

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA

**PASAULES DABAS FONDA *FACEBOOK* LAPAS
IERAKSTU ANALĪZE (2017.GADS)**

BAKALAURA DARBS

Darba autors: Artis Jablokovs

Apl.nr. aj13071

Darba vadītāja: Doc.Dr.sc.comm Laura Ardava Āboliņa

RĪGA 2018

ANOTĀCIJA

Bakalaura darba nosaukums ir “Pasaules Dabas Fonda *Facebook* ierakstu analīze (2017.gads.)”. Par pētījuma objektu izvēlēti Pasaules Dabas Fonda ieraksti *facebook* tīklā, kas izdarīti 2017.gadā. Epīriskā materiālas analīzes materiāls ir 133 ieraksti.

Darbā izvirzītais mērķis ir izanalizēt Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstu nozīmes un to struktūru, kā arī konstruēšanas principus, ņemot vērā Pasaules Dabas Fonda komunikācijas daļas speciālistes interviju.

Pētījumā apskatītas teorijas par izvēlētajām pētniecības metodēm: kvalitatīvo un kvantitatīvo kontentanalīzi, par pētījuma dizainu, kas kombinē abu šo metožu pielietojumu viena akadēmiska pētījuma ietvaros. Apskatītas teorijas par jaunajiem medijiem, to funkcijām un atšķirībām starp vecajiem medijiem. Darbā iekļautas teorijas par mediju semiotiku un zīmju semiotiskajiem kodiem, kā arī intervijas teorijas par jautājumu veidiem un to konstruēšanas principiem.

Pētījumā izvēlētas divas pētnieciskās metodes: kvalitatīvā un kvantitatīvā kontentanalīze, kā arī tika pielietota intervija, lai noskaidrotu informāciju no Pasaules Dabas Fonda komunikācijas speciālistes Sarmītes Kolātes.

Izvirzītais darba mērķis tika sasniegts, proti tika izanalizēti 133 ieraksti un izprasta to struktūra un konstruēšanas principi, kā arī grafiski uzskaitītas īpatnības, kas atkārtojas visbiežāk ziņu konstruēšanā.

Atslēgasvārdi: kvalitatīvā kontentanalīze, kvantitatīvā kontentanalīze, zīmes, Pasaules Dabas Fonds, zīmes, facebook, jaunie mediji.

ANNOTATION

The subject of this bachelor's thesis is "*Facebook* post analysis of World Wildlife Fund (2017)". The subject of the study is World Wildlife Fund *facebook* posts in 2017, 133 posts.

The aim of this thesis is to find out how World Wildlife Fund construct their messages and posts on *facebook*, the meanings of used semiotic codes and images. Also its very important to analyse interview with World Wildlife Fund communication specialist Sarmīte Kolāte.

Theoretical part is based on qualitative and quantitative content analysis and design, that combines these two approaches in one study. There are also theories about media semiotics and sign construction, new media and their differences with old media. One of the most valuable theories about interview, question construction and further answer analysis.

Research part consists of two research methods: qualitative and quantitative content analysis, semiotic code construction model. Interview was used to find out information from World Wildlife Fund communication specialist.

The aims of this thesis is achieved, there were analysed 133 posts and gathered all meanings by the method of quantitative and qualitative analysis with semiotic code help and other important categories. All information was combined with table and visual graphic help.

Key words: qualitative content analysis, quantitative content analysis, World Wildlife Fund, signs, facebook, new media.

SATURS

ANOTĀCIJA	2
ANNOTATION	3
IEVADS	5
1.TEORIJA	7
1.1.Zīmes un to klasifikācija.....	7
1.1.2.Ziņojumu hiperteksti	9
1.2.Krāsas ziņas,to kodēšana	10
1.2.1.Semiotiskie kodi	11
1.2.2.Vides komunikācijas īpatnības.....	13
1.3.Jaunie mediji.....	14
1.3.1.Jaunie mediji Latvijā	15
1.3.2.Jauno mediju priekšrocības	16
1.3.3.Jauno mediju principi.....	16
1.3.4.Facebook- jaunais medijs	18
1.4.Dabas aizsardzība	19
1.4.1.Mediji un apkārtējā vide.....	20
1.4.2.Apkārtējās vides stāvoklis Latvijā	21
1.4.3.Pasaules Dabas fonds.....	21
1.4.4.Attēli vides ziņojumu konstruēšanā.	22
2.METODOLOĢIJA	23
2.1.Kontentanalīze	23
2.1.1.Induktīvā pieeja kontentalīzei.....	23
2.2.Kvalitatīvo datu analīze	24
2.2.1.Kvantitatīvā analīze	24
2.3.Jauktie pētījuma dizaini	25
2.3.1.Datu integrācija.....	26
2.3.2.Secīgais izskaidrojošais pētījuma dizains	26
3.Intervija	26
3.1.Intervijas jautājumu veidi:.....	27
3.2.Intervijas analīzes posmi:	28
4.EMPĪRISKĀ DAĻA	30
4.1. Analizējamo datu kopējais raksturojums	30
4.1.1.Intervija ar PDF Komunikācijas daļas vadītāju	30
4.1.2.Intervijas analīze ar Pasaules Dabas Fonda komunikācijas daļas vadītāju Sarmīti Kolāti.	31
4.2 Pasaules Dabas Fonda facebook lapas ierakstu analīze	34
4.2.1 Notikumus skarošo valstu pieminēšanas biežums Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos	35
4.3.Konkursu komunikācijas loma Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos.....	36
4.4.Vides akciju un projektu loma Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos.....	38
4.5.Informatīva rakstura informācijas sadalījuma loma Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos	40
4.6.Orģinālziņu un pārpublicētu ziņu sadalījums Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos.....	43
4.7.Personību loma Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos.....	45
4.8.Semiotisko kodu analīze Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos.....	48
5.SECINĀJUMI	51
IZMANTOTIE INFORMĀCIJAS AVOTI	53
1.Pielikums	54
2.Pielikums	58

IEVADS

Dabas aizsardzība paliek arvien aktuālāka tēma priekš visiem cilvēkiem, jo tie sāk aizdomāties par to, ka resursi, kas tiek visu laiku izsmelti, neatjaunosies ātri un tas process bojā apkārtējo vidi, un atstāj nopietnas sekas uz ekoloģiju. Svarīgi paliek apzināties arī to, ka mums ir jācenšas atstāt pēc sevis pēc iespējas labāku vidi nākamajām paaudzēm.

Dzīvnieku sugas izzūd, meži tiek izcirsti lielos tempos un naftas atradnes drīz izsmels visu potenciālu un resursus, kas glabājas zemes dziļēs, tāpēc par ekoloģijas saglabāšanu ir vērts aizdomāties un rakstīt/ pētīt. Ar dabas aizsardzību nodarbojas daudzas nevalstiskas organizācijas visā pasaulē, viena no tādām ir *WWF* (Pasaules Dabas Fonds), kas nodarbojas ar dabas aizsardzību un dabas mantojuma saglabāšanu. Šīs organizācijas darbība ir vērsta uz bioloģiskās daudzveidības saglabāšanu.

Fonds darbojas vairāk kā 100 pasaules valstīs un tam ir vairāk par 5 miljoniem atbalstītāju visā pasaulē.

Pētījuma problēma – Zīmju konstruēšanas principi *WWF* (Pasaules Dabas Fonds) *facebook* ierakstos un to ietekme uz auditoriju.

Pētījuma objekts – *WWF* (Pasaules dabas Fonds) vēstījumi *facebook* lapā. Pētījuma priekšmets – *WWF* (Pasaules Dabas Fonds) ieraksti interneta vidē (latviešu *facebook* lapā 2017.gadā).

Bakalaura darba mērķis ir analizēt PDF *facebook* ierakstu nozīmes un to struktūru, kā arī konstruēšanas principus, ņemot vērā PDF komunikācijas daļas speciālistes interviju.

Lai sasniegtu darba mērķus, jāveic sekojošie uzdevumi:

- 1) Izstrādāt ierakstu analīzes sistēmu (tabulu);
- 2) Izanalizēt teorētisko materiālu par zīmēm un to struktūru, to kodiem;
- 3) Izvēlēties nepieciešamās pētījuma metodes (Intervija, kvalitatīvā/kvantitatīvā kontentanalīze);
- 4) Veikt informācijas vākšanu, tostarp no intervēt PDF komunikācijas speciālisti;
- 5) Analizēt empīriskos materiālus, ņemot vērā izvirzīto pieeju (kombinētais pētījuma dizains);
- 6) Izdarīt secinājumus;

Pētnieciskie jautājumi: Kāda ir izvēlēto semiotisko kodu nozīme komunikācijā? Kā tiek komunicēta notikumu vietas? Kas ir personības/slavenības, kas piedalās komunikācijā? Kādas hipersaites tiek pielietotas komunikācijā? Kāda nozīme vizuālajam materiālam ziņas padošanā?

Izvēlētais pētniecības lauks: Pasaules Dabas fonda 2017.gada ieraksti (133) un Pasaules Dabas Fonda komunikācijas speciālista intervija.

Pētījuma lietderīgums: Pētījums ir svarīgs, jo laika gaitā apkartējas vides komunikācijas jautājumi paliek arvien aktuālāki, sekojot arī rietumu valstu pieredzei jācenšas vairāk sadarboties un informēt sabiedrību par notiekošo. Pētījums ļaus izprast vairāk ziņu struktūru un dos svaigu skatījumu uz to kā viņas varētu uzlabot.

1. TEORIJA

1.1. Zīmes un to klasifikācija

Centrā ir priekšmets, kas tiek analizēts, šo priekšmetu sauc par zīmi, semiotika ir zinātne par zīmi un zīmju sistēmām.¹ Zīmēm ir sava klasifikācija un sava sistēma, ar kuras palīdzību tās tiek strukturētas un sistematizētas. Būtībā zīme ir termins, kas tiek lietots, lai apzīmētu kādu parādību vai objektu, kam ir kāda nozīme.² Nozīmes var tikt veidotas kādā noteiktā kontekstā, vai arī kaut kādu apstākļu radītas ar savu zemtekstu un īpatnībām. Zīmes ļauj dzīvām būtnēm: 1. signalizēt par savu eksistenci, 2. komunicēt ar citiem sugas pārstāvjiem, 3. modelēt un attainot informāciju, kas tiek padota.³

Zīmēm ir liela nozīme cilvēku dzīvē, jo visas lietas, kas ir ap mums kaut ko nozīmē un nes sevī dažkārt ļoti noderīgu informāciju. Objektiem piemīt īpašības signalizēt par briesmām un kādām citām parādībām, kas cilvēkam nav labvēlīgas. Zīmes būtībā ļoti stipri ietekmē cilvēkus, kas tās saprot. Cilvēks būtībā sevi mēdz pasargāt, izmētajot zīmes sev apkārt, kas atgādina kaut ko, kas ir svarīgs, tas notiek zemapziņas līmenī un dažkārt pat neapzināti, bet pasaule tiek vadīta ar zīmju un asociāciju palīdzību.

Viena no svarīgākajām lietām ir zīmes struktūra un tās īpatnības, šo aspektu lieliski ir aprakstījis pētnieks Ferdinand de Saussure (Ferdinats de Sosīrs). Sosīra zīmes modelis sastāv no diviem svarīgiem pamatiem: 1. Kaut kas fizisks - vārds, skaņa, žests (signifier) un 2. Attēla koncepts, kas attiecas uz signifier, ko viņš nosauca par signified. Šo nozīmju veidojošo procesu viņš nosauca par signification.⁴ Cilvēku dzīves pamatā ir savstarpēja komunikācija un pieredzes apmaiņa, šis process ir ļoti cieši saistīts ar nozīmju veidošanu kādai parādībai ar zīmju palīdzību.

Būtībā ir seši galvenie zīmju veidi, ko zinātnieki ir sistematizējuši un izpētījuši. Pirmais zīmju veids ir symptom (simptoms). Jebkuras dzīvas radības ķermenī rada simptomu kā brīdinājuma zīmi, bet konkrēta nozīme tiek radīta atkarībā no radības īpatnībām.⁵ Jēdziens simptoms parasti tiek lietots medicīnā, bet ļoti bieži tas tiek lietots arī pārnestā nozīmē, lai pasvītrotu kaut kāda izteiciena jēgu.

Otrais zīmju veids ir signal (signāls). Signāli tiek padoti starp jebkuriem indivīdiem starp vienu un otru sugas pārstāvi, tas notiek kā apmaiņas process. Labs piemērs ir putni, kuru čivināšana ir atkarīga no reģiona kurā putni atrodas, vienas sugas pārstāvji dažādos reģionos

¹ Agejevs, V. (2005). *Semiotika*. Rīga: Apgāds "Jumava". 35. lpp

² Sebok, T., A. (2001). *Signs*. Canada: University of Toronto Press. 3. lpp.

³ Turpat.

⁴ Turpat. 6. lpp.

⁵ Turpat. 9. lpp.

čivina savādāk un tā rodas veseli dialekti.⁶Attiecīgi cilvēku pasaulē signāli mēdz būt gan vizuāli gan arī saklausāmi. Katra signāla veids konkrētā situācijā var pastiprināt signāla efektu uz cilvēku.Viena un tā paša jautājuma uzdošanas veida maiņa var mainīt jautājuma atbildes.⁷

Trešais zīmju veids ir icon(ikona), šī zīme ir radīta ar mērķi līdzināties un stimulēt zīmes atsauci kaut kādās veidā.⁸Ikona atsaucas uz savu pirmavotu un veido sakarus ar kaut kādu oriģinālu lietu.Būtībā tā ir atsauce, kas darbojas ar mērķi attēlot oriģināldarbu, vai arī pirmavotu.Labs ikonas piemērs varētu būt kāda slavena tēlnieka vai māksliniekas darba reprodukcija, kas protams pēc savas būtības nekādā veidā nevar būt saistīta ar oriģinālu , bet pēc fakta attēlo oriģinālā darba ideju un varbūt kādus pamata konceptus.

Ceturtais zīmju veids ir index(indekss). Indekss ir zīmes, kas attiecas uz kaut kā atrašanās vietu kontekstā.⁹Indekss norāda uz savu pirmavotu. Atšķirībā no ikonas, indekss nelīdzinās savam pirmavotam, viņš uz to norāda.Labs piemērs, kas minēts Thomas A.Sebok(Tomass A.Seboks) grāmatā ir dūmi no ugunsкура, kas principā nav ugunskurs, bet tikai uz to norāda. Dūmi ir kā sekas, kas izriet no ugunsкура darbībām.Dūmu uzdevums principā ir brīdināt un norādīt uz notikumu, kas kaut kur ir sācis savas darbības.

Piektais zīmju veids ir symbol (simbols). Tā ir zīme, kas patvaļīgi un vispārpieņemti atsaucās uz savu pirmavotu un nozīmi.¹⁰Būtībā šīs zīmes tiek radītas starp cilvēkiem sociālo procesu ietvaros un paredz abpusēju saprašanu un izmantošanu pareizajos kontekstos. Sabiedrībā starp indivīdiem pastāv vārdi, kas nozīmē cilvēkiem vienu un to pašu,tātad nozīmes rodas ar šī vārda palīdzību, kas ir vispārpieņemts.

Sestais un pēdējais zīmju veids ir name(vārds). Būtībā katram cilvēkam ir vārds, ar kura plīdzību cilvēks tiek uzrunāts un saukts, tas ir dots cilvēka dzīves sākumā un saglabājas līdz pat beigām.Principā cilvēka vārds ir viņa identitātes daļa ,kas spēlē ļoti svarīgu lomu cilvēka attīstības un nobrieduma procesā. Katram indivīdam ir jāapzinās savas indentitātes pamati,lai identitātes meklējumi nebūtu mūžīgs process. Vārds un uzvārds būtībā ir unikāla un oriģināla zīme, kas tiek piešķirta katram indivīdam ar mērķi tos definēt.

Cilvēks ir vienīgā radība, kas spēj savstarpēji komunicēt gan verbāli, gan arī neverbāli Principā cilvēku valoda ir unikāla zīmju sistēma, kas ir atšķirīga indivīdiem, atkarībā no teritorijas vai apgabala, bet princips ir viens un tas pats. Cilvēki savā starpā spēj komunicēt gan ar runas palīdzību, gan arī parādot viens otram zīmes, kas noteiktā kontekstā var rast

⁶ Turpat.

⁷ Reese,S.,D.,Gandy,H.,O.,Grant,A.,E.(2001).*Framing Public Life*.New Jersey:Lawrence Erlbaum Associates.95.lpp.

⁸ Sebok,T.,A.(2001).*Signs*.10.lpp.

⁹ Turpat.11.lpp

¹⁰ Turpat.

izskaidrojumu kādai parādībai vai notikumam. Dažkārt ar neverbālās zīmes palīdzību komunikācija var notikt daudz efektīvāk, jo vizuāli uztvert kaut ko dažkārt ir vieglāk. Neverbālās komunikācijas piekritēji ir piemēram kādas specvienības kaujinieki, kas ir izveidojuši savu neverbālās komunikācijas žestu sistēmu, kas viņiem ļauj ļoti efektīvi sazināties savā starpā un sekmīgi veikt darbības, kas paredz neverbālo komunikāciju, lai nepievērstu sev lieku uzmanību.

1.1.2. Ziņojumu hiperteksti

Būtība ir seši faktori, kas attiecas uz zīmju izpēti: ziņa un kods, avots un galamērķis, kanāls un konteksts.¹¹ Tātad, lai sekmīgi un veiksmīgi analizētu zīmes ir jāizprot visi šie seši pamatelementi, kas ļauj zīmes izpreparēt un rast skaidrojumu to pielietojumam konkrētās situācijās.

Ziņojumi, kas tiek nodoti publikai mēdz būt iekodēti kāda noteikta konteksta ietvaros, tāpēc tikai daži cilvēki var saprast kādas filmas īsto jēgu un metodes, ar kuru palīdzību kaut kādas nozīmes tiek piešķirtas lietām. Tas ir svarīgi pētīt lietas, kas nemitīgi atsaucas uz kaut kādiem notikumiem populārajā kultūrā vai arī tēliem, kas ir nākuši no citiem darbiem, bet konkrētā darba kontekstā raisa pavisam citas emocijas.

Semiotikā ir trīs nozares, kurās zīmes un zīmju sistēmas tiek pētītas no dažādiem viedokļiem: sintaktika, semantika, pragmatika.¹²

Sintaktika pēta zīmju uzbūves īpatnības, to veidošanas un kombinācijas darināšanas likumus. Semantika pēta zīmju un to kombināciju saturu jēgas aspektā. Pragmatika pēta to, kā zīmes tiek izmantotas komunikācijas procesā, nosaka, kā attiecīgās situācijās jārikojas saņēmējam.¹³ Analīzes gaitā mums ir svarīga gan zīmes uzbūves principi un īpatnības, gan arī savstarpējās zīmju attiecības, kas ietekmē auditoriju.

Hiperteksts: tekstuāla materiāla organizācijas forma, kurā tā vienības parādās nevis to lineārā secībā, bet kā manāmi norādītu iespējamo pāreju-saišu starp vienībām-secība. Labs hiperteksta piemērs: izcelti vārdi vārdnīcās un enciklopēdijās, kas mudina lasītāju uzmeklēt citu šķirklus.¹⁴ Būtībā hiperteksti sasaucās ar citiem tekstiem, kas galu galā veido sazarotu sistēmu. Hiperteksti darbojas uz cilvēku atmiņas asociācijas pamata, tas ir lielisks veids kā pievērst uzmanību kādai detaļai, kas sasaucas ar kaut ko lielāku, proti hiperteksti vairo ar zināšanām saistītās vides procesu efektivitāti un biežumu.

¹¹ Sebok, T., A. (2001). *Signs*. 32.lpp.

¹² Agejevs, V. (2005). *Semiotika*. 48.lpp

¹³ Turpat. 49.lpp.

¹⁴ Turpat. 116.lpp.

Pētnieks Žērārs Ženets izstrādāja praktisku starptekstu izpētes paņēmieni, pievēršot uzmanību nevis atsevišķām teksta daļām, bet gan skatoties uz tekstu kā veselu struktūru. Viņš piedāvāja savu klasifikāciju visiem starptekstu attiecību veidiem. Ženeta koncepcijas ietvaros "hipertekstam" piemita šaurāka loma, nekā datortehnoloģiju lomā.¹⁵ Liela nozīme hipersaišu izmantošanā ir tehnoloģiju attīstībā un jauno mediju satura veidošanā, līdz tam laikam termins bija daudz šaurāks un saturēja mazāk funkcionalitātes.

1.2. Krāsas ziņās, to kodēšana

Krāsas izvēles principi informācijas attēlošanā:

1. Funkcionālās atbilstības princips. Visaktīvāk uzmanību piesaista sarkanā un zilā krāsa, tad dzeltenā, zaļā un baltā. Zilā krāsa nav piemērota sīku grafisku elementu krāsošanai, jo tai piemīt tendence uz spīdumu un izplūdušām robežām.

2. Fizioloģiskās atbilstības princips. Krāsas nedrīkst nogurdināt cilvēka aci. Pārk spilgts attēls izraisa krāsjūtības samazināšanos.¹⁶

3. Emocionālās atbilstības princips. Krāsām ir jāizraisa emocionāla reakcija, uzlabojot cilvēka pašsajūtu un darba spējas. Silto un auksto krāsu savienojums tiek uzskatīts par labāko salikumu.

Krāsu nozīme mediju ziņojumos ir neapšaubāma, katra krāsa un katrs tonis iedarbojas uz cilvēka apziņu savādāk. Nozīmīgi ir uzskaitīt svarīgākās krāsu funkcijas ziņojumos:

1. Pievērst uzmanību informācijas nesējam (plakātam, banerim utt.)
2. Pievērst uzmanību pašam objektam, padarīt to pievilcīgu
3. Izveidot un uzturēt zīmolu: katram nopietnam un populāram zīmolam ir savs logotips ar īpašu krāsu salikumu, kas definē tā identitāti un īpašumu.
4. Izcelt saukli.
5. Pastiprināt preces kvalitātes iespaidu.
6. Parādīt preci no jauna redzespunkta, lai potenciālais pircējs to ievērotu it kā pirmo reizi.
7. Piešķirt plakātam vai logotipam gleznas īpašības, lai to varētu uztvert līdzīgi kā mākslas darbu.¹⁷

Krāsu uztvere ir atkarīga no cilvēka emocionāla stāvokļa. To atklāja Makss Lišers 20. gadsimta vidū. Lišers savus pētījumus veica pēc kādas reklāmas firmas

¹⁵ Калмыков, А. А. (2016). *Интерактивная Гипертекстовая Журналистика в системе отечественных СМИ*. Москва: DirectMedia. 21. lpp.

¹⁶ Agejevs, V. (2005). *Semiotika*. 149. lpp.

¹⁷ Ozola, E. (2006). *Krāsas. Uztvere un iedarbība*. Rīga: Jumava. 117. lpp.

pasūtījuma.¹⁸Attiecīgi katra krāsa izraisa asociācijas cilvēka zemapziņā. Lišēra pētījuma dati liecina, ka ar pareizās krāsas pielietošanu reklāmas efekts palielinās līdz pat 125% vīriešu vidū un 67% sieviešu vidū. Protams dažās Eiropas valstīs ir arī krāsu ierobežošana medijos, proti alkohola un tabakas izstrādājumu ražotāji savās reklāmas var izmantot tikai ahromātiskās krāsas, tās ir baltā, melnā un pelēkā, jo piesaista pēc iespējas mazāk uzmanības.

Krāsu simbolika ziņojumā ir atkarīga no tās auditorijas, kuru ir nepieciešams sasniegt. Jauniešiem pievilcīgas krāsas atšķiras no tām krāsām, kas varētu likties pievilcīgas senioriem.

1.2.1.Semiotiskie kodi

Zīmes nozīme ir saistīta ar kodu, kurā tā tiek iekodēta. Zīme nevar funkcionēt bez koda palīdzības.Kodi organizē zīmes strukturālās formās, kas palīdz izprast zīmes nozīmi noteiktā kontekstā.¹⁹Kodi tiek iedalīti dažādās grupās un sīkākās vienībās.Visplašāk izmantotā kodu sistematizācija mediju un komunikācijas kontekstā ietver sevī šādu iedalījumu:

Sociālie kodi:

- Verbālā valoda:paralingvistiskie, leksiskie, sintaksiskie, fonoloģiskie zemkodi.
- Ķermeniskie kodi:ķermeņa kontakts, izskats, fiziskā orientācija, sejas izteiksme, stāja un žesti.
- Patēriņa kodi:apgērbs, mašīnas un modes lietas.
- Uzvedības kodi:lomu spēles, rituāli, protokoli.

Tekstuālie kodi:

- Zinātniskie kodi, tostarp matemātiskie.
- Estētiskie kodi:gleznas, skulptūras, literatūra un mūzika.
- Retoriskie un stilistiskie kodi:ekspozīcija, argumenti, apraksti un stāstījumi.
- Masu mediju kodi:filmiskie kodi, radio un preses izdevumu kodi.Gan tehniskie, gan arī konvencionālie.

Interpretāciju kodi:

- Uztveres kodi
- Ideoloģiskie kodi,kas sevī ietver kaut kāda veida kodēšanu un dekodēšanu.Feminisms,rasisms,populisms,socialisms un citi –ismi.²⁰

Būtiska ir uztveres stingrība, kas nosaka kā objekts vai priekšmets tiek uztverts, attiecīgi objektu figūra un izmērs nosaka cilvēka skatījumu uz tiem.Ar sociālo kodu palīdzību

¹⁸ Turpat.

¹⁹ Chandler,D.(2002).*Semiotics.The basics*.UK:Routledge.147.lpp.

²⁰ Turpat.148.lpp.

cilvēki komunicē savas sociālās identitātes: izskats, ēdiena izvēle, frizūra u.c.²¹ Tekstuālajā komunikācijā tiek iedalītas kategorijas, kas visprecīzāk raksturo semiotisko nozīmi uz ekrāna:

- Naratīvs: Konflikti un risinājumi, paredzami momenti, epizodes un asptākļi.
- Raksturojums: līdzīgi tēlu tipi (dažkārt stereotipi), lomas, personiskās īpašības, motivācija, uzvedība, panākumi
- Tēmas
- Ģeogrāfiskie un vēsturiskie apstākļi
- Ikonogrāfija: līdzīgas konotācijas, līdzīgu motīvu un attēlo apkopojums, noteiktu un zināmu personu izmantošana.
- Filmēšanas tehnikas: stilistiskas vai formālas kameras darbības un gaismas izmantošana.²²

Uztveres kodi. Viens no nozīmīgiem principiem uztveres ziņā ir iedalīt objektu un tā siluetu no fona uz kura tā tiek attēlots. Bieži vien konteksts ietekmē konkrēta attēla uztveri, kas mēdz būt dažāda, ja mainās konteksts, kura ietvaros zīme var tikt analizēta. Būtībā tiek iedalīti vizuālās uztveres pamatprincipi:

- Tuvums: objekti, kas atrodas tuvumā viens no otra ir kaut kādā veidā saistīti.
- Līdzība: objekti, kas ir līdzīgi ir kaut kā saistīti
- Laba nepārtrauktība: Kontūras, kas ir nepārtrauktas aprauj virzienu mainību.
- Slēgšana: interpretācijas, kas veido “aizvērtu” biežāk nekā “atvērtu” ir iecienītākas.
- Mazākums: mazākas platības, tiek uztvertas kā figūras, attiecībā pret lieliem foniem.
- Simetrija: simetriskas platības tiek uztvertas kā figūras, attiecīgi asimetriskiem foniem.
- Aplenkums: platības, kuras tiek attēlotas aplenkta attiecībā pret citiem, bieži vien tiek uztvertas kā figūras.²³

Semiotiskās analīzes kontekstā uztveres kodi ir vadlīnijas, kas palīdz pareizi definēt vizuālā jēgu un interpretēt to ņemot vērā kontekstus, kas saistīti ar analīzes mērķi un analizējamo materiālu. Materiāls, kas tiek analizēts ar vizuālās uztveres kodiem ir cieši asistīts ar estētiskajiem kodiem, proti vizuālais varbūt savienots ar kādu muzikālu pavadījumu vai arī citiem skaņas efektiem.

²¹ Turpat.

²² Chandler, D. (2002). *Semiotics. The basics*. 171. lpp.

²³ Turpat. 152. lpp.

Kodi ir dinamiskas sistēmas un kodifikācija ir process, kurā konvencijas, tiek veidotas sadarbība starp dažādiem elementiem. Teksta attiecības starp vizuālajiem objektiem ir nozīmīga analīzes nianse. Teksta valoda, teksta izmērs un teksta izvietojums telpā maina kompozīcijas jēgu, vai arī mērķi. Krāsu pielietojums kodēšanā sevī ietver arī īpašu jēgu semiotiskajā nozīmē.

1.2.2. Vides komunikācijas īpatnības

Reklāma vides komunikācijā tiek izmantota diezgan bieži, līdzīgi kā mārketingā.²⁴ Tas tiek skaidrots ar cilvēku augošo interesi pret vidi, proti tā paliek arvien aktuālāka tēma sabiedrības vidū. Ļoti liela atbildība ir tiem medijiem, kas savu komunikāciju mēģina saistīt ar vides jautājumiem un to pareizu reprezentāciju. Starptautiskā tirdzniecības palāta 2010. gadā nāca klajā ar jaunu mārketinga un reklāmas prakses kodeksu par atbildīgu vides mārketinga komunikāciju. Šis dokuments aicina atbildīgāk attiekties pret produktiem, kas tiek reklamēti un to mijiedarbību ar apkārtējo vidi.²⁵ Liela nozīme vides jautājumu komunicēšanā ir ekoloģisko sistēmu īpatnību apzināšanās un pareiza to komunicēšana auditorijām.²⁶

Vides jautājumi ir arī aktuāli žurnālistikā. Latvijā arī ir bijuši centieni aktualizēt vides žurnālistiku, piemēram Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija ik gadu rīko konkursu "Labākais vides žurnālists". Viena no lielākajām problēmām šajā jomā: vides zinātnieki un eksperti nespēj cilvēkiem saprotamā veidā izklāstīt informāciju, bet vides žurnālistu kvalifikācijas celšana ir ļoti laikietilpīgs un dārgs pasākums.²⁷

Mediju funkcijas vides komunikācijā: pirmkārt, nodrošina komunikācijas kanālus, lai vides informācija, vides izglītība, žurnālistika, reklāma un sabiedrisko attiecību vēstījumi sasniegtu noteiktu auditoriju. Otrkārt, vides jautājumu diskusijas.²⁸

Vides komunikācijā ir iezīmējušies trīs virzieni:

1. Vides komunikācija ir informācijas un komunikācijas sistēma, kurā darbojas dažādi faktori, lai nodotu un apmainītos ar vēstījumiem.

2. Vēstījumu par vides jautājumiem iekļaušana medijos un vides novērtējums.

3. Komunikācijas kampaņu aktīvs izmantojums, lai panāktu izmaiņas jautājumu izpratnē.²⁹

Vides komunikācijā ir svarīgi ievērot komunikācijas procesu secīgumu, kas var novest pie sekmīgiem rezultātiem. Būtiska ir orientācija uz rezultātiem, atbilstoši tiem ir jāplāno

²⁴ Zaļoksnis, J., Kļaviņš, M., Brikše, I., Meijere, S. (2011). *Vides vadība*. 189. lpp.

²⁵ Turpat.

²⁶ Berkes, F. (2013). *Sacred Ecology*. New York: Routledge. 27. lpp.

²⁷ Zaļoksnis, J., Kļaviņš, M., Brikše, I., Meijere, S. (2011). *Vides vadība*. 190. lpp.

²⁸ Turpat. 191. lpp.

²⁹ Turpat.

auditorija un komunikācijas kanāls. No tā kādi rezultāti tiek sagaidīti ir atkarīgs komunikācijas veids. Vides komunikācija balstās uz vides zinātņi un komunikācijas zinātņi.³⁰Ļoti būtiska ir orientācija uz konkrētu klientu, tāpēc ir jānovērtē auditorijas izglītība un sociālā pieredze, attiecīgi no tā izriet orientācija uz kopīgu labumu un komunikācijas nodrošināšanu. Ņemot vērā auditorijas dažādības ir nepieciešams izmantot daudzkanālu komunikāciju. Viens no nozīmīgiem faktoriem sekmīgas komunikācijas izveidošanā: atbalstīšana, vēstījums var atbalstīt kādas valsts programmas izveidi, vai arī personisku cilvēku atbalstu.

Pie vides organizāciju avotu grupas pieder starptautiskas, nacionālas un lokālās organizācijas, kas ir institucionalizējušās, kam ir stabils un profesionāls personāls un kas darbojas nepārtrauktā, un ilglaicīgā režīmā. Tās var būt starpvalstu, valsts un privātās organizācijas.

Prīvātais avots ir pasaulē ietekmīgākā dabas aizsardzības organizācija Pasaules Dabas fonds, kurš savu mērķu sasniegšanā skaidri iezīmē divus komunikācijas ceļus: lobēšanu un sabiedrības apziņas ietekmēšanu. Sabiedriskās attiecības nodrošina nepieciešamās komunikācijas aktivitātes: lobēšanu, krīžu menedžmentu, attiecības ar medijiem, kampaņas, līdzekļu vākšanu.³¹Vides kampaņu mērķis ir pievērst uzmanību, izglītot un veicināt uzvedības maiņu. Par vienu no svarīgākajiem uzdevumiem tiek uzskatīta arī ekspertu viedokļu reprezentācija medijos, kā arī veicināt to atpazīstamību.

1.3. Jaunie mediji

Ar datora palīdzību izplatītie teksti (tīkla vietnes un elektroniskās grāmatas) ir jaunie mediji, bet teksti, kas tiek izplatīti uz papīra, tādi nav.³²Visi jauno mediju objekti neatkarīgi no tā, vai tie radīti datorā pilnīgi no jauna vai pārvietoti no analogiem mediju avotiem, ir sastādīti ar digitālo kodu. Tie ir skaitļu reprezentācijas.³³Daudzi jauno mediju objekti ir veco mediju konvertācijas, jeb pielāgoti jaunam formātam. Datu pārvešanu skaitliskā reprezentācija sauc par digitalizāciju. Attiecīgi ar digitalizācijas palīdzību tiek veidoti mediju ziņojumi, ņemot talkā bildes, video materiālus un tekstus.

Jaunajiem medijiem ir raksturīga interaktivitāte, salīdzinot ar analogajiem medijiem, kam ir noteikta demonstrēšanas kārtība, tagad lietotājs var mijiedarboties ar mediju

³⁰ Turpat.193.lpp.

³¹ Turpat.

³² Manovičs, L. (2006). *Jauno mediju valoda*. Rīga: Jauno mediju kultūras centrs RIXC.57.lpp.

³³ Turpat.

objektu.³⁴Moderno datoru interaktivitāte ļauj lietotājam manipulēt ar saturu: ko rādīt un ko slēpt.

Semiotiskā nozīmē datora interfeiss darbojas līdzīgi kodam, kas ar dažādu mediju starpniecību nes kultūras vēstījumus.³⁵Interneta pārlukprogrammas jauno mediju sakarā ir ļoti daudzfunkcionāla lieta, jo to lieto gan izkalaidējoties, gan arī informācijas vākšanai, gan arī informācijas ievietošanai digitālajā vidē. Cilvēka datora interfeiss ir kļuvis par būtisku informācijas sabiedrības semiotisko kodu.

1.3.1.Jaunie mediji Latvijā

Latvijas tradicionālie mediji, it īpaši laikraksti, interneta ziņu tirgū ienāca salīdzinoši vēlu, tāpēc ir izveidojusies neparasta situācija, ka interneta vidē ziņu dienas kārtību nosaka trīs ziņu portāli:delfi.lv,tvnet.lv un apollo.lv. Interneta mediju veidošana ir diezgan dārgs un laikietilpīgs process, tāpēc sākotnēji tradicionālie mediji ieguldīdija diezgan maz resursu, lai šī joma Latvijā attīstītos, tas ir saistīts ar lieliem zaudējumiem, kas tika radīti pašā sākumā.³⁶Mūsdienās valstiskās struktūras tuprina veidot e-resursus, kas paredzēti iedzīvotāju informēšanai un digitālo iespēju palielināšanai.³⁷ Tradicionālie mediji tika veidojuši elektroniskās versijas, lai sekotu tehnoloģiju attīstībai un auditorijas paradumiem to patērēšanas ieradumu ziņā. Viens no lielākiem katalizatoriem šajā pārējā bija reklāma un tās attīstība interneta vidē. Cilvēku interese par investīcijām jaunā formātā auga.

Tāpat kā interneta mediji, arī interneta reklāmas tirgus Latvijā attīstījies diezgan lēni, tas veidojis vien dažus procentus no reklāmas investīciju apjoma.Interneta mediju attīstību veicināja lietotāju skaita pieaugums Latvijā.³⁸Interneta lietotājiem Latvijā būtiski ir dažādi interneta servisi un sociālo tīklu lietojums.Starptautisko sociālo tīklu lietotāju skaits:facebook.com lieto 400 900 cilvēku, kas viedo 19,3 % no Latvijas iedzīvotāju skaita jeb 27,6 % no interneta lietotāju kopskaita.³⁹

Interneta informācijas biznesā arvien lielāka nozīme ir daudzfunkcionāliem portāliem, kas spēj piedāvāt gan daudzveidīgu saturu, gan dažādus servissus, kā arī veiksmīgi uzturēt komunikāciju ar auditoriju sociālajos tīklos.⁴⁰ Sociālais tīkls facebook.com pēdējā laikā diezgan sekmīgi piedāvā patērētājiem daudzveidīgu saturu,kas skar jebkuru cilvēka darbības jomu,proti šajā vietnē var atrast informāciju,kas skar visas cilvēka darbības jomas.Interesentu grupas tiek vāktas šajā vietnē,kā arī informācijas izplatīšana notiek ļoti lielā ātrumā,kas ir

³⁴ Turpat.91.lpp

³⁵ Turpat.100.lpp

³⁶ Rožukalne,A.(2013).*Kam pieder Latvijas mediji?*.Rīga:Zinātne.241.lpp.

³⁷ Lindgren,S.(2017).*Digital Media and Society*.London:Sage.147.lpp.

³⁸ Rožukalne,A.(2013)*Kam pieder Latvijas mediji*.243.lpp.

³⁹ Turpat.253.lpp.

⁴⁰ Turpat.257.lpp.

saistīts ar ērto interfeisu un tā īpatnībām. Šo mediju ļoti iecienījuši starptautiski un vietējie uzņēmumi, kas var bezmaksas veikt komunikāciju ar savu auditoriju un visu laiku publicēt svaigas ziņas par savu uzņēmumu un produktiem, ko tas piedāvā. Cilvēku viedokļu apmaiņa dažados jautājumos šīs sociālās vietnes ietvaros notiek nepārtraukti.

Laika gaitā parādās auditorijas, kuras vieno kopējas intereses par kaut kādām parādībām un to reprezentāciju interneta vietņu saturā. Viens no jauno mediju terminiem : “sērfotājs”, kas ir apzīmējums cilvēkam, kas periodiski patērē vairākus medijus interneta vidē, meklējot sev labvēlīgu un interesējošu saturu.⁴¹

1.3.2 Jauno mediju priekšrocības

Būtībā jauno mediju priekšrocības varētu raksturot deviņas pamatīpašības:

1. Pārnēsāmība un laika elastība, kas piedāvā lietotājam brīvību telpā un laikā.
2. Vairāku dažādu mediju konverģence vienā, attiecīgi piedāvā vairāk nekā vienu funkciju.
3. Saskaņa savā starpā un iespēja “savienoties”.
4. Saturu apkopošana un pūļa savienošana.
5. Vairākas izvēles iespējas, nekā patērējot masu medijus
6. Mediju radītāju un patērētāju satuvināšanās.
7. Sociālais kolektīvisms un sadarbšanās.
8. Remiksu kultūras
9. Pārejas no produkta līdz patērētājam⁴²

Jauno mediju piedāvātās iespējas ir ļoti cieši saistītas ar tehnoloģiju evolūciju, attiecīgi katrs jauns gadžets ir spējīgs mijiedarboties ar jauno mediju sistēmām un tās patērēt. Nav nekādas specifiskas patērēšanas īpatnības. Viena no nozīmīgākajām jauno mediju iezīmēdivu ceļu komunikācija. Patērētājam ir iespēja komunicēt ar informācijas avotu un informācijas sniedzēju. Ar interneta palīdzību informācijas apmaiņa notiek diezgan ātri, kā arī var tikt izmantoti audio materiāli un video materiāli, gan arī rakstīti teksti.⁴³

1.3.3. Jauno mediju principi

1. Skaitļu reprezentācija: visi jauno mediju objekti ir skaitļu kodi, no šī fakta izriet divi galvenie secinājumi. Pirmkārt, jauno mediju objektu var apkrakstīt formāli, piemēram izmantojot matemātisku funkciju.⁴⁴ Otrkārt, jauno mediju objekts ir pakļauts algoritmiskām

⁴¹ Athique, A. (2013) *Digital media and society*. UK: Polity Press. 54. lpp.

⁴² Logan, R., K. (2010) *Understanding New Media*. New York: Peter Lang. 49. lpp.

⁴³ Logan, R., K. (2010). *Understanding New Media*. 53. lpp.

⁴⁴ Manovičs, L. (2006). *Jauno mediju valoda*. 64. lpp.

manipulācijām, mēs varam automātiski attīrīt no “trokšņiem” fotogrāfiju, uzlabot tās kontrastainību, piešķirt tai noteiktu formu vai mainīt tās proporcijas.

Daudzi jauno mediju objekti ir veco mediju formu konvertācija⁴⁵. Nepārtrauktu datu pārvēršana skaitliskā reprezentācijā tiek saukta par digitalizāciju. Digitalizācijai ir divas pakāpes: samplēšana un kvantēšana. Vispirms visi dati tiek sadalīti vienādos regulāros intervālos. Samplēšana pārvērš nepārtrauktus datus diskrētos, tas ir, dati parādās atsevišķās vienībās: cilvēkos, grāmatu lappusēs, pikseļos. Katrs no šiem sampliem tiek kvantēts-izteikts skaitliskā vērtībā.⁴⁶

2. Modularitāte, šo principu mēdz dēvēt par mediju fraktālo struktūru. Līdzīgi kā fraktālim ir viena un tā pati struktūra dažādos mērogos, jauno mediju objektam vienmēr ir viena un tā pati modulārā struktūra. Visi mediju elementi: attēli, skaņas, formas vai uzvedība – reprezentēti kā diskrētu samplu kopas, visi šie elementi lielāka mēroga objektos, taču tie saglabā savas atšķirīgās identitātes. Pašus objektus var samplēt, veidojot arvien lielāku objektu, bet neatkarība netiek zaudēta.

3. Automatizācija. Mediju kodējums skaitļos un mediju objekta modulārā struktūra ļauj automatizēt daudzas operācijas šo mediju radīšanas procesā, manipulēšana un pieejamība. Daudzi mediji un programmas automātiski ģenerē saturu, teiksim var koreģēt attēla kvalitāti, skaņas frekvenci, būtībā cilvēka iejaukšanās gandrīz nav nepieciešama. Automatizācija ir ērts veids, kas var rediģēt mediju saturu pilnīgi pārsātinātā vidē. Mediju pasaule uz doto brīdi ir ļoti pārslogota ar visādas kvalitātes un svarīguma informāciju, bet automatizācija attiecīgi visu šo informāciju varētu šķirot ar lietotāja doto informācijas filtru.⁴⁷

4. Variabilitāte. Identisku kopiju vietā jauno mediju objekts parasti nonāk pie daudzām un dažādām versijām, tās nav tikai cilvēka izstrādātas, bet daļēji arī paša datora saliktas. Variabilitātes princips ir ļoti cieši saistīts ar automatizāciju. Variabilitātes principa gadījumu daudzveidība ir diezgan liela.

Mediju elementi tiek uzglabāti mediju datu bāzē, izmantojot šo datu bāzi, pēc pieprasījuma var ģenerēt daudzveidīgus lietotāja objektus, kas atšķiras pēc to izšķirtspējas, formas un satura. Parādās iespējas sadalīt saturu no interfeisa līmeņiem. Datorprogramma var izmantot informāciju par lietotāju, lai automātiski specificētu mediju kompozīciju. Īpašs gadījums ir zarojuma tipa interaktivitāte, šis termins attiecas uz programmām, kurās visi objekti, ko lietotājs var uzmeklēt, veido sazarota koka struktūru. Viena no populārām jauno mediju struktūrām-hipermediji, attiecīgi ar hipersaitēm saistīti mediju elementi. Jauniem

⁴⁵ Turpat.65.lpp.

⁴⁶ Turpat.

⁴⁷ Turpat.72.lpp.

medijiem ļoti raksturīga funkcija-atjaunināšana, automātiska satura papildināšana, kas ir ļoti raksturīga laika ziņām vai arī akciju cenām, kas diezgan bieži mainās.

5. Transkodēšana. Jauno mediju žargonā kaut ko "transkodēt" nozīmē pārvērst to citā formātā. Kultūras datorizācija pakāpeniski veic līdzīgu transkodēšanu attiecībā uz visām kultūras kategorijām un jēdzieniem.

1.3.4. Facebook- jaunais medijs

Facebook.com tas ir sociāls tīkls, kuru 2004. gadā radīja Marks Cukensbergs un Edvards Severins.⁴⁸ Uz doto brīdi tā ir viena no lielākajām platformām priekš reklāmas un visa veida ziņas komunikācijām sabiedrībā. Šim sociālajam tīklam piemīt multifunkcionāls raksturs, kas ir saistīts ar tā spēju sadarboties ar citiem medijiem: dalīties ar to saturu, šķirot aktuālākās un populārākās ziņas. Informācijas apmaiņas ātrums arī diezgan liels un kvalitatīvs. Saturu redīgē pašī lietotāji, kas ir iesaistīti gan savstarpējā komunikācijā, gan arī citu mediju ziņu patērēšanā, teiksim lietojot sociālo tīklu tas atlasa individuāli aktuālas ziņas katram lietotājam, ļoti līdzīgi kā to dara *google.com*. Nevalstiskas organizācijas lieto šo sociālo tīklu kā lielisku savu ziņu komunikācijas mediju, jo tam ir vairāki plusi. Vienas no svarīgākajām iespējām ko sniedz *facebook.com*:

1. Iespēja redīgēt savu draugu loku tīklā un regulēt prīvatuma opcijas, kas teiksim ļauj prīvātajai informācijai būt pieejamai tikai vēlamajaiem lietotājiem, kas norobežo tos, kas nav draugu lokā, vai citu iemeslu dēļ ir nevēlami.

2. *Facebook* ļauj dalīties ar savām bildēm un veidot bilžu albūmus.

3. Atbalsta interaktivitāti un cilvēku iespējas sazināties tiešsaistē, kad katrs lietotājs ir iegremdēts informācijas apmaiņas procesā.

4. *Facebook* izmanto kā labu sociālā mārketinga iekārtu, kas ļauj veidot interešu grupas, fanu lapas un biznesam vēltītas publiskas lapas.

5. Advancētas funkcionalitātes un monetizācijas iespējas.

6. *Facebook* tīkls ļauj ar autentifikācijas palīdzību-ielogojoties tajā, sadarboties ar citiem medijiem, veido vienotu sistēmu, kuras ietvaros lietotājs var neaprobežoti darboties.

7. Tiešsaistē ir iespēja veikt video translācijas.⁴⁹

Viens no svarīgākajām rakstura iezīmēm-*facebook* tīkls pats redīgē savu ziņu saturu, katrs lietotājs interaktīvi ir spējīgs ienest kaut ko savu saturā, pielikt kaut ko kommentāros, vai dalīties ar ziņu-pasvītrotot tās svarīgumu.⁵⁰

⁴⁸ <https://www.lifewire.com/what-is-facebook-3486391>

⁴⁹ <https://www.lifewire.com/what-is-facebook-3486391>

1.4.Dabas aizsardzība

Bioloģiskās daudzveidības saglabāšana ir nepieciešama,jo:

1.Bioloģiskā daudzveidība nodrošina pašreizējo paaudžu fizisko eksistenci(gaiss,ūdens un pārtika).

2.Bioloģiskā daudzveidība rada cerības atrisināt dažādas problēmas pārskatāmā nākotnē (zāles slimību ārstēšanai).

3.Bioloģiskās daudzveidības aizsardzība ir nepieciešama estētisku, kultūras un reliģisku iemesli dēļ.⁵¹Bioloģiskās daudzveidības saglabāšana par prioritāti dabas aizsardzības pasaulē kļuva pēc tam,kad 1992.gadā Riodežaneiro tika parakstīta ANO Konvencija par bioloģisko daudzveidību.Konvencijas mērķis ir aizsargāt pasaules ekosistēmas,augu un dzīvnieku sugas un to ģenētisko daudzveidību, vienlaikus pieļaujot ilgtspējīgi izmantot dabas daudzveidību.⁵²Glavenie paņēmieni,kas tiek izmantoti bioloģiskās daudzveidības saglabāšanai ir izveidot īpaši aizsargājamas teritorijas, atjaunot biotopus un sugu dzīvotnes, ierobežot tirdzniecību ar aizsargājamām sugām, ierobežot apvidum neraksturīgu sugu ieviešanu, integrēt citās nozarēs bioloģiskās daudzveidības saglabāšanas intereses.

Starptautiskās dabas aizsardzības organizācijas,tādas kā *World Wide Fund For Nature,Wetland International* un citas, kas dibinātas un atrodas attīstītajās valstīs iegulda lielus līdzekļus dažādu dabas aizsardzības projektu ieviešanā jaunattīstības valstīs. Dabas un vides aizsardzība ir jomas, kuru darbības mērķis ir visas sabiedrības labklājības uzlabošana, nodrošinot indivīdam tiesības dzīvot labvēlīgā vidē.⁵³

Par vienu no visefektīvākām metodēm dabas aizsardzībā tiek uzskatīta sadarbība-Grega Valkera metode, attiecīgi tiek uzskaitītas astoņas pozīcijas, jeb punkti, kas raksturo šo parādību:

1.Sadarbībā nenotiek konkurence.

2.Sadarbība iekļauj sevī verbālas apmācības un faktu meklēšanu.

3.Sadarbība ļauj slēpto vērtību dažādību atklāšanu.

4.Sadarbība ir līdzīga vienošanās procesam,vairāk fokusējas uz interesēm.

5.Sadarbība piešķir atbildību pār īstenoto.

6.Sadarbības partneru secinājumi tiek ģenerēti caur interaktīviem un reflektīviem procesiem.

⁵⁰ Kember,S.,Zylinska,J.(2012)*Life after New Media*.Massachussets:Institute of Technology.158.lpp

⁵¹ Kļaviņa,M.,Zlokšņis,J.(2011)*Vide un Ilgtspējīga attīstība*.Rīga:LU Akadēmiskais apgāds.179.lpp.

⁵² Turpat.

⁵³ Turpat.191.lpp.

7.Sadarbība bieži vien ir nepārtraukts process.

8.Sadarbībai ir potenciāls uzbūvēt individuālas un sabiedriskas spējas, kas palīdz konfliktu risināšanā, vadības prasmēs, lēmumu pieņemšanā un komunikācijā.⁵⁴

1.4.1.Mediji un apkārtējā vide

Dabas aizsardzība un tās skarošie jautājumi pēdējā laikā paliek arvien aktuālāka tēma pasaules mediju saturā, attiecīgi ir vairāki faktori, kas regulē vai notikums tiks iekļauts mediju saturā.⁵⁵Pirmkārt notikumu frekvence, jeb biežums ar kuru notiek kāda parādība. Jo biežāk notiek parādība, jo lielākas iespējas tai nonākt mediju komunicētā saturā. Katrai ziņai ir sava robeža, kas tiek regulēta pēc svarīguma.Daudznozīmīgums ir faktors , kas nosaka to vai notikums tiks pamanīts no sabiedrības puses,vai nē.Ziņu saturam nav obligāti jābūt bagātam ar primitīviem notikumiem, bet interpretācijai jābūt maksimāli skaidrai.⁵⁶ Zinās jēgu veidošana ir daudz vienkāršāka, kad to var izdarīt ar auditorijas kultūras rāmjiem, attiecīgi pasniegt ziņu caur šiem pašiem rāmjiem daudz pieejamāk.

Viens no svarīgākajiem faktoriem ir ziņas saskaņa, piemēram jo tālāk ziņas saturs ir no auditorijas vēlamās informācijas, jo mazāka iespēja ir, ka ziņa tiks pamanīta.Arī ļoti negaidītas ziņas ir auditorijai tīkamas. Atzīts par ziņu notikums visticamāk arī paliks ziņu saturā, pat ja saikne ar visām citām ziņām paliek ļoti maza. Ja ziņu atlase tiek veidota pēc ārzemju ziņu satura, tad visticamāk šādām ziņām būs mazāks svarīguma faktors priekš auditorijas.⁵⁷Informācija par dabas aizsardzību un klimata izmaiņām, ļoti reti kad iekļūst tradicionālo populāro mediju saturā sava svarīguma dēļ. Šāda rakstura ziņas pārsvarā tiek komunicētas mazāk populāros medijos, kam piemīt specifisks raksturs.Teiksim mediji,kas ir veltīti kādai specifiskai cilvēka darbības jomai. Skandināvu pētnieki izdala četrus faktoros, kas pārsvarā nosaka to vai notikums kļūs par ziņu ,vai nē:

1.Elitāras nācījas.Notikums, kas ir saistīts ar kādu dižciltīgu nāciju piesaista vairāk uzmanības, tāpēc visticamāk tiks komunicēts ziņu saturā.

2.Elitāri cilvēki. Notikumi, kas saistīti ar elitāru cilvēku parasti atstāj lielas sekas, piemēram ziņas, kas ir saistītas ar slavenībām.

3.Personifikācija. Ziņām pārsvarā patīk personības, nevis vietas un informācijas. Ar kādas konkrētas personības saistītiem notikumiem ir vairāk intereses, piemēram noziegums un upuris.

⁵⁴ Cox,R.(2010).*Environmental Communication and the Public Sphere*.UK:Sage Publications,Inc.127.lpp.

⁵⁵ Lester,L.(2010).*Media and Environment*.UK:Polity press.71.lpp.

⁵⁶ Turpat.72.lpp.

⁵⁷ Turpat.

4.Negatīvisms. Vienkāršāk vienmēr ir komunicēt sliktas ziņas, nekā labas ziņas. Sliktām ziņām ir lielāka disonanse sabiedrībā, nekā labām ziņām. Pārsvārā auditorija gaida, kad notiks slikti notikumi, nevis labi notikumi.

1.4.2.Apkārtējās vides stāvoklis Latvijā

Salīdzinot ar citām pasaules valstīm, apkārtējās vides stāvoklis Latvijā tiek uzskatīts par labu.⁵⁸ Apkārtējā vide tiek negatīvi ietekmēta ar agrikultūras efektiem un privatizāciju. Apkārtējās vides apdraudēšana parasti ir saistīta ar piesārņojumiem, ko veido valsts lielākās pilsētas. Viens no lielākajiem piesārņojumu cēloņiem-vēsturiskie faktori, kas ir pirmkārt saistīti ar kara atstātajām sekām, jo Latvijas teritorijas un jūras rajons tika plaši izmantots militārās darbībās. Būtībā var izdalīt trīs problēmas, kas Latvijā ir saistītas ar apkārtējās vides piesārņojumiem-ūdens kvalitāte, utilizācija un pārstrāde, gaisa piesārņojums. Ūdens piesārņojuma sekas saistītas ar valsts industriālo pagātņi. Vairākas lielas rūpnīcas un ražotnes tika izveidotas Latvijas teritorijā 20.gs. otrajā pusē.

1.4.3.Pasaules Dabas fonds

Pasaules Dabas Fonds ir nevalstiska organizācija, kas dibināta 1961.gadā Šveicē.⁵⁹ Organizācija nodarbojas ar dabas aizsardzību un dabas resursu saglabāšanu. Organizācija darbojas vairāk nekā 100 pasaules valstīs un uzskaita ap 5 miljoniem locekļu pasaulē. Viena no būtiskākajām pasaules dabas fonda pamatvērtībām:

- 1.Būt neatkarīgiem un brīviem no politiskām ietekmēm.
- 2.Izmantot savā darbā jaunākās zinātniskās atziņas.
- 3.Meklēt dialogu un izvairīties no konfliktiem.
- 4.Veidot partnerattiecības ar valsts, pašvaldību un privātajām organizācijām.⁶⁰

Būtībā organizācijas darbības lauks ir diezgan plašs un visaptverošs, attiecīgi pasaules lielāko mežu aizsardzība un lobēšana. Okeānu un saldūdens ekosistēmu saglabāšana arī tiek uzskatīta par vienu no nozīmīgākajām darbības vidēm. Klimata izmaiņas un bada krīzes risināšanas arī tiek komunicētas organizācijas resursos.

Organizācija Latvijā ir reģistrēta no 1991.gada, bet no 2005.gada tika reģistrēta ar nosaukumu "Pasaules Dabas Fonds". Sadarbojas ar vairākam internacionālām dabas aizsardzības organizācijām no visas pasaules.

⁵⁸ Platje, J., Giacomini, M., A. (2001) *Environmental Protection in Baltic Region*. Poland: "Typoscript" 83. lpp.

⁵⁹ <https://www.worldwildlife.org/about/history>

⁶⁰ http://www.pdf.lv/lv_LV/kas-mes-esam

1.4.4. Attēli vides ziņojumu konstruēšanā.

Attēli pēc savas dabas pārnes realitātes attēlojumu plaknē. Tas notiek ikvienā vizuālās attēlošanas norisē. Pārcelšana ir neitrāls akts, un nav nekā tāda, kas norādītu uz to, ka attēla saturs tiek īpaši iezīmēts vai kodeficēts. Fotografijā, atšķirībā no citiem vizuālās attēlošanas veidiem-ziņojums ir būtiska daļa, jo realitāte netiek interpretēta, it kā atstājot to neskartā veidā.⁶¹

Pētnieks Barts uzsver atšķirību starp denotāciju un kontāciju-konotatīvo ziņojumu, kas rada iespēju interpretēt attēlu. Konotatīvs ziņojums ir kultūras interpretācija, kas notiek ar kopēju, katrai kultūrai raksturīgu pieņēmumu kopumu: vērtību, stereotipu un paradumu starpniecību, ko rada pati kultūra. Denotatīvs attēls ir realitātes mehāniska attēlošana, bet konotatīvs-interpretējoša, kurā Barts nesaskata neko pozitīvu, jo modernā kultūra ir attēlu kultūra, tajā ir arī spēcīga attēla interpretācijas tradīcija.⁶²

Attiecības starp attēlu un tekstu ir diezgan ciešas, Barts tās definē kā nozīmju sfēru. Ir svarīgi izziņāt kādā veidā nozīme ievietojas attēlā. Rietumu kultūras vēsturē ir zināmi trīs nozīmju veidi:

- Lingvistiskais ziņojums, vai teksts
- Kodētais ikoniskais ziņojums
- Nekodētais ikoniskais ziņojums

Lingvistiskais ziņojums, protams, ir valodas ziņojums, kura uzdevums ir veidot attiecības ar attēlu tā, lai tie viens otru papildinātu, bet tekstam piemīt represīva vērtība, tas pārmāc attēlu.⁶³ Tas ir labi redzams, ja attēls ir teksta ilustrācija-šajā gadījumā pār attēlu valda sabiedrības morāle un ideoloģija. Cits gadījums ir tad, kad attēls un teksts ir daļa no kaut kāda lielāka vēstījuma, piemēram preses fotogrāfijas, kurā teksts un attēls "sadarbojas".

Ikvienam attēlam piemīt samākslots atspoguļojuma veids kā tiek tvērtā realitāte.⁶⁴ Barts aplūko fotogrāfiju ar diviem nozīmju līmeņiem, kas piemīt attēliem:

- Denotatīvais nozīmju līmenis, kas orientēts uz realitātes satveršanu, kas ir attēla funkcija.
- Konotatīvais līmenis: kultūras nozīmes tiek ievietotas objektos. Fotografiskais attēls svārstās starp dabisko, denotatīvo nozīmi, ko rakasturo stāsts, diegēze, sintagma, un intelektualizēto kultūras nozīmi, kas ietverta nošķirtos simbolos. Svārstības notiek starp dabisko sintagmu un sistēmisko kultūru.⁶⁵

⁶¹Barts, R. (2006). *Camera luicida. Piezīme par fotogrāfiju*. Rīga: Laikmetīgās mākslas centrs. 167. lpp.

⁶²Turpat.

⁶³Barts, R. (2006) *Camera luicida. Piezīme par fotogrāfiju*. Rīga: Laikmetīgās mākslas centrs. 168. lpp.

⁶⁴Turpat. 169. lpp.

⁶⁵Turpat.

2.METODOLOĢIJA

2.1.Kontentalīze

Kontentalīzi izmanto kā metodi, lai analizētu rakstiskas, mutiskas vai vizuālas komunikācijas vēstījumus. Kontentalīzes mērķis ir iegūt koncentrētu un detalizētu parādības aprakstu, un analīzes rezultāts ir modelis, jēdzienu sistēma, vai karte, vai kategorijas, kas apraksta šo parādību.⁶⁶Kvalitatīva kontentalīze akcentē datu un konkrētu kontekstu integrētu skatījumu, būtībā kvalitatīvā kontentalīze ir subjektīva, bet zinātniska pieeja pētniecībā. Būtībā jebkuriem datiem, kas tiek apstrādāti galu galā ir jābūt rakstiskā formātā.Kvalitatīvās kontentalīzes process sākas ar sagatavošanas posmu:

- Analīzes vienību izvēle: Teksta klasifikācijas pamatvienība, kas tiks izmantota kontentalīzes gaitā.
- Datu un visa pētījuma jēgas izpratne:pētījuma līmenis, kad pētnieks cenšas saprast “kas te īsti notiek”. Pēc datu iepazīšanas pētnieks izvēlas veikt induktīvo vai deduktīvo analīzi.⁶⁷

2.1.1.Induktīvā pieeja kontentalīzei

Induktīvā analīzes pieeja nosaka, ka lasot un analizējot tekstu tā malās tiek veidotas piezīmes un raksturojošas frāzes, jeb kodi.Pēc kodu saraksta izveidošanas tiek sāka kategorizēšana-brīva kategoriju veidošana, apvienojot pēc jēgas līdzīgus kodus. Datu klasifikācija notiek ar mērķi, lai beigās būtu ērtāk ar visiem šiem datiem operēt un strādāt.⁶⁸

Analīze kvalitatīvā pētniecībā ir balstīta uz jēgas noteikšanu un to virza vairāki faktori:

- Izziņa priekšmeta noteiktās definīcijas
- Personiskās nojautas
- Atklāsmes
- Pārlicības vai naivās teorijas par izziņas priekšmetu

Līdz ar šiem faktoriem kvalitatīvā pieeja datu analīzei ir diezgan subjektīva, jo pētnieks ir būtisks analīzes vadīšanas instruments.⁶⁹Dati bieži mainās pētījuma gaitā,jo tos iespaido atklāsmes par pētītajām parādībām analīzes iepriekšējos posmos. Pastāv nepārtraukta mijiedarbība starp pētnieku un datiem:

- Datu vākšana vēlākajos posmos var tikt modificēta,balstoties uz to primāro analīzi
- Datu analīze vēlākajos posmos var tikt mainīta primāro analīžu iespaidā

⁶⁶ Martinsone,K.,Pipere,A.,Kamerāde,D.(2016).*Pētniecība:teorija un prakse*.Rīga:”Raka”375.lpp.

⁶⁷ Turpat

⁶⁸ Martinsone,K.,Pipere,A.,Kamerāde,D.(2016).*Pētniecība:teorija un prakse*. 378.lpp.

⁶⁹ Kropļijs,A.,Raščevska,M.(2010).*Kvalitatīvās pētniecības metodes sociālajās zinātnēs*.Rīga:”Raka”117.lpp.

Kvalitatīvo pētījumu dinamiskā daba bieži rada sarežģījumus dokumentu organizēšanā.

2.2.Kvalitatīvo datu analīze

Dažādas kvalitatīvo datu pieejas saistās ar dažādiem datu veidiem, disciplīnu tradīcijām, mērķiem un filosofiskām skolām. Kvalitatīvo un kvantitatīvo analīžu pieejas var salīdzināt ar vieniem un tiem pašiem kritērijiem. Būtiskas abu pieeju atšķirības:

- Kvantitatīvā analīze darbojas ar skaitļiem, bet kvalitatīvo datu analīze pārsvarā darbojas ar vārdiem un tā izmanto daudz mazāk universālu likumu, un standartizētu procedūru nekā statistiskajā analīzē.
- Ja kvantitatīvajā pētījumā viegli var izdalīt atsevišķas metožu izvēles, datu vākšanas un analīzes stadijas, kvalitatīvajā pētījumā tās nav laikā nodalītas fāzes: jau ievācot pirmos datus, pētnieks sāk meklēt šīs informācijas jēgu.
- Salīdzinot ar kvantitatīvās analīzes datiem, kvalitatīvie dati ir mazāk tieši.⁷⁰

Lai izdalītu kvalitatīvās datu analīzes posmus var izmantot Mailza un Hubermana sistematizāciju:

Datu reducēšana. Vispirms ievāktu datu kopums ir jāorganizē, saglabājot datu jēgu, jāreducē un jāsakārto. Datu reducēšana ir pētnieka piezīmju vai transkriptu formā pārveidotu datu atlases, koncentrēšanas, vienkāršošanas, pārfrāzēšanas, abstrahēšanas un transformēšanas process. Dati ir jāpārveido tālakai pētījuma problēmas risināšanai.

Datu atspoguļojums. Reducētie dati tiek organizēti kā kompakts informācijas kopums.

Secinājumi un zinātniskā stipruma nodrošināšana. Lai nonāktu pie secinājumiem ir jāapsver analizēto datu jēga un jānovērtē datu saistība ar pētījuma jautājumiem. Lai nodrošinātu pētījuma zinātnisko stiprumu, ir vairākas reizes jāatgriežas pie datiem, lai pārbaudītu izdarītos secinājumus.⁷¹

2.2.1.Kvantitatīvā analīze

Kvantitatīvā pētījuma objekti tiek mērīti ar skaitļiem un skaitļu formā.⁷² Kvantitatīvajā pētniecībā analīzes pamatā ir statistika, kuras galvenais mērķis ir noskaidrot kādu kvantitatīvo mainīgo lielumu, biežumu sadalījumu grupā vai citus statistiskos radītājus. Kvalitatīvajās metodes sekmīgi var pielietot arī kvantitatīvos pētījumos, gan arī otrādi. Tādā veidā veidojas kombinētā pētījuma stratēģija.

⁷⁰ Martinsone, K., Pipere, A., Kamerāde, D. (2016). *Pētniecība: teorija un prakse*. 358.lpp.

⁷¹ Turpat. 359.lpp.

⁷² Kristapsone, S. (2008). *Zinātniskā pētniecība studiju procesā*. Rīga: "Turība" 60.lpp.

Skaidrojošā pētījuma viens no mērķiem ir kādas teorijas vai pieņēmuma izveide.⁷³ Mērķis ir izskaidrot kādu sociālu fenomenu. Statistikas metode jeb statistikas testi kvantitatīvā pētījumā ir instrumenti, kas palīdz sasniegt pētījuma mērķi – iegūt atbildes uz pētījuma jautājumiem, vai arī pārbaudīt izvirzītās hipotēzes. Statistiskie dati ir mainīgo skaitliskais raksturojums – tie tiek iegūti kvantitatīvi, apstrādājot ar dažādām datu ieguves metodēm iegūtos datus.⁷⁴ Iegūtie dati ir pētījuma pamats, tāpēc tiem ir jābūt maksimāli reprezentatīviem, lai pētījumam būtu jēga un kādi sekmīgi rezultāti. Atkarībā no datu īpatnībām izvēlas nepieciešamās tabulas un skalas, kas atspoguļo un sistematizē iegūtos rezultātus.

Kvantitatīvo pētījumu galvenā problēma-datu subjektivitāte.⁷⁵ Dati ir subjektīvi, jo cilvēks ir viens no būtiskākajām datu vākšanas ierīcēm. Cilvēkiem ir ļoti raksturīga izvēlība datu vākšanas ziņā. Datu vākšanas sistēmu var nosaukt arī par skalu sistēmu. Mūsdienu pētnieki izdala četru veidu skalas: nominālās skalas, ordinārās skalas, intervālās un proporcionālās. Viena no svarīgākajām skalām ir skaitliskās skalas, jeb nominālās skalas, kas visbiežāk tiek izmantotas pētījumos. Skaitliskos datus ir viegli sistematizēt grafikos un diagrammās, kas uzskatāmi ļautu izskaidrot pētījumā iegūtos datus un to īpatnības. Izmērījumu skalas mēdz klasificēt kā kvantitatīvās un kvalitatīvās skalas. Kvalitatīvās skalas: nominālās un ordinālās, bet kvantitatīvās: intervālās un proporcionālās.⁷⁶

2.3. Jauktie pētījuma dizaini

Jauktie pētījuma dizaini sociālajās zinātnēs kļūst arvien populārāki un tiek uzskatīti par atsevišķiem, pilntiesīgiem pētījuma dizainiem.⁷⁷ Šo pētījuma pieeju vēlamas izmantot:

- Lai savstarpēji apstiprināt kvalitatīvus un kvantitatīvus datus, kompensētu katras pieejas trūkumus, balstoties uz pieeju priekšrocībām, sniegtu pilnīgāku atskaiti.
- Lai, abām pieejām nodrošinot patiesus atklājumus, katra pieeja palīdzētu atbildēt uz dažādiem pētījuma jautājumiem.
- Lai ar kvalitatīvu datu palīdzību aprakstītu kontekstu un procesus, bet ar kvantitatīvajiem datiem sniegtu vispārinājumu un konkrētus rezultātus.

⁷³ Turpat

⁷⁴ Martinsone, K., Pipere, A., Kamerāde, D. (2016). *Pētniecība: teorija un prakse*. 317. lpp.

⁷⁵ Хайтун, С., Д. (2005). *Количественный анализ социальных явлений*. Москва: КомКнига. 31. lpp.

⁷⁶ Turpat. 59. lpp.

⁷⁷ Martinsone, K., Pipere, A., Kamerāde, D. (2016). *Pētniecība: teorija un prakse*. 190. lpp.

- Lai viena pieeja palīdzētu izveidot izlasi otrai pieejai un palīdzētu izskaidrot otras pieejas rezultātus
- Lai ar kvantitatīvā pētījuma palīdzību apstiprinātu kvalitatīvā pētījuma rezultātā iegūtās hipotēzes vai ar kvalitatīvā pētījuma palīdzību “padziļinātu” kvantitatīvā pētījumā iegūtos datus.
- Lai, izmantojot kvalitatīvo pētījumu, izstrādātu un testētu kvantitatīvus instrumentus.⁷⁸

2.3.1. Datu integrācija

Skaitļi, attēli un teksti papildina viens otru, vieglāk ir attainot kontekstu un aptvert visa notiekošā jēgu. Ļoti grūti ir dažādus datus integrēt, bet tiek izceltas trīs datu integrācijas pieejas:

- Datu sapludināšana: šī integrācijas pieeja paredz kvalitatīvo datu tekstu vai attēlu formā kombināciju ar kvantitatīviem datiem skaitliskā formā. Piemēram, ziņojot par rezultātiem pētījuma pārskata iztirzājuma daļā, vispirms sniedzot kvantitatīvā pētījuma statistiskās analīzes rezultātus, kuriem seko citāti vai tēmas no kvalitatīviem pētījuma datiem. Tabulu un attēlu izmantošana, tajos vienlaicīgi atspoguļojot gan kvantitatīvos, gan kvalitatīvos rezultātus.
- Datu savienošana: Kvantitatīvās aptaujas analīze, kas pēc tam dod informāciju tālākai datu vākšanai, piemēram intervijas jautājumu veidošanai.
- Datu iederināšana: šajā integrācijas formā zemākais prioritātes datu kopums tiek iederināts, jeb ievīts lielākā datu kopumā ar augstāku prioritāti.⁷⁹

2.3.2. Secīgais izskaidrojošais pētījuma dizains

Šajā dizainā kvantitatīvo datu vākšanai un analīzei seko kvalitatīvu datu vākšana un analīze. Abas stratēģijas tiek integrētas pētījuma rezultātu interpretācijas posmā. Mērķis ir izmantot kvalitatīvus rezultātus, lai izskaidrotu un interpretētu primārā kvantitatīvā pētījuma rezultātus, it īpaši gadījumos, kad tiek iegūti negaidīti rezultāti.⁸⁰

3. Intervija

Par vienu no efektīvākajām informācijas vākšanas metodēm tiek uzskatīta intervija aci pret aci. Labas pētnieciskas intervijas mērķis ir kvalitatīvu datu ieguve no intervējamā, ņemot

⁷⁸ Turpat.

⁷⁹ Martinsone, K., Pipere, A., Kamerāde, D. (2016) *Pētniecība: teorija un prakse*. 193. lpp.

⁸⁰ Turpat. 194. lpp.

vērā visas iespējamās nozīmju interpretācijas.⁸¹Pētnieciskā intervija ir starppersonu situācija, saruna starp divām personām uz kādu noteiktu tēmu. Būtībā visa informācija rodas dialoga rezultātā. Ļoti būtiska ir intervijas atmosfēra, kas varbūt ļoti lietišķa vai arī pāriet draudzīgā sarunā. Pētnieciskā intervija notiek bez kāda noteikta scenārija, tikai ar jautājumu vadlīnijām, katrs nākošais jautājums izriet no intervējamās personas iepriekšējās atbildes.

Ļoti nozīmīga intervijas daļa ir brīfings, attiecīgi brīdis, kad intervējamā persona tiek iepazīstināta ar intervijas mērķiem un ar jautājumiem, kas tiks uzdoti.⁸²Parasti pētnieciskās intervijas noris kā parasta saruna, kurai nav specifisku mērķu vai struktūras, bet piemīt jautājumu sistematizēšana. Jautājumiem ir jābūt īsiem un kodolīgiem.

3.1. Intervijas jautājumu veidi:

1. Ievadjautājumi: Šādiem jautājumiem mērķis ir iedrošināt intervējamo personu sākt dialogu. Intervējamā persona pati izsklāsta savus pārdzīvojumus, kuru aspekti var tālāk turpināt un attīstīt interviju.

2. Izsekojošie jautājumi: Tiek uzdoti pēc kādas informācijas izklāstīšanas no intervējamās personas. Iedrošina intervējamo personu papildināt savu atbildi, varbūt kaut ko konkretizēt un piedot vairāk nokrāsas stāstījumam. Nozīmīga loma ir intervējamās personas atbilžu intonācijās un emocionālajā stāvoklī. Nekāda gadījumā intervētājs nedrīkst aizmirst par to, kas tiešām ir svarīgs intervijas garumā, attiecīgi akcentēt savu uzmanību uz būtiskām lietām, nevis emocijām.

3. Skaidrojošie jautājumi: Intervētājs izseko atbildi un lūdz skaidrojumu no intervējamā, bet stipri neakcentē konkrētus izteikuma akcentus.

4. Konkretizējošie jautājumi: Parasti ir kā reakcija uz sniegtajām atbildēm no intervējamās personas. Parasti ir konkrētu jautājumu formātā.

5. Tieši jautājumi: Tiešos jautājumus labāk ir uzdot uzreiz pēc tam, kad intervējamā persona jau ir sniegusi savu viedokli un komentārus par interesējošu jautājumu. Uz šo brīdi ir skaidrs kādi aspekti priekš intervējamās personas tiešām ir svarīgi un globāli.

6. Netieši jautājumi: Atbildes var būt saistītas ar kādas trešās puses viedokli un skatījumu uz interesējošo jautājumu, vai arī ar paša respondenta attieksmi pret kādu jautājumu, ko viņš tieši nebija minējis.

7. Strukturizējošie jautājumi: Parasti nodala tēmas, kas jau intervijas rezultātā sevi ir izsmēlušas un vairāk pie viņām atgriezties nav ieteicams.

⁸¹ Квале.С.(2009)*Исследовательское интервью*. Москва: "Смысл"127. lpp.

⁸² Turpat

8. Klusēšana: Taktisks paņēmiens no intervētāja puses, kas ļauj respondentam klusumā kārtīgi apdomāt savas atbildes un tālāk sniegt informāciju par viņaprāt būtiskākajām tēmas niansēm.

9. Interpretāciju jautājumi: Parasti tiek izmantotas kā jautājumu pārfrāzēšana.

Pētnieki izdala septiņas intervijas izmeklēšanas posmus: intervijas tematizācijas, dizains, pati intervija, transkripcija, analīze, sistematizācija un gala ziņojums. Šī shēma palīdz plānot interviju un organizēt pēcintervijas analīzi, kurai sekos datu apstrāde un secinājumi.⁸³

Mūsdienās interviju analizē rakstiskā formātā, pat ja tā tika ierakstīta kādā citā formātā. Attiecīgi teksta formātā jebkura intervija ir labāk pārredzama un jautājumu plūsma ir skaidrāka. Intervijas analīzes stils ir cieši saistīts ar auditoriju, kurai tā tiks lasīta. Intervijas transkripcija tiek lasīta arī pašam respondentam, gadījumos ja viņš vēlas kaut ko konkretizēt vai pievērst uzmanību detaļaj. Analīzē tiek pakļauti pat klusēšanas brīžī intervijā un parazītvārdi, kas kopumā viedo nozīmes un kontekstus.

3.2. Intervijas analīzes posmi:

1. Pirmais etaps sastāv no tā, ka respondents intervijā apraksta savu iekšējo pasauli un pārdzīvojumus. Respondents visu laiku stāsta ko izjūt un pārdzīvo, sakarā ar dialoga tēmu.

2. Otrais etaps sākas, kad respondents pats atklāj intervijas rezultātā kādas jaunas vadlīnijas un redz jaunus skaidrojumus tam ko izjūt un ir pārdzīvojis. Respondents atskatās un visu situāciju no malas.

3. Trēsā etapa ietvaros intervētājs konkretizē līdz sīkumam katru intervējamā izteicienu, kas var likties daudznozīmīgs un abstrakts, lai precīzi izprastu atbildi attiecīgajā situācijas kontekstā.

4. Ceturtā etapa ietvaros intervija tiek analizēta atmetot visu lieko un visu to, kas ir ārpus pētāmā jautājuma. Parasti šajā posmā piedalās vairāki pētnieki, jo analizējamās vielas ir daudz. Parasti etaps sākas ar strukturizāciju, attiecīgi visa materiāla sakārtošana. Pēc tam nozīmju skaidrošanas notiek katram izteikumam un komentāram. Galu galā analīze, kas sevī ietver vairākus etapus: kondensācija (konkretizēšana saspīestā formātā), naratīva strukturizācija, interpretācijas un galu galā situatīvās metodes.⁸⁴

5. Piektā etapa ietvaros respondentam ir iespēja iepazīties ar intervijas interpretāciju. Šādos gadījumos respondentam ir iespēja papildināt savus izteikumus un konkretizēt savus izteicienus.

⁸³ Kvale, S., Brinkmann, S. (2009) *Interviews*. London: Sage. 21. lpp.

⁸⁴ Квале, С. (2009) *Исследовательское интервью*. 189. lpp.

6.Sestā etapa ietvaros intervējamā persona varbūt rod jaunus skaidrojumus saviem izteicieniem un rīcībām,kas parasti notiek jau no notikušās intervijas.

Nozīmju kategorizēšanas notiek,kad intervija tiek sadalīta kategorijās un katra no tām tiek kodēta.Gari teikumi tiek iekodēti īsās kategorijās,kas tiek apzīmētas vai nu pozitīvi vai negatīvi.Kategorijas var tikt izdalītas inervijas analīzes gaitā,atkarībā no iesniegtā materiāla.⁸⁵Teksta naratīvā strukturizācija ietver sevī laicīgu un sociālu teksta strukturizāciju ar mērķi atrast nozīmes.Akcenti tiek likti uz vēstījumu,kas tika sniegts intervijas rezultātā.Jēgu interpretācija ir cieši saistīta ar vairāku nozīmju strukturizāciju.Parasti analīzes objekti ir filmas vai teātra izrādes.

⁸⁵ Turpat191.lpp.

4.EMPĪRISKĀ DAĻA

4.1. Analizējamo datu kopējais raksturojums

Empīrisko datu analīze tika veikta izmantojot divas analīzes metodes: kvalitatīvā un kvantitatīvā kontentanalīze. Pētījuma materiāls bija 133 Pasaules Dabas fonda *facebook* lapas ieraksti 2017.gadā. Visi ieraksti tika iztirzāti pēc sekojošām kategorijām tabulas veidā: ziņas datums, kas ļāva provizoriski uzskaitīt ziņu biežumu, komunikētās ziņas notikumu skarošā vieta, ziņas raksturs: pārpublicēta vai oriģinālziņa, personību vārdi, pēdējās trīs analīzes kategorijas izrietēja no teorētiskā materiāla- semiotiskie kodī: tekstuālie, interpretāciju un sociālie kodī. Noslēdzošais tabulas punkts tika definēts kā izmantoto ziņu konstruēšanas instrumentu funkcijas. Pārpublicēto un oriģinālziņu kategorija palīdzēja identificēt to resursu biežumu, ar kura ziņām visaktīvāk dalās Pasaules Dabas Fonds, šo ziņu raksturs vēlāk grafikos tika Izšķirts kā Latvijas mediji un ārvalstu portāli no kuriem tika smelta informācija. Viena no populārākajām kategorijām analīzes gaitā tikai definēta kā hipersaišu izmantošana, tika analizētas visbiežāk izmantotās hipersaites. Viena no jauno mediju iezīmēm arī ir hipersaites, jeb “heštegi”, kuru biežums ierakstos bija diezgan liels. Katra hipersaite tika vērtēta konkrētam notikumam un tā popularizēšanai.

Pētījuma gaitā tika organizēta intervija ar Pasaules Dabas fonda komunikācijas daļas vadītāju Sarmīti Kolāti. Intervija noritēja pēc plāna un jau ar iepriekš sagatavotām vadlīnijām. Intervija skāra jautājumus ap apkārtējo vidi sargājošās organizācijas komunikāciju un darbības principiem kopumā. Intervētājs pats bija ieinteresēts jautājumu uzdošanā, jo respondents atbildēja ļoti ieinteresēti un atvērti. Intervija tika iepriekš sarunāta un organizēšana neprasa lielas piepūlas, jo Sarmīte Kolāte bija ļoti pretīmejoša un iejūtīga pret pētnieka satraucošo nepieciešamību dabūt interviju.

4.1.1. Intervija ar PDF Komunikācijas daļas vadītāju

Veicot pētījumu tika organizēta intervija ar Pasaules Dabas Fonda komunikācijas daļas vadītāju Sarmīti Kolāti, kas attiecīgi arī nodarbojas ar organizācijas *facebook* lapas komunikāciju un citu resursu moderēšanu. Intervija tika veikta ar mērķi noskaidrot pēc kādiem principiem tiek atlasīta komunikētā informācija un kādi ir tās darbības principi, attiecīgi uz ko tie likts uzsvars un kādi tiek izvirzīti mērķi, lai sasniegtu vēlamu mērķauditoriju. Intervija bija savlaicīga saplānota un tika sastādīti nepieciešamie jautājumi, kas pildīja vadlīniju funkciju. Būtībā intervijas atmosfēra bija nesasprindzināta un intervējamā persona varēja mierīgi atvērties sarunaj un iedziļināt sava darba specifiku un veikto komunikāciju mērķu definēšanā. Attiecīgi tika uzdoti jau iepriekš sagatavoti jautājumi, bet kā

jau daļēji strukturētās intervijas ietvaros, dalībniekiem bija ļauts nedaudz novirzīties no tiem un tādā veidā gūt plašāku informāciju par interesējošo tematu. Vērts pieminēt intervējamās personas pozitīvo attieksmi pret notiekošo un pilnvērtīgu atdevi atbilžu došanā.

4.1.2. Intervijas analīze ar Pasaules Dabas Fonda komunikācijas daļas vadītāju Sarmīti Kolāti.

Emīriskā materiāla pētniecības posms bija 2017.gads, tāpēc ļoti primāri bija uzzināt cik ilgi Sarmīte nodarbojas ar *facebook* lapas moderēšanu, lai aptuveni izprastu viņas stilu un piegājieni ziņu komunicēšanā. Kā izrādījās, Sarmīte strādā Pasaules Dabas Fonda organizācijā 3 mēnešus un pirms tam ar ziņu komunicēšanu nodarbojās pavisam cits cilvēks, kas tagad jau ir atradis sev jaunu darbu. Tā kā cilvēki mainās un iet projām bija svarīgi zināt vai tiek atstātas kaut kādas vadlīnijas jaunajam komunikācija specialistam, kā izrādījās nekādas striktas vadlīnijas nav noteiktas un katram speciālistam ir savs redzējums un piegājiens ziņu komunicēšanā. Sarmīte atklāja, ka jau pirms darbs uzsākšanas, viņai bija redzējums par to kā ziņām vajadzētu izskatīties un kā tās varētu komunicēt publikas priekša.

Būtībā PDF organizācijas ziņu komunikācijas raksturu var iedalīt divās grupās. Pirmā grupa ir projektu komunikācija, attiecīgi ziņu mērķis ir maksimāli efektīvi komunicēt tos projektus, kas tiek īstenoti vides aizsardzības jomā, tie varbūt paša Pasaules Dabas Fonda projekti, gan arī kādas citas vides organizācijas projekti. Otrā grupa ir tieši tās ziņas, kas nav saistītas ar projektiem, bet ir saistītas ar aktualitātēm valstī, tās ir ziņas, kas liekas svarīgas tieši PDF organizācijai. Katram projektam ir prasītas minimālas komunikācijas prasības, kas ir jāizpilda un atsveviškos projektos ir uzstādījumi kā un kas ir jādara no vadības. Sarmīte piemin, ka bieži vien komunikācijā viņi cenšas izpildīt ne tikai minimālās prasības ziņojumu komunicēšanā, bet arī cenšas padarīt ziņu pievilcīgu un sakarīgu.

PDF lapa *facebook* nekad nav centusies palielināt kaut kā savu sekotāju skaitu ar konkursu rīkosānu, tas neliekas viņiem svarīgs mērķis. Vispār PDF ir izpētījuši, ka kopumā dabas aizsardzības aktualitātes un vide ir saistošas tēmas visbiežāk vidēja vecuma sievietēm. Vispār petījumi uzrāda, ka jo vecāki paliek cilvēki, jo vairāk viņi sāk interesēties par tādām lietām kā vide un tās aizsardzība. Sarmīte atklāja, ka viens no nozīmīgākiem ziņu komunikācijas principiem ir sekojošs-vienkāršā valodā komunicēt zinātniska rakstura lietas, kas attiecīgi kļūst daudz pieejamākas, ja mācēt tās pareizi izkomunicēt. Pubilka tiek zīglītota un bieži vien tiek likta informācija, kas nav saistīta ar PDF projektiem, bet gan vienkārši informācija, kas liekas būtiska un svarīga.

Būtībā daudz kas tiek darīts uz paša motivācijas pamata un neprasa kaut kādu lielu spiedienu no vadības puses, Sarmīte atklāj, ka vienmēr esot strādājusi ar lietām, kas pašai patīk un liekas pievilcīgas, tāpēc darbs nepaliek par rutīnu un ziņu komunikācija nepaliek

novārtā. Atbildot par pirmā mēroga slavenībām Latvijā, kas cenšas iesaistīties vides komunikācijā, Sarmīte ar nožēlu atzīst, ka galvenā valsts slavenība tajā nepiedalās – valsts prezidents. No pēdējām slavenībām, kas bija piedalījušās PDF akcijās, varētu izcelt dzejnieci Inesi Zanderi, Daini Īvānu, tas ir atmodas laika publicists, rakstnieci Daci Rukšāni. Kas attiecas uz sportistiem, tad pēdējā laikā nebija notikusi sadarbība ne ar vienu Latvijas sportistu. Kā vienu no pēdējām slavenībām Sarmīte pieminēta Kristīni Garklavu, kas ļoti aktīvi piedalās Pasaules Dabas Fonda akcijās un cenšas pēc iespējas vairāk komunicēt ar apkārtējo vidi saistītus jautājumus, jo atzīst to svarīgumu.

Jautājumā par ziņas atlasīšanas principiem, Sarmīte atzīst, ka parasti ar to nodarbojas pati un ar visa biroja palīdzību, kas ir aptuveni 4-5 cilvēki maiņā. Dažkārt interesantas ziņas izdodas dabūt kādos ārzemju portālos, kas ir veltīti dabas aizsardzībai, tādus gadījumus tiek piesaistīti brīvprātīgiem, kas palīdz ziņu iztulkot. Vispār kā ļoti neatņemama Pasaules Dabas Fonda daļa ir brīvprātīgie, kas bieži vien palīdz ziņu atlasīšanā. Sarmīte atklāja, ka vieglāk ir strādāt ar brīvprātīgajiem, kad viņi uzreiz atklāj savus talantus un to ko varētu darīt organizācijas labā.

Bieži vien ziņu cēlonis *facebook* lapā ir PDF pārstāvju atksaite par kādiem paveiktiem projektiem: talkām vai konkursiem. Šad tad tiek komunicētas PDF pārstāvju piedalīšanās kādās radio pārraidēs vai parādīšanās uz TV ekrāniem, kas bieži vien rada ļoti spraigas diskusijas par notiekošo uz ekrāna. Dotajā brīdī PDF ir pret zemkopības ministrijas ieceri kailciršanas jautājumā, tāpēc tiek komunicēta arī interešu aizstāvība, tieši šī ziņa *facebook* lapā ir izraisījusi vienu no lielākajām rezonansēm. Sarmīte smeļoties atbild, ka dažreiz tiek komunicēti vienkārši kaut kādi asprātīgi joki.

Viens no jautājumiem aizskāra tādu tēmu kā projekts *dabasbagatibas.lv*, kas ir tāds vairāk kā pamudinājums cilvēkus iesaistīties ar vidi saistītā aktivitātē, tādā veidā sabiedrība pati veido un izvērtē projekta saturu un iesūtītos materiālus. Projekta būtība ir sekojoša: cilvēkiem bija jāizdomā kura ir tā viņu mīļākā dabas vieta, jāsaplūst ar to jeb kaut kā jāpaslēpjās un tad attiecīgi jānofotografējas, attiecīgi citi cilvēki sāk domāt kur tad viņš ir paslēpies. Katrs PDF projekts ir saistīts ar iepriekšējo, cītīgi vērojot auditorijas reakciju un iesaisti projektos. “Latvijas dabas kanons” un “Dabas deklarācija” ir tie divi projekti, kas sekos pēc *dabasbagatibas.lv*. Tie ir divi projekti, kas veltīti Latvijas valsts simtgadei, tāpēc tiek rūpīgi izstrādāti. Projekta *dabasbagatibas.lv* ietvaros tapa arī pētījums, sadarbībā ar aģentūru TNS, attiecīgi kāda ir cilvēku attieksme pret dabu un kas viņuprāt ir saudzējams. Katrs projekts iesaista kādu ārpus dabas aizsardzības faktoru, kas palielina mērķauditoriju no citām interešu grupām.

Paralēli projektu komunikācijai, PDF rīko arī plašas diskusijas, kas piemēram nesēn bija veltītas dabisko mežu vērtībai Latvijā un kā tos saglabāt pirmatnējā stāvoklī, attiecīgi pareizi sastādīti koki īsti nav tā dabas vērtībā, kur novērtē cilvēki. Sarmīte pasvītro to, ka parasti organizēto diskusiju dalībnieki vairumā pat nav *facebook* lietotāji. Viens no principiem arī ir tāds, ka tiek izmantoti vairāki mediji pasākumu komunikēšanā, tāpēc viens atsevišķs kanāls nekad nav pārslogots ar pārsātināto ziņu.

Jautājumā par politiku, Sarmīte uzsver, ka nākotnē plānota sadarbība arī ar politiskajām partijām, tādā ziņā, lai iekļautu viņu priekšvēlēšanu kampaņās ierakstus ar vides jautājumiem un kā tos būtu jārisina. Vides apziņa kļūst arvien vairāk aktuālāka pēdējā laikā un līdz ar to PDF nozīme kļūst svarīgāka vides jautājumu risināšanā, iespējams drīz arī valsts prezidents pacels šo tēmu.

Sarmīte atzīst, ka tagad, kad notiek diskusijas par meža ciršanas grozījumiem, PDF cenšas sadarboties ar citām vides aizsardzības organizācijām un komunicēt ar Zemkopības ministriju un Vides aizsardzības ministriju, plānveida klātienes tikšanās.

Latvijas Pasaules Dabas fonda organizācija cenšas sadarboties arī ar citām Eiropas organizācijām dažādu ziņu un aktuālu jautājumu popularizēšanā. Viens no tādiem projektiem ir "Gada lauksaimnieks", kas būtībā ir veltīts Baltijas jūras ekosistēmas saglabāšanai, proti konkursa rezultātā tiek atlasīti lauksaimnieki, kas savās saimniecībās nodrošina kvalitatīvu atkritumu pārstrādāšanu un izejvielu utilizēšanu. Šīs ziņas komunikācija īpaši aktuāla ir Baltijas jūras valstu reģionam. Visām PDF organizācijām ir kaut kādi kopīgi materiāli: relīzes un fakti, attēli, ko tad arī var tulkot un pārveidot attiecīgi savas valsts specifikai. Teiksim Eiropas Komisija aicina aizliegt zušu zvejniecību Baltijas jūrā. Sarmīte uzsver, ka ļoti nozīmīga apkārtējās vides jautājumu komunikācija ir teorētiskās zināšanas un zinātniskā saprašana par lietu būtību, tieši šis faktors trūkst "zaļo" organizāciju vidū, tāpēc dažkārt apkārtējo cilvēku attieksme pret "zaļajām" organizācijām ir visai skeptiska. Svarīgi ir izdalīt to, ka tieši PDF piedāvā kādu kompromisu visu situāciju risināšanā, neviens pieņemts lēmums nekad nav radikāli noskaņots, vienmēr diskusijas un dialogi tiek pieņemti, tieši tā arī tiek radīti risinājumi.

Sarmītes novērojumi *facebook* lapas ziņu komunikācijā liecina arī par to, ka daudziem cilvēkiem patīk ziņu komentāros izrakstīt savu dusmiņu un pēc tam tie paliek mierīgāki. Sarmīte atzīst, ka tas ir liels izaicinājums dabūt cilvēkus kaut kādas aktivitātēs, viņi labprātāk vispār nekur nepiedalās. PDF uzskata, ka nekad neaicinās mest ķieģeļus un protestēt, jo tas ir pretlikumīgi un bezjēdzīgi. Tādā ziņā PDF vienmēr cenšas risināt jautājumus demokrātiskā veidā, pārsvarā diskusijās un lekcijās, cenšas iesaistīt cilvēkus talkās: vākt vecu zāli un zāgēt krūmus.

Viena no visperspektīvākajām auditorijām, kas nākotnē varētu sekmīgi aizstāvēt vides organizāciju mērķus ir skolēni, ar kuru vides aizsardzības izglītošanu PDF arī nodarbojas. Piedāvā skolēniem lekcijas un nodarbina kādās videi draudzīgās aktivitātēs, kas izglīto un ļauj bērniem pašiem iepazīties ar visām niansēm. Skolēnu interese un piedalīšanās izglītojošās aktivitātēs ir diezgan liela. Sarmīte atzīst arī to, ka tiek veiktas arī talkas darba kolektīviem, kas veicina kolektīvu saliedētību, kā arī palīdz sakopt apkārtējo vidi. Visas PDF diskusijas, kur Sarmīte ir bijusi, noritējušas labi, jo nāk cilvēki kuri tiešām ir ieinteresēti piedalīties un kuriem tā tēma ir aktuāla. Citām organizācijām mēdz būt ļoti traki, jo uz diskusijām atnāk "trakie", kas pēkšņi sāk kliegt "ķeriet zagļus" un darīt citas lietas, kas bojā iespaidu par pasākumu kopumā parastajiem cilvēkiem, kas varbūt tagad ir skatītāji, bet nākotnē arī plāno piedalīties diskusijās.

Jautājumā par PDF nākotnes medijiem, Sarmīte nav tik droša, jo neviens nezina kas būs tie populārākie mediji pēc 5 gadiem, varbūt situācija koordināli mainīsies, Sarmīte arī nepiekrīt tam uzskatam, ka tradicionālie mediji ir miruši un izsmēluši savu potenciālu, salīdzinoši ar jaunajiem medijiem. Katram medijam ir sava specifika, tradicionālie mediji rada saturu portāliem. Twitteri parasti lieto viedokļu līderi, tāpēc ir vieglāk uzrunāt sev nepieciešamo auditoriju. Instagram arī protams attīstās, bet tas ir interesants atsevišķām personām, vairāk slavenību sociāls tīkls.

Viens no nozīmīgākajiem novērojumiem un atziņām ir tā, ka PDF logotips pasaulē ir diezgan atpazīstams. Sarmīte ar kolēģiem iesmej, ka pasaulē atpazīstamāks varētu būt tika *Coca Cola* un *McDonalds* logotipi.

4.2 Pasaules Dabas Fonda *facebook* lapas ierakstu analīze.

Šī darba empīriskā materiāla būtiskākā daļa ir analīzes tabula, kurā tika izanalizēti 127 ieraksti Pasaules Dabas Fonda *facebook* lapā, kas atspoguļo sevī būtībā visa 2017. gada aktivitātes. Visi ieraksti tika strukturēti pēc vairākām kategorijām.

Būtisks bija ziņu raksturs pēc to publicēšanas veida, proti vai ziņa bija oriģināla, vai arī pārpublicēta no cita resursa, medija vai vienkārši no citas *facebook* lapas. Interesi izraisīja arī personības, kuras tika komunicētas ierakstos. Labi pazīstamu personību parādīšanās mediju ziņu vēstījumā bieži izraisa lielāku disonansi, nekā tukšas ziņas bez konkrētiem vārdiem un nozīmīgiem notikumiem. Cilvēkiem liekas saistošāki notikumi, kas notiek ap viņiem un tajos piedalās plāšās masās labi pazīstami cilvēki.

Ziņu biežums PDF lapā parasti bija atkarīgs no notikumiem, kas notiek apkārtējās vides aizsardzības jomā, kā arī bieži vien tika komunicēti projekti, kas radīti gan ar PDF

palīdzību, gan arī citu organizāciju radīti, bet būtībā temats palika vienmēr viens un tas pats – vides aizsardzība.

Viena no populārākajām lietām PDF ziņu vēstījumos bija hipersaites, jeb “heštegi”, kas bieži vien parādījās ziņojumos un dublējās vairākos vienāda temata ziņojumos, to funkcijas bija saistīt pēc iespējas vairāk uzmanības ziņojumiem un iedrošināt cilvēkus lietot attiecīgās hipersaites, lai popularizētu vēstījumu un nodotu citām auditorijām. “Heštegu” izmantošana ir raksturīga vairākiem jaunajiem medijiem, tāpēc to izmantošana bieži saistās ar aktuālo ziņu komunikāciju, jo meklēšanas režīmā ziņu popularitāte ar attiecīgi izmantotajām hipersaitēm ir ļoti labi pārredzama.

Kā pašu vēstījuma satura analīzes instrumentu tika izmantoti semiotiskie kodi, kas ļāva analizēt gan vizuālos materiālus, gan arī tekstuālos materiālus, kas tika komunicēti vēstījumos

4.2.1 Notikumus skarošo valstu pieminēšanas biežums Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstos

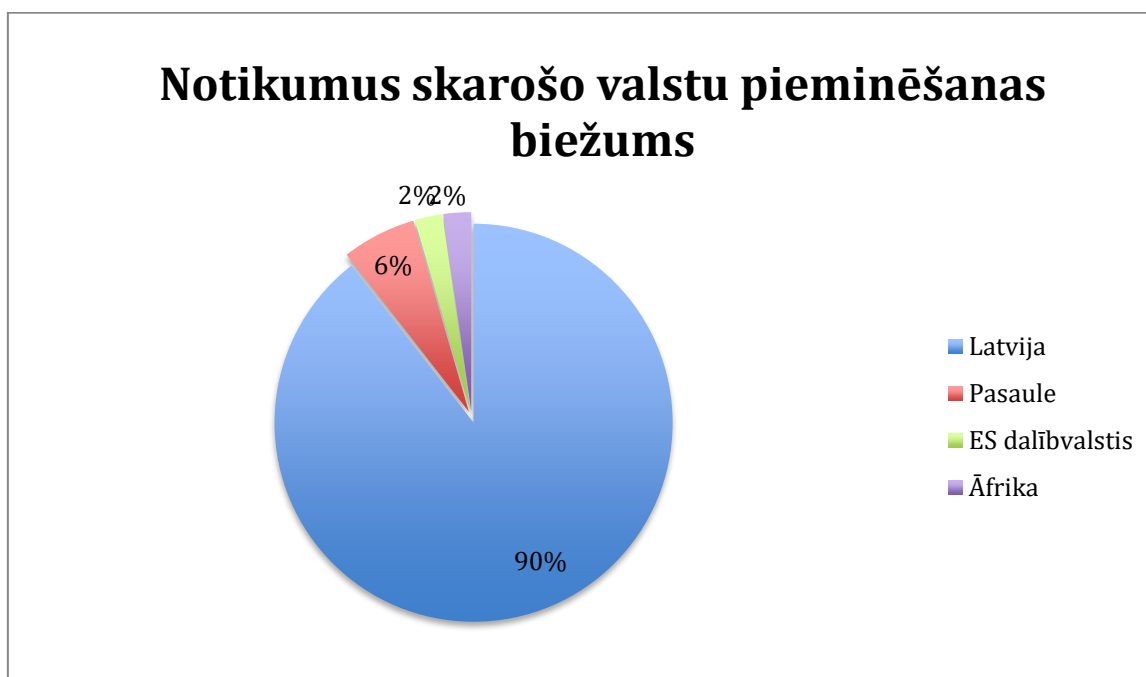
Lielākā daļa vēstījumu, kas tiek komunicēti ir saistīti ar Latviju (90%), proti saistīti ar vides jautājumiem, kas ir aktuāli Latvijas iedzīvotājiem, būtībā to arī var nosaukt par viskomunicētāko zonu PDF ierakstu topā. Vēstījumi vairākumos gadījumos ir saistīti ar Latvijas novados notiekošiem notikumiem, piemēram ar Kaņepes kultūras centru un Ulbrokas vidusskolu, kur Pasaules Dabas Fonda pārstāvji vada lekcijas skolniekiem un izglīto tos vides jautājumos. Darbs ar skolniekiem PDF ir ļoti nozīmīgs, jo intervijā ar Sarmīti Kolāti, viņa raksturo skolniekus kā perfektu auditoriju, kuru iespējams iepazīstināt ar apkārtējās vides draudiem un topošajām problēmām. Viena no populārākajām komunikācijas vietām ir arī Latvijas dabas parki, ierakstos bieži tiek minēti Papes dabas parks un Rāznas nacionālais parks, kur pārsvarā bieži vien notiek organizētas talkas. Dabas sakopšanas talkas arī ir aktuāls temats PDF ierakstos, tiek minētas tādas teritorijas kā Rondu pļavas Kuivižos, sakopšanas talka Ovīšos, Gūtmaņa alu talkas.

Ziņas, kas attiecināmas uz vispasaules līmeni nav bieža kategorija PDF ierakstos (tikai 6%), bet tomēr svarīgākie notikumi apkārtējās vides jautājumu nozarē tiek komunicēti. Pārsvarā tie ir saistīti ar gada pārskatiem dabas aizsardzības jomā, ar teorētiskajiem materiāliem, kas netiek tulkoti latviski, bet ir ļoti noderīgi. Pasaules mērogā tiek komunicēti svētki, piemēram Savvaļas sugu diena un Okēana diena, kas protams nav aktuāla Latvijai, jo tās krastus neapskalo neviens no okeāniem. Viena no svarīgākajām kampaņām, kas tiek komunicēta PDF pasaules mērogā ir «Zemes Stunda», kas ir akcija veltīta elektroenerģijas ietaupīšanai, proti uz vienu stundu pasaulē cilvēki atsakās izmantot jebkuru no elektroierīcēm

un tādā veidā ļauj reģenerēties resursiem, kas tiek nemitīgi izmantoti, lai saražotu šo elektroenerģiju.

ES dalībvalstu vēstījumu komunikācija aizņem tika 3% no visiem 2017.gada ierakstiem, jo tiem piemīt specifisks raksturs un ziņas attiecināmas uz specifiskiem reģioniem ES un specifiskām lielvalstu problēmām-kvotu daudzums, ES zaļākās pilsētas gadabalva, globālā sasilšana. Informācija ir noderīga un tai piemīt teorētiski informatīvs rakstus.

Ziņas, kas saistītas ar Āfriku PDF ierakstos ir minimāla parādība, tikai 2% no visu 2017.gada ziņu kopskaita. Ziņas nav daudz, bet tās ir saistītas tikai ar ļoti svarīgiem jautājumiem, piemēram kā ziloņkaulu tirdzniecība un kontrabanda, kā arī izzūdošo Āfrikas dzīvnieku sugu jautājums. Ziņu ekskluzīvais raksturs piesaista uzmanību, bet nav aktuāls Latvijas iedzīvotājiem. Tādas komunikācijas mērķis ir iepazīstināt ar problēmām, kas nepiemīt Latvijas reģionam, bet ir aktuālas pasaules mērogā

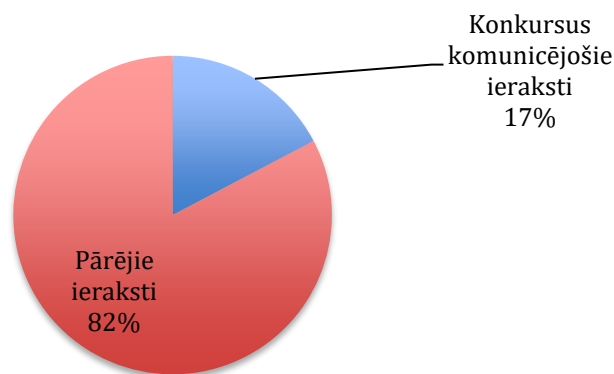


4.2.2.att. Notikumus skarošo valstu pieminēšanas biežums PDF facebook kontā

4.3. Konkursu komunikācijas loma Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos

Kā jau iepriekš tika minēts intervijā ar Sarmīti Kolāti, PDF īsti nenodarbojas ar konkursiem un pasākumiem, kas ir tendēti kaut kādā mērā palielināt facebook lapas sekotāju skaitu, bet tomēr ziņas, kuras komunicē konkursus sastāda 17% no visa ziņu skaita, kas attiecīgi ir piektā daļa no visu ziņu skaita.

Konkursiem veltīto ierakstu attiecība



4.3.1.att. Konkursus komunicējošo ierakstu daudzums 2017.gadā.

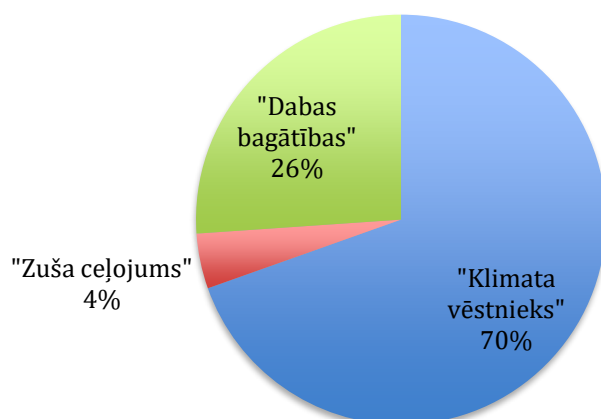
PDF ierakstu saturā var izdalīt trīs būtiskākos konkursus, kas tiek komunicēti ar auditoriju. To raksturs nekādā ziņā nav saistīts ar lapas sekotāju skaita palielināšanu, bet gan tendēts radīt saturu, kas veltīts apkārtējas vides jautājumu komunikācijai.

Pirmo vietu pēc ierakstu procentuālā daudzumu skaita ieņem konkurss “Klimata vēstnieks” (70%). Konkurss iesaista cilvēkus izvēlēties kandidātu no savu paziņu loka, kas velta savu dzīvi vides jautājumu popularizēšanai un citām ar vidi saistītām aktivitātēm. Tādējādi katrā ierakstā veidojas savdabīgs portfolio ar cilvēka datiem un ar vidi saistīto darbību mērķiem un spēkiem, kas tiek ieguldīti to realizēšanai.

Otro vietu ieņem konkurss “Dabas bagātības”, kas ir saistīts ar vietni *dabasbagatibas.lv*. (26%). Kā jau minēja Sarmīte Kolāte intervijā, šis konkurss saistīts ar materiālu, ko veido paši cilvēki, attiecīgi fotogrāfē viens otru mīļākajās dabas vietās un dalās ar šiem fotoattēliem. Butībā tā jēga ir parādīt cik stipri cilvēks spēj saplūst ar apkārtējo vidi, cik stipri cilvēks spēj pielāgoties un iedēties savā iemīļotajā vietā.

Trešā vieta veltīta konkursam, kas domāts skolniekiem - “Zuša ceļojums”. Konkurss veltīts gada dzīvniekiem- zutim. Attiecīgi skolnieki tiek motivēti uzzīmēt zīmējumu ar zuti. Konkurss iepazīstina skolniekus ar tādu mazpazīstamu un retu parādību kā zutis, kuru sastapt Latvijā tiešām ir diezgan grūti, bet bieži vien tas tiek izmantots uzturā, perfekts priekš kūpināšanas un cepšanas.

Butiskāko konkursu komunikācijas ierakstu biežums

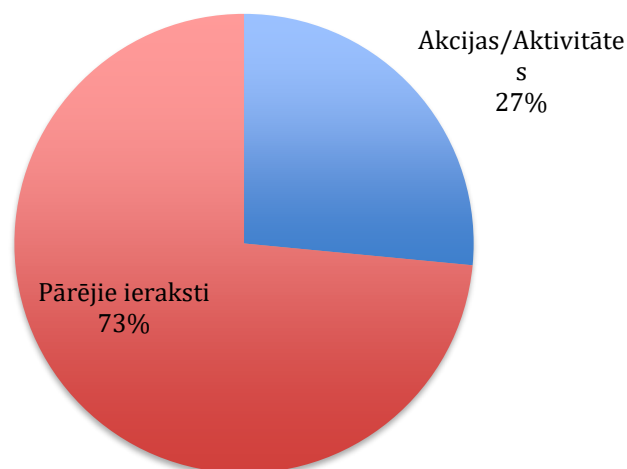


4.3.2.att. Butiskāko konkursu komunikācijas ierakstu biežums.

4.4. Vides akciju un projektu loma Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstos

Vides akciju un citu projektu loma ir nozīmīga PDF *facebook.com* lapas satura daļa, tā kā ieņem 27% no visa komunicētā satura. Būtībā projektu svarīgumu pasvītvoja arī Sarmīte Kolāte savā intervijā, kurā apgalvoja, ka tie notiek diezgan bieži un to komunicēšanā bieži vien piedalās visdažādākie cilvēki. Principā šīs akcijas un aktivitātes bieži vien saistītas ar informatīva rakstura lekcijām un sarunu festivāliem. Bieži vien tiek komunicētas vispasaules akcijas, kurās piedalās tūkstošiem cilvēku. Akcijas pasākumi tiek organizēti gan ar PDF peidalīsanos, gan arī citas vides aizsardzības organizācijas veido savas.

Vides akciju/ projektu ziņu daudzums



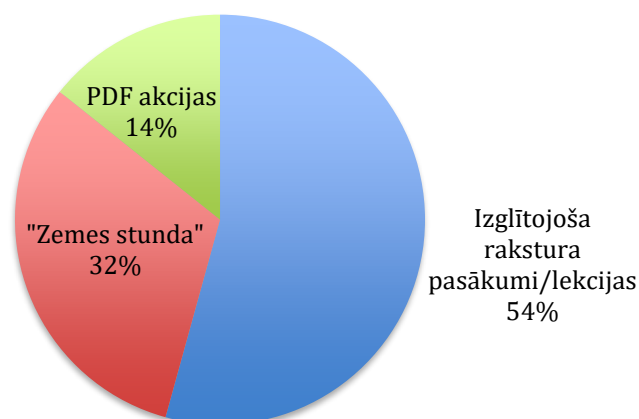
4.4.1.att. Vides akciju/pasākumu loma Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstos

Kā vienu no svarīgākajiem ar vidi saistītu akciju paveidu var nosaukt izglītojoša rakstura lekcijas un pasākumus, kas ar 54 % procentu sadalījumu ieņem pirmo vietu. Būtiska PDF ierakstu daļa saistīta ar lekciju popularizēšanu, kas notiek visā Latvijā, tie ir pasākumi, kas bieži vien notiek ar PDF atbalstu un kuros notiek debates, sarunas par apkārtējas vides jautājumiem. Cilvēkiem tiek piedāvāta lekcijas, kas notiek kultūras centros un akadēmijās visapkārt Latvijā. Parasti ir cilvēki, kas šīs lekcijas novada, tie ir pārsvarā cilvēki ar teorētiskajām zināšanām par dabas procesiem un to mijiedarbību starp ekosistēmām.

Kā otro svarīgāku šo ierakstu veidu kategoriju var izdalīt ar "Zemes stundu" saistītos ierakstus, kas sastāda 32% no šādu ierakstu kopējā daudzuma. Būtībā tiek komunicēta akcija, kas notiek visā pasaulē. Šie ieraksti parasti satur izglītojoša rakstura informāciju par pašu akciju, atgādina par sadarbību ar citām kompānijām, lai popularizētu šo akciju, kā arī vienkārši atgādina par šādas akcijas esamību. Galu galā ieraksti arī informē par akcijas beigšanos un sasniegtajiem rezultātiem, kas tiek attēloti grafiski.

Trešo vietu ieņem izteikti PDF akciju postī, proti speciāli organizēti sarunu festivāli un tādas akcijas kā "Strādā jebkur diena", kas būtībā ir talka un pamudinājums cilvēkus brīvajā laikā doties ārā un palīdzēt sakārtot apkārtējo vidi. PDF rūpejas arī par cilvēku drošības jautājumiem uz ceļa, tāpēc bezmaksas cilvēkiem izdala atstarotājus pie sava ofisa. Šāda tipa akcijas parasti veido CSDD, bet PDF arī aktīvi iesaistās šādos jautājumus.

Ar apkārtējo vidi saistītas akcijas/pasākumu sadalījums



4.4.2.att.Ar vidi saistītu akciju un pasākumu sadalījums.

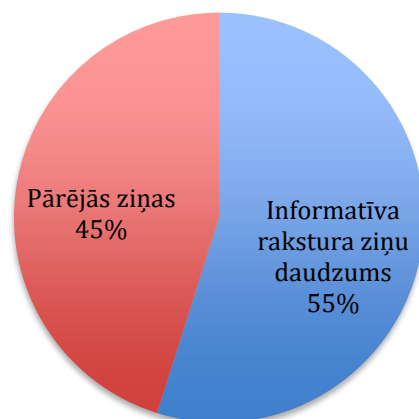
4.5.Informatīva rakstura informācijas sadalījuma loma Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstos

Informatīva rakstura informācija aizņem vairāk par pusi no visa PDF lapas satura (55%).Tā parasti ir visadažādākā satura informācija,bet vienmēr veltīta apkārtējas vides problēmām.Tiek komunicētas vides katastrofas,kas notiek gan Latvijā,teiksim plūdi,gan arī citur pasaulē.Izaicinājumi vides nozarē un klimata pārmaiņas arī ieņem svarīgu lomu PDF komunikācijā,šīs ziņas parasti nav tikai saistītas ar Latvijas teritoriju,bet arī ar pārējo pasauli.Aktīvi tiek komunicēta zinātniska rakstura informācija un testi,kas saistīti ar dabu,parasti tādaj informācijai ir izglītojoši mērķi,cilvēkiem tiek piedāvāts saturs,kas pilnīgi droši satur kvalitatīvu informāciju.

Pasaules Dabas Fonds bieži dalās ar informāciju no citiem resursiem,teiksim no radio raidījumiem vai citām TV pārraidēm,kurās piedalās eksperti vides aizsardzības jomā un dalās ar jaunāko pētījumu rezultātiem un sasniegumiem.

Gada otrās puses tendence ir vairāk komunicēt ziņas saistītas ar valstiskām instancēm,proti ar Saeimas darbībām un Zemkopības ministrijas piedāvātajiem risinājumiem mežu kailcirtes jautājumā.

Informatīva rakstura informācijai veltīts ziņu apjoms



4.5.1.att. Informatīva rakstura ziņu apjoms Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos

Lielāku daļu no informatīvajām ziņām PDF lapā aizņem ziņas, kas saistītas ar kādu notikumu un svētku komunikāciju (21%). Parasti katru svētku ietvaros *facebook* lapā tiek veidots ieraksts ar apsveikumu un pamudinājumiem, šāda tipa ierakstiem ir ļoti viegls raksturs kā arī nekāda atsauce uz citiem resursiem netiek veidota. Attiecīgi notikumu komunikācijas ierakstiem, tiek veidotas atsauces uz pamata resursiem, piemēram Pasaules ekonomikas forums u.c.

Otro vietu ieņem divas zemkategorijas: vides jautājumu komunikācija ar valstiskām instancēm (16%) un posti saistīti ar dzīvnieku populāciju/klimata izmaiņām (16%). Pasaules Dabas Fonds ļoti aktīvi cenšas komunicēt ar valstiskām organizācijām, tiek meklēti kompromisi un lēmumi, kas apmierinātu abas divas puses. Labs piemērs ir mežu kailcirtes jautājums, kurā PDF iesaistās pret Saeimas lēmumu izcirst dabiskos mežus un viņu vietā iestādīt jaunu un sakārtotu koku struktūru, attiecīgi šis ir veselības ekosistēmas jautājums. PDF aktīvi piedalās arī citos Saeimas lēmumu komunikācijā, tiek piedāvāts cilvēkiem iepazīties ar svarīgākajām sēdēm vides jautājumu risināšanā. Dzīvnieku populāciju izmaiņas un klimata izmaiņas bieži vien saistās ne tikai ar Latvijas teritoriju, bet bieži vien arī ar Baltijas jūras reģionu un citām ES dalībvalstīm. Šī informācija ir aktuāla gan Latvijas kontekstā, gan arī visas ES kopsakarā.

Trešo vietu informatīva rakstura informācijas sadalījumā ieņem posti saistīti ar komunikāciju starp sadarbības partneriem un komunikācija veltīta citu mediju un resursu notikumu popularizēšanai. PDF sadarbojas ar dažāda tipa kompānijām, piemēram ar kompāniju "Purenn", kas nodarbojas ar ekoloģisko tīrīšanas līdzekļu ražošanu, attiecīgi Pasaules Dabas

Fonds piedāvā iepazīties ar šīs kompānijas produkciju katalogu, tā kā visa produkcija ir videi draudzīga un nesatur nekādas vielas, kas spēj negatīvi ietekmēt dabu. Uzņēmums "Enefit" ir saņēmis "Zaļā biroja" balvu, tas ir energo-uzņēmums, kura darbinieki aktīvi piekopj sakārtotas apkārtējās vides idejas un pārstrādes politiku, tostarp šķiro atkritumus. Viens no sadarbības partneriem bija arī t.c. "Stockamann", kurš aicināja klientus neizmantot plastmasas maisiņus, bet gan izmantot savu preču transportēšanai preces no dabiskiem materiāliem (auduma maisiņi). Pasaules Dabas Fonda aktīvisti ļoti bieži vien ir radioraidījumu viesi un tiek aicināti kā eksperti dažādās diskusijās un pārraidēs TV ekrānos.

Topošo izaicinājumu skaits sastāda 9% no visu ziņu daudzuma. Tās ir ziņas, kas komunikācijā satur informāciju par Latvijas mēroga problēmām un Baltijas reģiona problēmām, kas tuvākajā laikā varētu izraisīt vislielākās diskusijas starp vides sargājošajām organizācijām.

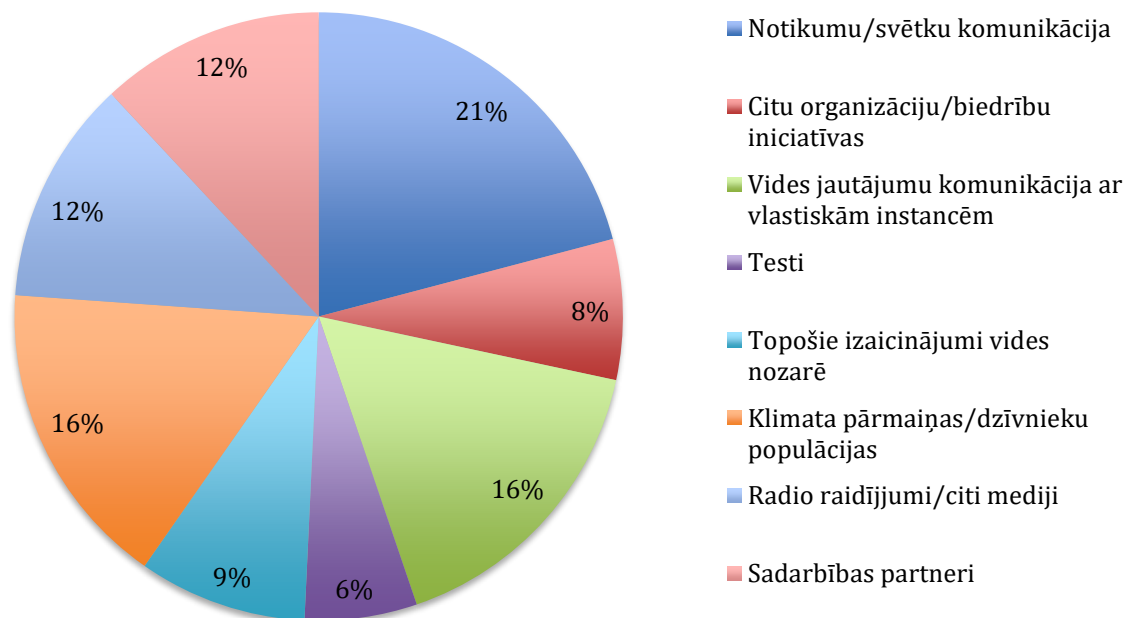
Visniecīgāko informatīvā rakstura ziņojumu skaitu sastāda testi, tikai 6% no visu ziņojumu kopskaita. Piedāvāti testi saistīti ar dažādām problēmām, kas saistītas ar vides jautājumiem, tiem piemīt divas svarīgas funkcijas:

1. Saņemt datus par to, cik sabiedrība ir izglītota nepieciešamajā jautājumā, kas saistīts ar apkārtējo vidi.

2. Aizpildot testu, cilvēks pakāpeniski izglītojas attiecīgajā vides jautājumā, apzinās būtiskākās problēmas un ir spējīgs izvērtēt tos risinājumus, kas var tikt piedāvāti pēc tam.

Informatīva rakstura informācija PDF lapā ir diezgan dažāda rakstura, bet ir tendēta uz to, lai ieinteresētu cilvēkus notiekošajā un piedāvāt katram cilvēkam sadarboties un iesaistīties, proti informācija ir diezgan motivējoša. Viens no svarīgākajiem ietekmēšanas rīkiem ir motivācija, kuru vairo tas fakts, ka visas ziņas šķiet svarīgas un vairākums apdraud to reģionu, kur mēs dzīvojam - Latvijas teritoriju. Liels uzsvars tiek likts uz komunikāciju ar parastajiem cilvēkiem, proti ierakstos tiek pieminēti parasti iedzīvotāji, kas gribu un iesaistās Pasaules Dabas Fonda akcijās un dara to labprātīgi un bezmaksas. Visas šīs akcijas tiek komunicētas kā lielisks laika pavadīšanas pasākums labā kompānijā. Iesaistās gan vecāki cilvēki, gan arī visai jauni, piemēram daudz tiek pieminēti skolnieki, kas aktīvi piedalās pagastu talkās un lekcijās, kuras tiek bezmaksas novadītas ar PDF pārstāvju palīdzību.

Informatīva rakstura informācijas sadalījums



4.5.2.att. Informatīva rakstura informācijas sadalījums Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstos

4.6. Oriģinālziņu un pārpublicētu ziņu sadalījums Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstos

Lielu no visām publicētajām ziņām ieņem pārpublicētās ziņas (38%). Ziņas tiek pārpublicētas no dažādiem resursiem. Resursus būtībā var iedalīt divās lielās grupās, tie ir Latvijas mediji un ārvalstu mediji. Kā jau izriet no intervijas ar Sarmīti Kolāti, ārvalstu mediji bieži vien tiek izmantoti informācijas komunikācijā, jo satur zinātniski pierādītu un kvalitatīvu informāciju, kuru bieži vien ir ļoti grūti atrast latviešu valodā. Vietējie mediji kalpo kā informācijas popularizēšanas rīks, jo dažādiem medijiem auditoriju starpība ir diezgan liela, tāpēc bieži vien tiek pārpublicēta informācija no tādiem lieliem medijiem kā *delfi.lv*, kura auditorija ir diezgan liela un parasti šajā resursā tiek publicēta vissvarīgākā informācija.

Lielu lomu ieņem arī pārpublicēta informācija no klasiskiem medijiem, pieņemsim avīžu rakstu izdrukas un radio pārraižu ieraksti. Parasti klasisko mediju informācija tiek papildināta ar jauno mediju iespējām, teiksim pieliek klāt hipersaiti, lai popularizētu ziņu un to vieglāk varētu izsekot mediju telpā. Dažādu mediju izmantošana ļauj arī komunicēt informācija dažādos veidos, attiecīgi paskatīties no dažādiem skatu punktiem uz vienu un to pašu informāciju, bieži vien telpa, kurā tiek ierakstīta ziņa, diktē ziņas popularitātes faktoru. Ja ziņa tiek ierakstīta populāra resursā, tad attiecīgi arī auditorijas apķērums būs lielāks.

Oriģinālziņas un pārpublicētās ziņas



4.6.1.att. Oriģinālziņu un pārpublicētu ziņu sadalījums Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos

Trešo daļu no visām pārpublicētajām ziņām ieņem ziņas, kas tika pārpublicētas ar ārzemju resursu palīdzību (33% jeb 15 no 46 pārpublicētajām ziņām). Materiāls parasti tika pārpublicēts un iztulkots no būtiskiem ārzemju resursiem, tādiem kā:

1) *wwf.panda.org*; centrālais Pasaules Dabas Fonda informācijas avots, tiek publicēta visa aktuālākā un kvalitatīvākā informācija, kas saistās ar visām PDF organizācijām pasaulē. Tiek piedāvāts milzīgs daudzums ar ilustratīvu un izglītojošu rakstura informāciju.

2) *weforum.org*, Pasaules Ekonomikas forums. Internacionāla un bezpeļņas organizācija, kuras mērķis ir komunicēt notikumus visā pasaulē, kas saistās ar ekonomikas īpatnībām.

3) *theguardian.com*; Viens no lielākajiem Lielbritānijas informatīvajiem portāliem.

4) *politicio.eu*; Portāls, kur var atrast aktuālāko politisko informāciju, kas saistīta tikai ar Eiropas Savienības dalībvalstīm, kā arī ar faktoriem, kas tās ietekmē.

5) *energylivenews.com*; Aktuālākā informācija pasaulē par energo-resursiem un sasniegumiem energo jomā.

6) *euroactiv.com*; Eiropas valstu informatīvais portāls.

7) *youtube.com*; Populārākā video koplietošanas tiešsaistes sociālā tīkla tīmekļa vietne.

Visi ārzemju izmantotie resursi ir angļu valodā un satur informāciju, kas lielākoties ir veltīta ES dalībvalstīm, to aktualitātēm. Viena no interesantākajām parādībām: neviens izmantotais resurss nav krievu valodā, kaut gan tā ir lielākā un ietekmīgākā Latvijas kaimiņvalsts, kuras teritorijā arī ir Pasaules Dabas Fonda filiāles, kas sekmīgi īsteno kampaņas un izvirzītos mērķus. Būtībā PDF izmanto pirmās šķiras ārzemju resursus, kas satur kvalitatīvu informāciju, mazi informatīvie portāli vispār netiek izmantoti. Vairākumam no cilvēka

darbības jomām rietumu valstīs ir veltījušas kvalitatīvu informatīvo portālu (ekonomika, enerģētika, politika).

Pārpublicēto ziņu ar vietējo resursu palīdzību daudzums sastāda 67% no visām pārpublicētajām ziņām. Gandrīz visi no izmantotajiem Latvijas resursiem satur tikai informatīva rakstura informāciju vair arī atsaucas uz izmantotajiem medijiem, tādiem kā radio vai TV pārraides, kā arī avīžu raksti:

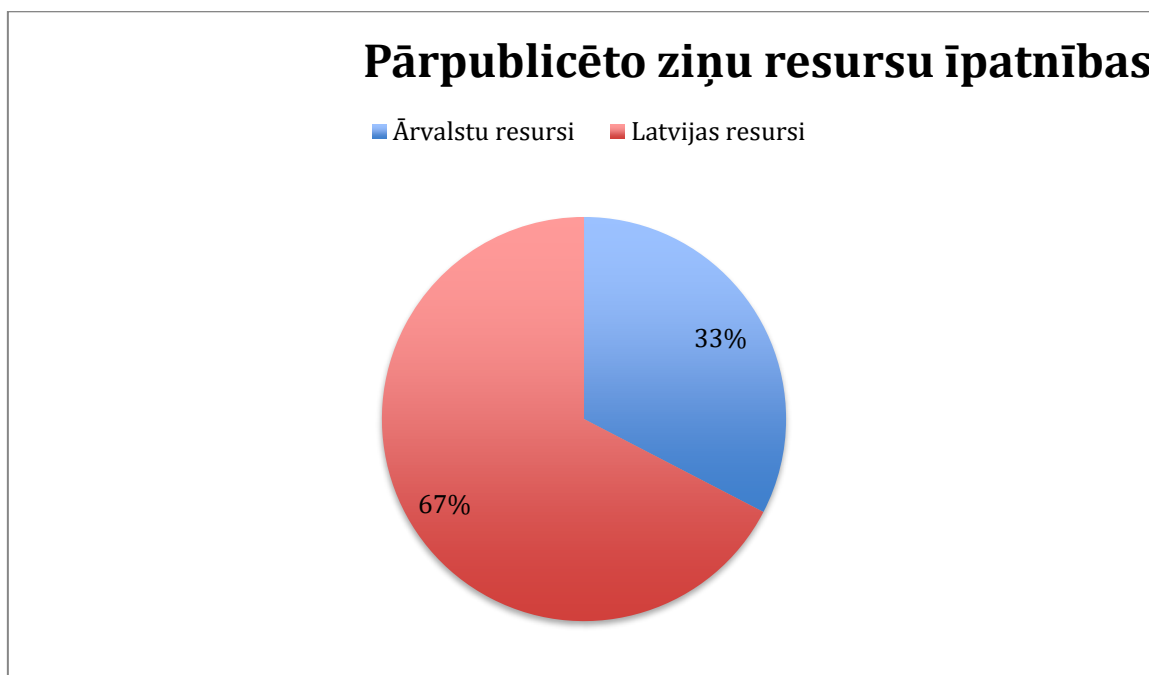
1) *lsm.lv* (lr1); Ziņu portāls, ar kura palīdzību PDF atsaucās uz radio pārraidēm, kurās piedalās vides eksperti, politiķi un citi ietekmīgi šīs sfēras ierēdņi.

2) *delfi.lv*; Viens no lielākajiem un ietekmīgākajiem ziņu portāliem Latvijā, atsaucās uz to pasvīturo ziņas svarīgumu un lielu apķeruma auditoriju.

3) *pdf.lv*; Pasaules Dabas Fonda mājaslapa, kura lielākoties dublē *facebook* lapas svarīgākos ierakstus.

4) *skaties.lv* (*tvplay*); Resurss, kurš tiek izmantots, kad tiek veidotas atsauces uz TV pārraidēm, kurās piedalās PDF vides eksperti un darboņi.

5) *videsfonds.lv*; Nevalstiskas organizācijas mājaslapa, kas nodarbojas ar vides izglītību.



4.6.2.att. Pārpublicēto ziņu resursu īpatnības Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstos

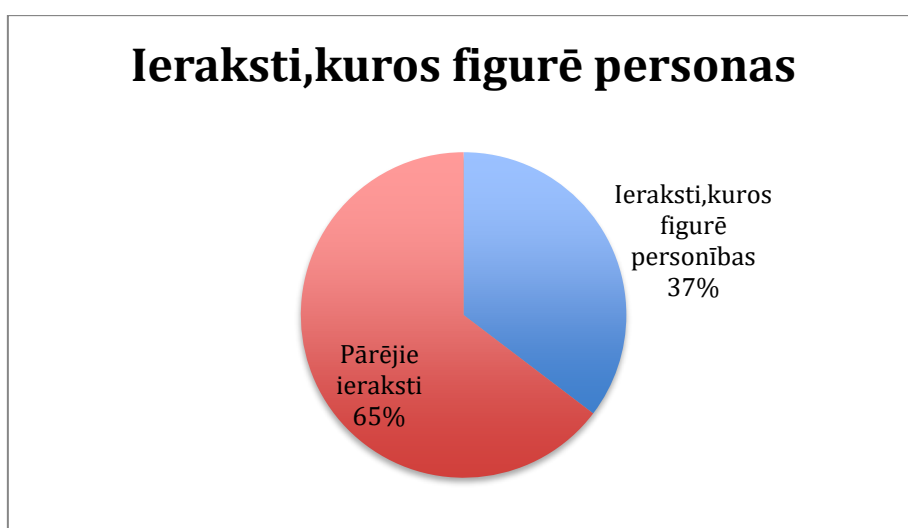
4.7. Personību loma Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstos

Gandrīz trešdaļā no visiem PDF ierakstiem figurē personības un to vārdi (37% no visiem ierakstiem). Personības, kas figurē ierakstos var sadalīt trīs lielās zemgrupās, ar kuru palīdzību vieglāk strukturēt vārdus:

1)Pasaules Dabas Fonda darbinieki, lielākajā daļā ierakstu figurē PDF svarīgāko darbinieku vārdi.

2)Ikdienas cilvēki, figurē ierakstos, kas ir veltīti konkursiem, piemēram konkursam “Klimata vēstnieks” un “Dabas bagātības”. Personām, kas tiek atzīmētas ierakstā parasti ir arī *facebook* profils uz kuru arī tiek noformēta atsauce, nereti šie paši cilvēki arī piedalās publiskās diskusijās un viedokļu apmaiņās.

3)Pētnieki, politiķi, eksperti un mediju personības, kas piesaista uzmanību. Kategorija, kurā pa retam parādās diezgan ietekmīgas amatpersonas un Latvijas ministriju darboņi.



4.7.1.att. Ieraksti, kuros figurē personību vārdi

Biežāk pieminēto personību grupa Pasaules Dabas Fonda ierakstos ir šī paša fonda darbinieki, 40% ierakstu, kuros tiek pieminētas personības, tiek pieminēti PDF darbinieki. Parasti tiek komunicētas darbinieku darbības un aktīvas iesaistes pasākumos, kā arī intervijas, kuros PDF darbinieki piedalās kā eksperti vides aizsardzības jomā. Vieni no visbiežāk pieminētajiem vārdiem:

1) Jānis Rozītis; PDF direktors, kurš piedalās diskusijās un dod intervijas.

2) Elīna Kolāte; PDF Baltijas jūras un saldūdens programmas vadītāja. Elīna ir cilvēks, kas bieži vien vada lekcijas un informē sabiedrību ar ūdeņiem saistītiem jaunumiem: zušu populācijas niansēm, Baltijas jūras reģiona ekoloģiskām problēmām, makšķerņu sezonas uzsākšana.

3) Uģis Rotbergs; Pasaules Dabas Fonda Latvijas nodaļas vadītājs.

4) Kristīne Skrivele; PDF projektu vadītāja.

5) Marko Lambertīni; Centrālā PDF direktors Eiropā.

Pētnieki, politiķi un mediju darboņu vārdi tiek pieminēti 30% ierakstos. Tie ir cilvēki dažādāko sfēru pārstāvji, bet viņus vieno interese par apkārtējās vides jomu:

1) Kristīne Garklava; teležurnāliste un raidījumu vadītāja, kas bieži iesaistās PDF akcijās un pasākumos ar mērķi tos popularizēt un pievilināt vēl cilvēkus.

2) Egīls Levits; politologs.

3) Džineta Dimante; Latvijas Universitātes asociētā profesore un pētniece.

4) Alvis Birnovs; Makšķernieku asociācijas valdes priekšsēdētājs.

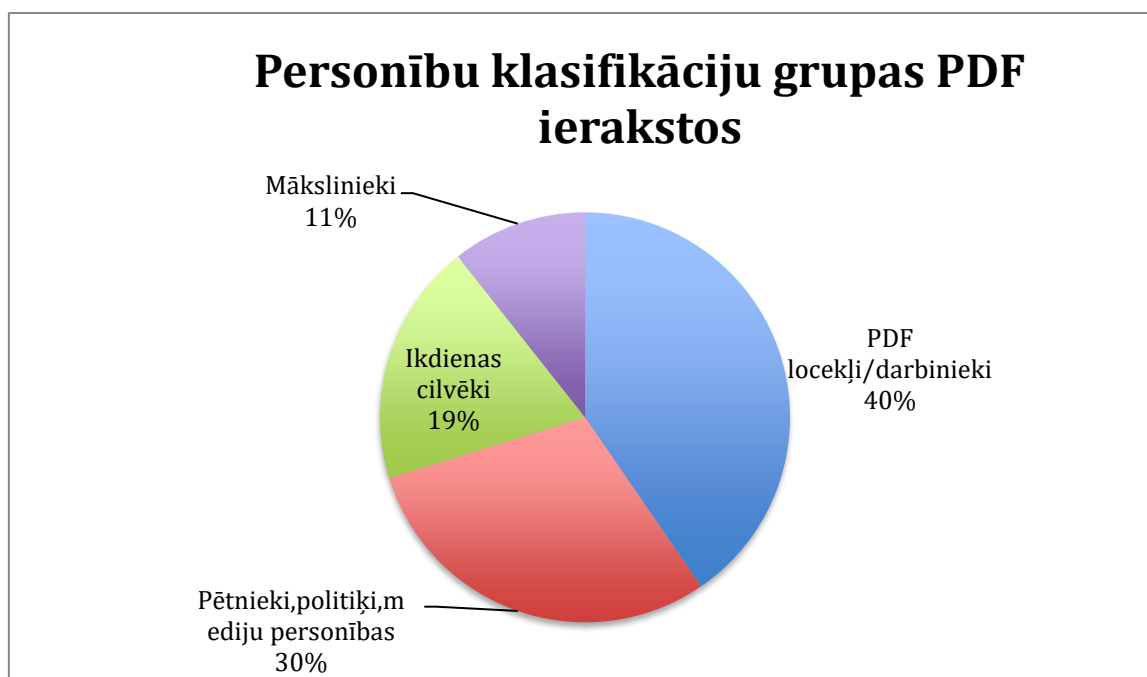
5) Rūta Bendere; Latvijas atkritumu saimniecības asociācijas valdes priekšsēdētāja.

6) Andris Tihomirops; finanšu eksperts.

7) Jānis Dūklavs; zemkopības ministrs.

Ikdienas cilvēku vārdu īpatsvars PDF ierakstos sastāda 19% no visiem ierakstiem, kas satur personību vārdus. Ikdienas cilvēku vārdi tiek komunicēti konkursu ietvaros, lai iepazīstinātu auditoriju ar konkursu dalībniekiem, kas parasti ir no dažādiem Latvijas galiem. Visi konkursa dalībnieki ir dažāda vecuma un darbojas pavisam dažādās cilvēku darbības jomās, bet viņus visus vieno interese par vides aizsardzības jomu.

Mākslinieki tiek pieminēti 11% ierakstos. Tie parasti ir dziedātāji: Kārlis Kazāks, Tīna Šipkēviča un Emīls Kaupers, bet ir arī izņēmums Inese Zandere, kuras vārds pavīd vairākos PDF ierakstos. Rakstniece aktīvi diskutē un piedalās arī organizētās diskusijās, kur pauž savu viedokli kopā ar vides ekspertiem.



4.7.2.att. Personību klasifikāciju grupu biežums Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos

4.8. Semiotisko kodu analīze Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstos

Semiotisko kodu nozīme PDF lapas ierakstos ir diezgan liela, jo gandrīz katrs ieraksts satur vismaz vienu koda veidu, attiecīgi pētījumā visas zīmes tika strukturētas trīs grupās:

- 1) Tekstuālie kodi
- 2) Interpretāciju kodi
- 3) Sociālie kodi

Tekstuālo kodu biežums ierakstos ir diezgan liels, tas ir saistīts ar jauno mediju materiāla specifiku, viens no biežāk izmantotajiem tekstuālajiem kodiem ir hipersaites, jeb "Heštegi", kuri tika pielietoti gandrīz katrā Pasaules Dabas Fonda *facebook* ierakstā. Ziņojumos plaši tika pielietoti arī estētiskie kodi, kas sasaucās ar literatūru un muzikālajiem skaņdarbiem. Stilistisko kodu izmantošanas biežums parādījās katrā ierakstā, proti to noformējumā, teksts gandrīz vienmēr tika sadarbojies ar attēlu. Liels daudzums masu mediju kodu atsaucās uz citiem resursiem, proti ieraksts varēja saturēt video materiālus no TV pārraides, vai arī audio materiālus no kādas radio pārraides, kurā piedalījās kāds vides aizsardzības eksperts. Cilvēku vārdi bija viens no svarīgākajiem izmantotajiem simboliem. Tika veikta populārāko tekstuālo kodu uzskaitē, kas paredzēja hipersaišu sagrupēšanu un analīzi. Visbiežāk izmantotās hipersaites *facebook* lapas ierakstos:

1) #klimatavēstnieks; Hipersaite, kas tika pieminēta 2017. gada ierakstos 12 reizes, šī hipersaite vairākumos gadījumu tika izmantota kopā ar vēl dažām hipersaitēm, lai vairotu sabiedrības uzmanību uz notiekošo konkursu. "Klimata vēstnieks" ir viens no populārākajiem konkursiem Pasaules Dabas Fonda lapa saturā.

2) #Zemesstunda; Hipersaite tika izmantota 10 reizes, palīdzēja vairot un pievērst uzmanību tādai akcijai kā "Zemes stunda", kas notiek katru gadu visā pasaulē. Būtībā akcija motivē cilvēkus atteikties izmantot elektroierīces uz vienu stundu visā pasaulē, lai tādā veidā saglabātu resursus.

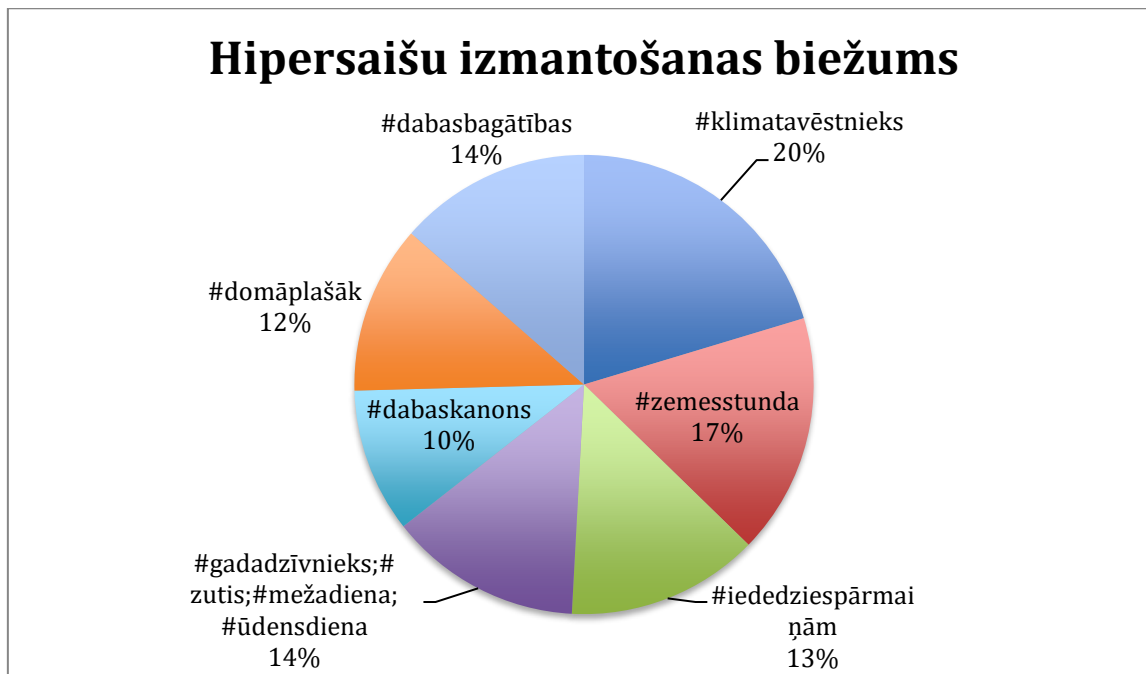
3) #iededziespārmaiņām; Hipersaite tika izmantota 8 reizes, būtībā šī hipersaite satur motivējošu izteicienu, kas iedvesmo cilvēkus nepaļauties garām un piedalīties aktivitātēs, kas varētu izmainīt kaut ko.

4) #zutis; #gadadzīvnieks; #mežadiena; #ūdensdiena; Visi šie heštegi tika pieminēti 2 reizes, tas ir saistīts ar to specifisko raksturu, proti šīs hipersaites nodarbojas ar kāda vienreizēja notikuma popularizēšanu, kas notiek vienreiz gadā un tā svarīgums nav tik būtisks.

5) #dabaskanons; Hipersaite tika izmantota 5 reizes, lai popularizētu konkrētu ierosinājumu.

6) #dabasbagātības; Hipersaite tika izmantota 8 reizes, šīs hipersaites funkcijas bija popularizēt otru populārāko konkursu “Dabas bagātības”, kuram pat ir veltīts atsevišķs resurss *dabasbagatibas.lv*.

7) #domāplašāk; Hipersaite tika pieminēta 7 reizes, motivējošs un kodolīgs izteiciens, kas aicina auditoriju paskatīties uz lietām globāli un kopsakarā.



4.8.1.att. Hipersaišu izmantošanas biežums Pasaules Dabas Fonda facebook ierakstos

Interpretāciju kodu biežums PDF lapā parasti tika saistīts ar cilvēku komunikāciju un dzīvnieku attēlu parādīšanos. Vairākums publikāciju, kas tika izdarītas Pasaules Dabas Fonda lapā satur ilustratīvus fotoattēlus ar cilvēku portretiem. Cilvēku bildes parasti tika komunicētas konkursa “Klimata vēstnieks” kontekstā, kur parādījās nominētie konkursa dalībnieki. Konkursa dalībnieki bija vienkārši Latvijas iedzīvotāji, kas bildēs tika attēloti darot savus ikdienas darbus un atrodoties ikdienas vietās, tas radīja sajūtu, ka par aktīvu vides aktivistu var kļūt jebkurš Latvijas iedzīvotājs bez ierobežojumiem: skolnieks, skolotāja, traktora vadītājs un veikala pārdevēja. Dažāda aroda cilvēkus vienoja viens mērķis - apkārtējās vides jautājumu komunikācija un vides stāvokļa uzlabošana. Bieži vien cilvēki bildēs parādījās kolektīvās kopbildēs, piemēram sakopšanas talkās un masu pasākumos. Kā jau izriet no intervijas ar Sarmīti Kolāti, Pasaules Dabas Fonds nodarbojas arī ar korporatīvo firmu saliedēšanas pasākumu organizāciju. Viena kolektīva ietvaros cilvēki dodas talkot un tādā veidā saliedējas, pie tam vēl padarot apkārtējo vidi sakoptāku.

Uztveres kodi parādījās arī dzīvnieku attēlu komunikācijā. Bieži vien PDF izmantoja attēlus ar sekojošiem dzīvniekiem: pingvīni, pandas, lāči, bites, govīs, aļņi, degunradži un zuši. Pandām kā PDF simbolam vispār ir ļoti svarīga loma fonda komunikācijas viedošanā, tāpēc šis simbols ir ļoti plaši atpazīstams pasaulē un to komunicē visas Pasaules

Dabas Fonda organizācijas pasaulē, kā izriet no Sarmītes Kolātes intervijas, tad panda ir viens no populārākajiem simboliem pasaulē. Attēli ar dzīvniekiem parasti bija augstas kvalitātes un dzīvnieki tika attēloti pāros, attiecīgi ļoti iedarbojās uz cilvēku uztveri. Redzot divas gotiņas un apsveikumu maija svētkos, cilvēkiem uzlabojas garstāvoklis un komunikācijas ziņa paliek ilgāk atmiņā. Princips izmantot divus dzīvniekus komunikācijā bija ļoti izteikts arī tāpēc, ka dzīvnieki simbolizēja vīrišķā un sievišķā klātbūtni dabā.

Atsevišķos gadījumos tika komunicētas ziņas par dabas katastrofām, kur tika ilustrētas konkrētas katastrofas, tostarp plūdi un ūdens piesārņojuma skati. Uztveres kodi lielā mērā parādījās diagrammās un izglītojoša rakstura informācijā, kuru komunicēja PDF, lai ietekmētu auditoriju zinātniski pierādot eksistējošās problēmas.

Sociālo kodu patērēšana PDF ierakstos tiek saistīta ar cilvēku uzvedības indentificēšanu. Bieži vien viņi izrāda žestus un ar mīmikas palīdzību pauž savas emocijas, kas caur attēlu veido priekšstatu par cilvēku emocionālo stāvokli uz doto brīdi. Publiskās diskusijas var arī nosaukt par tādu uzvedības kodu kā rituālu, kuru izpilda cilvēki grupās diezgan periodiski. Katrs šāds rituāls ir veidots ar mērķi popularizēt konkrētu tematu un ar eksperu viedokļu apmaiņu dod cilvēkiem objektīvu skatījumu uz lietām. Kā jau izriet no intervijas ar Sarmīti Kolāti, vides aizsardzības jomā viena no būtiskākajām problēmām ir zinātniskās informācijas adekvāts pielietojums, tāpēc cilvēku attieksme pret vides aizsardzības problēmām ir diezgan skeptiska, jo bieži vien “zaļās” organizācijas pašas neapzinās problēmu būtiskumu dēļ nepareizas un nepārbaudītas teorētiskās informācijas.

Liela loma sociālo kodu komunicēšanā ir talkā, vieno cilvēkus. Talkojot cilvēki gērbjas ērtā apģērbā, kas viņiem ļaus efektīvi kustēties un darboties, šis ir viens no faktoriem, kas ietekmē cilvēku uztveri, jo neviens necenšas parādīt savu pārākumu vai sociālo statusu. Visi cilvēki ir vienādi un šī patēriņa koda ietvaros neviens īpaši neizdalās uz apkārtējo fona. Iesaistīt konkursos un citās vides jomas aktivitātēs ar sociālo kodu palīdzību ir daudz vieglāk, jo katram cilvēkam var atrast lietu, kas uzrunā un motivē.

5.SECINĀJUMI

Viena no svarīgākajām empīriskās daļas daļām bija intervija ar Pasaules Dabas Fonda komunikācijas daļas vadītāju Sarmīti Kolāti. Intervija ar Sarmīti deva ieskatu lietās, uz kurām komunikācijas ceļā tiek likts vislielākais uzsvars. No intervijas izrietēja informācija par tām mērķauditorijām, kuras aktīvi piedalās *facebook* lapas komunikācijā. Izrietēja visperspektīvākā mērķauditorija-skolnieki, ar kuriem var visefektīvāk strādāt vides aizsardzības jomas izglītosnā. Kā arī Sarmīte padalījās ar nākotnes plāniem un turpmākajiem sadarbības partneriem.

Lai nodrošinātu efektīvu komunikāciju PDF izmanto ārzemju teorētisko datu resursus, kurus bieži vien tulko un pielāgo Latvijas situācijām. Aktuāls teorētiskais materiāls latviešu valodā bieži vien iztrūkst. Vislielāko PDF lapas satura daļu ieņem informatīvā rakstura informācija, kas piedāvā cilvēkiem visādas brīvā laika pavadīšanas alternatīvas. Kā arī izrietēja no intervijas ar Sarmīti Kolāti, katram cilvēkam ir iespēja sadarboties ar PDF, atliek tikai ar to sazināties un piedāvāt lietas, kas varētu noderēt organizācijas projektu realizācijai. Viena no PDF lapas īpatnībām ir informācijas pārpublicēšana no citiem resursiem, dažkārt arī no klasiskajiem medijiem, tādā veidā mediji papildina viens otru. Aptuveni trešā daļa no visiem ierakstiem ir pārpublicēti no citiem medijiem. Bieži vien atsauču avots ir ārvalstu mediji.

Viena no svarīgākajām iezīmēm ir hipersaišu izmantošana, kas raksturo PDF kā organizāciju, kas lieliski apzinās jauno mediju radītās priekšrocības ziņu popularizēšanas sfērā. *Facebook* lapas piedāvātās iespējas tiek diezgan aktīvi izmantotas, tiek veidoti konkursi un komunicētas kampaņas, ierakstos tiek atzīmēti cilvēku vārdi.

Par svarīgākajām zīmēm PDF komunikācijā var droši nosaukt cilvēkus un dzīvniekus. Cilvēku esamība komunikācijā aktīvi tiek saistīta ar konkursu dažādību, mērķis ir iedrošināt cilvēkus pēc iespējas aktīvāk piedalīties vides aizsardzības jautājumu popularizēšanā. Cilvēku attēlošana dabiskā vidē ļoti paspilgtināja iespaidu no katras personības, jo to attēli tika iemūžināti darbā un laukos, kur nekas netika samākslots vai padarīts mākslīgi skaists. Viena no raksturīgākajām Pasaules Dabas Fonda iezīmēm komunikācijā: necenšas dabiskas lietas padarīt skaistas, tikai pasvītro jau skaitas lietas izceļot visīpašākās detaļas. Liela daļa ierakstu ir veltīta konkursam "Klimata vēstnieks" dalībniekiem, kas pārsvarā ataino Latvijā dzīvojošo cilvēku vēlmi iesaistīties un motivēt.

Dzīvnieku parādīšanās foto materiālu klāstā parasti saistās ar dzīvnieku simbolisko nozīmi. Dzīvnieki parādās pāros un simbolizē vīrišķā un sievišķā esamību dabā, tādās lietas piesaista cilvēku uzmanību, jo dabas aizsardzība vairāk neliekas tik sveša priekš viņiem.

Dzīvnieku attēli parasti ir ieturēti siltos krāsu toņos un visas bildes ir izteikti augstas kvalitātes. Dzīvnieki tiek attēloti savā dabiskā vidē, netiek samāksloti vai speciāli sagatavoti priekš foto uzņemšanas.

PDF savā lapā aktīvi cenšas sadarboties arī ar citām apkārtējās vides sargājošām organizācijām, kopā īstenot projektus un sadarboties ar valstiskām struktūrām. Par spilgtāko komunikācijas notikumu 2017.gadā var nosaukt meža kailcirtes jautājumu, kas izraisīja plašas diskusijas starp PDF un zemkopības ministriju. PDF savā komunikācijā vienmēr cenšas rast kompromisus un lēmums, kas apmierinās visas puses, nevis tikai vienu. Tādā ziņā PDF ļoti atšķiras no citām “zaļajām organizācijām”, kuru politika un nostājas ir vienmēr radikālas.

Politikas ietekme uz apkārtējās vides jautājumu risināšanu bieži vien tiek kritizēta no PDF puses un tiek piedāvāti objektīvi un zinātniski pierādīti risinājumi situācijām. Bieži vien tiek komunicēti Saeimas lēmumi. Intervijā Sarmīte Kolāte minēja, ka nākotnē plānots sadarboties ar politiskajām partijām un to politiskajās akcijās tiks ieviestas ar apkārtējo vidi saistītas pozīcijas, tas ir saistīts ar politisko partiju ietekmi uz saviem vēlētajiem un lielo uzmanības daudzumu, kas tiek veltīts politikai priekšvēlēšanu kampaņu laikā. Būtībā tā ir lieliska iespēja izreklamēt ar apkārtējo vidi saistītos jautājumus un tos popularizēt.

Pasaules Dabas Fonda ierakstiem piemīt ne tikai izklaidējošs raksturs, tie satur teorētisku un zinātnisku informāciju, kuru cenšas pasniegt publikai atraktīvā veidā. Katrs organizētais konkurss iesaista publiku viedot jaunu mediju materiālu, kas var noderēt nākotnes projektiem un vairot interesi par projektu saturu un vēlamajiem rezultātiem.

IZMANTOTIE INFORMĀCIJAS AVOTI

1. Agejevs, V. (2005). *Semiotika*. Rīga: Apgāds "Jumava".
2. Athique, A. (2013) *Digital media and society*. UK: Polity Press
3. Barts, R. (2006). *Camera luicida. Piezīme par fotogrāfiju*. Rīga: Laikmetīgās mākslas centrs.
4. Berkes, F. (2013). *Sacred Ecology*. New York: Routledge
5. Cox, R. (2010). *Environmental Communication and the Public Sphere*. UK: Sage Publications, Inc.
6. Chandler, D. (2002). *Semiotics. The basics*. UK: Routledge.
7. Kember, S., Zylińska, J. (2012) *Life after New Media*. Massachusetts: Institute of Technology.
8. Kļaviņa, M., Zlokšņis, J. (2011) *Vide un Ilgtspējīga attīstība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
9. Квале, С. (2009) *Исследовательское интервью*. Москва: "Смысл".
10. Калмыков, А. А. (2016). *Интерактивная Гипертекстовая Журналистика в системе отечественных СМИ*. Москва: DirectMedia
11. Logan, R., K. (2010). *Understanding New Media*. New York: Peter Lang.
12. Lester, L. (2010). *Media and Environment*. UK: Polity press. 71.
13. Lindgren, S. (2017). *Digital Media and Society*. London: Sage.
14. Manovičs, Ļ. (2006). *Jauno mediju valoda*. Rīga: Jauno mediju kultūras centrs RIXC.
15. Martinsone, K., Pipere, A., Kamerāde, D. (2016) *Pētniecība: teorija un prakse*. Rīga: "Raka".
16. Sebok, T., A. (2001). *Signs*. Canada: University of Toronto Press.
17. Ozola, E. (2006). *Krāsas. Uztvere un iedarbība*. Rīga: Jumava.
18. Rožukalne, A. (2013). *Kam pieder Latvijas mediji?*. Rīga: Zinātne.
19. <https://www.lifewire.com/what-is-facebook-3486391>
20. Platje, J., Giacomini, M., A. (2001) *Environmental Protection in Baltic Region*. Poland: "Typoscript".
21. Reese, S., D., Gandy, H., O., Grant, A., E. (2001). *Framing Public Life*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
22. Zaļokšnis, J., Kļaviņš, M., Brikše, I., Meijere, S. (2011). *Vides vadība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.

Intervija ar Pasaules Dabas Fonda komunikācijas daļas vadītāju Sarmīti Kolāti.

1)Labdien,Sarmīt!

S.K.Labdien

2)Sāksim ar pirmo jautājumu...Cik ilgi Jūs jau nodarbojaties ar PDF *facebook.com* lapas moderēšanu?

S.K.Es te strādāju tikai 3 mēnešus,līdz ar to arī tik ilgi es arī nodarbojos ar to.

3)Kas notika ar iepriekšējo cilvēku?

S.K.Emmm....(pauze).Viņa vienkārši aizgāja strādāt citur.

4)Kādi varētu būt *facebook.com* lapas vadīšanas principi,vai tās pozīcijas pēc kurām Jums jāvadās,kad Jūs nodarbojaties ar lapas moderāciju?Kā šķirojat informāciju,vai tā ir absolūti brīvā Jūsu izvēle?

S.K.Man pašai bija kaut kāda tāda sajūta par to kā to varētu darīt,nekādas striktas vadlīnijas nav,attiecīgi kas un kur ir jāraksta.Man arī liktos ļoti jocīgi,ja tādas vadlīnijas arī būtu.PDF parasti strādā un komunicē par projektiem,kas notiek un tad vēl ir tā komunikācijas,kas nesaistās ar projektiem,tas ir tas ko mēs(PDF) domājam par aktualitātēm valstī un sabiedrībā.Katram projektam ir prasītas minimālas komunikācijas prasības,kas ir jāizpilda un atsveviškos projektos ir uzstādījumi kā un kas ir jādara.Mēs cenšamies izpildīt ne tikai tās minimālās prasības,bet lai tas ziņojums būtu arī sakarīgs.

5)Tad arī attiecīgi cenšaties iesaistīt auditoriju kaut kādas aktivitātēs un konkursos,varbūt pasākumos?

S.K.Jā,bet konkursiem nav bijis tāds liels akcents,it sevišķi uz tiem konkursiem,kas mudina kaut kā palielināt sekotāju skaitu.

6)Share,like un dabū aifonu? Ar to Jūs tā kā "Nē" ?

S.K.Jā....tādi konkursi nē.

7)Kādas varētu būt tās mēķauditorijas,kuras Jūs cenšaties aptvert?Vai varbūt vairāk jaunieši? Kas ir tie cilvēki,kas parasti seko un dalās ar Jūsu ziņām?

S.K.Mmmm.....Nesen bijām izpētījuši,ka kopumā dabas aizsardzības aktualitātes un vide ir saistošas tēmas visbiežāk vidēja vecuma sievietēm.Vispār tā tendence ir tāda:Jo vecāki cilvēki paliek,jo aktuālāka šī tēma paliek priekš viņiem.Tas ir tas ko pētījumi uzrāda.Cenšamies komunicēt no vienas puses saistošā un vieglā valodā,bet tai pat laikā arī cenšamies sabiedrību izglītēt un paskaidrot kaut kādus vides problēmu aspektus.Skaidrojam zinātniskas lietas kaut kādā vienkāršākā valodā.Citreiz PDF lapā

ievietojam tādu informāciju nevis tāpēc ka tās ir projekta vajadzības, bet vienkārši mums liekas svarīgi, lai cilvēki to zinātu.

8) Varbūt ar laiku šī komunikācija ir kļuvusi vairāk par sirdslietu, nevis tikai darbu? Varbūt Jūsu personiskās intereses arvien vairāk iesaistās procesā?

S.K. Emm... parasti vienmēr esmu strādājusi ar lietām, kas man patīk.

9) Esmu izpētījis, ka PDF ASV atblasta pirmā mēroga slavenības, tādās kā Kristians Beils, Leondaro di Kaprio. Kā ir ar pirmā mēroga slavenībām Latvijā? Vai kāds cenšas ar Jums sadarboties, vai arī paši censāties viņus noķert?

S.K. Kas ir pirmā mēroga slavenības Latvijā?

10) Nezinu, teiksim Leons no Ugunsgrēka...

S.K. Man liekas, ka pirmā mēroga slavenībai būtu jābūt valsts prezidentam.

11) Raimonds Vējonis ir bijis vides aizsardzības ministrs, vai Jūs prāt viņam nebūtu interesanti iesaistīties kaut kādās vides aktivitātēs?

S.K. Nekritizēšu nevienu, bet sapratu par ko Tu domā... Laikam no pēdējām slavenībām varētu izcelt dzejnieci Inesi Zanderi, Daini Īvāns tas ir atmodas laika publicists. Rakstniece Dace Rukšāne, viens no tiem Kaupera dēliem...

12) Kā ir ar sportistiem? Varbūt kāds hokejists, Sandis Ozoliņš?

S.K. Nē, sportisti nav bijuši pēdējā laikā. Ļoti daudz iesaistās Kristīne Garklava.

13) Tātad ir... slavenības ir.

S.K. Smejas....

14) Kas nodarbojas ar informācijas atlasīšanu tieši priekš facebook lapas? Varbūt tev ir kaut kāda brigāde, kuru Tu sūti kaut kur un dod uzdevumu?

S.K. Nu, dažkārt ir tā ka es iesaistu brīvprātīgos, tie ir cilvēki, kurus interesē vides aizsardzība. Dažkārt it arī tā, ka kaut kādos ārzemju portālos esmu pamanījusi interesantu ziņu vides aizsardzības jomā, tad lūdzu cilvēkus viņu iztulkot.

14) Sanāk tā, ka es varu uzrakstīt PDF: "Es gribu būt noderīgs" un tad man operatīvi atradīs pielietojumu, ņemot vērā to ko es māku.

S.K. Jā, bet ļoti noderīgi, kad cilvēks pasaka ne tikai to, ka grib būt brīvprātīgais, bet arī pasaka kādas konkrētas lietas ko māc un grib darīt.

15) Teiksim, esmu santehniķis un tā tālāk?

S.K. Jā, jā. Te birojā parasti esam 4-5 darbinieki uz vietas, sanāk arī tā ka kāds kaut ko pamana, bet pamatā jau visu laiku ir tās aktualitātes par kurām runāt. Šad tad mūsu pārstāvji sniedz kaut kādu informāciju medijiem. Parasti arī notiek atskaites pēc kaut kādiem pasākumiem un talkām. Informējam, ja notiek kaut kādi grozījumi mežu ciršanas

nozārē. Dotajā brīdī PDF ir pret zemkopības ministrijas ieceri un mēs vairāk komunicējam interešu aizstāvības jomā. Dažreiz kaut kas apsrātīgs. (smejas).

16) Pastāsties par *dabasbagatības.lv*?

S.K. Tas ir atsveišķs projekts, kas jau tagad ir noslēdzies. No mūsu puses tas ir tapis, lai kaut kā atzīmētu valsts simtgadi. Mēģinājam mudināt sabiedrību diskutēt par to: "Kas tad ir Latvijas dabas bagātības un kādas sajūtas tās mūsos raisa?". Pēc tam kā rezultāts varētu tapt cits projekts "Latvijas dabas kanons" un "Dabas deklarācija", kuros mēs vienosimies kuras dabas vērtības iedzīvotājiem ir tās svarīgākās. Projekta ietvaros tapa arī pētījums, sadarbībā ar aģentūru TNS, attiecīgi kāda ir cilvēku attieksme pret dabu un kas viņuprāt ir saudzējams.

Būtībā cilvēkiem bija jāizdomā kura ir tā viņu mīļākā dabas vieta, jāsaplūst ar to jeb kaut kā jāpaslēpjas un tad attiecīgi jānofotografējas, attiecīgi citi cilvēki sāk domāt kur tad viņš ir paslēpies. Paralēli mēs Latvijā rīkojam arī diskusijas, kurās diskutējam ar cilvēkiem par īstajām zemes bagātībām un kāpēc tās ir svarīgas. Pacēlām jautājumu par dabiskajiem mežiem, vai tā ir vērtība, vai arī vērtībā ir pareizi sastādīti koki, kuros dabas daudzveidības nav nekādas.

17) Cik aktīvi sanāk iesaistīt cilvēkus šādos pasākumos?

S.K. Cenšamies iesaistīt parasti cilvēkus, kuriem tiešām šādas diskusijas varētu būt interesantas. Varbūt viņi nemaz nav *facebook* lietotāji. Negribas visu laiku vienā medijā kladzināt par vienu un to pašu pasākumu.

18) Kā ir ar politiku dabas aizsardzībā? Vai kāds ar Jums cenšas sadarboties, vai cenšas iesaistīties kopīgās aktivitātēs?

S.K. Tagad, kad notiek diskusijas par meža ciršanas grozījumiem, mēs cenšamies sadarboties ar citām vides aizsardzības organizācijām un mēs protams komunicējam ar Zemkopības ministriju un Vides aizsardzības ministriju, tās ir klātienē tikšanās. Viens no aktīvākajiem *facebook* ierakstiem arī bija saistīts ar šo kailciršu jautājumu. Diskusijas sākās vasaras vidū.

Bieži ir kaut kādas idejas kā kaut ko mainīt vides jomā, bieži vien PDF prasa viedokli sabiedrībai, lai izvērtētu cik tas būtu atbalstāms.

19) Kā ir ar politiskajām partijām?

S.K. Drīz vien arī tiksimies ar pārstāvjiem un vēlētos redzēt politisko partiju priekšvēlēšanu kampaņās ierakstus ar vides jautājumiem un kā tos būtu jārisina. Vides apziņa kļūst arvien vairāk aktuālāka pēdējā laikā un līdz ar to mūsu viedoklis par šo visu kļūst svarīgāks. Iespējams drīz arī valsts prezidents pacels šo tēmu.

20) Vai notiek sadarbība ar citu valstu PDF organizācijām? Varbūt varētu pastāstīt par kādu kopīgu projektu? Kā dalāties ar informāciju?

S.K. Jā notiek, piemēram tagad notiek projekts "Gada lauksaimnieks", tiek organizēts visās valstīs ar piekļuvi Baltijas jūraj, jo tieši ar to ir saistīts jautājums. Organizējam visās šajās valstīs konkursus, meklējam lauksaimniekus, kas mēģina ieviest savās saimniecībās videi draudzīgus risinājumus, lai tas viss ko viņi videi nodara tiktu neitralizēts pareizi un neietekmētu Baltijas jūras ekosistēmu.

Visām PDF organizācijām ir kaut kādi kopīgi materiāli: relīzes un fakti, attēli, ko tad arī var tulkot un pārveidot attiecīgi savas valsts specifikai. Teiksim Eiropas Komisija aicina aizliegt zušu zvejniecību Baltijas jūrā. Notiek vairāk dalīšanās ar informāciju un faktiem, jo šajā jomā ir nepieciešama teorētiska un zinātniski pierādīti informācijas, kas ir ļoti liela problēma. Parasti to arī pārmet visām "Zaļajām" organizācijām. Mēs piedāvājam kaut kādu samērīgu vidusceļu visu vides problēmu risināšanai.

21) Kāda Jūsaprāt ir parasto cilvēku attieksme pret dabas aizsardzības jautājumiem?

S.K. Pētījumi rāda, ka dabas aizsardzība cilvēkiem liekas svarīga un viņi arī gribētu iesaistīties, bet parasti tā arī neiesaistās.

22) Kāpēc tas tā notiek?

S.K. Nē nu tā... cilvēki tagad vispār ir kļuvuši daudz gudrāki. Var redzēt, ka cilvēki izraksta visu savu žulc komentāros un saka, ka ies kaut kur protestēt. Izraksta savu dusmiņu interneta vidē un paliek mierīgāki. Tas ir liels izaicinājums dabūt cilvēkus kaut kādas aktivitātēs, viņi labprātāk vispār nekur nepiedalās.

23) Kas, jūsaprāt varētu motivēt cilvēku iesaistīties aktivitātēs? Teiksim protestēt un mest ķieģelūs?

S.K. Mēs notiekti nevienu nekad neaicināsim mest ķieģeļus, jo tas ir pretlikumīgi un bezjēdzīgi (smejas).

24) Bet vismaz izdarīt kaut ko? Kas varētu motivēt?

S.K. Es nezinu vai piketu forma ir tas kas ir jādara... cenšamies iesaistīt cilvēkus talkās: vākt vecu zāli un zāģēt krūmus. Var strādāt ar skolām, tā ir auditorija kuru varētu izglītēt, jo parasti šādos pasākumos ir vides eksperti, kas visu stāsta. Mēs organizējam talkas darba kolektīviem, kas ir vairāk tādi kā saliedēšanas pasākumi. Cilvēkus var iesaistīt arī izsakot viedokli, tajos pašos sociālajos tīklos, teiksim diskutēt.

25) Vai lielās telpās sakarīgas diskusijas ir iespējamas?

S.K. Visas diskusijas, kur esmu bijusi noritējušas labi, jo nāk cilvēki kuri tiešām ir ieinteresēti piedalīties un kuriem tā tēma ir aktuāla. Mums nav bijušas īsti problēmas, bet

esmu dzirdējusi,ka pie citiem kas organizē diskusijas atnāk “trakie”.Tādi cilvēki kas sāk bļautīties “Ķeriet zagļus”.(smejas)

26)Vai tas parasti notiek ar pusmūža vecuma kundzītēm?

S.K.Esmu pamanījusi,ka parasti vecāki kungi ir tie naidīgākie.

27) Kas varētu būt Jūsu komunikācijas nākotnes medijs?

S.K.Nezinu,varbūt pēc 5 gadiem būs pavisam citi mediji,par kuriem vēl nezinam.Kad esam bijuši radio vai kaut kur citur,cilvēki pēc tam bieži vien zvana un izsaka savu viedokli,ka viņiem liekas svarīgs.Nepiekrītu arī tam,ka tradicionālie mediji ir miruši-tā tas nav.Tradicionālie mediji rada saturu portāliem.Katram medijam ir sava specifika.Twitteri parasti lieto viedokļu līderi,tāpēc ir vieglāk uzrunāt sev nepieciešamo auditoriju.Instagram arī protams attīstās,bet tas ir interesants atsevišķām perosonām,vairāk slavenību sociāls tīkls.

27)Vai būtu patīkami,ja Eltons Džons atbrauktu uz Rīgu ar koncertu un izietu publikas priekšā ar PDF plakātu?

S.K.Iespējams,ka viņš tā arī dara,jo PDF logotips pasaulē ir diezgan atpazīstams.Mēs te ar kolēģiem smejamie,ka Latvijā atpazīstamāks varētu būt tika Coca Cola un McDonalds logotipi.

Paldies Sarmīt!

S.K.Lūdzu.

[2.Pielikums](#)

Analīzes tabula

N	Datums	Ziņa	Vietas	Originālziņa/ Pārpublicēta	Personas	Tekstuālie kodi	Interpretāciju kodi	Sociālie kodi	Funkcijas
---	--------	------	--------	-------------------------------	----------	--------------------	------------------------	------------------	-----------

1	04.01	Ziloņkaula tirdzniecība	Āfrika Ķīna	Pārpublicēta: <i>wwf.panda.org</i>	Bruce Davidson (Fotogrāfs)	Estētiskais kods-ziloņu kauli un mežs fonā. Masu mediju kods-pieminēts preses izdevums.	Uztveres kodi-pelēkas un tumšas krāsas ziņas komunikācijā		Pievērst uzmanību ziloņu malumniecības aizliegšanai. Diezgan nopietna problēma komunicēto valstu kontekstā.
2	05.01	Fona attēli ar dabas skatiem	Konkrētas nav	Pārpublicēta: <i>im.ages.panda.org</i>		Estētiskie kodi:augstas kvalitātes attēli.	Uztveres kodi:augstas kvalitātes attēli ar košām krāsām,kas pievērš uzmanību.	Patēriņa kodi:planšetes, datori un viedtālruni	Pamudinājums izmantot par brīvu izcilas kvalitātes attēlus ar dabas skatiem un dzīvniekiem.
3	06.01	2017. gada izaicinājumi vides nozarē Latvijā,	Latvija	Pārpublicēta: <i>eco.media.lv</i>	Jānis Rozītis(Pasaules Dabas fonda direktors)	Masu mediju kodi:raksts citā resursā.	Uztveres kodi:Attēls ar vientuļu cilvēku, fonā izcils dabas skats ar siltām krāsām.		Pievērst uzmanību vides problēmu risināšanai Latvijā (2017)
4	10.01	Konkurss-«Klimata vēstnieks»	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi»):#klimatavēstnieks #zemesstunda #iededziespārpārmaiņām	Uztveres kodi:Konkursa plakāts ar mulleņu tēla varoni.Mulleņu tēls pārvietojas ar ekoloģisku transportu,kas simbolizē vides vēstnieku.	Uzvedības kodi:tieks komunikēts konkurss un tā noteikumi,kā īpašs rituāls.	Vairost interesi par konkursu,kas veltīts Zemes Stundai 2017. Balvā-dāvanu karte 500 eiro vērtībā veikalā «Ceļotājs»
5	11.01	Pasaules ekonomikas forums	Šveice	Pārpublicēta: <i>we.forum.org</i>	Marko Lambertīni(WWF direktors)	Tekstuālie kodi:raksts citā resursā un valodā.			Vides problēmu komunicēšana pasaules līmenī.

6	12.01	Pirmais pieteikums konkurssam "Klimata vēstnieks 2017"!	Latvija	Orīģinālziņa	"Solis Dabā" dibinātājam – Anna Brokāne. Kristiāna Siliņa.- Annas kolēģe, kas viņu bija nominējusi konkursam.	Hipersaites («heštegi»): #klimatavēstnieks #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām Atsauce uz citu resursu: https://solisdaba.wordpress.com/	Uztveres kodi: Cilvēka portrets, attiecīgi nominētā persona, kā arī biedrības dalībnieku kopbilde. (biedrība «Solis dabā»)	Biedrības locekļu žestipaceltas rokas attēla uzņemšanas brīdī.	Konkursa komunikēšana telpā un cilvēku iedrošināšana nominēt vēl vairāk pretendentu.
7	18.01	Dabas muzeja Zooloģijas ekspozīcijā tiks paziņots 2017. gada dzīvnieks.	Latvija	Orīģinālziņa	Elīna Kolāte: Pasaules Dabas Fonda Baltijas jūras un saldūdeņu programma vadītāja	Estētiskais kods: melna zīme uz balta fona - piesaista uzmanību.	Uztveres kodi: Liela izsaukuma zīme, simbols tam ko neviens nezina.		Iedrošināt cilvēkus ierasties uz gada dzīvnieka balvas piešķiršanu.
8	18.01	Par 2017. gada dzīvnieku pasludināts zutis!	Latvija	Orīģinālziņa		Hipersaites («heštegi»): #gadadzīvnieks #zutis Atsauce uz citu resursu: http://www.la.lv/par-gada-dzivnieku-pasludina-zuti/	Uztveres kodi: ikona-zuša attēls uz balta papīra lapas, kas izceļ dzīvnieka dabīgās formas un krāsas.		Palielināt interesi par pasludināto gada dzīvnieku.
9	19.01	Tests par globālo sasilšanu	Pasaule	Pārbulicēta: <i>theguardian.com</i>		Zinātniskie kodi: aptauja pilna ar termināloģiju.		Uzvedības kodi: iesaiستا cilvēkus piedalīties aptaujā.	Iesaista cilvēkus interesēties par globālo sasilšanu un klimata jautājumiem.

10	19.01	Sabīnes apņemšanās veselu gadu neiepirkties veikalos	Latvija	Pārpublicēta: <i>skaties.lv</i>	Sabīne Koklačova-uzņēmēja		Uztveres kodi: simpātiskas sievietas bilde ar zemāk norādītu saiti uz informācijas avotu	Patēriņa kodi: informācija saistīta ar tādu parādību kā iepirkšanās.	Informē un izklaidē ar ziņu par uzņēmēju un tās apņemšanos
11	19.01	Toms Treimanis-«Klimata Vēstnieka kandidāts».	Latvija	Originālziņa	Toms Treimanis-students.	Hipersaites («heštegi») : #klimatavēstnieks #ze messtunda #iededzies parpārmaiņām Atsauces uz citiem resursiem: https://www.youtube.com/watch?v=F49qPyjTBes Estētiskie kodi: Brīvības pieminēklis fonā (simbols)	Uztveres kodi: Toma Treimaņa fotogrāfija ar ģimeni.		Informē par «Klimata vēstnieka» kandidātu Tomu Treimani.
12	20.01	Lekcija par zušu populācijas īpatnībām Latvijā.	Latvija	Originālziņa	Pasaules Dabas Fonda Baltijas jūras un saldūdeņu programma s vadītāja Elīna Kolāte		Uztveres kodi: Elīna Kolātes attēls. (foto no Latvijas Dabas muzeja)		Informēt un izglītēt cilvēkus par zušu populācijas izmaiņām Latvijā.

13	20.01	Elīna Kolātes komentāri par zušiem žurnālā «Sestdiēna»	Latvija	Oriģinālziņa	Elīna Kolāte	Estētiskie kodi: minēt s laikraksts kā literārs darbs.	Uztveres kodi: Elīna kolātes attēls drukātajā medijā- «Sestdiēna»		Informē par to kā Elinas Kolātes uzstāšanos komentējis cits medijs.
14	23.01	Radio raidījums ar Elīnu kolāti.	Latvija	Pārpublicēta: <i>latvijasradio.lsm.lv</i>	Elīna Kolāte atvijas Makšķernieku asociācijas valdes priekšsēdētājs Alvis Birkovs	Masu mediji kodi: radio izmantots kā informācijas izplatīšanas medijs.			Pasaules Dabas Fonda Baltijas jūras un saldūdeņu programmas vadītāja Elīna Kolāte un Latvijas Makšķernieku asociācijas valdes priekšsēdētājs Alvis Birkovs stāsta par gada dzīvnieku - zuti
15	24.01	Vācijas pilsēta Esene tika pasludināta par Eiropas Zaļo galvaspilsētu 2017	Vācija	Pārpublicēta: <i>en.ergylivenews.com</i>		Hipersaites («heštegi») : #EuropeanGreenCapitalfor2017 #GreenCapital #zaļāgalvaspilsēta Atsauce uz citiem resursiem: http://www.greenljubjana.com/	Uztveres kodi: Vācijas pilsētas Esenes attēls no putnu lidojuma.		Informēt par to, kura Eiropas pilsēta tika pasludināta par zaļāko.
16	25.01	PDF iecerējis veidot Latvijas dabas kanonu	Latvija	Pārpublicēta: <i>tr1.lsm.lv</i>		Masu mediji kodi: radio izmantots kā informācijas izplatīšanas medijs.			Latvija dabas kanona nepieciešamība.

17	27.01	Klimata pārmaiņu sekas	Centrālā Eiropa	Pārpublicēta: <i>euractiv.com</i>			Uztveres kodi: Pludojoša iela ar glābšanas vienību attēlu. (Novērš dabas katastrofas radītās sekas)		Informēt par ekosistēmas izmaiņām un sagādātajiem riskiem šajā sakarā.
18	30.01	«Klimata vēstnieka» konkursa kandidāts Kaimiņš Zaķis Emīls	Latvija	Oriģinālziņa	Kaimiņš Zaķis Emīls-konkursa kandidāts	Hipersaites («heštegi») : #klimatavēstnieks #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām	Uztveres kodi: Emīla attēli.		Informēt par konkursa kandidātu Emīlu Kaimiņu Zaķi.
19	31.01	Iespēja izpildīt testu	Latvija	Pārpublicēta: <i>Lsm.lv</i>			Uztveres kodi: vairāku dzīvnieku attēli, koši spilgtās krāsās.	Uzvedības kodi: iesaista piedalīties aptaujā.	Rada iespējas uzzināt ko vairāk par Latvijas gada putnu, gliemi un dzīvotni
20	03.02	Sadarbība ar ekoloģisko mājas un sadzīves tīrīšanas līdzekļu ražotāju "Purenn"	Latvija	Oriģinālziņa			Uztveres kodi: "Purenn" kompānijas logotips, kas atgādina čiekuru, bet pelēkajos toņos.	Patēriņa kodi: sadzīves lietas.	Turpmāk 1 eiro cents no katra nopirktā "Purenn" produkta tiks ziedots PDF.
21	06.02	«Klimata vēstnieka» konkursa kandidāte Daina Voitāne	Latvija	Oriģinālziņa	Daina Voitāne-konkursa kandidāte	Hipersaites («heštegi») : #klimatavēstnieks #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām	Uztveres kodi: Dainas Voitānes fotoattēls.		Informēt par konkursa kandidāti Dainu Voitāni

22	07.02	«Klimata vēstnieka» konkurss žūrija	Latvija	Originālziņa	LNT rīta raidījuma "900 sekundes" moderatore un televīzijas žurnāliste <u>Kristine Garklava</u>	Hipersaites («heštegi») : #klimatavēstnieks #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām	Uztveres kodi:Kristīnes Garklavas attēli.		Informē par konkursa žūriju-Kristīni Garklavu.
23	14.02	«Klimata vēstnieka» dalībnieks Renārs Purmalis	Latvija	Originālziņa	Renārs Purmalis	Hipersaites («heštegi») : #klimatavēstnieks #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām	Uztveres kodi:Renāra Purmaļa attēli dabā.		Informē par konkursa dalībnieku Renāru Purmali.
24	17.02	Kaņepes kultūras centra piedāvātā aktivitātes	Latvija	Originālziņa			Uztveres kodi:Laiks un datums minēts uz brošūras.		Informē par pasākumu Kaņepes kultūras centrā
25	20.02	Jānis Rozītis un Marija Slaidiņa viesojas Babītes vidusskolā.	Latvija	Originālziņa	Pasaules Dabas Fonda direktors Jānis Rozītis <u>Tetra Pak Latvija</u> Baltijas reģiona Vides projektu vadītāja Marija Slaidiņa	Hipersaites («heštegi») : #klimatavēstnieks #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām	Uztveres kodi:lektors skolēnu priekšā uzstājas.		Informēt par akciju «Zemes stunda»
26	21.02	Tiešraidē Chaula TV	Latvija	Originālziņa	Pasaules Dabas Fonda projektu vadītāja <u>Kristine Skrivele</u>	Hipersaites («heštegi») : #ChaulaLaiks			Informē par tiešraidī ar Kristīni Skrīveli
27	22.02	Konkurss «Zuša ceļojums»	Latvija	Originālziņa		Atsaucas uz http://www.dabasmuzajs.gov.lv/	Uztveres kodi:primitīvs un krāsains zīmējums ar akvareli.	Uzvedības kodi:iesai sta konkurā.	Informē par konkursu Latvijas skolniekiem.

28	24.02	"Dabai draudzīga dzīvesveida vēstnieks sabiedrībā"	Latvija	Oriģinālziņa	Brenguļu pagasta iedzīvotāja Vija Ventsele	Hipersaites («heštegi») : #klimatavēstnieks #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām	Uztveres kodi:Vijas Ventseles attēli.		Informē par konkursa dalībnieci.
29	27.02	Atvērtā lekcija	Latvija	Pārpublicēta:Latvijas Nacionālā bibliotēka			Uztveres kodi:plauktas,kuras tur planētu ar dzīvnieku attēliem.		Informē,ka Dabas aizsardzības pārvalde sadarbībā ar LNB rīko lekciju.
30	28.02	Nogalināto degunradžu skaits Dienvidāfrikā	Āfrika	Atsauce uz: http://wwf.panda.org/wwf_news/			Uztveres kodi:Divi degunradži plāvā.		Informē par degunradžu populācijas draudiem.
31	01.03	PDF ar Mariju Slaidiņu viesojās Ulbrokas vidusskolā	Latvija	Oriģinālziņa		Hipersaites («heštegi») : #klimatavēstnieks #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām			Informē par lekciju Ulbrokas vidusskolā.
32	02.03	Pasaules savvaļas sugu diena	Latvija	Pārpublicēta: <i>varam.gov.lv</i>			Uztveres kodi:plakāts ar uzzīmētiem dzīvniekiem un tekstu,kas uzrunā jauniešus.	Uzvedības kodi:Iedrošina iesaistīties izglītojošās aktivitātēs.	Informē par Pasaules savvaļas sugu dienas pasākumiem Latvijā.
33	03.03	Konkurss «Klimata Vēstnieks»	Latvija	Oriģinālziņa	Konkurss "Klimata vēstnieks" nominants Daini Kreili	Hipersaites («heštegi») : #klimatavēstnieks #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām	Uztveres kodi:Daiņa Kreiļa foto uz Rīgas fona,ielās ar velotransportu.		Informēt par konkursa dalībnieku Daini Kreili.

34	03.03	Pasaules savvaļas sugu diena	Pasaule	Pārpublicēta: www.f.panda.org		Hipersaites («heštegi») : #WorldWildlifeDay	Uztveres kodi: Pandas attēls uz meža fona.		Informēt par Pasaules mēroga notikumu.
35	06.03	«Klimata vēstnieka konkurss nomināte»	Latvija	Originālziņa	Jeļena Golovanova - puķkopības pulciņa vadītāja Bērnu un jauniešu vides izglītības centrā "Rīgas Dabaszinību skola"	Hipersaites («heštegi») : #klimatavēstnieks #zemesstunda #iedeziesparpārmaiņām	Uztveres kodi: Bērnu attēli un nodarbības, ko tie veic, attiecīgi saistītas ar apkārtējās vides izglītības jautājumiem.		Informē par jaunu konkursa dalībnieci.
36	08.03	Zemes Stundas koncerts	Latvija	Originālziņa	Kārlis Kazāks Tina Šipkēviča Pikaso	Hipersaites («heštegi») : #zemesstunda #iedeziesparpārmaiņām	Uztveres kodi: attēls ar globusu.	Uzvedības kodi: iedrošina paviesoties koncertā	Informē par konkursa noslēguma koncerta vietu un laiku.
37	10.03	Zemes Stunda 2017	Pasaule	Originālziņa		Atsauces uz: youtube.com	Uztveres kodi: video materiāls par zemes stundu		Informē un izplata izglītojošu rakstura video par Zemes Stundu.
38	10.03	Zemes Stunda 2017	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #zemesstunda #iedeziesparpārmaiņām #klimatavēstnieks Atsauces uz : http://www.changeclimate.org/en_LV/	Uztveres kodi: Vizuāla laika atskaite līdz Zemes Stundai 2017. Skaitlis 15, kas simbolizē atlikušās dienas		Palielināt interesi par Zemes Stundas nozīmi.

39	11.03	Atstarotāji	Latvija	Originālziņa			Uztveres kodi: no atstarotājiem radīts attēls ar skaitli 60, kas simbolizē 60 minūtes stundā, kuras jāpavada bez elektrības.		Dot iespēju cilvēkiem bez maksas dabūt atstarotājus ar Zemes Stundas akcijas informāciju
40	13.03	«Klimata vēstnieks»	Latvija	Originālziņa	<u>Tetra Pak Latvija</u> Baltijas reģiona Vides projektu vadītāja Marija Slaidiņa Kristīne Garklāva-žurnāliste	Hipersaites («heštegi») : #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām #klimatavēstnieks	Uztveres kodi: žūrijas kodi pie galda izskata materiālu. (melnbaltā bilde)		Informē, ka drīz tiks komunicēta informācija par konkursa uzvarētājiem.
41	15.03	«Klimata vēstnieks»	Latvija	Originālziņa	LU asociēta profesore un pētniece Džineta Dimante	Hipersaites («heštegi») : #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām #klimatavēstnieks	Uztveres kodi: Džinetes Dimantes fotoattēls.		Informē par nominēto konkursa dalībnieci.
42	16.03	«Klimata vēstnieks»	Latvija	Originālziņa	Iveta Piese	Hipersaites («heštegi») : #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām #klimatavēstnieks	Uztveres kodi: Triju sieviešu kopbildu uz meža fona.		Informē par nominēto konkursa dalībnieci.
43	17.03	Zemestunda 2017	Latvija	Pārpublicēta: <i>pārgaujas novads (facebook lapa)</i>		Hipersaites («heštegi») : #zemesstunda #pārgaujasnovads #iededziesparpārmaiņām			Informē par pasākumu Zemesstunda 2017 Pārgaujas novadā.

44	17.03	«Klimata vēstnieks»	Latvija	Originālziņa	Annele Slišāne	Hipersaites («heštegi») : #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām #klimatavēstnieks	Uztveres kodi: tiek reklamēti tekstildarbi, kas ir veidoti no dabai draudzīgiem materiāliem. (2 bildes ar paraugiem)		Informē par nominēto konkursa dalībnieci.
45	18.03	Atkritumu pārstrādes līmenis Latvijā	Latvija	Pārpublicēta: <i>politicio.eu</i>			Uztveres kodi: divu lāču attēls dabiskā vidē		Informē par Latvija dabas stāvokli. (ES komisijas ziņojumā)
46	18.03	«Klimata vēstnieks»	Latvija	Originālziņa	RTU Elektrotehnoloģiju datorvadība maģistra students <u>Ar tūrs Brīdaks</u>	Hipersaites («heštegi») : #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām #klimatavēstnieks	Uztveres kodi: cilvēku pūļi dabā un konkursa dalībnieka bilde, kurā viņš iedrošina cilvēkus darboties.		Informē par nominēto konkursa dalībnieku.
47	20.03	Zemess tunda 2017	Latvija	Pārpublicēta: <i>Earth Hour</i> (facebook lapa)		Hipersaites («heštegi») : #iededziesparpārmaiņām #zemesstunda	Uztveres kodi: jaunieša bilde ar ieskaņotu Zemes Stundas akcijas logotipu.	Uzvedības kodi: iedrošina cilvēkus mainīt savas profila bildes filtru, attiecīgi pievienot akcijas logotipu.	Aicina cilvēkus iesaistīties savas profila bildes uzlabošanā.

48	20.03	Zemess tunda 2017	Latvija	Pārpublicēta: <i>Copypro</i> (facebook lapa)		Hipersaites («heštegi») : #iededziesparpārmaiņām #zemesstunda		Uzvedības kodi: iedrošina cilvēkus piedalīties konkursā	Aicina cilvēkus piedalīties konkursā, sadarbotā ar Copypro
49	21.03	Zemess tunda 2017	Latvija	Pārpublicēta: <i>Limbažu jauniešu centrs</i> (facebook lapa)		Hipersaites («heštegi») : #iededziesparpārmaiņām #zemesstunda	Uztveres kodi: meitenes bilde ar Zemes stundas akcijas datumu un laiku.		Informē Limbažu jauniešus par Zemes stundas akciju.
50	21.03	«Klimata vēstnieks»	Latvija	Oriģinālziņa	Paulīne Latsone	Hipersaites («heštegi») : #zemesstunda #iededziesparpārmaiņām #klimatavēstnieks	Uztveres kodi: Jaunas meitenes bilde dabā		Informē par nominēto konkursa dalībnieci.
51	22.03	Starptautiskā Meža diena dibināšana	Latvija	Oriģinālziņa		Hipersaites («heštegi») : #mežadiena #pavasaris	Uztveres kodi: ar muguru vērsti pret kameru cilvēku pastaigājās mežā.		Aicina cilvēkus pastaigāties mežā
52	23.03	Pasaules ūdens diena	Pasaule	Pārpublicēta: <i>worldwaterday.org</i>		Hipersaites («heštegi») : #worldwaterday Atsauce uz UNESCO Latvijas mājaslapu.			Informē par pasaules ūdens dienas akciju

53	23.03	Pasaule tiek atzīmēta Starptautiskā Ūdens diena	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #ūdensdien a #ūdens	Uztveres kodi:zīmējus ar automobili un ūdens šļūteni,kas to mazgā.		Informē par pasaules ūdens dienas akciju
54	24.03	Atgādinājums par to,ka tiks svinēta Zemes Stunda,	Latvija	Originālziņa			Uztveres kodi:Vecmodīga lampa,kuru darbina svece.(simbols tam,ka bez elektrības var izgaismot sev ceļu.)		Informē par Zemes stundas akciju.
55	24.03	Zemes stunda 2017	Latvija	Pārpublicēta: <i>tvplay.skaties.lv</i>	<u>Pasaules Dabas Fonda</u> Latvijas daļas vadītājs Uģis Rotbergs	Hipersaites («heštegi») : #ZemesStunda Mediju kodi:atsauce uz televīzijas pārraidi.			Informē par TV pārraides svarīgumu.
56	25.03	Saeimā jau devīto gadu piedalīsies Zemes Stundā	Latvija	Pārpublicēta: <i>bn.lv</i>			Uztveres kodi:valsts ēkas attēls.		Informē par Saeimas darbībām.
57	25.03	Zemess tunda jau pēc 15 minūtēm	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #ZemesStunda	Uztveres kodi:panda kā PDF organizācijas simbols informē par akcijas drīzu sākšanos.		Informē par Zemes Stundas akcijas norises laiku.

58	25.03	#zemesstunda Latvijā noslēgusies	Latvija/Pasaule	Pārpublicēta: <i>del.fi.lv</i>	Pasaules Dabas Fonda vēstniece <u>Kristine Garklava</u>	Hipersaites («heštegi») : #ZemesStunda	Uztveres kodi:pasaules lielākas galvaspilsētas tumsā.		Informē par akcijas noslēgšanos.
59	29.03	Rīgas cirks	Latvija	Pārpublicēta: <i>del.fi.lv</i>			Uztveres kodi:cirka lācis.		Informē par izmaiņām cirka darbībā.(Aizliegums izmantot savvaļas dzīvniekus)
60	10.04	zvejas rīku izmantojumu iekšējos ūdeņos un to ietekmi uz zivju populāciju	Latvija	Pārpublicēta: <i>lr1.lsm.lv</i>	Latvijas Makšķernieku asociācijas valdes priekšsēdētājs Alvis Birkovs				Informē par zvejas rīku izmantošanu zvejas sezonas laikā.
61	10.04	Inese Zandere stāsta, ko viņai nozīmē Latvijas daba	Latvija	Pārpublicēta: <i>youtube.com</i>	Dzejniece:Inese Zandere	Mediju kodi:atsauce uz populāro resursu <i>youtube.com</i>			Informē par dzejnieces pozīciju attiecīgi Latvijas dabas jautājumiem.
62	11.04	Vides kvalitātes saglabāšanas jautājumi Saeimā	Latvija	Pārpublicēta: <i>youtube.com</i>	politologs Egils Levits	Mediju kodi:atsauce uz populāro resursu <i>youtube.com</i>			Informē par to kā Saeimā cīnās par vides kvalitātes saglabāšanu.
63	12.04	Priecīgas Lieldienas vēl Pasaules Dabas Fonds	Latvija	Originālziņa			Uztveres kodi:dzīvnieku attēls gaišos toņos.		Sveicina cilvēkus tuvojošajos svētkos.

64	12.04	Aicina uz diskusiju "Latvijas simtgades dabas deklarācija"	Latvija	Originālziņa	Uģis Rotbergs, Pasaules Dabas Fonda valdes priekšsēdētājs	Hipersaites («heštegi») : #dabaskanos		Uzvedības kodi:iedrošina cilvēkus piedalīties diskusijā.	Informē par publisku pasākumu.
65	21.04	Eiropas Komisija šobrīd gatavo Kopējās lauksaimniecības politikas reformu	Latvija	Pārpublicēta: www.f.eu		Hipersaites («heštegi») : #LivingLand	Uztveres kodi:bitevāc medu no saulespuķes.		Aicina iepazīties ar informāciju PDF mājaslapā.
66	25.04	Latvijas Ornitoloģijas biedrības iniciatīva	Latvija	Originālziņa.		Hipersaites («heštegi») : #ParPutnuDzīvi Atsauce uz manabalss.lv	Uztveres kodi:pūces foto.		Aicina cilvēkus parakstīt petīciju.
67	26.04	Sveicam Starptautiskajā Pingvīnu dienā	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #WorldPenguinDay #StopClimateChange	Uztveres kodi:divu pingvīnu fotoattēls.		Sveiciens pingvīnu dienā.
68	28.04	Pasaules Dabas Fonds novēl skaistus Maija svētkus!	Latvija	Originālziņa			Uztveres kodi:gotiņas gaišos krāsu toņos		Sveiciens maija svētkos.

69	03.05	Melnie degunradži tiek atgriezti Ruandā	Āfrika	Pārpublicēta: <i>the guardian.com</i>			Uztveres kodi:divu degunradžu kopbilde džungļos		Informācija par Ruandas degunradžu sugas atjaunošanu.
70	03.05	Pētījums "Latvijas dabas aizsardzība"	Latvija	Oriģinālziņa		Hipersaites («heštegi») : #dabaskanos Atsauce uz: <i>tms.lv</i> datiem	Uztveres kodi:diagrammas ar informāciju par Latvijas dabas lielākajām vērtībām.		Pētījuma rezultātu publiskošana.
71	09.05	Savvaļas dzīvnieku izmantošanas aizliegumu cirkos	Latvija	Oriģinālziņa		Atsauce uz: <i>Dzīvnieku brīvība(facebook lapa)</i>	Uztveres kodi:lācis,kas brauc ar divriteni,simbolizē dzīvnieku izmantošanu cirkos.	Patēriņa kodi:netipisks dzīvnieka apģērbs:kleita un cepurīte	Informē par to,ka Saeima otrajā lasījumā skatīs likumprojektu par savvaļas dzīvnieku izmantošanas aizliegumu cirkos
72	10.05	dabas parkā "Pape" šobrīd ligzdo lielie dumpji	Latvija	Pārpublicēta: <i>LD F.lv</i>		Atsauce uz: <i>dabasdati.lv</i>	Uztveres kodi:Putnu attēls dabas parkā		Informācija par putnu migrāciju.
73	12.05	PDF lekcija kuldīgā priekšskolniekiem	Latvija	Oriģinālziņa			Uztveres kodi:cilvēks pandas kosīmā,kas simbolizē PDF logotipu(melnbaltā panda)		Informē par PDF aktivitātēm.

74	16.05	Pasaules Dabas Fonda organizēta diskusija "Latvijas simtgades dabas deklarācija"	Latvija	Pārpublicēta: <i>Liepu.lv</i>		Hipersaites («heštegi») : #dabaskanos #LV100			Informē par notiekošo lekciju Liepājas Universitātē
75	16.05	26. maijā jau sestoreizi notiks Strādājebkur! diena.	Latvija	Oriģinālziņa		Atsauce uz: laikraksts «Diena» Masu mediju kods: minētās preses izdevums.	Uztveres kodi: Vīrietis sēž uz soliņa ar avīzi rokās (Pandas logotips aizmugurē)		Informē par notiekošo aktivitāti.
76	17.05	Augu aizsardzības diena	Latvija	Pārpublicēta: <i>botanika.lu.lv</i>			Uztveres kodi: plakāts ar informāciju par pasākuma programmu un ieejas maksām		Informē par notiekošo augu aizsardzības dienas pasākumu
77	19.05	Augu aizsardzības diena LU Botāniskajā	Latvija	Oriģinālziņa		Hipersaites («heštegi») : #domāplašāk	Uztveres kodi: vides lobiste, kas stāsta un izglīto bērnus bildē.	Ķermenis kais kods: Organizācijas locekle vēlas rast kontaktu ar bērniem bildē	Informē par notiekošo pasākumu botāniskajā dārzā

78	22.05	Bioloģiskās daudzveidības diena!	Latvija	Orģinālziņa		Hipersaites («heštegi») : #papedabasparks #pape #zirgi #LIFE Atsauce uz fotogrāfijas autoru: Gaston Lacombe(http://www.gastonlacombe.com)	Uztvere kodi:bilde ar diviem zirdziņiem.		Sveic Bioloģiskās daudzveidības dienā
79	25.05	Metodiskais materiāls, kas palīdz iepazīt vides aizsardzības tēmas	Latvija	Pārpublicēta: videsfonds.lv		Hipersaites («heštegi») : #Ekoskolas Atsauce uz: <u>Vides izglītības fonds (FEE Latvia)</u>			Aicina iepazīties ar metodisko materiālu.
80	26.05	Kultūras Akadēmijas konference "Zināt Māksla"	Latvija	Orģinālziņa	Uģis Rotbergs	Hipersaites («heštegi») : #dabaskanos Atsauce uz:Latvija Kultūras akadēmija	Uztveres kodi:cilvēka smadzenes,kas atrodas statīvā priekš globusa.		Informē par konferences laiku un vietu.
81	30.05	Aizsargājamās dabas teritorijas	Latvija	Pārpublicēta: www.f.eu			Uztveres kodi:Aļņa bilde gaišos toņos.		Aicina iepazīties ar aizsargājamāmdabas teritorijām Latvijā.

82	05.06	Pasaules vides diena	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #dabasparkspape #pape #papeszirgi #pasaulesvidesdiena #worldenvironment day	Uztveres kodi:savvaļas zirgu fotoattēls		Aicinājums šodien pabūt kopā ar dabu (doties kaut kur)
83	08.06	8. jūnijā tiek atzīmēta Pasaules okeāna diena.	Pasaule	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #pasaulesokeānadiena #SaveOurOcean Atsauce uz : http://edition.cnn.com/	Uztveres kodi:okeāna bilde no putna lidojuma		Informē par Pasaules Okeānu dienu.
84	12.06	Ar talku Siguldā, Gūtmaņa alas teritorijā, tiek atklāta dabas aizsardzībai veltītu brīvdienu kustība	Latvija	Pārpublicēta: <i>pdf.lv</i>		Hipersaites («heštegi») : #pdf #lvafa #dabasbrīvdienas	Uztveres kodi:bērnu rosība.	Uzvedības kodi:bērni piedalās aktivitātēs,kuras nodrošina vairākas organizācijas.	Dabas Fonds ar Coca-Cola HBC Latvija un Latvijas vides aizsardzības fonda atbalstu uzsāka kustību “Dabas aizsardzības brīvdienas”.

85	13.06	Energo uzņēmums Enefit iegūst "Zaļā biroja" sertifikātu!	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #zaļaisbirojs #Enefit #pdf Atsauce uz:pdf.lv	Uztveres kodi: Enefit Latvija logotips.		Informē par uzņēmuma Enefit Latvija notikumiem(Enefit Latvija ir izpildījis nepieciešamos nosacījumus, lai kļūtu par "Zaļo biroju" un ieviestis Pasaules Dabas Fonda (World Wide Fund for Nature, WWF) izstrādātus pārvaldības principus)
86	21.06	sarunu festivāls "Lampa"	Latvija	Originālziņa	<u>Uģis Rotbergs</u> , Pasaules Dabas Fonda valdes priekšsēdētājs un dabas advokāts <u>Kaspars Vanags</u> , ABLV Charitable Foundation mākslas projektu vadītājs	Hipersaites («heštegi») : #dabasbagātības #LV100	Uztveres kodi: uzraksts «Latvijas simtgades deklarācija»		Uzrunā publiku ierasties uz notiekošo sarunu festivālu «lampa»
87	21.06	Uģis Rotbergs par dabas kanonu.	Latvija	Originālziņa	Uģis Rotbergs	Hipersaites («heštegi») : #dabaskanons			Intervija ar Uģi Rotbergu
88	22.06	Lustīgu līgošanu vēl Pasaules Dabas Fonds un dabas parks "Pape"	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #Pape #zirgi #priecīgussvētkus	Uztveres kodi: zirga attēls mežā		Sveic Līgo dienā!

89	27.06	Radio raidījums	Latvija	Pārpublicēta:Latvija Radio 1	Ugis Rotbergs, Latvijas Makšķerēju asociācijas valdes priekšsēdētājs Alvis Birkovs Latvijas Atkritumu saimniecības asociācija" valdes priekšsēdētāja Rūta Bendere	Hipersaites («heštegi») : #Zināmais Nezināmajā	Uztveres kodi:6 dabas skatu fotogrāfijas.(augstas kvalitātes) Foto: <u>Nauris Briedis</u>		Informē par radio raidījumu,kur piedalās varāki eksperti.
90	30.06	Sarunu festivāls	Latvija	Originālziņa	Pasaules Dabas Fonda direktors Jānis Rozītis	Hipersaites («heštegi») : #Lampa #Spuldze #dabaskanons	Uztveres kodi:cilvēki aplī diskutē par kaut ko.(foto materiāls)		Informē par sarunu šova dalībniekiem.
91	12.07	<i>Enefit Latvija</i>	Latvija	Originālziņa		Atsauce uz: <i>Enefit Latvija</i> (facebook lapa)	Uztveres kodi:kolektīva bilde		Informē par uzņēmuma kļūšanu par «Zaļo biroju»
92	14.07	<u>Latvijas reģionu televīzijas raidījums Re:TV</u>	Latvija	Pārpublicēta: <u>Latvijas reģionu televīzija Re:TV</u>		Hipersaites («heštegi») : #Esvarubūt zaļš #ReTV #Latvija svidesaižsardzībasfonds #LVAF #Pasaules DabasFonds #Zaļābirojasertifikāts Atsauce uz: Re:TV			Informē par raidījumu Latvijā reģionu televīzijā

93	17.07	Zemko pības ministrija plāno plašas kailcirtes piekrastes priežu mežos pie Baltijas jūras.	Latvija	Orīginālziņa		Hipersaites («heštegi») : #nēkailcirtēm	Uztveres kodi:piejūras dabas ainava melnbaltos toņos ar koši zilās krāsas heštegu		Protests pret zemkopības ministrijas lēmumiem.
94	27.07	Dabas sakopšanas talka Rāznes nacionālā parka teritorijā	Latvija	Orīginālziņa		Hipersaites («heštegi») : #dabasbrīvdienas	Uztveres kodi:cilvēki ar grābekļiem kopj laukus.Brīvā dabā vāra zupu/biezputru		Noslēgusies dabas sakopšanas talka Rāznes nacionālā parka teritorijā
95	01.08	Aicina piedalīties jaunajā projektā "Dabā. Es esmu"	Latvija	Orīginālziņa		Hipersaites («heštegi») : #AtrodiMani#DabasBogatības	Uztveres kodi:cilvēks akvalangista kostīmā uz jūras fona (augstas kvalitātes attēls)	Uzvedības kods	Aicina piedalīties projektā
96	04.08	www.dabasbagatibas.lv projekts	Latvija	Orīginālziņa		Hipersaites («heštegi») : #AtrodiMani#DabasBogatības	Uztveres kodi:Zirga fotoattēls dabā gaišos toņos.	Uzvedības kods	Aicina piedalīties konkuršā
97	10.08	<u>Dabas sakopšanas talka Ovišos</u>	Latvija	Orīginālziņa		Atsauce uz: ej.uz/OvisuTalka	Uztveres kods: Dzeltenāks meņļauzīte(fotoattēls ar šo ziedu)		Aicina piedalīties talkā

98	18.08	Projekts dabas bagātības	Latvija	Originālziņa		Atsauce uz: dabasbagatibas.lv Hipersaites («heštegi») : #DabasBagatibas	Uztveres kods:augstas kvalitātes attēls ar cilvēku,kas cenšas nomaskēties dabā(konkursa nosacījumi)		Informē un atgādina par konkursa nosacījumiem
99	24.08	Pasaules Dabas Fonda valdes priekšsēdētājs <u>Uģis Rotbergs</u> viesojas, raidījumā "Solona klubs"	Latvija	Originālziņa	Uģis Rotbergs	Atsauce uz: <i>salona klubs</i>			Informē par PDF valdes priekšsēdētāja aktivitātēm.
100	25.08	PDF aicina uz publisku diskusiju	Latvija	Originālziņa		Atsauce uz: <i>Kaņepes kultūras centrs</i>	Uztveres kodi:Piejūras attēls		Informācija par publisku diskusiju Kaņepes kultūras centrā.
101	29.08	Publiskā diskusija	Latvija	Originālziņa	Inese Zandere:dzenejniece inanšu eksperts <u>Andris Tihomirops</u>	Atsauce uz: <i>youtube.com</i>			Publiskās diskusijas video ieraksts.
102	30.08	Eiropas Komisija rosina aizliegt zušu nozveju Baltijas jūrā	Latvija	Pārpublicēta: <i>tvpl ay.skaties.lv</i>		Atsauce uz: https://tvpl ay.skaties.lv	Uztveres kods:Zušu fotoattēls zem ūdens		Informē par zušu zvejas aizliegumu

103	04.09	Materiāls par konkursu dabas bagātībās	Latvija	Orīģinālziņa		Atsauce uz: http://www.dabasbagatibas.lv/	Uztveres kodi:4 fotoattēli ar cilvēkiem mežā		Informē par konkursa dalībnieku aktivitātēm.
104	11.09	Konkurss dalībnieces iesūtītā bilde	Latvija	Orīģinālziņa		Hipersaites («heštegi») : #DabasBagatibas Atsauce uz: <i>dabasbagatibas.lv</i>	Uztveres kodi:Juras forattēls		Informē par konkursa dalībnieces Elīnas veikumu.
105	11.09	Projekts par Latvijas simtgades deklarāciju	Latvija	Orīģinālziņa	Egīls Levits	Hipersaites («heštegi») : #DabasBagatibas	Uztveres kodi:Egīla Levita fotoattēls		Intervija ar Egīlu Levitu sakarā ar dabas aizsardzību.
106	18.09	Dabas saglabāšanas talka unikālajā Randu pļavās Kuivižos	Latvija	Pārpublicēta: Dabas aizsardzības pārvalde/Nature Conservation Agency of Latvia		Hipersaites («heštegi») : #dabasbrivdianas #pdf #LVAFa	Uztveres kodi:Rudes izskaņā 3 bildes ar cilvēkiem,kuri nodarbojas ar apkārtējās vides sakopšanu.	Uzvedības kodi:cilvēki viena mērķa vadīti nodarbojas ar talku.	Informācija par talkas organizāciju.
107	22.09	Informācija par konkursa dalībnieka iesūtīto bildi (dabas bagātībās)	Latvija	Orīģinālziņa		Hipersaites («heštegi») : #DabasBagatibas	Uztveres kodi:cilvēka un pīlādža kopbilde.		Informācija par konkursa dalībnieci

108	22.09	nenopērkot plastmasas maisiņu u/v Stockmann ir iespēja atbalstīt Pasaules Dabas Fonda programmu Baltijas jūras tīrībai	Latvija	Orīnālziņa		Atsauce uz: <i>Stockmann facebook.com lapa</i>	Uztveres kods:plastmasas iepirkšanās maisiņš uz koši sarkanu ābolu fona.		Aicina cilvēkus nelietot plastmasas maisiņus.
110	26.09	Kur slēpjas dabas mūza	Latvija	Orīnālziņa	Emīls Kaupers	Atsauce uz : <i>youtube.com</i>			Intervija ar slavenā muzikanta dēlu.
111	2.10	Aicinājums Zemkopības ministriem	Latvija	Orīnālziņa	Dūklava kungs (zemkopības ministrs)	Masu mediju kods:atsauce uz radiorādījumu Atsauce uz : <i>lr1.lsm.lv</i>			Radījumā Jānis Rozītis atklāj Latvijas dabas vērtības
112	05.10	Jaunjelgavas novada jaunieši saplūduši ar sev īpašo vietu Latvijā	Latvija	Orīnālziņa		Hipersaites («heštegi») : #DabasBagatības Atsauce uz: <i>dabasbagatibas.lv</i>	Uztveres kods:vairāku jauniešu bilde padziļinājumā,kas atrodas kalna galotnē		Konkursa dalībnieku materiāls.

113	11.10	Intervija ar Daivi Īvānu	Latvija	Orīginālziņa	Daivis Īvāns	Hipersaites («heštegi») : #DabasBagatības Atsauce uz :youtube.com	Uztveres kods: Daivis Īvāns fotoattēla		Intervija ar Daivi Īvānu
114	19.10	Eseksas Universitātē veikts pētījums	Latvija	Pārpublicēta:pdf.lv		Hipersaites («heštegi») : #dabasbrīvdienas	Uztveres kods:ar eļļas krāsām zīmēta glezna ar dabas ainavu.		Iepazīstināt auditoriju ar veikto universitātes pētījumu
115	19.10	Nevalstiskās organizācijas aicina Ministru kabineta iestādes par ilgtspējīgu mežu apsaimniekošanu	Latvija	Pārpublicēta:pdf.lv					Nevalstisku organizāciju sadarbība pret Zemkopības ministrijas lēmumiem
116	23.10	Papes Dabas parks maluzvejnīcības problēmas	Latvija	Orīginālziņa		Atsauce uz: <u>PAPES DABAS PARKS / Nature Park Pape</u> (facebook.com lapa)	Uztveres kods:vairāki fotoattēli ar zivju tīkliem,kas ir aizliegti dabas parka teritorijā.		Informācijas par Papes dabas parka notikumiem.
117	24.10	<u>Ugis Rotbergs</u> piedalīsies diskusijā "Sekss dabā. Mīti & labākie risinājumi."	Latvija	Orīginālziņa	<u>Ugis Rotbergs</u>	Atsauce uz : <u>Solona klubs</u> (facebook.com lapa)			Informē par lekciju

118	25.10	Pēdējā projekta "Dabas brīvdienas" talka aizvadīta	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #dabasbrīvdienas #LVAFA	Uztveres kodi:dabas skatu bīdes un cilvēku fotoattēli talkošanas laikā.Kopbilde ar paceltām rokām.	Sociālie kodi:vienā mērķa vadīti cilvēki grupā talko.	Informē par pēdējo projekta talku un tās norises niansēm
119	27.10	Jānis Rozītis viesojās <u>Latvijas Radio 1</u> studijā	Latvija	Parpublicēta:ls m.lv	Jānis Rozītis		Uztveres kodi:nogāzta koka fotoattēls		Informēja raidījumā par noteikumiem par koku ciršanu mežā
120	04.11	Top Latvijas dabas kanons!	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #Latvia100 #dabasbagatības #pasaulēsdabafonds Atsauce uz:dabasbagatības.lv	Uztveres kodi:miglainas jūras fotoattēls		Informē par Latvijas dabas kanonu
121	08.11	Informācijas par talku	Latvija	Originālziņa		Hipersaites («heštegi») : #dabasbrīvdienas	Uztveres kodi:cilvēku bīdes talkošanas laikā	Sociālie kodi:BT A Latvija darbinieki talko	Informē par talku un BTA Latvija sadarbību ar PDF
122	16.11	Jāņa Dūklava vadībā notiks kārtējā darba grupas sēde	Latvija	Pārpublicēta:pdf.lv	Jānis Dūklavs	Hipersaites («heštegi») : #nēkailcirtēm #100ka ilcirtesLatvijas100gadi	Uztveres kodi:augstas kvalitātes purva attēls		Informē par Zemkopības ministrijas darbībām.

123	22.11	Kompromisi mežu apsaimniekošanā	Latvija	Pārpublicēta: Latvijas ziņu dienests			Uztveres kods: video materiāls		Informē par to, ka kompromisu mežu apsaimniekošanas jautājumā nav iespējams panākt starp nevalstiskām organizācijām un zemkopības ministriju
124	27.11	Lekcija skolēniem par Baltijas jūru	Latvija	Originālziņa	PDF Baltijas jūras un saldūdens programma s vadītāja <u>Eliņa Kolāte</u>		Uztveres kods: Elīna Kolātes bilde publikas priekšā.		Informē par Elīnas Kolātes un PDF lobēšanas darbībām vidusskolās.
125	30.11	Baltijas jūras ekoloģijas jautājumi.	Latvija	Pārpublicēta: dabas bagātības.lv		Hipersaites («heštegi»): #Latvia100 #dabasbagatibas #pasaulēsdabasfonds	Uztveres kods: Baltijas jūras attēls melnbaltajos toņos.		Informē par ekoloģijas jautājumiem un konkursu, kas saistīts ar Latvijas dabas bagātībām.
126	01.12	Papes dabas parka plūdi	Latvija	Pārpublicēta: Papes dabas parks (facebook lapa)			Uztveres kods: zirga attēls.		Informē par Papes dabas parka katastrofu un iespējamo varianu evakuēt zirgus, plūdu rezultātā.
127	02.12	Par goda gada dzīvnīkam 2017 - zutim bērni piedalījās konkursā un uz zīmēja savas versijas par apdraudēto sugu	Latvija	Originālziņa	Elīna Kolāte	Atsauce uz :Latvijas Dabas muzejs	Uztveres kods: Bērni, kas piedalās aktivitātēs un zīmē.	Uzvedības kods: bērni, vienota mērķa vadīti, piedalās aktivitātēs par godu gada dzīvnīkam	Informē par aktivitātēm, kas notiek Latvijas Dabas muzejā.

128	04.12	Veco mežu izciršana	Latvija	Pārpublicēta: Lsm.lv		Atsauce uz :Latvijas radio 1 radījumu «Zināmais nezināmais» Masu mediju kods:atsauce uz Latvijas radio 1			Informē par notikumu komunikāciju, kas ir saistīti ar veco mežu izciršanu.
129	08.12	Eiropas vides organizācijas prasas zušu zvejas aizliegumu visos ES ūdeņos	Latvija	Pārpublicēta: Delfi.lv		Atsauce uz :delfi.lv	Uztveres kodi: zuša fotoattēls dabīgā vidē		Aicinājums pievērst uzmanību zušu populācijai.
130	11.12	Eiropas Komisijas Lauksaimniecības un zivsaimniecības padomes sēde	Latvija/Eiropa	Orģinālziņa			Uztveres kodi: īss multiplikārs video rullītis par zušu populāciju Baltijas Jūrā		Aicinājums pievērst uzmanību zušu maluzvejniecības jautājumam Baltijas Jūrā.

131	19.12	Eiropas Savienības Zivsaimniecības padomes ir pieņēmusi lēmumu – aizliegt zušu zveju uz trim mēnešiem 2018. gadā visos ūdeņos, tostarp arī Baltijas jūrā	Eiropa	Pārpublicēta:PDF.lv		Atsauce uz :Pdf.lv	Rakts PDF mājaslapā		Informē par zušu zvejniecības aizliegumu Baltijas jūrā.
132	28.12	Plūdi joprojām liek būt modriem, taču šogad ieplānotie dabas aizsardzības darbi Papes dabas parkā pabeigti.	Latvija	Pārpublicēta:ls m.lv		Atsauce uz lsm.lv Hipersaites («heštegi»): #LVAF #COASTL AKE	Uztveres kodi:Zirgu ganību fotoattēli.		Informē par Papes Dabas parka ekoloģiskajām problēmām.

Bakalaura darbs Parciles Dabas Fondo Facebook ierakstu analīze
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.

101 330 Darba apjoms (neskaitot izmantotos informācijas avotus un pielikumus) ir rakstuzīmes (ieskaitot intervālus).

Autors: [Paraksts]
Personīgais paraksts

Artis Jablonovs
(Vārds Uzvārds)

Rekomendēju/nerekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja/-s: Doc. Dr. o. c. un. Daira Adak-Abolija 15.01.2018.
Akadēmiskais amats zinātniskais grāds Vārds Uzvārds, personiskais paraksts, dd.mm.gggg

Recenzents: Leitore Mg.sc.soc. Vita Dreijere
Akadēmiskais amats zinātniskais grāds Vārds Uzvārds

Darbs iesniegts Komunikācijas zinātnes nodaļā _____
dd.mm.gggg.

Dekāna pilnvarotā persona: metodiķe _____
Vārds Uzvārds (personiskais paraksts)

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē

_____.2018. prot. Nr.

Komisijas sekretāre: _____
Akadēmiskais amats Vārds Uzvārds (personiskais paraksts)