem ceļojat ?
  - Darba darīšanas
  - Izklaide/atpūta
  - Cits
5. Vai Jums šķiet, ka aviopārvadājumi ir pieejami ikvienam ?
  - Jā
  - Nē
  - Grūti pateikt
6. Vai covid-19 laikā ir mainījušies Jūsu ceļošanas paradumi?
  - Jā
  - Nē
  - Grūti pateikt
7. Vai covid-19 ir ietekmējis ceļošanas biežumu ?
  - Ceļoju retāk
  - Ceļoju vairāk
  - Nav ietekmējis
  - Grūti pateikt
8. Vai Jūs sekojat līdzī starptautiskās lidostas “Rīga” aktuālajai informācijai sociālajos tīklos “Facebook” un “Instagram”?
  - Jā
  - Nē
9. Vai Jums šķiet, ka starptautiskās lidostas “Rīga” ieraksti sociālajos tīklos ir atmiņā paliekoši ?
  - Jā
  - Nē
  - Grūti pateikt
10. Vai pandēmijas sākumā pieejamā informācijas daudzveidība netraucēja orientēties starptautiskās lidostas “Rīga” sociālo tīklu “Facebook” un “Instagram” ierakstos ?
  - Traucēja
  - Netraucēja
  - Nepievērsu uzmanību

11. Kādi ieraksti Jūs vairāk uzrunā- vizuāli piesaistoši vai rakstiski ?

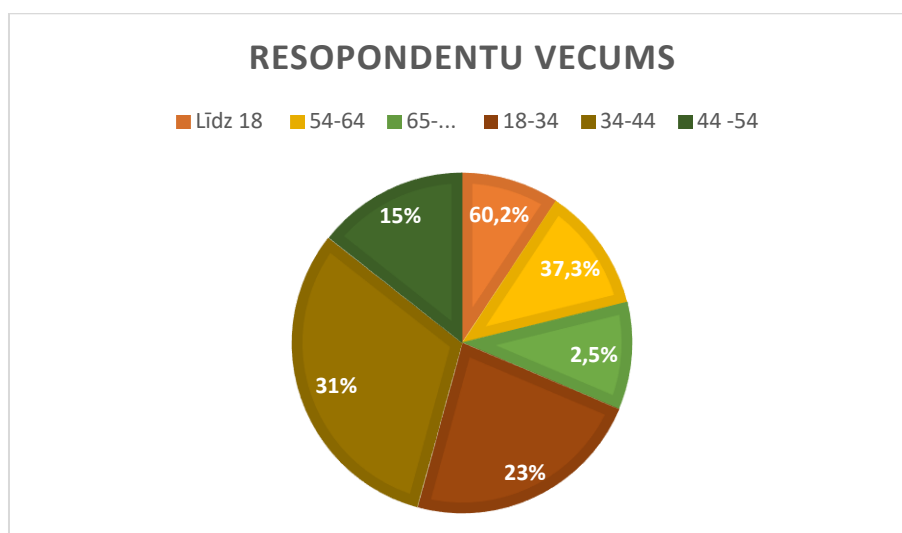
- Vizuāli piesaistoši
- Rakstiski
- Grūti pateikt

## Interneta aptaujas rezultāti

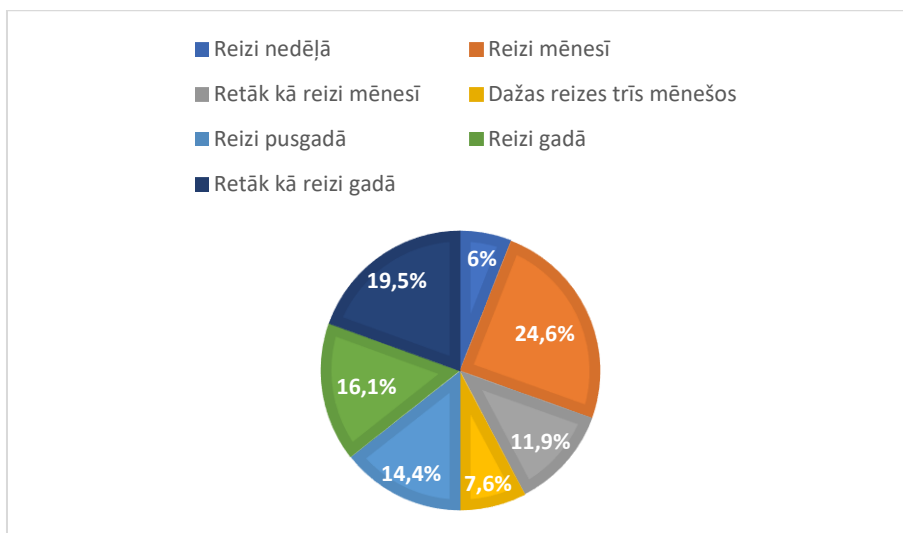
### 1. Lūdzu, norādiet Jūsu dzimumu:



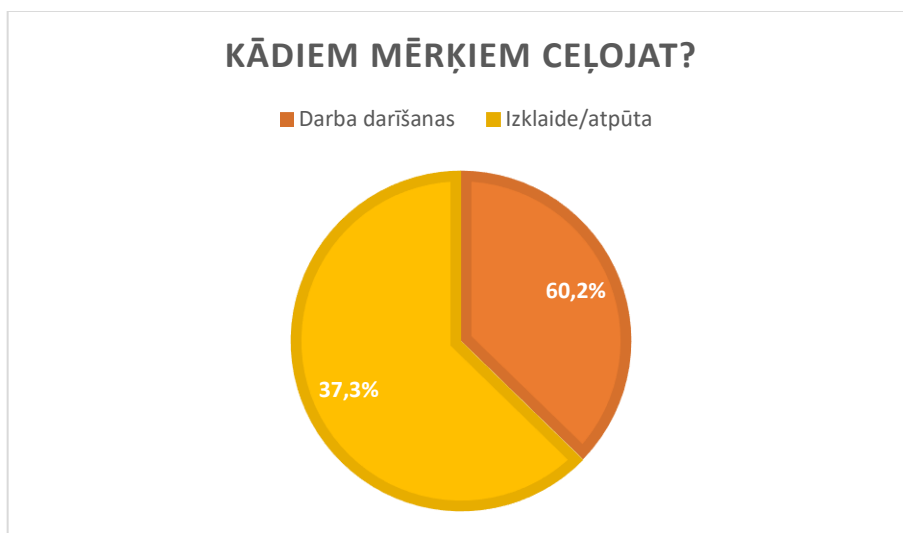
### 2. Lūdzu, norādiet Jūsu vecumu:



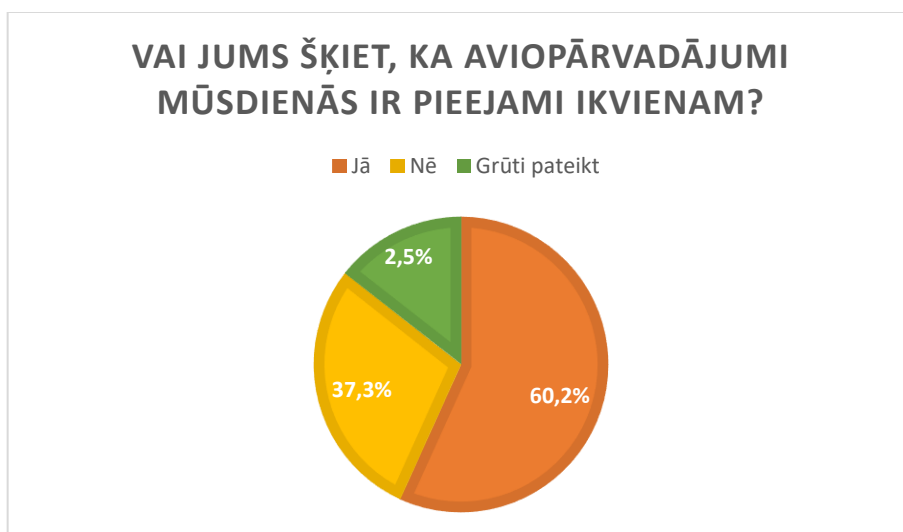
### 3. Cik bieži Jūs ceļojat?



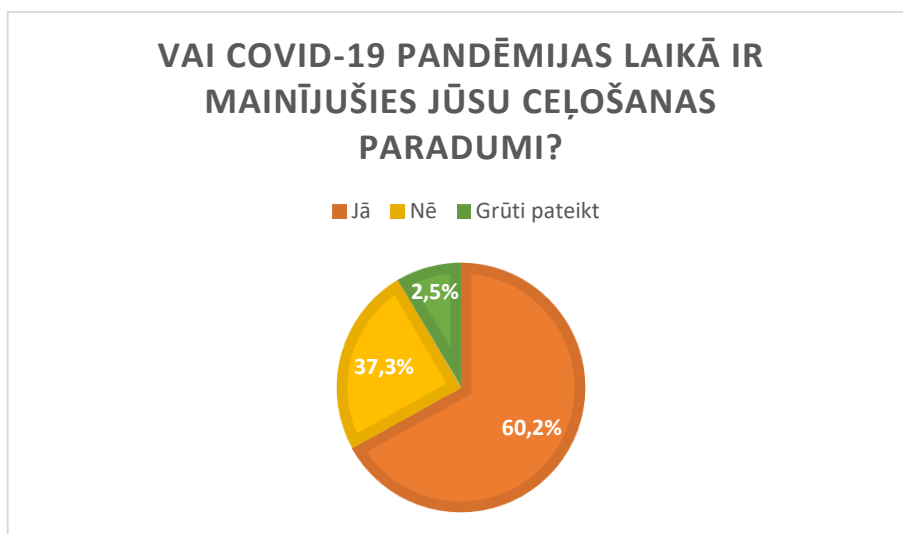
#### 4. Kādiem mērķiem ceļojat ?



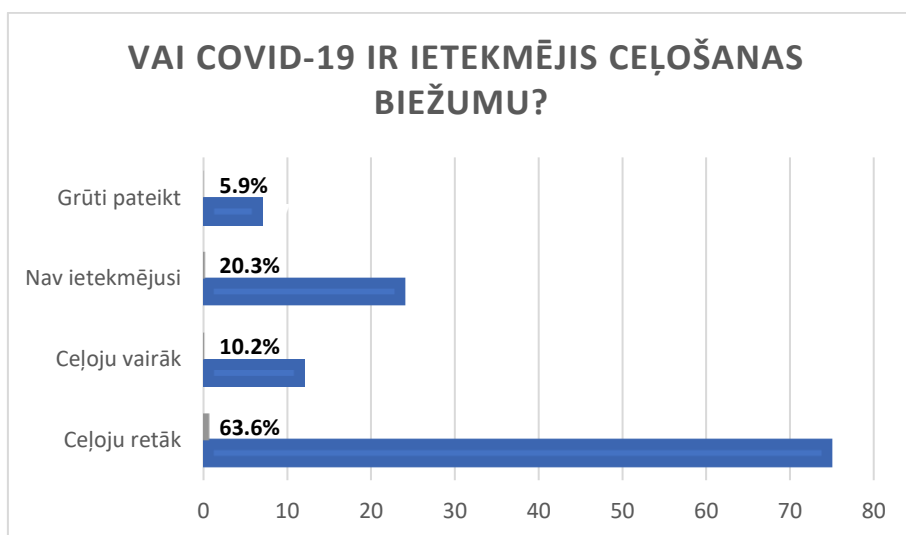
#### 5. Vai Jums šķiet, ka aviopārvadājumi ir pieejami ikvienam ?



**6.Vai covid-19 pandēmijas laikā ir mainījušies Jūsu ceļošanas paradumi?**



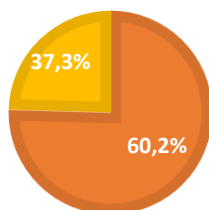
**7.Vai Covid-19 ir ietekmējis ceļošanas biežumu?**



**8.Vai Jūs sekojat līdzī starptautiskās lidostas “Rīga” aktuālajai informācijai sociālajos tīklos Facebook un Instagram ?**

**VAI JŪS SEKOJAT LĪDZI STARPTAUTISKĀS  
LIDOSTAS "RĪGA" AKTUĀLAJAI  
INFORMĀCIJAI SOCIĀLAJOS TĪKLOS  
FACEBOOK UN INSTAGRAM?**

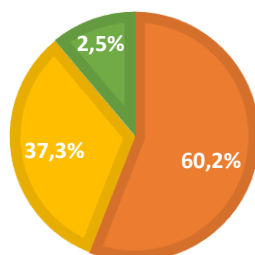
■ Jā ■ Nē



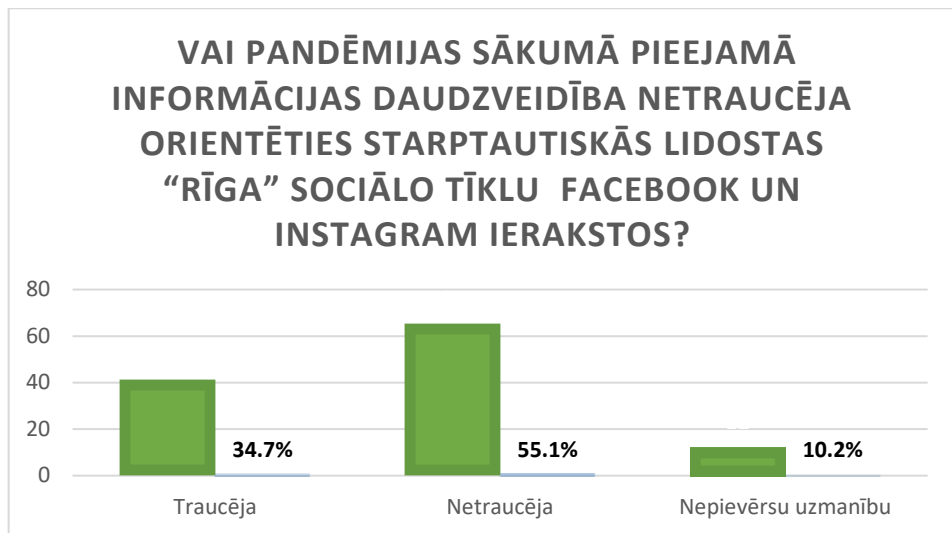
**9. Vai Jums šķiet, ka starptautiskās lidostas "Rīga" ieraksti sociālajos tīklos ir atmiņā paliekoši ?**

**VAI JUMS ŠĶIET, KA STARPTAUTISKĀS  
LIDOSTAS "RĪGA" IERAKSTI SOCIĀLAJOS  
TĪKLOS IR ATMIŅĀ PALIEKOŠI ?**

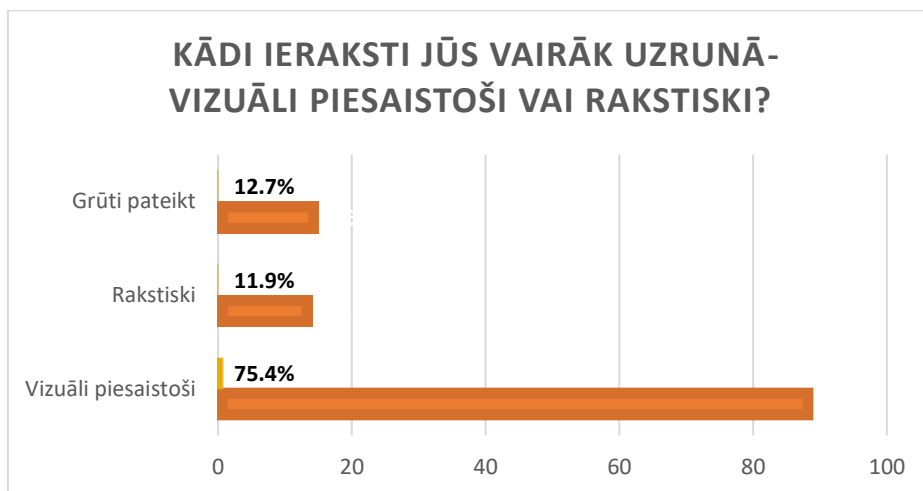
■ Jā ■ Nē ■ Grūti pateikt



**10. Vai pandēmijas sākumā pieejamā informācijas daudzveidība netraucēja orientēties starptautiskās lidostas "Rīga" sociālo tīklu Facebook un Instagram ierakstos?**



**12. Kādi ieraksti Jūs vairāk uzrunā- vizuāli piesaistoši vai rakstiski ?**



**Lidostas "Rīga" statistika**

Pasažieru skaits 2019./2020. gada marts	Pasažieru skaits 2019./2020. gada aprīlis	Pasažieru skaits 2019./2020.gada maijs	Pasažieru skaits 2019./2020. gada jūnijs
532 115/ 235 569	646 297/ 3060	716 069/ 10 331	763 847/ 55 466

## Datu apkopojums par "Facebook"

Marts

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta "Rīga" dalījās Facebook
38	25	0	30	8	13

Aprīlis

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta "Rīga" dalījās Facebook
23	10	1	13	10	13

Maijs

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta "Rīga" dalījās Facebook
28	12	5	19	9	11

### Jūnijs

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta "Rīga" dalījās Facebook
29	12	6	20	9	11

### Jūlijs

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta "Rīga" dalījās Facebook
24	13	9	22	9	2

### Augusts

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta "Rīga" dalījās Facebook
15	13	2	9	6	1

Septembris

Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta "Rīga" dalījās Facebook
17	12	5	7	10	2

Oktobris

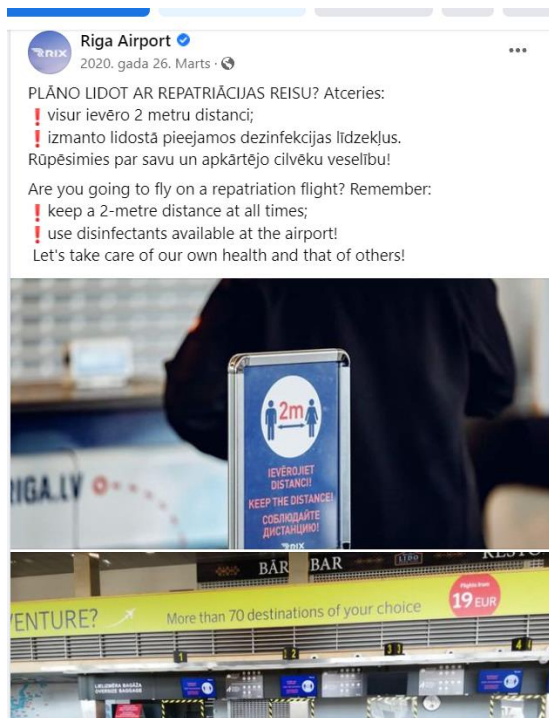
Ierakstu kopējais skaits	Ierakstu skaits	Video skaits	Ieraksti saistīti ar covid-19	Nesaistīti ieraksti ar covid-19	Ierakstu skaits ar kuriem VAS starptautiskā lidosta "Rīga" dalījās Facebook
25	18	6	9	16	1

**Datu apkopojums par “Facebook” un “Instagram”**

Ierakstu kopējais skaits Facebook	Ieraksti ar video saturu kopējais skaits Facebook	Pārpublicēto ierakstu kopējais skaits Facebook	Ierakstu kopējais skaits Instagram	Ieraksti ar video saturu kopējais saturs Instagram	Pārpublicēto ierakstu kopējais skaits Instagram
199	34	54	47	5	9

Facebook lapas sekotāju skaits	Instagram profila sekotāju skaits
45,383	4,883

5.pielikums  
Publikācijas no “Facebook”



**Riga Airport**  2020. gada 8. Aprīlis


Neskatoties uz to, ka 7.aprīlī Ministru kabinets pieņēma lēmumu līdz 12.maijam valstī pagarināt ārkārtējo situāciju, kas nozīmē arī regulāro starptautisko pasažieru lidojumu aizlieguma pagarināšanu, turpinām strādāt, lai atfīstītu kravu segmentu un palielinātu kravu pārvadājumu apjomu no un uz #lidostaRīga.



LAA.AERO

**Aviācijas kravu plūsma no Ukrainas pieaug**  
Lvova lidosta un Eleron Airlines ir uzsākuši starptautisko kravu pār...

71 1 komentārs 7 lietotāji dalījās

**Riga Airport**  2020. gada 21. Aprīlis

**!! SVARĪGA INFORMĀCIJA PASAŽIERIEM, KURI PLĀNO LIDOT AR REPATRIĀCIJAS REISIEM !!**

## SABIEDRĪBAS VESELĪBAI DROŠA ATGRIEŠANĀS NO ĀRVALSTĪM

### PIRMS LIDOJUMA

- Biļešu pirkšanas brīdī airBaltic noskaidro, vai pasažierim ir nepieciešams Satiksmes ministrijas organizēts transports nokļūšanai mājās no lidostas
- Autotransporta direkcija plāno reisu uz reģioniem
- Rīgas Satiksme plāno reisu Rīgas robežās
- Lidmašīnas salonu pirms lidojuma pilnībā dezinficē

**#CELODROŠI #CEĻOATBILDĪGI**

SABIEDRĪBAS VESELĪBAI DROŠA ATGRIEŠANĀS NO ĀRVALSTĪM	SABIEDRĪBAS VESELĪBAI DROŠA ATGRIEŠANĀS NO ĀRVALS	SABIEDRĪBAS VESELĪBAI DROŠA ATGRIEŠANĀS NO ĀRVALSTĪM
<b>LIDOJUMA LAIKĀ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aptuveni 14 dienas pirms lidojuma uz ārvalsti, jānodrošina veselības deklarācija un jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija.</li> </ul>	<b>NOLAIZĪTIES LIDOSTĀ "RĪGĀ"</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lidostā jānodrošina visu dezinfekcija lidostā un jānodrošina informācija par drošības pasākumiem.</li> <li>Atbilstoši veiktā atbilstoša pasākumi, kurus pasākumi var veikt veselības pārbaudē.</li> <li>Lidostā jānodrošina pasākumu pasākumi līdz speciāli marķētiem autobusu.</li> </ul>	<b>NO LIDOSTAS UZ MĀJĀM</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija un jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija un jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija un jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija un jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija un jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija un jānodrošina veselības deklarācija.</li> <li>Ja ir kādas slimības pazīmes, jānodrošina veselības deklarācija un jānodrošina veselības deklarācija.</li> </ul>

**Riga Airport** 2020. gada 14. Maijs

Šodien valdība lēma no 15. maija atļaut atsākt starptautiskos pasažieru gaisa, jūras, autobusa un dzelzceļa pārvadājumus no un uz Lietuvu un Igauniju. Pirmos lidojumus 18.maijā no #lidostaRīga veiks nacionālā aviokompānija airBaltic.

Vairāk uzzini: [https://ej.uz/atkal\\_lidojam!](https://ej.uz/atkal_lidojam!)

**Riga Airport** 2020. gada 15. Maijs

Atsākot regulāros starptautiskos lidojumus, aicinām Tevi ievērot drošības pasākumus!

We encourage you to observe safety measures, once regular international flights are resumed!

#ceļovesels #atbildigspasažieris

Riga Airport  
2020. gada 11. Jūnijs

# STARPTAUTISKIE CEĻOJUMI ES/EEZ/ŠVEICE

Arletu ministrija  
#CEĻOŠOŠI

**JA ĀRVALSTĪ SASLIMUŠO SKAITS IR:**  
(SASLIMUŠO SKAITS 14 DIENĀS / 100 000 IEDZīvOTĀJU)

NO 9. JŪNIJA <b>15</b> CEĻOJOT UZ ĀRVALSTI, IEVĒRO PIESARDZĪBAS PASĀKUMUS IECEĻOJOT LATVIJĀ, NAV JĀEVĒRO PASĀKUMIJA	NO 15. JŪNIJA <b>25</b> IZVĒRTĒ NEPIECIEŠAMĪBU CEĻOT UZ ĀRVALSTI IECEĻOJOT LATVIJĀ, 14 DIENU PASĪROŠĪJA	VIRŠ <b>25</b> NECEĻO! NAV TIĒŠO REISU IECEĻOJOT LATVIJĀ, 14 DIENU PASĪROŠĪJA
--	--	--

Valstu iedzīvotāju skaits EPK, miljoniem  
Saraksts tiek atjaunots un iekavots ar spriegumu un ievēro neatbilstīgu  
Vienota pieeja Baltijas valstīs

@airletas  
@airletaministrija  
facebook.com/airletas

Satiksmes ministrija / Ministry of Transport  
2020. gada 11. Jūnijs

No 10. jūnija iespējams ceļot uz lielāko daļu valstu Eiropā.

! Ceļojot uz ārvalstīm, aicinām ievērot piesardzības pasākumus un sekot līdzi saslimstības rādītā... [Skatīt vairāk](#)

25 10 lietotāju dalījās

Patik Komentēt Dalies

Riga Airport  
2020. gada 4. Jūnijs

Atceries – viens no vīrusa izplatības ierobežošanas efektīvākajiem veidiem ir distancēšanās! Atrodies lidostas terminālī, iespēju robežās, maksimāli distancējies no pārējiem pasažieriem!  
Lidostas terminālī neizmanto īpaši marķētās sēdvietas – tas Tev palīdzēs ievērot drošu distancēšanos.

#ceļovesels #atbildīgspasažieris

Remember – one of the most effective ways to limit the spread of the virus is to distance yourself! When in the Airport terminal, distance yourself from other passengers as much as possible!  
Do not use the specially marked seats in the Airport terminal – this will help you to keep a safe distance.

#travelsafe #responsiblepassenger



RIX

levēro  
distanci!

#CEĻOVESELS



Riga Airport

2020. gada 6. Jūlijs

Pieprasījums pēc lidojumiem arvien palielinās, un lidostā ar katru dienu redzam aizvien vairāk ceļotāju. Kopš 18. maija lidojumus atsākušas jau 6 aviokompānijas, un šobrīd no Rīgas var aizlidot jau uz 43 pilsētām 38 valstīs. Aktuālais galamērķu saraksts, no lielākajiem Eiropas biznesa centriem līdz saulainākajām pludmalēm, atrodams šeit – [www.flyfromriga.lv](http://www.flyfromriga.lv).

Kurp dosies tu?

Rūpējoties par pasažieru un lidostas darbinieku veselību, lidostā jāievēro noteikti drošības pasākumi – pirms lidojuma aicinām ar tiem iepazīties gan lidostas, gan izvēlētajā aviokompānijas mājas lapā.

#atbildīgspasažieris #neļaujvīrusamceļot #ceļovesels



Riga Airport

2020. gada 17. Jūlijs

17/07 UPDATE! [Slimību profilakses un kontroles centrs](#) ir aktualizējis valstu sarakstu, no kurām ierodoties Latvijā OBLIGĀTI JĀIEVĒRO 14 DIENU PAŠIZOLĀCIJA (izmaiņas pret iepriekšējo periodu: ✗ Andora, Spānija, Islande ✓ Čehija).

Valstu saraksts pieejams arī SPKC interneta vietnē [https://ej.uz/spkc\\_saraksts](https://ej.uz/spkc_saraksts).

ATCĒRIES - atrodoties lidostā, nēsā sejas masku, ievēro higiēnu un ieturi distanci!... [Skatīt vairāk](#)





Riga Airport

2020. gada 6. Augusts

Labas ziņas visiem ceļotājiem! Ja esi iegādājies aviobiļetes [airBaltic](#), un Tavs lidojums noteikto ceļošanas ierobežojumu dēļ atcelts ne mazāk nekā 14 dienas pirms izlidošanas, tagad vari samainīt plānoto galamērķi uz citu bez papildu maksas!



**Vairāk elastības  
tavam  
sirdsmieram!**



Riga Airport

2020. gada 13. Augusts

Kā pareizi lietot sejas masku?

Atceries - uzturoties [#lidostaRīga](#), visiem ceļotājiem, izņemot bērnus līdz 7 gadu vecumam, jāvalkā medicīniskā maska. Iekļūt lidostā varēsi tikai maskā, uzrādot iekāpšanas karti vai rezervācijas apstiprinājumu.

[#atbildīgspasažieris](#) [#neļaujvīrusamceļot](#) [#ceļovesels](#)

RIX



**KĀ PAREIZI LIETOT SEJAS MASKU**

1.0x

15

6 lietotāji dalījās

Patik

Komentēt

Dalies



Riga Airport

2020. gada 22. Septembris



Uz priekšu un uz augšu! Risinot COVID-19 pandēmijas izaicinājumus [#lidostaRīga](#) ir pieņēmusi stratēģiskus lēmumus virzīties uz priekšu un turpināt ieguldīt lidostas attīstībā, lai tā no krīzes izietu vēl konkurētspējīgāka.

Šajā un turpmākajās sērijās [#lidostaRīga](#) valdes loceklis Artūrs Saveljevs sniegs aizraujošu ieskatu attīstības projektos, kas šobrīd notiek lidostā.

Nākamā sērija jau drīz - nepalaid garām!



Addressing the challenges of COVID - 19 pandemic [#RigaAirport](#) has made a strategic decision to move forward and keep investing in development projects to exit the crisis even more competitive.

Follow the short series about the development projects in [#RigaAirport](#) - our member of the board Arturs Saveljevs will tell you all about all it!

Next episode coming soon. Stay tuned!

[#lidostaRīga](#) [#RigaAirport](#) [#forwardandupwards](#)



Riga Airport

2020. gada 14. Oktobris



Šomēnes nacionālā aviokompānija, mūsu draugs un partneris [airBaltic](#) svin 25 gadu jubileju. Lai koši zaļās astes mirdz augstu un turpina savienot Latviju ar visu plašo pasauli! Daudz laimes dz.d!

This month, the national airline, our friend and partner [airBaltic](#), is celebrating its 25th anniversary. May the bright green tails shine high and continue to connect Latvia with the whole wide world!

Happy Birthday, [airBaltic](#)!

*Apsveicu dz.d.,  
airBaltic!*

*♥ Tavs RIX*

1.0x

76

2 komentāri 10 lietotāju dalījās



Riga Airport

2020. gada 29. Oktobris



Informatīvās akcijas [#BreastCancerAwarenessMonth](#) ietvaros šodien [#lidostaRiga](#) nosēdās DHL lidmašīna ar īpašo vēstījumu. Akcijas mērķis ir informēt pēc iespējas vairāk cilvēku par to, cik svarīgi ir laicīgi pārbaudīties un būt informētiem par krūts un citiem vēža veidiem. [DHL Express Latvia](#)

DHL aircraft with a special message landed [#RigaAirport](#) today as part of the [#BreastCancerAwarenessMonth](#) information campaign. The aim of the campaign is to inform as many people as possib... **Skatīt vairāk**



Publikācijas no "Instagram"



**INFORMĀCIJA PASAŽIERIEM!**

Ja, esot lidostā, jums ir kakla sāpes, klepus, paaugstināta ķermeņa temperatūra, lūdzam vērsties pie medīkiem E un C atlidošanas zālēs pirms bagāžas saņemšanas!

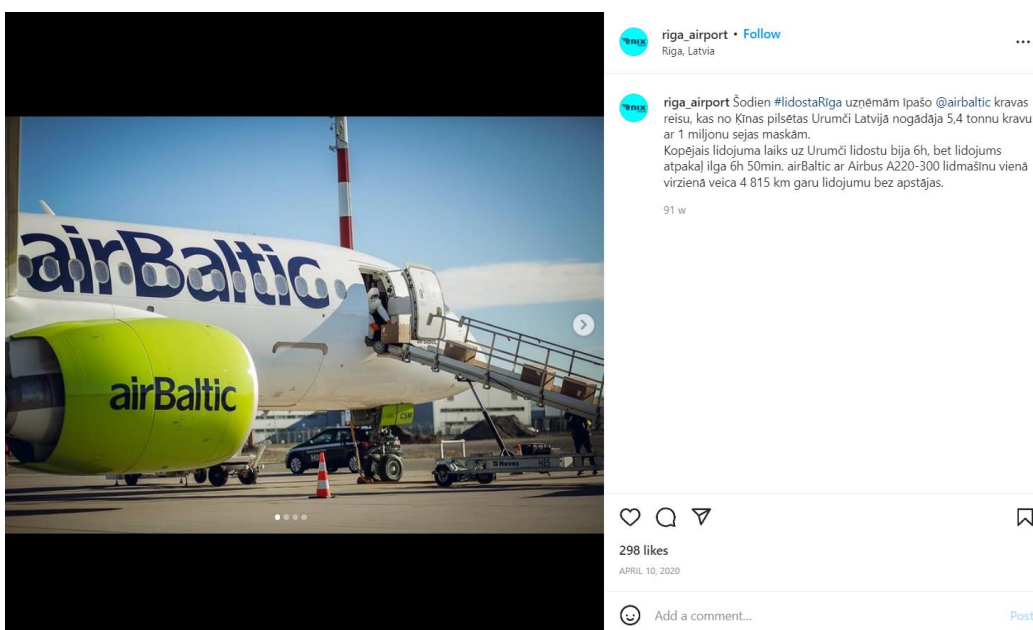
Pasažieriem, kas atgriežas no ceļojuma ir jāveic pašizolēšanās 14 dienas dzīvesvietā vai uzturēšanās vietā.

Ja 14 dienu laikā parādās saslimšanas simptomi - zvaniet 113!

riga\_airport • Follow  
Riga Airport

73 likes  
MARCH 16, 2020

Add a comment... Post



riga\_airport • Follow  
Riga, Latvia

riga\_airport Šodien #lidostaRīga uzņēmām īpašo @airbaltic kravus reisu, kas no Ķīnas pilsētas Urumči Latvijā nogādāja 5,4 tonnu kravu ar 1 miljonu sejas maskām.

Kopējais lidojuma laiks uz Urumči lidostu bija 6h, bet lidojums atpakaļ ilga 6h 50min. airBaltic ar Airbus A220-300 lidmašīnu vienā virzienā veica 4 815 km garu lidojumu bez apstājas.

91 w

airBaltic

airBaltic

298 likes  
APRIL 10, 2020

Add a comment... Post



riga\_airport • Follow



riga\_airport #pratakustināšana Vai vari nosaukt 8 aviokompānijas, kuru lidmašīnas vēl pavisam nesen bieži varēja redzēt #lidostaRiga un kuru astes redzamas bilžu kolāžā?! #uzminiastes Raksti savas atbildes komentārā!

91 w



riga\_airport • Follow  
Riga, Latvia



riga\_airport lv Atsākot regulāros starptautiskos lidojumus, aicinām Tevi ievērot drošības pasākumus! ga We encourage you to observe safety measures, once regular international flights are resumed!

#ceļovešels #atbildīgspasažieris



 riga\_airport • Follow  
Riga, Latvia

 riga\_airport Looking forward to reconnect with @tflairport very soon again!  
86 w



 riga\_airport • Follow  
Riga Airport

 riga\_airport Atceries – lidostā vienmēr nēsā sejas masku! Ja, ierodoties lidostā, tev nebūs sejas maskas, ieeja lidostas terminālī tev būs liegta. Tavām ērtībām un gadījumiem, ja sejas masku bēsi aizmirsis mājās, pie lidostas termināļa ieejām esam izvietojusi pašapkalpošanās automātus, kuros varēsi iegādāties nepieciešamo sejas masku (cena EUR 2,00). #ceļoVESELS #atbildīgpasažieris

Remember – always wear a face mask at the Airport!  
If you do not have a face mask when arriving at the Airport, you will not be allowed to enter the Airport terminal. For your convenience and in case you have forgotten your face mask at home, we have placed self-service machines at the entrances of the Airport terminal, where you can buy a face mask (price EUR 2.00).

83 w





riga\_airport • Follow



riga\_airport Sveicināti atpakaļ Rīgā, @flylot! Lai lidojumiem vienmēr labvēlīgs laiks! ✈️ Šodien Polijas gaisa pārvadātājs LOT Polish Airlines atsāk lidojumus no un uz Varšavu. Vairāk informācijas par lidojumu sarakstiem un tālākceļošanas iespējām ar šo aviokompāniju - [www.lot.com](http://www.lot.com).

Welcome back to Riga @flylot! We wish you a LOT of happy flights and passengers! ✈️ PL

Today, the polish airline LOT Polish Airlines resumes it's flights from and to the beautiful Warsaw. For schedules and all of the travelling options with the airline please visit [www.lot.com](http://www.lot.com)

#RIX #WAW #atbildīgspasažieris #neļaujvīrusamceļot #ceļovesels

77 w



riga\_airport • Follow  
Riga, Latvia



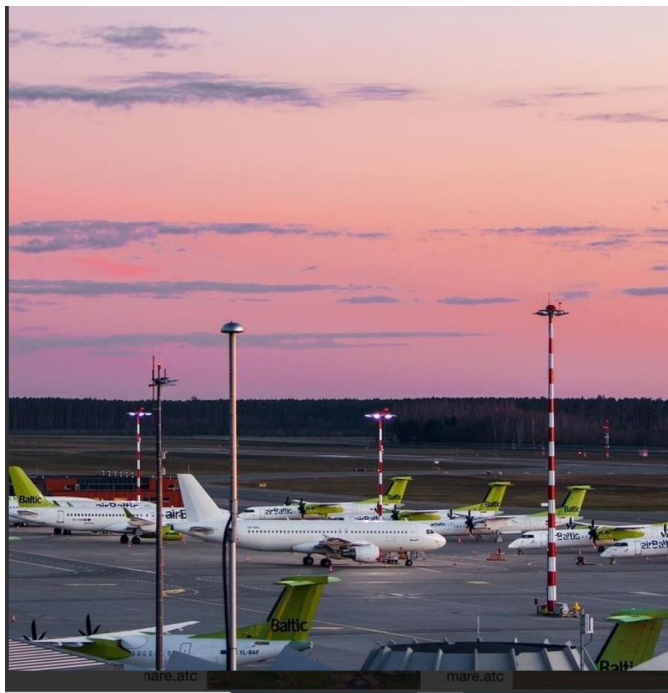
riga\_airport Jauna nedēļa sākas ar iepriecinošiem jaunumiem - šonedēļ no #lidostaRiga var aizlidot jau uz 49 galamērķiem!

✈️ Jaunums! Nacionālā aviokompānija @airbaltic atsāk lidojumus uz Vācijas auto meku Štutgarti, gleznaino Grieķijas salu Rodu un viesmīlīgo Tbilisi.

A new week begins with wonderful news - this week you can fly from #Riga Airport to 49 destinations!

✈️ New! The national airline @airbaltic resumes flights to the German car Mecca Stuttgart, the picturesque Greek Island of Rhodes and the hospitable Tbilisi.

74 w



**riga\_airport** • Follow

**riga\_airport** Lidmašīnām piestāv debesis, tāpēc priecājamies par ikkatru atjaunoto galamērķi! 🇺🇦 Šonedēļ airBaltic atsāk lidojumus no #lidostaRīga uz Splitu un Dubrovniku Horvātijā, kā arī arī palielina lidojumu biežumu maršrutos Rīga - Stokholma, Rīga - Oslo, Rīga - Vīne, Rīga - Diseldorfa. Ceļosim droši, ievērojot visas drošības prasības!

Aircrft belong to the skies and we are happy to see more and more routes returning! This week @airbaltic resumes flights from #RigaAirport to Dubrovnik and Split in sunny Croatia and increases frequencies on various routes: Riga-Stockholm, Riga - Vienna, Riga - Oslo and more. Let's travel safe making sure all of the safety requirements are met!

Foto: @limare.atc  
 #atbildīgpasažieris #neļaujvīrusamceļot #ceļosiesels #travelsafe #weareaviation

68 w

343 likes  
 SEPTEMBER 16, 2020

Add a comment... Post

**riga\_airport** • Follow  
 Riga Airport

**riga\_airport** Sveicināti Rīgā, @cyprusairways!

Šo sestdien ar ūdens salūtu sveicām jaunu aviokompāniju, kas nu uzsākusi lidojumus uz Rīgu! @cyprusairways čarterreisi uz Larnaku Kiprā notiek sadarbībā ar @teztour\_latvia un ir pieejami reizi nedēļā.

Welcome to Riga @cyprusairways! We are very happy to greet yet another airline starting flights to our beautiful city!

📸 @dambranslv

63 w



## **Intervijas transkripcija ar pasažieru apkalpošanas nodaļas vadītāju Baibu Oldermani-Mieriņu**

Sveicināti!

Vēlos uzdot dažus jautājumus par VAS starptautiskā lidosta “Rīga” komunikāciju sociālajos tīklos Facebook un Instagram. Ar šīs intervijas palīdzību vēlos noskaidrot vai Jūs, kā lidostas pārstāvis, esat pievērsis uzmanību kā lidosta komunicē “Facebook” un “Instagram”, kā arī Jūsu uzskatus par to, vai ir nepieciešams mainīt komunikācijas stilu/veidu.

- **Sakiet, lūdzu, vai esat sociālo tīklu Facebook un Instagram lietotājs ? Vai esat VAS starptautiskā lidosta “Rīga” lapas sekotājs abās sociālo tīklu platformās?**
- Jā, esmu Facebook lietotājs, un esmu VAS “Starptautiskās lidostas “Rīga”” lapas sekotājs.
- **Vai Jums ir palicis atmiņā tas brīdis, kad tika paziņots par komerciālo lidojumu pārtraukšanu ? Vai pamanījāt, ka sociālajos tīklos būtu nākusi klāt jauna informācija?**
- Tas laiks ir palicis atmiņā. Arī pati piedalījos video tapšanā, par īpašo laiku lidostā, bet sociālo tīklu jaunas informācijas apjomu, gan tik precīzi vairs nenokomentēju.
- **2020.gada 17.marts bija pirmā diena lidostas “Rīga” vēsturē, kad tika apturēti šie komerciālie lidojumi. Vai Jūs tajā brīdī veicāt darba pienākumus ? Kādas bija Jūsu sajūtas, kad ikdienas vairs nebija tik spraiga, dinamiska?**
- 17.marts bija mana brīvdiena. Taču turpmāk, lai arī reisi nenotika, darāmie darbi bija, organizējot darbu repatriācijas un privātiem reisiem, kā arī varēju gatavot apmācību materiālus utml. Ikdienas izjūtas tomēr bija citādas, jo dinamikai mainoties, tas protams, rada arī pašsajūtas izmaiņas, kuras sliecās atpakaļ pie ierastā dinamiskā ritma.
- **Vai Jūs uzskatāt, ka uzņēmumam ir jākomunicē sociālajos tīklos un klienti jāuzrunā caur tiem ar atraktīviem, uzmanību piesaistošiem ierakstiem ? Vai Jums kā pasažierim būtu noderīgi saņemt informāciju, kur un pie kā vērsties nestandarta situācijā, kas bija radusies covid-19 izplatības dēļ?**
- Jā, uzskatu, ka lidostai ir jākomunicē sociālajos tīklos. Ja es būtu pasažieris, tad noteikti uzskatītu par noderīgu informāciju, kur vērsties nestandarta situācijā.

- **Kā Jums liekas vai zemāk redzami ieraksti ir pietiekami “spēcīgi” un informatīvi piesātināti, lai uzrunātu klientu, un spētu izskaidrot, kur vērsties pēc palīdzības, vai šādu ierakstu publicēšana ir nepieciešama sociālo tīklu platformās? sk.10.pielikumu.**
- Ne visi šie ieraksti būtu vērtējami kā “spēcīgi”, bet tas ir subjektīvs viedoklis. Šie manuprāt nav ieraksti palīdzības meklēšanai, bet vairāk informatīvi.
- **Kādai komunikācijai sociālajos tīklos, Jūsaprāt, ir jābūt ?**
- Tai būtu jābūt viegli uztveramai un saprotamai, kā arī “spilgtai un spēcīgai”, jāspēj uzrunāt pēc iespējas plašāku cilvēku loku.
- **Vai pieejamā informācija, ko sniedz lidosta sociālajos tīklos Jums šķiet saistoša un aktuāla ?**
- Lielākoties jā, jo darba specifika veido šo aktualitāti.
- **Ko Jūs ieteiktu uzlabot veiksmīgākai komunikācijai?**
- Vairāk pasažieriem noderīgās informācijas - kur, kas, kā lidostā notiek.
- **Kāda ir Jūsu loma VAS starptautiskā lidosta “Rīga” ?**
- Darbs pasažieru apkalpošanas nodaļā.

**Intervijas transkripcija ar gaisa kuģu apkalpošanas nodaļas darbinieku Edgaru  
Martereru**

Sveicināti!

Vēlos uzdot dažus jautājumus par VAS starptautiskā lidosta "Rīga" komunikāciju sociālajos tīklos Facebook un Instagram. Ar šīs intervijas palīdzību vēlos noskaidrot vai Jūs, kā lidostas pārstāvis, esat pievērsis uzmanību kā lidosta komunicē "Facebook" un "Instagram", kā arī Jūsu uzskatus par to, vai ir nepieciešams mainīt komunikācijas stilu/veidu.

- **Sakiet, lūdzu, vai esat sociālo tīklu Facebook un Instagram lietotājs ? Vai esat VAS starptautiskā lidosta "Rīga" lapas sekotājs abās sociālo tīklu platformās?**
- Labdien! Savā ikdienā izmantoju gan sociālo tīklu vietni Facebook, gan Instagram un arī aktīvi sekoju līdz VAS "Starptautiskā lidosta "RĪGA"" sniegtajai informācijai šajās lapās, jo esmu aviācijas nozarē strādājošs cilvēks.
- **Vai Jums ir palicis atmiņā tas brīdis, kad tika paziņots par komerciālo lidojumu pārtraukšanu ? Vai pamanījāt, ka sociālajos tīklos būtu nākusi klāt jauna informācija ?**
- Šo brīdi atceros ļoti labi, jo tajā dienā visa ikdienas dzīve praktiski apstājās un iestājās tāda kā "apokalipse", jo mūsdienās nekas tads nav pieredzēts.
- **2020.gada 17.marts bija pirmā diena lidostas "Rīga" vēsturē, kad tika apturēti šie komerciālie lidojumi. Vai Jūs tajā brīdī veicāt darba pienākumus ? Kādas bija Jūsu sajūtas, kad ikdiena vairs nebija tik spraiga, dinamiska?**
- Brīdi, kad tika apturēti visi komerciālie lidojumi atrados savā atvaļinājumā, bet aizvien vēl spilgti atceros to brīdi. atceros kā braucu mašīnā un pa radio tika paziņots, ka valstī tiek izsludinātā ārkārtas situācija un valsts robežas tiek slēgtas. Tajā brīdī nevarēju to aptvert līdz galam, jo šis gadījums bija kas pilnīgi neraksturīgs mūsdienām. Intereses pēc apmeklēju lidostas RĪGA facebook lapu un neticēju savām acīm, jo tajā brīdī ieraudzīju, ka pilnīgi visi reisi ar atcelti. Jau arī pēc neilga brīža darba vieta paziņoja par darba grafika izmaiņām un man atvaļinājums turpinājās, jo šo mēnešu laikā darbu apmeklēju vidēji 4-5 reizes mēnesī. Bija grūti aptvert, ka ikdienas saspringtais grafiks ir ļoti tukšs, jo vienīgie reisi, kas tajā brīdī tika izpildīti bija kravas reisi. Pa lielam manas darba dienas aizritēja apkalpojot vidēji divus reisus dienā (pirms covid-19 pandēmijas tie vidēji bija aptuveni 9 reisi.)

- **Vai Jūs uzskatāt, ka uzņēmumam ir jākomunicē sociālajos tīklos un klienti jāuzrunā caur tiem ar atraktīviem, uzmanību piesaistošiem ierakstiem ? Vai Jums kā pasažierim būtu noderīgi saņemt informāciju, kur un pie kā vērsties nestandarta situācijā, kas bija radusies covid-19 izplatības dēļ?**
- Protams, ka uzņēmumam ir jākomunicē caur sociālajiem tīkliem ar saviem klientiem, šobrīd 21.gs. liela daļa patērētāju visu informāciju smeļas tieši no sociālajiem tīkliem. Par cik esmu ne tikai lidostas darbinieks, bet arī pasažieris ļoti bieži, tad man ir svarīgi, lai man svarīgā informācija ir viegli pieejama un saprotama, it īpaši šajā laikā, kad ierobežojumi ir daudz un dažādi un katra valsts prasa savus dokumentus. Arī pēdējo reizi, kad covid-19 pandēmijas laikā biju devies uz ārvalstīm, bija svarīgi saņemt sev interesējošu vai svarīgu informāciju, kaut vai, brīdī, kads atgriežos atpakaļ Latvijas republikā, vai man ir jāievēro pašizolācija vai nav. Šajā ziņā lidosta “RĪGA” ar saviem klientiem komunicē perfekti, jo šo informāciju regulāri publicē un atjauno.
- **Kā Jums liekas vai zemāk redzami ieraksti ir pietiekami “spēcīgi” un informatīvi piesātināti, lai uzrunātu klientu, un spētu izskaidrot, kur vērsties pēc palīdzības, vai šādu ierakstu publicēšana ir nepieciešama sociālo tīklu platformās? sk.10.pielikumu.**
- Visi pievienotie attēli, protams, nav “specīgi” un informatīvi. Pie dažiem no attēliem prasās vairāk informācija, lai tos varētu uztvert pilnīgāk un nerastos nekādās domstarpības. Dāzos no šiem ierakstiem, manuprāt, nav izvēlēts pietiekami labs attēls, kas saderētu kopā ar rakstu.
- **Kā dai komunikācijai sociālajos tīklos, Jūsaprāt, ir jābūt ?**
- Komunikācijai ir jābūt viegli uztveramai un saprtamai dažādām vecuma grupām, jo mūsdienās gaisa satiksmes transportu izmanto aizvien vairāk cilvēki. Informācijai ir jābūt diezgan kompaktai un piesātinātai, jo man personīgi nepiesaista informācija, kur ir garšs teksta posms, kurā nekas īsti netiek pateikts. Protams, liela nozīme ir arī ilustratīvajam materiālam, kas tiek pievienots klāt ierakstam.
- **Vai pieejamā informācija, ko sniedz lidosta sociālajos tīklos Jums šķiet saistoša un aktuāla ?**
- Ir ieraksti, kas piesaista mazāk un ir, kas piesaista vairāk, jo ne visa informācija ir saistoša ikdienā. Reizēm ir interesanti uzzināt kādu interesantu faktu, kas ir noticis ikdienas dzīvē, ko iespējams esi palaidis garām.
- **Ko Jūs ieteiktu uzlabot veismīgākai komunikācijai?**

- Noteikti vajadzētu ziņot jaunāko informāciju par lidostas ikdienu, kas skar tieši pasažierus, jo esmu saskāries ar situācijām, kad pasažierim nav bijusi informācija. Pārsvarā jau šī informācija, protams, ir publicēta, bet tā nav bijusi viegli atrodamā un pieejama pasažierim, līdz r to tas rada problēmas atrodoties lidostā gan pašam pasažierim, gan apkalpojošajam personālm.
- **Kāda ir Jūsu loma VAS starptautiskā lidosta “Rīga” ?**
- Savas darba gaitas uzskāku pasažieru apkalpošanas nodaļā, kur ikdienā strādāju tieši ar pasažieriem. Protams, darba pienākumos bija apkalpot pašu pasažieri un viņu bagāžu, taču, iespējams, dažādas informācijas trūkuma dēļ, nācās risināt arī dažādas problēmas, kas radušās. Šobrīd ar pasažieriem sadarbojos mazāk, jo strādāju gaisa kuģu apkalpošanas nodaļā, kur ikdienā mana komunikācija ir tieši ar gaisa kuģa apkalpi.

## Intervijas transkripcija ar lidostas biļešu servisa nodaļas darbinieci Janu Svjacku

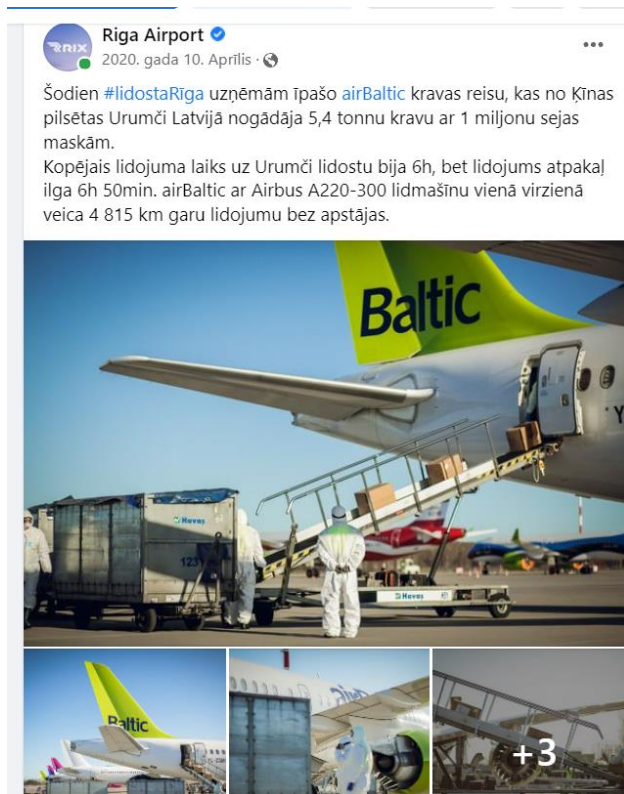
Sveicināti!

Vēlos uzdot dažus jautājumus par VAS starptautiskā lidosta “Rīga” komunikāciju sociālajos tīklos Facebook un Instagram. Ar šīs intervijas palīdzību vēlos noskaidrot vai Jūs, kā lidostas pārstāvis, esat pievērsis uzmanību kā lidosta komunicē “Facebook” un “Instagram”, kā arī Jūsu uzskatus par to, vai ir nepieciešams mainīt komunikācijas stilu/veidu.

- **Sakiet, lūdzu, vai esat sociālo tīklu Facebook un Instagram lietotājs ? Vai esat VAS starptautiskā lidosta “Rīga” lapas sekotājs abās sociālo tīklu platformās?**
- Jā, esmu gan Facebook, gan Instagram lietotājs. Sekoju abām lapām sociālajos tīklos.
- **Vai Jums ir palicis atmiņā tas brīdis, kad tika paziņots par komerciālo lidojumu pārtraukšanu ? Vai pamanījāt, ka sociālajos tīklos būtu nākusi klāt jauna informācija?**
- Protams, tas brīdis ir palicis atmiņā, jo strādāju tieši tajās dienās. Facebook lapā informācija parādījās ātrāk un plašāk, nekā Instagram.
- **2020.gada 17.marts bija pirmā diena lidostas “Rīga” vēsturē, kad tika apturēti šie komerciālie lidojumi. Vai Jūs tajā brīdī veicāt darba pienākumus ? Kādas bija Jūsu sajūtas, kad ikdienu vairs nebija tik spraiga, dinamiska?**
- Jā, es pildīju darba pienākumus. Bija ļoti grūti noticēt, ka lidostas darbs var tā vienā brīdī pilnīgi apstāties. Neviens nevarēja konkrēti pateikt, kad lidojumi varētu atsākties.
- **Vai Jūs uzskatāt, ka uzņēmumam ir jākomunicē sociālajos tīklos un klienti jāuzrunā caur tiem ar atraktīviem, uzmanību piesaistošiem ierakstiem ? Vai Jums kā pasažierim būtu noderīgi saņemt informāciju, kur un pie kā vērsties nestandarta situācijā, kas bija radusies covid-19 izplatības dēļ?**
- Protams, mūsdienās viss notiek sociālajos tīklos un tāpēc ir ļoti svarīgi un noderīgi sniegt visu nepieciešamo informāciju caur tiem.
- **Kā Jums liekas vai zemāk redzami ieraksti ir pietiekami “spēcīgi” un informatīvi piesātināti, lai uzrunātu klientu, un spētu izskaidrot, kur vērsties pēc palīdzības, vai šādu ierakstu publicēšana ir nepieciešama sociālo tīklu platformās? sk.10.pielikumu.**

- Es uzskatu, ka zemāk redzami ieraksti nespēj izskaidrot pasažieriem, kur vērsties pēc palīdzības. Šajos ierakstos var tikai uzzināt vairāk “kopējo” informāciju par lidostas darbību. Šādi ieraksti ir nepieciešami, bet tikai lai “atšķaidītu” svarīgo informāciju, kura būtu aktuāla pasažieriem.
- **Ko Jūs ieteiktu uzlabot veiksmīgākai komunikācijai?**
- Es uzskatu, ka ieraksti ir pārāk vispārīgi un nesniedz nekādu konkrētu informāciju, tādēļ jāmeklē papildus, taču nav pilnīgi skaidrs arī par to, kur vērsties, kā arī īsti aktuālas informācijas par ceļošanas ierobežojumiem nav. Kā arī posti sociālajos tīklos jāveido vizuāli pievilcīgus, lai būtu interese izlasīt.
- **Kāda ir Jūsu loma VAS starptautiskā lidosta “Rīga” ?**
- Es strādāju Lidostas biļešu servisā, kur notiek darbs ar daudzām aviokompānijām, rezervācijām un biļetēm.

## Intervijās izmantotās publikācijas (ekrāuzņēmumi)





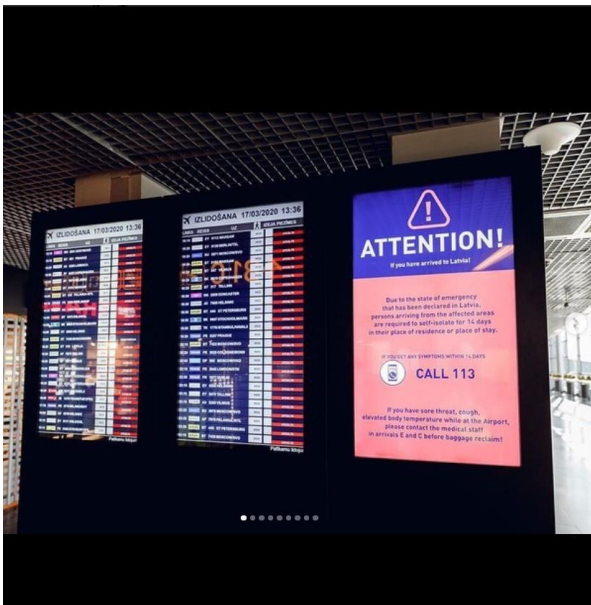
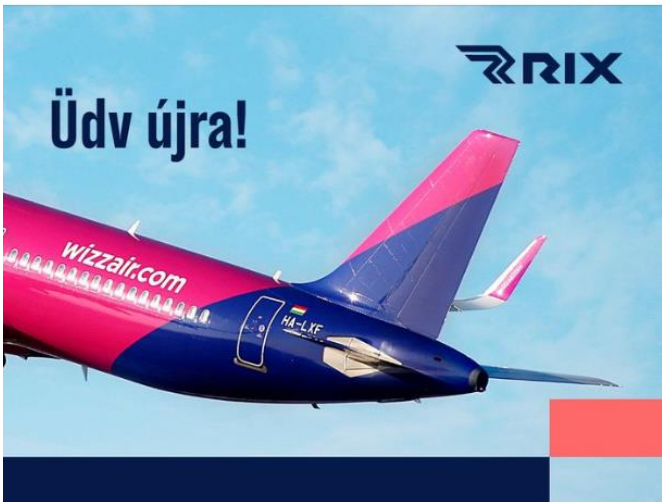
Riga Airport

2020. gada 15. Jūnijs

Sveicam atkal Rīgā! No šodienas Ungārijas aviokompānija Wizz Air atsāk regulāros starptautiskos lidojumus uz un no #lidostaRīga. Šobrīd no Rīgas ar Wizz Air iespējams doties uz Oslo (Norvēģija), Eindhovenu (Nīderlande) un Dortmundi (Vācija).

#CELODROŠI

Valkā sejas masku! Ievēro higiēnu! Ieturi distanci!



riga\_airport • Follow

Riga Airport



riga\_airport Tik kluss un tukšs pie mums vēl nekad nav bijis. Bet mēs neesam vieni, ar mums kopā ir teju 50 dzelzs putni, kas šobrīd nepacietīgi gaida brīdi, lai varētu atkal pacelties gaisā.

93 w

Bakalaura darbs "VAS starptautiskās lidostas "Rīga" komunikācija sociālajos tīklos "Facebook" un "Instagram" covid-19 izplatības laikā" 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 (no ievada līdz secinājumiem ieskaitot) ir 101, 321 rakstzīmes (ieskaitot intervālus, bet neieskaitot zemspvītras atsauces).

Autors: \_\_\_\_\_ Justīne Bateņina

*(paraksts)*

Rekomendēju/nerekomendēju darbu aizstāvēšanai.

Vadītāja: docente Dr.sc.comm. Līva Kalnača \_\_\_\_\_

*(paraksts)*

14.01.2022.

Recenzents: asoc. profesore Dr.sc.comm. Marita Zitmane \_\_\_\_\_

*(paraksts)*

Darbs iesniegts Komunikācijas zinātnes nodaļā 14.01.2022.

Dekāna pilnvarotā persona: metodiķe \_\_\_\_\_

*(paraksts)*

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē

26.01.2022. prot. Nr. \_\_\_\_\_

Komisijas sekretārs/e: lekt. Inga Latkovska \_\_\_\_\_

*(paraksts)*