

[Inquisitio]

2023. Nr. 9



ISSN 2256-0424

RĪGAS STRADIŅA UNIVERSITĀTES STUDENTU IZDEVUMS

LIELAIS EKSPERIMENTS:

pārpircēji, kas dzīvo internetā

SATURIES! PĒTĪJUMA CENTRĀ – **PORNOGRĀFIJA**

Kā kibernoiedznieki apzog
MEDIJUS

VIEDTĀLRUNIS UN
“ATPRĀTOTĀJS” **Kas
kopīgs?**

Kā pazīt
“zaļo”
mūzikas
festivālu?

KĀPĒC
MĒS **UKRAINĀS**
KARA LAIKĀ AIZMIRSĀM
PAR **IRĀNAS** SIEVIEŠU
CĪŅU UN NĀVI?



IESLĒDZ RADIO! RUNĀ
INFLUENCERI

Pievienojies RSU



Skenē kvadrāt kodu un noskaties video



Nr.1

**Reputācijas
līdere**

*Kantar Latvijas augstskolu
reputācijas pētījums, 2017.–2022.*

56

**STUDIJU
PROGRAMMAS**

7 angļu
valodā



viens docētājs uz katriem
17 studentiem



Simulācijā
balstītas studijas



Filiāle
Liepājā



Times Higher Education
World University Rankings
2022 601.–800. vieta.



QS World University
Rankings 2023
801.–1000. vieta.

9

FAKULTĀTES



Farmācijas
fakultāte



Zobārstniecības
fakultāte



Juridiskā
fakultāte



Medicīnas
fakultāte



Sabiedrības veselības
un sociālās labklājības
fakultāte



Komunikācijas
fakultāte



Rehabilitācijas
fakultāte



Eiropas studiju
fakultāte



Rezidentūras studiju
fakultāte

9102
studenti

2523
no ārvalstīm

32


Erasmus+ apmaiņas
programmas
valstis

65


valstu studenti



RĪGAS STRADIŅA
UNIVERSITĀTE

Pētnieciskās žurnālistikas žurnāls

Inquisitio

Nr. 9 | 2023

Izdevējs:

Rīgas Stradiņa universitāte,
Komunikācijas fakultāte

Redaktore:

Anda Rožukalne

Rakstu autori:

RSU studiju programmas
"Žurnālistika" studenti –
Agnese Dimdiņa, Nikola Māra Geste,
Nikola Grīnvalde, Laura Jēkabsons,
Keita Luīze Kalniņa, Patrīcija Lielnora,
Beatrise Elīza Ozoliņa, Marta Puzāka,
Elizabete Rublāne, Megija Sprukule,
Linda Siliņa, Monta Megija Učelniece

Literārās redaktors:

Inga Lievīte un Indra Orleja

Vāka foto:

no unsplash.com,
Betas Beidz personīgā arhīva,
Latvijas Radio 5 – Pieci.lv foto arhīva,
Radio Tev foto arhīva

Dizains un makets:

Egils Turss

Kontakti:

+371 67409183,
Dzirčiema ielā 16, Rīgā, LV-1007

© Rīgas Stradiņa universitāte, 2022

Saturs

Redaktors sleja 2

Kāpēc vērts pētīt? 3

Lielie mediju pētījumi

Influenceri iekaro radiostacijas 6

Vai Latvijā saprotam Irānas protestu nozīmi? 12

Žurnālists kā kiberuzbrukumu upuris 18

Vides un sociālo pakalpojumu kvalitātes pētījumi

"Kvalitatīvie" Ķīnas pārsteigumi: tālākpārdošanas
biznesa dzīles 22

Bezpajumtnieki Rīgā – vai aktuāla problēma? 26

Mūzikas festivāls beidzies! Vai tas turpinās dabā? 28

Kleitas, kas pārvēršas ziedos – kādas ir iespējas
ielauzties modes industrijā? 32

Veselības un dzīvesveida pētījumi

Brokastis, pusdienas, vakariņas – sulas! 38

Pieejams = pieņemams? 42

Stundām ilgi esmu sociālajos tīklos –
kas var notikt ar mūsu kognitīvajām spējām 44

Kultūras un vēstures pētījumi

Diskotēkas 80. un 90. gados –
krāšņais priekšmiers 50

Atgriežoties vidusskolas laikos:
mammas stāsta par savām atmiņām 54



KRITISKAS un PAŠKRITISKAS DOMAS

Redaktores vēstule sev un nākamo žurnālu autoriem

Visā ļoti garajā žurnāla tapšanas laikā es būtu gribējusi, lai kāds man laikus pasaka to, ko esmu pateikusi turpinājumā. Es būtu gribējusi saņemt dažādas idejas, ieteikumus, palīdzību, atbalstu un reālu iesaisti. Apdomājot, kā tas viss noticis, esmu apkopojusi septiņas atziņas, kas varētu noderēt bijušajiem un nākamajiem pētnieciskās žurnālistikas žurnāla *Inquisitio* veidotājiem un tiem, kas to lasīs.

1 Gatavošanās, izzināšana, izpēte. Vēlreiz un vēlreiz gatavošanās, sevis pārbaude, sevis apšaubīšana. Nekad to neesmu nožēlojusi. Arī brīžos, kad šķiet, ka gatavošanās ir par daudz. Esmu gandrīz vienmēr nožēlojusi nevēribu pret gatavošanos un nepietiekamu domāšanu par pētnieciskās žurnālistikas ideju vai jebkuru citu labu iespēju.

2 Man patīk teikt, ka īsti profesionāla žurnālistika ir daļa no pētnieciskās žurnālistikas. Tomēr... Pirms ķerties pie pētnieciskās žurnālistikas darba, vajadzētu noskaidrot, kas tā nav. Droši zināms, ka tā nav nejašu cilvēku aptauja, tā nav tēmas nezinašana, tā nav citu veidotas informācijas kopēšana vai kompilēšana. Tā nav neieinteresēta jautāšana par sen zināmo, jau iepriekš zinot, kādas būs atbildes, un savu atbildi likšana līdzās daudzām jau zināmām un vienādām atbildēm. Tā nav vienkārša teksta gabalu salikšana virknē, nē, tā var sanākt tikai garlaicīga, formāla teksta virkne, aiz kuras nav redzama tās jēga.

3 Pētnieciskā žurnālistika ir atklājums. Kamēr līdz tam nonāk, noteikti jāpiedzīvo atklājumi par procesu, sevi un citiem. Atklāšana nav vienkārša, tāpēc atvērts atklājēja prāts un gatavība atklāt, lai kas tev nāktu pretī, ir daļa no ļoti svarīga stāsta par pētniecisko žurnālistiku.

4 Par interesi un paškritiku. Tieši patiesa interese rada pētnieciskās žurnālistikas idejas. Taču no intereses līdz idejai ir tāls ceļš, kas ved, pirmkārt, ārpus savas uztveres šaurās takas, otrkārt, pāri pamatzināšanu bedrainajiem laukiem, treškārt, savas pieredzes radītajai augstprātībai, ka visiem ir svarīga tava interese. Ja izlaiž šo ceļu, tad idejas aizmūk pie nerealizēto ieceru mākoņiem, tās vairs nav sasniedzamas, un pētnieciskās žurnālistikas jaunatklājēja džungļu ceļš nemaz nesākas. Tāpēc kritiskās domāšanas sadaļā visvairāk tiek runāts par paškritiku. Tā piešķir idejām svaigumu, atklājumiem – oriģinalitāti, pētījumiem – enerģiju.

5 Par idejām. Pētnieciskās žurnālistikas ideja ir lieliska tikai īsu brīdi. Kad tā sastop reālās iespējas, tā samazinās un vēlas mūs apmānīt ar savu vienkāršību. Sliktākajā gadījumā tā var pazust, justies nevajadzīga. Labākais padoms, ko katrs no mums var saņemt, – sargā un lolo savu ideju, neļauj tai izžūt, izkalst, zaudēt spēkus ikdienišķu grūtību priekšā! Nepamet ideju pusceļā, pusratā savā aizņemtībā un

pārliecības trūkumā! Turies pie idejas, jo katra neveiksme ceļā pie tās liks domāt, ka pati ideja ir slikta, tā nav darba un pētījuma vērtā. Idejas vērtība būs redzama tikai pēc pētījuma pabeigšanas. Tās vērtība būs meklējumos un atradumos.

6 Palīdzība. Pētnieciskajā žurnālistikā daudzi var palīdzēt. Un daudzi palīdz. Kad domā par savu pētījumu, pretī nāk idejas, cilvēki, interesanti pavērsieni, fakti, dati. Un ir kaut kas svarīgs, ko citi nevar aizvietot, ar ko nevar palīdzēt no malas: apņēmība, autora atbildība, atklājēja prieks un gods.

7 Rezultāts un ideāli. Pētnieciskajā žurnālistikā viss veiksies daudz labāk, ja zini, kāpēc to dari. Iemeslam jābūt lielam un jāved projām no egoistiskas vēlmes ātrāk pabeigt, ātrāk tikt pie kredītpunktiem, lai vienreiz ir miers... Ideāli un pārliecība, ka tikai es šoreiz to varu izpētīt un noskaidrot, palīdzēs tikt pāri visiem iepriekšminētajiem soļiem. Tie dod padarītā jēgas izjūtu. Jo pētnieciskās žurnālistikas process un rezultāts patiesi spēj dot jēgu žurnālista darbam. Tāpēc tas notiek arī šajā žurnālā!

Anda Pūķe

LINDA SILIŅA

Lai gūtu atbildes uz sabiedrībā aktuāliem un nozīmīgiem jautājumiem, nepieciešams balstīties uz faktiem, argumentēt, pierādīt. Informācijas telpa ir plaša, un šobrīd vairāk nekā jebkad mēs redzam, cik liela nozīme ir pārbaudītai un kvalitatīvai informācijai. Nozīmīga ir katra tēma, tomēr nereti svarīga iemaņa ir prioritāšu izvērtēšana, lai veiksmīgi apskatītu notikumus un informētu.

**MONTA MEGIJA UČELNIECE**

Cik svarīgi ir būt ziņošam un izglītotam! Kad parādās jautājums par noteiktu tēmu, izmantojiet visus iespējamus rīkus, lai noskaidrotu nepieciešamo. Pasaule ir atvērta! Skatieties filmas, īpaši dokumentālās! Ja kaut kas izraisa jūsu interesi, lasiet par to. Lasiet un pētiet!

**KEITA LUĪZE KALNIŅA**

Pētnieciskā žurnālistika ļauj iemiesoties detektīva ādā un ielūkoties bailēm acīs. Tā izskolo, norūda un apbruņo. Pateicoties Inquisitio, es atgriezos nesenā pagātnē un izdzīvoju nepatīkamās atmiņas, daloties kibernetiskuma pieredzē, kas ne reizi vien pārbaudīja manas nervu šūnas. Lai gan tas bija emocionāls karuselis, tomēr esmu pateicīga par drosmi, ko darbs ar rakstu šajā žurnālā numurā man deva.

**BEATRISE ELĪZA OZOLIŅA**

Laba pētnieciskā žurnālistika nav hobijs. Tā ir profesija: bieži vientuļš, dažreiz drosmīgs, nopietns pilnas slodzes darbs, kas prasa laiku. Tā ir dārga – tādā ziņā, ka tā prasa daudz laika, – tāpēc pētniecība ir pirmais, no kā mediji krīzē atsakās. Bet bez tās nav iespējams saprast valstī notiekošo un prasīt atbildību. Mēs izvēlējamies, ko pētīsim, jo uzskatām to par svarīgu gan Latvijas sabiedrībai, gan pašiem sev. Jaunajā Inquisitio numurā lasi par tēmām, kas ir svarīgas mūsdienu jaunajai paaudzei – studentiem – un, iespējams, arī tev!

**NIKOLA GRĪNVALDE**

Mūsdienās cilvēki nepārtraukti meklē dažādas prakses un izaicinājumus, lai uzlabotu savu dzīves kvalitāti – veselību, labsajūtu un arī izskatu. Milzīgās informācijas plūsmas dēļ interneta vidē ir ļoti viegli pazaudēt patiesību un nereti izpaliek arī speciālistu viedoklis par dažādām tēmām, sevišķi tām, kas saistītas ar cilvēka veselību. Pētnieciskā žurnālistika sniedz iespēju ne tikai atmaskot patiesību, bet arī atklāt stāsta abas puses. Manā gadījumā – pētījumā par sulu kūrēm – tieši to arī darīju. Pēc raksta izlasīšanas lasītājs spēs pieņemt lēmumus, balstoties uz uzticamiem avotiem, speciālistu viedokļiem un pieredzes stāstiem.

**MEGIJA SPRUKULE**

Nenoliegšu, ka žurnālā iekļauto pētījumu un atmiņas stāstu veidošana bija ne vien mans, bet arī visa mūsu kursa lielākais izaicinājums šo trīs universitātes gadu laikā (neskaitot bakalaura darbu, kas ir pavisam cits stāsts). Vienmēr atcerēšos profesores Andas Rožukalnes teikto: "Jūs pašas izvēlējāties tēmas, kuras jums patiesi rūp. Kāpēc nevarat uzrakstīt tā, lai ir interesanti?" Saprātu, ka tā patiešām ir un kaut kas ir jādara lietas labā. Izvēlējot veidot individuālu pētījumu par ilgtspējīgas modes iespējām ielaucies modes industrijā. Šī globālā problēma un tēma mani patiesi interesē, tāpēc vēlējos šo rakstu izveidot pēc iespējas kvalitatīvāku. Pedējās nedēļas pirms raksta nodošanas žurnāla redaktoru un maketētāju komandai tam pievērsos ar pavisam citu redzējumu un fokusu un to uzlaboju, cik vien bija manos spēkos. Paškir tālāk, lasi rakstu un padomā! Varbūt ir pienācis brīdis ierastos ātrās modes veikalus aizstāt ar iestādāmu (plantable) apģērbu?



Kāpēc vērts pētīt ?

ELIZABETE RUBLĀNE

Šo trīs studiju gadu laikā esmu vēl vairāk pārliecinājusies, ka žurnālistika ir lauciņš, kurā sevi saredzu arī pēc augstskolas absolvēšanas. Man ir svarīgi, ka gan man, gan arī citiem maniem topošajiem kolēģiem tiek dotas iespējas izmēģināt savus spēkus un krāt pieredzi, strādājot dažādās žurnālistikas virzienos. Pēdējos gados multimedialā žurnālistikas vidē – televīzijā un radio – arvien vairāk redzam cilvēkus bez augstākās izglītības un darba pieredzes šajā jomā, taču ar lielu sekotāju skaitu sociālajos tīklos. Rodas sajūta, ka influenceri pārņem šīs jomas, atņemot vietas jauniešiem censoņiem, kam ir gan attiecīgais diploms kabatā, gan vairumā gadījumu arī darba pieredze žurnālistikā. Man prātā bija daudz jautājumu par influenceriem, kas iefiltrējušies kādā no radiostacijām Latvijā. Tie nedeva man mieru, tāpēc devos tos noskaidrot.

Tā tapa raksts

"Influenceri iekaro radiostacijas".

Ko saka paši influenceri?

Kā šo komentē radiostaciju vadības? Kas beigās ir ieguvējs? Lasi rakstā!

MARTA PUZĀKA

Pētnieciskā žurnālistika ir augstākā žurnālistikas pakāpe. Pētniecībā ir vajadzīgi ne tikai dati, fakti un to pārbaude, bet arī uzdrošināšanās jautāt ne visai tikamus jautājumus, urdīt informācijas avotus, kas nereti izvairās no žurnālistu uzmanības, un pavadīt dienas un nakts pie tekstu lēruma. Ar šī žurnāla tapšanu mēs pierādījām, ka spējam vairāk nekā domājam. Neskaitāmi lūzuma

brīži tika pārvarēti ar

savstarpēju atbalstu,

kas ļāva izjust misijas

apziņu un

nebaidīties rakt

dziļāk. Esam

paveikuši lielu

darbu, tāpēc varam

uzsist sev pa plecu un

teikt, ka pētīt tiešām ir interesanti!



AGNESE DIMDIŅA

Pētnieciskā žurnālistika ļauj atspēkot melus un atbalstīt patiesību. Tas ir pinķerīgs darbs ar dokumentiem, pētījumiem un informācijas avotiem. Pētīt ir izaicinājums. Dažkārt ir jābūt uzbāzīgam – ar to saskāros arī es. Ne vienmēr viss ies gludi, tā kā iecerēts. Pat tad, ja informācijas avots bija nesasniedzams un jau gatavojos mest plinti krūmos, neatlaidība un iekšējais dzinulis neļāva atnest ar roku un motivēja atklāt to, kas vēl nav zināms. Nav tēmas, ko nevarētu pētīt. Dažkārt vajag sākt pašam ar sevi – kas ir tas,

kas man liek uzdot

jautājumu "Kāpēc?"

Mazs cinitis gāj

lielu vezumu. Ar to

vēlos pateikt, ka

jebkurš – varbūt pat

šķietami mazs –

aspekts var pāvērt

iespēju atklāt vēl

nezināmo.



PATRĪCIJA LIELNORA

Pētnieciskā žurnālistika nav stāsts par patiesības atmakošanu vien. Nereti tā dod iespēju izteikties tiem, kuru viedoklis un ikdienas tiši vai netiši palikusi ēnā. Galvenā atziņa, pie kuras nonācu pētījuma tapšanas laikā un kuru ieteiktu iegaumēt ikvienam, – tas, ka kādam tā nešķiet problēma, nenozīmē, ka manas raizes par to nav pamatotas. Raksts par bezpajumtniekiem Rīgā tapa smagi, nemitīgi liekot sev jautāt, vai šeit maz ir kāda problēma. Tas, kas sākumā šķita problemātisks, pētījuma procesā ik kā atrisinājās un vienlaikus aizēnoja galveno – misiju jeb jautājumu, kāpēc to pētīt. Un par to arī ir šī pētnieciskā

žurnālistika – par spēju

neļaut nekam un

nevienam sašūpot

tavu neatlaidību un

degsmi izpētīt to,

kas rūp un rada

jautājumus. Par

drosmi brīžiem būt

nedaudz nekaunīgam

un uzdot neērtus

jautājumus.



NIKOLA MĀRA GESTE

Žurnālista darbā svarīgi ir nepazust informācijas daudzumā un spēt to kritiski atlasīt. Pētnieciskā žurnālistika noteikti nav viegla. Ne vienmēr iecerētie avoti attaisnos uz tiem liktās cerības un pasniegs tādu informāciju, kā bijī gaidījis. Svarīgi ir

nepadoties un turpināt

strādāt. Darbs pie

žurnāla Inquisitio

rakstu veidošanas

ir bijis visnotaļ

izaicinošs, taču,

manuprāt, kopā

mums ir izdevies

izveidot patiešām

kvalitatīvu numuru!



Kāpēc vērts pētīt ?

lielie mediju pētījumi

- Klausies radio, dzirdi – influencerus
- Kāpēc Irānas sieviešu cīņa ir arī mūsu problēma?
- Kiberuzbrukumā cieta darbavietas kredītkarte? Preparējam notikumu



INFLUENCERI **IEKARO** RADIOSTACIJAS

Autore: Elizabete Rublāne



Līdz ar sociālo tīklu attīstību ir novērojamas izmaiņas dažādu mediju vidē, tostarp radio žurnālistikā. Visticamāk, daudzi būs pamanījuši, ka radiostacijas palēnām sāk pārņemt sabiedrībā zināmi influenceri.

Visbiežāk influencerus pieņem darbā, lai paplašinātu auditoriju un ar viņu palīdzību iegūtu popularitāti, palielinātu reitingus savai radiostacijai. Vai praksē tas tiešām strādā? Kāds labums no darba radio influencerim, un pēc kādiem kritērijiem viņa darbs tiek izvērtēts? Kā tiek nošķirta reklāma no žurnālistikas, un ko par šo tēmu domā paši influenceri? Šie un vēl citi jautājumi nelika man mieru, un es tos vēlējos noskaidrot. Savā rakstā pētu trīs radiostacijas un trīs influencerus, kas tajās strādā: *Radio SWH* un Betu Beidz (Beāti Bērziņu), *Latvijas Radio 5 – Pieci.lv* un Lotu Ulmani, kā arī *Radio Tev* un Lauri Zalānu.

DARBS, KAS NELAUŽ KAULUS

Influencere Beta Beidz savu darbu *Radio SWH* sāka 2022. gada 17. jūnijā. Viņa veido iknedēļas raidījumu "Beta Beidz nedēļu", vada radio tiešraides no pasākumiem, piemēram, *Summer Sound*, un reizēm arī aizvieto kolēģus. "Man vislabāk padodas no nekā atrast kaut ko, par ko parunāties, un spēlēt inčīgu mūziku," tā par savu darbu *Radio SWH* saka Beta.

"Janvārī mani uzaicināja divas nedēļas aizvietot Kasparu Breidaku rīta šovā "Tik Tik Tik" kopā ar Sandu Dejus. Tajā laikā Kaspars bija prom vairākus mēnešus, un *SWH* izdomāja "piemērit" sev visdažādākos cilvēkus no tautas. Jau tad sajutu, ka mani gatavo kam lielākam. Vasarā saņēmu piedāvājumu veidot savu raidījumu. Viss forši! Tas ir darbs, kas nelauž kaulus, brīva atmosfēra, jautrs kolektīvs." Beta sevi neuzskata par radio žurnālisti, bet gan tikai par izklaidētāju. "Esmu izklaidētāja. Nopietnās žurnālistikas tēmas nemaz neaiztieku, jo tam mums ir ziņu cilvēki vai piesaistītie eksperti.

Jūtos ērti savā šovbiznesa lauciņā. Labprāt iemācītos pavisam patstāvīgi darboties ar pultim un sastādīt ētera programmu, bet tas ir tikai laika jautājums."

LĪDZ KODOLAM PĀRLIECINĀTA

Beta atzīst, ka viņai nav augstākās izglītības komunikācijas jomā un tuvāko gadu laikā to neplāno iegūt. "Domāju par filozofijas studijām, bet tīri gara bagātināšanai. Mani apmierina mana karjera un virziens, kurā tā dodas.

Subjektīvi izklaidējoša satura veidošana internetā, televīzijas un radio šovu vadīšana, pasākumu vadīšana vai moderēšana, reklāmu veidošana sociālajos tīklos – tie ir virzieni, kuros jau esmu

iekšā. Šobrid ļāvu savam portfolio runāt pašam par sevi. Esmu līdz kodolam pārliecināta, ka visu daru pareizi. Kad iestāšos universitātē, tas būs prieka pēc, nevis labākas maizes meklējumus." Beta uzskata, ka kopumā augstākā izglītība žurnālistikas jomā ir ļoti svarīga. "Jo vairāk izglītotu cilvēku, jo gaišāka pasaule mēs dzīvosim."

JAUNAS VĒSMAS

Taujāta par to, kā viņa nošķir influencera darbu, kas cieši saistīts ar reklāmu, no darba radio, Beta atzīst, ka neredz iemeslu vienu no otra nošķirt. "Mans darbs necik nav radio žurnālistika, esmu ētera balss. Mans uzdevums ir pavadīt klausītāju viņa dienas gaitās un, ja izdodas, tad arī izklaidēt. Man ir paveicies, jo mans darbs ir būt man pašai neatkarīgi no tā, vai tas ir sociālajos tīklos vai radio, tāpēc neredzu iemeslu nošķirt vienu no otra." Pēc Betas domām, darbā radio tiek pieņemti abi, gan influenceri, gan žurnālisti, taču katrs savam nolūkam. "*SWH* klausītāji var būt droši, ka radio nekad darbā nepieņems influenceri, lai darītu žurnālista darbu, vai otrādi. Radio viss ir balansā, arī izglītojošs un izklaidējošs saturs. Vajag abas puses un katrai no tām savu cilvēku. Jaunas vēsmas nekad nenāk par ļaunu."

NOVECOJUSI SISTĒMA

Influencere atzīst, ka par *Radio SWH* reitingiem viņa neinteresējas. "Neatkarīgi no reitingiem *Radio SWH* ir vienīgais radio, kurā redzu sevi strādājam." Uz jautājumu par to, kā *Radio SWH* klausījumu reitingi ir pieauguši vai mazinājušies, kopš Beta sāka vadīt savu raidījumu, viņa atbild šādi: "Tas nevienam nav zināms, jo radio reitingus pēta ar novecojušu un maz kam derīgu sistēmu, kura nespēj apkopot visus klausījumus." Savukārt Betas personīgā auditorija kopš darba uzsākšanas *Radio SWH* esot palikusi nemainīga. Viņa uzskata, ka tā ir simbioze, kurā abi ir ieguvēji. "Radio ar to, ka pierāda sevi dzīvojam līdzī laikam, un influenceris ar to, ka ielaužas sev jaunā medijā ar stabili auditoriju."

"Mēs uzrunājam Betu Beidz un sadarbojamies, jo sapratām, ka mums ir nepieciešams kaut kas jaunu sieviešu auditorijai. Atsauksmes ir labas," tā Betas Beidz darbu *Radio SWH* komentē tā komercdirektors Filips Rubenis.



Influencere Beta Beidz

Foto no personīgā arhīva



Radio SWH komercdirektors
Filips Rubenis

PIEŅĒM ATPĀZĪSTAMUS CILVĒKUS

“Definējot auditorijas vajadzības, mēs skatāmies, kuri Latvijā populāri cilvēki varētu šos robus aizpildīt.

Lielākā daļa cilvēku, kas pie mums darbojas ēterā, ir

mūsu aicināti.” Pieņemot darbā cilvēku ētera amatam Radio SWH, augstākā izglītība komunikācijas jomā nav svarīga. “Skaidrs, ka cilvēkam ir jābūt rakstīt un lasīt, bet citādi augstākā izglītība nav kritērijs. Mums drīzāk ir svarīgi, ka cilvēkam ir viedoklis un viņš ir ar savu personību. Svarīgi, ka viņš sevi ir kaut kur parādījis, pozicionējis vai viņam ir kaut kāda lojāla auditorija sociālajos tīklos,” atzīst Filips Rubenis.

PAR REITINGIEM GRŪTI SPIEST

Radio SWH komercdirektors stāsta, ka datus par klausījumu reitingiem pētījumu kompānija Kantar piegādā katru ceturksni, ik pēc trīs mēnešiem. “Mēs tos analizējam, bet mums ir arī pašu veiktas aptaujas. To darām reizi vai divas gadā, lai saprastu auditorijas vajadzības. Visu laiku ir jāmainās līdz klausītāju auditorijai, jārunā par to, kas viņiem svarīgs. Citādi tās auditorijas vairs nav.” Datus par to, kā mainījušies klausījumu reitingi, kopš Radio SWH sāka strādāt influenceru Beta Beidz, Filips Rubenis komentē izvairīgi, jo vēl esot pārāgi spriest. “Šobrīd ir pagājis pārāk mazs laiks, lai varētu objektīvi šos datus izvērtēt. Auditorija tiek sasniegta, bet par pienesumu, reitingiem šobrīd ir pārāgi spriest.”

IEGUVUMS ABIEM

Filips Rubenis atklāj: lai strādātu šajā radio, influencerim nav jābūt ar konkrētu sekotāju skaitu sociālajos tīklos. “Ir forši, ja viņi ir, bet, piemēram, ja mums kāds cilvēks liekas interesants un vajadzīgs, sociālo tīklu sekotāju skaits jebkurā platformā drīzāk ir kā tāds bonusiņš, nevis kā pamata arguments.” Uz jautājumu par to, kurai pusei ir lielāks labums – radiostacijai vai pašam influencerim, strādājot radio, – viņš atbild šādi: “Normāli būtu, ka iegūst abas puses. Gan influenceris iegūst savam privātajam kontam, gan arī viņš spēj ieinteresēt savu esošo auditoriju radio kā mediā un tēmās, kas pie mums skan.”

UZ RADIO – PAVISAM SPONTĀNI

“Tas notika ļoti spontāni. Viņi vēlējās nomainīt trīs rīta raidījuma vadītājus un nāca klajā ar ideju, ka viena no tiem varētu būt es. Mana darbošanās sociālajos tīklos bija galvenais iemesls, kāpēc mani tur piesaistīja,” tā par savu darbu Latvijas Radio 5 – Pieci.lv stāsta influenceru Lota Ulmane. Darbu šajā radiostacijā viņa uzsāka 2021. gada 23. septembrī.

Lota Ulmane vada rubriku “Rīta radio” un “Saskarsmes problēmas”. “Strādāju vienā komandā ar Elinu Baltstarku un Magnusu Eriņu. Ir jāvada ēters, jādomā parādās visādas tēmas, jāaicina viesi.” Viņa atklāj, ka ne tikai vada, bet līdztekus arī pati producē rubriku “Saskarsmes problēmas”, kā arī veido saturu Pieci.lv sociālo tīklu kontiem. ““Saskarsmes problēmas” pašlaik ir vīsejošākā rubrika visā Pieci.lv, balstoties uz sociālo tīklu apskatiem. Papildus tam veidoju arī saturu vai piedalos dažādos videoklipos, kas ir Pieci.lv sociālajos tīklos.” Influenceru apzinās savus pienākumus un atbildību, strādājot sabiedriskajā mediā, taču līdz galam sevi par radio žurnālisti neuzskata: “Cik zinu, tad kaut kur manā amatā parādās tas, ka esmu radio žurnāliste. Es noteikti piedomāju, ko saku gan sociālajos tīklos, gan ēterā, taču sevi par žurnālisti gluži neuzskatu. Tas nenozīmē, ka šo darbu neuzskatu par nozīmīgu, bet es vienkārši nejūtos kā radio žurnāliste.”

IEGUVUMS NO TĒVA

Pašlaik Lotai Ulmanei nav augstākās izglītības komunikācijas jomā, taču viņa ir ceļā uz to, jo Latvijas Universitātē studē studiju programmā “Komunikācijas zinātne” ar ievirzi reklāmā. “Visvairāk esmu ieguvusi no sava tēva [mūziķis Ingus Ulmanis], kas man jau no agra vecuma teicis, ka man ir jāpiestrādā pie tā, kā runāju un izklausos. Daudz esmu ieguvusi, arī strādājot radio. Par universitāti man ir

grūti spriest – tikai tā iemesla dēļ, ka praktiskās zināšanas tur netiek dotas tik daudz. Man ir ļoti grūti nošķirt to, ko esmu ieguvusi kā influenceru, kā radio žurnālisti vai kā studentu, jo man ir visas trīs šīs prakses. Ja man uzdotu jautājumu, vai es uzticētos cilvēkam, kurš ir tikko iznācis no vidusskolas, kaut ko izdarījis radio žurnālistikā vai Instagram, vai arī man būtu jāizvēlas students, kurš neko vēl nav darījis žurnālistikā, bet ir nostudējis trīs gadus, tad es, visticamāk, vairāk uzticētos šim cilvēkam ar diplomu,” atzīst Lota Ulmane.

IESPĒJA ATSTAVDZINĀT SATURU

Influenceru atklāj, ka darbu sociālajos tīklos no darba radio viņa cenšas nošķirt. “Protams, dažreiz savā Instagram vai TikTok profilā minu to, ka strādāju radio, jo tā ir daļa no manas ikdienas.” Par influenceru darbu radio jomā Lota Ulmane domā tikai pozitīvi. “Medijiem tiek dota iespēja atsavaidzināt savu saturu. Influenceriem tas ir ļoti noderīgi, jo viņi var sākt daudz nopietnāk uztvert savu darbu gan kā influenceri, gan arī kā kaut kas cits, piemēram, žurnālisti. Tas, kas ir jāpatur prātā darba devējiem – ir jāpieņem influenceri, kuri ir spējīgi uz šīm lietām. Skaitļi un influenceru popularitāte nenozīmē, ka viņi spēs šo

darbu veikt un nest auglus medijam.” Lota Ulmane uzskata, ka no influenceru radiostacija gūst popularitāti. “Cilvēki diezgan maz patērē tradicionālos medijus – radio, televīziju un laikrakstus. Ja influenceris piedalās radio veidotajā profilā, kas ir TikTok, Instagram vai Facebook, tas iedod vēl lielāku atpazīstamību.”

IZDEVĪGĀK RADIOSTACIJAI

Lota Ulmane atklāj, ka viņai ir svarīgi Latvijas Radio 5 – Pieci.lv reitingi un viņa tiem seko līdz. “Tos gan katru dienu var just, jo klausītājiem ir iespēja mums rakstīt SMS jeb izsiņas. Var just, kad klausītāji pievienojušies



Influenceru Lota Ulmane

Foto no Latvijas Radio 5 – Pieci.lv arhīva

mazāk, kad vairāk. Man ir ļoti, ļoti svarīgi arī skatījumi un *laiki* sociālajos tīklos. Jebkura veida saturs, ko es esmu producējusi vai pārstāvējusi.” Influencere atzīst – viņa zina, ka rīta raidījuma reitingi, kopš viņa sāka strādāt, ir manāmi mazinājušies. “Ņemot vērā, ka iepriekš bija ļoti spēcīgi rīta raidījuma vadītāji, ja es nemaldos, astoņus gadus, tad, protams, reitingi kritīs.”

Personīgā auditorija sociālajos tīklos influenceri esot samazinājusies. “Iespējams, tas nav saistībā ar *Pieci.lv*, bet ar to, ka vispār šis sociālais tīkls – *Instagram* – ir krities. *Pieci.lv* maniem sociālajiem tīkliem neko nav devis.” Viņa uzskata, ka beigās lielāks ieguvums no influenceru darba radio ir pašai radiostacijai. “Ši būs nedaudz skandaloza atbilde, bet, manuprāt, radiostacijai šis tomēr ir izdevīgāk. Tas veido viņiem lielāku atpazīstamību. Nav runa tikai par tādiem influenceriem kā es, bet arī influenceriem, kas nāk kā viesi uz intervijām.”

VAI INFLUENCERA PIESAISTĪŠANA STRĀDĀ?

Par influenceru Lotas Ulmanes darbu *Latvijas Radio 5 – Pieci.lv*, influenceru darba apvienošanu ar darbu sabiedriskajā medijā, kā arī klausījumu reitingu izmaiņām savu skatījumu sniedz *Latvijas Radio 5 – Pieci.lv* galvenais redaktors Kārlis Kazāks.



Latvijas Radio 5 – Pieci.lv galvenais redaktors **Kārlis Kazāks**

“*Latvijas Radio 5 – Pieci.lv* īsti nav nepieciešamības pēc žurnālistiem, jo interesējošu saturu varam saņemt no ziņu dienesta kolēģiem. Žurnālista izglītība vai pieredze tiktu izvērtēta kā pluss, izvēloties darbinieku producenta vai

satura redaktora amatam.” 2022. gadā *Latvijas Radio* tika apstiprināts jauns Rīcības un ētikas kodekss, kurā ir strikti noteikts, ka darbs sabiedriskajā medijā nav apvienojams ar influenceru darbību. “Šobrīd tiek risināts, kā tas skar darbā pieņemtos influencerus. Šāda atteikšanās no sadarbības ar influenceriem var radīt problēmas jaunākās auditorijas uzrunāšanā. Komercmediju izvēle strādāt ar

influenceriem ir labi saprotama no ekonomiskā aspekta. Laikā, kad Lota Ulmane tika pieņemta darbā *Latvijas Radio 5 – Pieci.lv*, vēl nebija jaunā Rīcības un ētikas kodeksa. Tā brīža kanāla vadība ticēja, ka influenceru piesaiste lineārajam ēteram uzlabos reitingus un ļaus sasniegt gados jaunāku auditoriju, taču netika ņemts vērā, ka jauniešu auditorija vienkārši nepatērē lineārās apraides radio saturu. Influenceru iesaiste būtu izskatāma saistībā ar multimediju satura veidošanu.”

AUGSTĀKĀ IZGLĪTĪBA KĀ PLUS

Kārlis Kazāks uzskata, ka izglītībai komunikācijas jomā ir liela nozīme, ja ir vēlme strādāt žurnālistikā, tieši ziņu dienestos vai informatīvi analītisko raidījumu veidošanā. *Latvijas Radio 5 – Pieci.lv* no ētera personībām augstākā izglītība žurnālistikā ir diviem darbiniekiem un satura redaktoram. Izglītība ir būtiska, ja ir vēlme izprast mediju nozīmi un attīstīt karjeru mediju vidē tālāk par vienkāršu ētera moderatoru.” Kārlis Kazāks uzskata, ka cilvēkam, kurš vēlas strādāt ēterā vai veidot multimediju saturu, ir jāpiemīt dažādām prasēm. “Kā būtiskāko varētu izcelt valodas prasmi, atraktivitāti, pieredzi darbā mediju vidē, izpratni par mediju un sabiedrisko mediju lomu, radošumu un ieinteresētību. Ņemot vērā, ka *Latvijas Radio 5 – Pieci.lv* veido saturu jauniešu auditorijai, tad ir saprotams, ka par darbiniekiem tiek uzrunāti arī gados jauni cilvēki. Projekts “DJ skola” ļauj mums atklāt jaunus, talantīgus cilvēkus, kas vēlas strādāt.”

APŠAUBĀMA INFLUENCERU SPĒJA

“Šobrīd teju visos lielākajos Eiropas sabiedriskajos medijos tiek spriests, kā rīkoties ar influenceru jautājumu, jo bez tiem zūd sabiedrības interese par mediju veidoto saturu. Ir skaidrs, ka mediju vidē uzturēt atpazīstamību ļauj darbiniekam kļūt pieprasītam influenceru tirgū. Influenceru spēja attīstīt mediju zīmolu plašākā izpratnē ir apšaubāma,” atzīst Kārlis Kazāks. Viņš stāsta, ka radio vadība seko līdzi reitingiem un skatās, kā tie mainījušies, kopš *Pieci.lv* strādā influenceru Lota Ulmane. “Kopējais *Latvijas Radio 5 – Pieci.lv* reitings ir mazliet palielinājies, bet konkrētās rīta programmas reitings, kurā darbojas influenceru, ir dramatiski sarucis. Tas saistāms ar faktu, ka influenceru auditorija neklausās radio.” Komentāru par to, kam influenceru darbs radiostacijā beigās ir izdevīgāks – radiostacijai vai pašam influencerim –, Kārlis Kazāks nesniedz.

PROBLĒMA NAV INFLUENCERA STATUSS, BET KOMERCDAVBĪBA

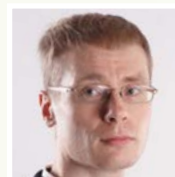


Latvijas Radio galvenā redaktore **Anita Brauna**

***Latvijas Radio* Rīcības un ētikas kodekss tika pieņemts 2022. gada vasarā. Savu komentāru sniedz *Latvijas Radio* galvenā redaktore Anita Brauna,**

norādot, ka šajā gadījumā runa ir konkrēti par diviem *Latvijas Radio* Rīcības un ētikas kodeksa pantiem.

“Nav specifiska regulējuma par influenceriem, bet kodekss nosaka, ka *Latvijas Radio* žurnālisti un raidījumu vadītāji savu profesionālo darbību nevar savienot ar reklāmas pakalpojumu sniegšanu, kā arī *Latvijas Radio* žurnālisti un raidījumu vadītāji nedrīkst izmantot savu sabiedriskajā medijā iegūto publisko tēlu komerciāliem nolūkiem, tostarp nedrīkst izvietot uzņēmumu logotipus, zīmolus vai citādi tos reklamēt savos sociālo mediju profilos un šādā veidā gūt ienākumus. Šāda regulējuma agrāk nebija, tāpēc radio ir atsevišķi darbinieki, kuri turpina influencēt, jo darba attiecību uzsākšanas sākumā šādu normu nebija un viņi tām nepiekrīt. Radio vadība uz šo skatās kā pārejas periodu, kam būs jābeidzas 2023. gada laikā.”



Vidzemes Augstskolas asociētais profesors **Jānis Buholcs**

Komunikācijas eksperta, Vidzemes Augstskolas asociētā profesora Jāņa Buholca komentārs par pieņemto *Latvijas Radio* Rīcības un ētikas kodeksu:

“Influenceru profesija tik tiešām ir saistīta ar reklāmu. Viņš faktiski ir reklāmas stabs. Līdz ar to no medijiem, kam ir augsti žurnālistikas profesionālie standarti, mēs varam sagaidīt šāda veida politiku, un es gribētu, ka to dara ne tikai sabiedriskie mediji, bet arī citi žurnālistikas mediji, kuri cenšas uzturēt augstus profesionālos standartus.”

LAUŽU UN PĀRKĀPJU

“Es perfekti atceros to dienu. Darbu *Radio Tev* sāku 2020. gada 5. maijā. Šis radio ir mana dzīve. Esmu dikti iemīlējis dažādu šovu, raidījumu un pasākumu vadīšanu. Šeit apvienojas viss, kas mani paceļ dažus metrus virs zemes,” par savu darbu un pieredzi *Radio Tev* stāsta influenceris Lauris Zalāns.

“Šajā darbā man patiek iespēja būt sev pašam un klausītāja atgriezeniskā saite. Šis lietas ļoti motivē! Par mācīšanos runājot, varu pieminēt laika menedžmentu. Mazliet jāpieliek roka, lai kārtīgāk un precīzāk plānotu laiku.” Influenceris atzīst, ka sevi neuzskata par radio žurnālistu, atklājot arī to, ka reiz studējis žurnālistiku, taču studijas nav pabeidzis. “Žurnālistikas elementi manā izpaušanās veidā ir, bet visu pārējo, kas saistās ar to, šķiet, ka laužu un pārkāpju maksimāli, tāpēc nebūtu godīgi pret citiem, ja es sevi sauktu par žurnālistu. Noteikti studiju laikā esmu ieguvis žurnālistikas pamatzināšanas un sapratis, ko un kā gribu darīt nākotnē šajā sfērā.”

IZGLĪTĪBA NAV PRIMĀRĀ

Lauris Zalāns atklāj, ka tuvāko gadu laikā augstāko izglītību komunikācijas jomā neplāno iegūt. “Manā gadījumā tā varētu būt noderīga, lai paplašinātu redzesloku, iegūtu kādus augstākus amatus vai prestižāk kotētos konkrētā sabiedrībā, bet tas nav mans mērķis. Vismaz pagaidām.” Viņš uzskata, ka primāri ir jāizvērtē, kāds ir mērķis darbā radiostacijā, kura īstenošanai ir nepieciešama augstākā izglītība komunikācijas jomā. “Jāsaprot, kas ir tas, ko radio gribi darīt. Ja būt konkrēta raidlaika, ētera vadītājs, kas katru dienu darbojas un “runā par visu”, tad uzskatu, ka augstākā izglītība nav nepieciešama. Protams, jābūt kompetentam un jāsaprot, ko dari. Augstākā izglītība par

ļauņu nenāktu, taču vēl joprojām saglabāju nostāju, ka tā nav primārā. Ja tu “rubi fišķu”, tad esi spējīgs veidot kvalitatīvu materiālu arī bez tās.”

TAS NAV NEKAS JAUNS

Lauris Zalāns stāsta, ka influencēšanu no darba radiostacijā nenošķir. “Tie iet roku rokā un viens otru papildina. Esmu izmantojis radio darbā influencera iemaņas, kā arī otrādi. Tas gan neattiecas uz reklāmu. Tas ir cits stāsts.” Viņš uzskata, ka darbā radio jau sen strādājuši šovbiznesa cilvēki un tas nav nekas jauns. “Te viss ir atkarīgs no tā, kāds ir amats vai darba pienākumi, tā, ko tu meklē un kas radio ir nepieciešams. Nenoliegšu, ka ne pirmo reizi dzirdu, ka radio strādā cilvēki, kuri darbojas arī sociālajos tīklos. Tiešajā ēterā, kas vairāk saistās ar izklaidi, vienmēr ir strādājuši cilvēki, kas ir no šovbiznesa. Tie ir aktieri, mūziķi, pasākumu vadītāji, sabiedrībā pazīstami cilvēki un influenceri. Vēl viens zars, kas nācis klāt tam, kas patiesībā noticis jau sen.”

PIEAUG PERSONĪGĀ AUDITORIJA

Lauris Zalāns stāsta, ka interesējas par to, kādi ir *Radio Tev* reitingi. “Mums ir ļoti svarīgi zināt, kā esam darbojušies līdz šim un kā gribam darboties tālāk.” Uz jautājumu, kā mainījušies klausījumu reitingi, kopš influenceris strādā šajā radiostacijā, viņš atbild izvairīgi. “Nāksies atvainoties, bet šī ir informācija, kuru nedrīkstu izpaust, bet varu teikt, ka tā ir

mainījusies abos virzienos. Tas noteikti nav tikai manis atnākšanas faktors, bet ļoti daudz citu apstākļu, sakrītību ietekme, situācija Latvijā un pasaulē.” Influenceris atzīst, ka viņa personīgā auditorija sociālajos tīklos ir pieaugusi. “Grūti novērtēt, cik daudz šajā sakarā ir ietekmējis radio. Es noteikti varu teikt, ka kopumā radio ir ieguvis jaunu auditoriju. Noteikti uzskatu un uzskatīšu, kas šis strādā abos virzienos.”

“Jebkurš medijs – televīzija, radio, rakstošie mediji, interneta portāli – cīnās par divām lietām: lietotāju uzmanību un uzticamību. Izvēloties jaunus kolēģus, tiek vērtēts, vai jaunais radio didžejs ir uzticams, vai ir laba reputācija un spēja pievērst klausītāju uzmanību,” par darbu *Radio Tev* stāsta tā vadītājs un ētera balss Kristaps Tālbergs.

IZGLĪTĪBA NEVAR BŪT VIENĪGAIS NOTEICOŠAIS FAKTORS

“Komercriado izvēlas darbā pieņemt influencerus, jo aktīvā konkurence neļauj ilgi ēterā “auklēt” jaunu ētera personību. Īpaši uzmanīgi jāizvēlas radio didžeji, kas ēterā būs dzirdami diendienā. Izglītība ir ļoti svarīga, bet ne noteicoša radio didžeja atlase.” Kristaps Tālbergs atklāj, ka Lauris Zalāns darbam ēterā izvēlēts tāpēc, ka viņam bijusi attiecīga pieredze un prasmes. “Viņš bija guvis vērtīgu pieredzi publiskajā runā, vadot *Ghetto Games* pasākumus, piedalījies arī radio didžejaursos. Redzējam, ka viņš lieliski jūtas un realizē sevi arī sociālo tīklu vidē.”

Kristaps Tālbergs uzsver, ka cilvēkam, kurš vēlas strādāt par radio ētera balsi, augstākā izglītība nevar būt vienīgais, ko piedāvāt darba devējam. “Žurnālistikas izglītība nenozīmē, ka esi pietiekami komunikabls un labs žurnālists. Absolventam var nebūt atbilstoša balss, tikama sevis pasniegšanas maniere, spēja jokot, kritiski domāt vai publiski izteikties.”

Kristaps Tālbergs atklāj, ka seko līdz radio reitingiem. Ir zināms, ka tie turpina augt. “Kopš 2020. gada, kad tika veiktas lielākās izmaiņas ētera personību ziņā, reitingi ir auguši no 178 tūkstošiem klausītāju nedēļā līdz 198 tūkstošiem.

Pieaugums noteikti ir saistīts ar ētera personību spēju uzrunāt, informēt un izklaidēt klausītājus.”



Influenceris Lauris Zalāns



Radio Tev vadītājs Kristaps Tālbergs

PERSONĪGĀ SLAVA UN POPULARITĀTE

Galvenais, kas jāievēro influencerim, strādājot radio, ir atbildība par visu, kas notiek ēterā. “Jāseko līdzī mūzikas rotācijai, reklāmu izvietojumam atbilstošos reklāmas

blokos, un jānodrošina informatīvs un izklaidejošs ētera saturs klausītājiem.” Pašam medijam jāievēro Latvijā spēkā esošais Reklāmas likums. “Tas arī nosaka, kas ir žurnālistika un kurā brīdī jau sākas reklāma. Tā ievērošanu uzmana atbilstošās institūcijas – Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome.” Kristaps Tālbergs atklāj, ka nav pētījis Laura Zalāna personīgās auditorijas izmaiņas, taču zina, ka tā ir pieaugusi. “Ikviens sabiedrībā zināms cilvēks, kas strādā mediju jomā, ar savu darbu veicina gan attiecīgā medija atpazīstamību, gan neizbēgami arī savu personīgo slavu.”

“Žurnālists nevar būt influenceris. Pirmā un, var teikt, vienīgā žurnālista lojalitāte ir pret viņa auditoriju. Žurnālists nedrīkst reklamēt preces un pakalpojumus, nedrīkst būt sabiedrisko attiecību cilvēks, nedrīkst apkalpot citas intereses kā tikai savas auditorijas intereses,” stāsta komunikācijas eksperts, Vidzemes Augstskolas asociētais profesors Jānis Buholcs, atklājot savu redzējumu par šo tēmu.

TIEK JAUKTAS DEFINĪCIJAS

Jānis Buholcs radio žurnālistiku raksturo šādi: “Tā ir satura ievākšana, apstrāde un izplatīšana, izmantojot radio formātu, un pēc šādas definīcijas, protams, tajā ietilpst visdažādākie žanri. Žurnālists, nenoliedzami, ir satura veidotājs. Cilvēks, kas ievāc informāciju, veido sižetus, veic intervijas un nodarbojas ar lietām, kuras ir saistītas ar žurnālistiku.” Viņaprāt, cilvēki bieži vien mēdz jaukt, neatbilstoši lietot vai arī uzskatīt par atšķirīgām definīcijas, kas attiecas uz cilvēku, kurš strādā radio žurnālistikā:

“Par radio didžeju un radio ētera balsi runājot, man tās šķiet diezgan līdzīgas lietas, bet tas noteikti ir jautājums par to, ko viņi dara. Radio balss izklausās pēc cilvēka, kas vienkārši runā. Didžejam pamatfunkcija ir likt mūziku, pašam to izvēlēties. Ir jāskatās ne tikai uz tiem vārdiem, ko cilvēki lieto, bet arī uz tām nozīmēm, ko viņi tur ieliek, jo es pieļauju, ka ir situācijas, kurās cilvēki saka kaut ko vienu, bet domā ko citu.”

NĀVES GRĒKS ŽURNĀLISTIKĀ

Augstākā izglītība, jo sevišķi komunikācijas nozarē, palīdz, ja cilvēks strādā radio žurnālistikas jomā. “Tā palīdz attīstīt redzesloku, zināt svarīgas lietas par profesiju, par profesionālajiem standartiem, bet tas nenozīmē, ka cilvēki, kuriem augstākās izglītības šajā jomā nav, šīs zināšanas nevar atrast citā veidā. Profesiju var iemācīties arī darot. Augstākā izglītība nav pats nozīmīgākais, kas mums ļauj raksturot to, vai konkrētais cilvēks, kurš strādā profesijā, ir labs profesionālis.” Jānis Buholcs norāda, ka influenceru darbība radio žurnālistikā rada interešu konfliktu. “Interesu konflikts šajā gadījumā izpaužas tā, ka satura veidotājam ir divējādas intereses. Viņam, no vienas puses, ir interese izdarīt kaut ko labu savai auditorijai, pastāstīt kaut ko, kas tai interesē. No otras puses, viņam ir šis te uzdevums, kuru devis reklāmdevējs, – sacīt noteiktas lietas noteiktā veidā, lai šīs lietas padarītu pievilcīgas pirkšanai. Žurnālistikā tas ir nāves grēks, jo žurnālists nedrīkst žonglēt ar dažādām lojalitātēm.”

PĀRMAIŅAS MEDIJU VIDĒ

Jānis Buholcs uzskata, ka influenceru darbība radio žurnālistikā Latvijā būtu jāvērtē viņu profesionālo standartu kontekstā. “Ja viņi spēj radīt saturu, kas atbilst žurnālistikas profesionālajiem standartiem, tad viss puslīdz ir kārtībā. Ja tur ir problēmas ar profesionālajiem standartiem, tad viņu vietā šajā darbā vajadzētu strādāt cilvēkiem, kuriem ir izglītība un pieredze istā žurnālistikā.” Viņš komentē, ka radiostacijai ir konkrētas gaidas par to, ko vēlas sagaidīt no influenceru, kurš tur strādās, taču ir grūti spriest, vai tās vienmēr piepildās. “Ja medijam šāda izvēle ir nākusi par labu, auditorija ir pieaugusi, tad varam sacīt, ka tas ir viņiem izdevīgi. Skaidrs, ka influencerim pašam tas nenoliedzami palīdz iegūt vairāk auditorijas. Vairumā gadījumu ieguvēji varētu būt abi divi.”

RADIO PASAULES DURVIS VAĻĀ TIKAI IZREDZĒTAJĒM?

Influenceri sevi neuzskata par radio žurnālistiem, tomēr komunikācijas eksperta definīcija par to, ka radio žurnālistika ietver dažādus žanrus, arī kultūras un izklaides, pierāda to, ka varam tos par tādiem uzskatīt. Intervētie influenceri vada kultūras vai izklaides raidījumus un rubrikas, kas būtībā ir radio žurnālistika, ietverot intervēšanu, informācijas vākšanu, apstrādi un izplatīšanu. Šajā brīdī rodas problēma, jo, kā minēja eksperts, influenceris nevar būt arī žurnālists, un otrādi. Reklāma no žurnālistikas ir jānošķir. Influencēšana un žurnālistika ir divas dažādas jomas, un tās ir jānodala, tomēr ne visas radiostācijas, dzenoties pēc klausījumu reitingiem un slavas, to ņem vērā. Man pašai ļoti interesanta šķiet *Latvijas Radio 5 – Pieci.lv* situācija, kur jaunais *Latvijas Radio* Rīcības un ētikas kodekss paredz, ka influencerim, kas strādā radio, būs jāizvēlas – influencerēšana vai darbs radio, jo apvienot abus vairs nevarēs.

Intervējot gan influencerus, gan cilvēkus radiostaciju vadībā, mani pārsteidza, ka vienādiem vai ļoti līdzīgiem radio žurnālistikas amatiem tiek jaukti vai nepareizi lietoti dažādi amatu nosaukumi. To apstiprināja arī komunikācijas eksperts. Tādi ir, piemēram, radio didžejs, radio ētera balss, radio personība, kas ietver ļoti līdzīgus aspektus un ir savienojamas arī ar radio žurnālista amata nosaukumu un definīciju. Savukārt radio žurnālista definīciju visi liek atsevišķā “kastītē”, lai gan pēc intervijas ar ekspertu uzskatu, ka tā nevajadzētu būt.

Vēl viens secinājums – radiostācijas, ņemot darbā cilvēku radio žurnālistikas un ētera amatam, neņem vērā ne augstākās izglītības, ne arī komunikācijas darba pieredzes faktoru, bet gan to, vai šis cilvēks ir Latvijā atpazīstams un vai tam ir sava auditorija sociālajos tīklos. Kopumā tas nozīmē bēdīgas ziņas tiem, kas ir ieguvuši augstāko izglītību un darba pieredzi žurnālistikā, jo durvis uz darbu radio pasaulē, visdrīzāk, nebūs vaļā. Kopumā šajā situācijā ieguvēji izskatās ir abi – gan radiostacija, gan influenceris, bet kā ir ar auditoriju? Vai pie tās nonāk pietiekami kvalitatīvs radio žurnālistikas saturs? 🤔

VAI LATVIJĀ SAPROTAM IRĀNAS PROTESTU NOZĪMI?

Autore: Linda Siliņa



Foto: Linda Siliņa

2022. gada 16. septembris Irānas sabiedrībai paliks atmiņā kā diena, kas izraisīja vēl vienu protesta vilni un atgādināja sabiedrībai, ka politiskās varas visatļautība nav pieņemama. Todien jauna sieviete Mahsa Amini gāja bojā morāles policijas apcietinājumā pēc tam, kad viņa tika aizturēta par “neislāmiska” apģērba nēsāšanu. Šis notikums izraisīja plašus protestus ne tikai Irānā, bet arī visā pasaulē. Ko par to varējām uzzināt Latvijā?

KAS NOTIKA? ĪSS SITUĀCIJAS APRAKSTS

2022. gada 13. septembrī Teherānā jaunu sievieti vārdā Mahsa Amini apcietināja morāles policija par “neislāmiska” apģērba nēsāšanu. Morāles policija ir speciāla policijas vienība, kuras uzdevums ir nodrošināt islāma morāles normu ievērošanu, kas visbiežāk izpaužas kā “neatbilstoši” ģērbušos sieviešu apcietināšana. Ģimenei tika apsūdzēts, ka jauno sievieti atbrīvos no apcietinājuma, tomēr trīs dienas pēc apcietināšanas jaunā sieviete nomira slimnīcā. Nāves cēlonis joprojām nav

droši zināms. Aculiecinieki un Mahsas Amini ģimene apgalvo, ka sieviete tikusi piekauta viņas apģērba dēļ. Policija un varasiestādes apgalvo, ka jaunā sieviete mirusi sirdslēkmes dēļ, tomēr ģimene noraida šo apgalvojumu, norādot, ka viņai nav bijušas problēmas ar veselību.

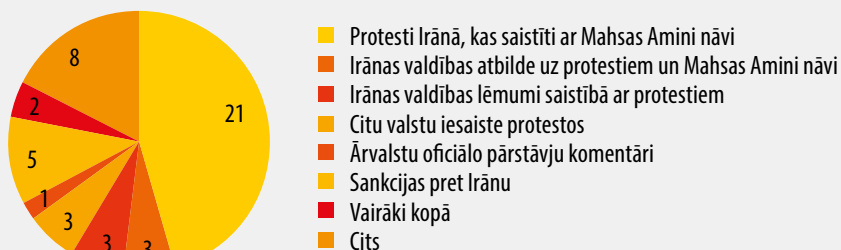
Pēc jaunās sievietes nāves Irānā un citviet pasaulē ir sākušies plaši protesti. To mērķis ir vērsties pret Irānā pastāvošo varu un reliģisko ideoloģiju, kas tiek uzspiesta sievietēm, nosakot viņu apģērbu un uzvedību. Irānas

valdība šos protestus mēģina apturēt, protestētājiem piespriežot bargus sodus. Apcietinājumā nonākuši daudzi protestētāji, daļa gājusi bojā protestu laikā. Sievītes sociālās tīklošanās vietnēs dalījās ar video, kuros redzams, kā tika dedzināti hidžābi un nogriezti mati, solidarizējoties ar šo kustību un protestētājiem. Irānas sievietes tika atbalstītas arī citās valstīs, piemēram, Norvēģijā, ASV, Afganistānā, Francijā.

IRĀNAS SITUĀCIJAS ATSPoguļojums INTERNETA ZIŅU PORTĀLOS LATVIJĀ

Pēc *Gemius* pētījumu datiem, vislielākā auditorija ir ziņu portāliem Delfi.lv (1. vieta), TVNET.lv (4. vieta) un LSM.lv (6. vieta). Lai saprastu Latvijas iedzīvotāju iespējas uzzināt par Irānas notikumiem, tika izpētītas portālu publikācijas par Irānas notikumiem no 2022. gada 16. septembra līdz 1. decembrim. Kopumā analizētas 46 publikācijas: 21 Delfi.lv publikācija, 14 LSM.lv un 11 TVNET.lv publikācijas.

Temati ziņu portālos



Biežākais temats portālos Delfi.lv un LSM.lv ir protestu gaita, ziņas par tajos aizturētajiem un mirušajiem. Lasāmas arī publikācijas par Irānai piespriestajām sankcijām, Irānas atbildi un lēmumiem saistībā ar protestiem, jaunās sievietes nāves apstākļiem. Atšķiras TVNET.lv publikāciju tēmas. Tajās ir lielāka daudzveidība, atsevišķos rakstos procesi tiek sīkāk izskaidroti. Vairākās publikācijās aptverti vairāki temati, tiek skaidroti Irānas valdības lēmumi un viedoklis, arī publisku personu skatījums.

Visbiežāk publikācijās ir nevis viedokļi par notikumiem, bet gan neitrāla informācija. Brižiem lasāms tikai vienas puses viedoklis, daudzos rakstos ir redzama viedokļu daudzveidība. Publikāciju kopējā noskaņa visbiežāk liecina, ka publikācijas tikai bezkaislīgi informē.

Multimedialitāte izpaužas kā fotogrāfijas un hipersaites. Izceļas TVNET.lv publikācijas, kurās izmantotas spilgtas un medijos mazāk redzētas fotogrāfijas. Tās netika pārpublicētas vairākas reizes, kā to varēja novērot Delfi.lv un LSM.lv.

Publikācijās pārstāvēto viedokļu avoti visbiežāk ir oficiāli pārstāvji, organizācijas, amatpersonas, ziņu aģentūras un ārvalstu mediji.

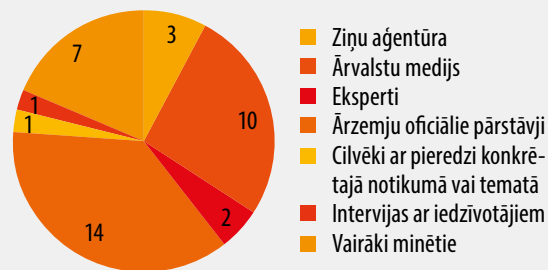
Jāuzsver, ka ziņu aģentūra LETA ir avots gandrīz pusei portālos Delfi.lv un LSM.lv publicētā materiāla par Irānu. TVNET izmanto arī no ārvalstu ziņu aģentūrām gūto informāciju. Oriģināla satura par Irānas situāciju Latvijas medijos ir ļoti maz, jo, sniedzot aktuālo informāciju, mediji atsaucas uz ārzemju medijiem vai aģentūrām. Visu aplūkoto publikāciju virsraksti ir neitrāli, informatīvi un pilda savu funkciju – pavēstīt galveno ideju.

Raksti par Irānu nav īpaši populāri, un tas, iespējams, norāda, kāda ir sabiedrības interese par šo tematu.

Portālos ir plaši atspoguļota tieši protestu norise, upuru skaits un valdības lēmumi, kas saistīti ar protestiem. Sākoties protestiem, parādījās arī ziņas par Mahsas Amini nāves apstākļiem. Atspoguļojums ir pietiekami plašs, lai sniegtu ieskatu Irānas politiskajos notikumos, bet nepietiekami daudzveidīgs, lai tos padziļināti

varētu izprast. Kā tālāk piedāvātajā intervijā min Toms Rātfelders – pietrūkst analīzes. Šādu secinājumu varēja izdarīt, arī analizējot publikācijas, – Latvijas medijos nav rakstu, kuros tiktu padziļināti skaidroti procesi, notikumi un sniegta to analīze. Tā kā sabiedrības interese par šiem notikumiem nav liela, tad arī izpratne par politisko situāciju būs vājāka, tādēļ būtu svarīgi iedziļināties nozīmēs, cēloņos un sekās.

Publikāciju informācijas avoti



ZĪMĪGĀKIE NOTIKUMI 2022. GADĀ

Irānā:

13. septembris – morāles policija arestē Mahsu Amini par “neislāmiska” apģērba nēsāšanu.

16. septembris – Mahsa Amini slimnīcā nomirst. Irānas iedzīvotāji izsaka savu neapmierinātību par morāles policijas eksistenci un jaunās sievietes nāvi.

17. septembris – Mahsas Amini bēres. Sievietes, protestējot pret režīmu, bēres noņem galvassegu.

20. septembris – sievietes, protestējot pret režīmu, dedzina hidžābus Irānas pilsētā Sari. Kopš protestu sākuma ir nogalināti vismaz septiņi cilvēki, to skaitā jauna meitene vārdā Nika Šakarami, kura kļūst par vēl vienu protestu simbolu.

22. septembris – protestu septītā diena, nogalināti aptuveni 30 cilvēki. Protesti izplatījušies jau 80 pilsētās.

Irānas iedzīvotāju atbalsta pasākumi citās valstīs:

1. oktobris – Irānas cilvēku atbalsta mītiņi Zviedrijā, Lielbritānijā, Vācijā, Čehijā, Spānijā, Polijā, Austrijā, Austrālijā, ASV un Slovākijā..

22. oktobris – Latvijā (Rīgā, Vērmanes dārzā) notika protesta pasākums, ko organizēja jaunatnes organizācija “Protests”, tādējādi atbalstot Irānas sievietes.

23. oktobris – protesti Berlīnē, solidarizējoties ar protestētājiem Irānā.

Represijas pret protestētājiem Irānā:

28. septembris – vienpadsmitā protestu diena, vismaz 76 protestētāji nogalināti, simtiem cilvēku arestēti.

31. oktobris – saistībā ar protestiem tiek notiesāti aptuveni 1000 cilvēki.

14. novembris – vienam no protestētājiem tiek piespriests nāvessods.

16. novembris – par dalību protestos četri cilvēki tiek notiesāti uz nāvi.

8. decembris – tiek izpildīts pirmais nāvessods.

26. decembris – simts dienas kopš protestu sākuma. Nogalināti vairāk nekā 500 protestētāji, to skaitā 69 bērni.



UZMANĪBU IRĀNAI PIEVĒRŠ FACEBOOK FEMINISTU FORUMS

Facebook Feministu forumā ziņas par Irānu galvenokārt pārpublicētas no citiem avotiem. Piemēram, jauniešu organizācijas “Protests” publikācija par plakātu darbnici Irānas sieviešu atbalsta gājienam. Pateicoties šim avotam, uzzināju, ka 2022. gada 22. oktobrī šāds pasākums organizēts Latvijā (Rīgā, Vērmānes dārzā), taču Latvijas medijos par to nekas netika ziņots.

Feministu forumā parādās arī pārdomas par notiekošo dzejas formātā: “It’s easier for them to believe that something is wrong with you than it is for them to believe that something wrong happened to you”* (*Najwa Zebian*). Uz šo citātu, kas liecina par atbalstu Irānas sievietēm, reaģēja 14 grupas dalībnieces. Grupa dalījās ar vēl divām publikācijām. Viena no tām bija intervija ar CNN žurnālisti, kurai bija paredzēta intervija ar Irānas prezidentu, bet prezidents atteicās runāt ar žurnālisti, jo viņai nebija apsegtā galva. Grupā tika publicēti arī

ekrānuuzņēmumi no kāda *Instagram* profila, kurā tika aprakstīta situācija un runāts par feminisma nozīmi Irānas kontekstā.

Šobrīd Latvijas medijos prioritāte tiek dota ziņām par karadarbību Ukrainā. Šīs ziņas ir novērsušas lasītāju un mediju uzmanību no Irānā notiekošajiem protestiem un cīņas par dzimumu līdztiesību. Mediji un auditorija savā starpā mijiedarbojas – mediji diktē aktualitāšu dienaskārtību un nosaka notikumu nozīmīgumu, savukārt sabiedrības interese par konkrētiem tematiem ietekmē mediju darbu un lēmumus par to, kas interesē sabiedrību. To komentē portālu redaktori.

* Tulkojums latviešu val.: “Viņiem ir vieglāk noticēt tam, ka ar tevi kaut kas nav kārtībā, nekā tam, ka ar tevi ir noticis kaut kas slikts.”

IRĀNAS NOTIKUMI UKRAINAS KARA ĒNĀ

LSM.lv redaktora Ģirta Kasparāna komentārs:

“Iedzīvotāju protesti pret Irānas valdību ir bijis viens no galvenajiem starptautisko ziņu

stāstiem 2022. gadā. Tomēr tas palicis Ukrainas kara ēnā, vismaz Latvijā. Starptautisko ziņu sadaļā dominē ziņas, kas saistītas ar Krievijas iebrukumu Ukrainā un kara sekām. Krievija ir mūsu kaimiņvalsts, un Krievijā valdošais Vladimira Putina režīms īsteno imperiālistisku politiku, kuras mērķis ir atjaunot Maskavas ietekmes zonu, vismaz bijušās PSRS teritorijā. Tāpēc notikumi Ukrainā ļoti lielā mērā attiecas arī uz Latviju, jo gadījumā, ja Krievijai izdotos pakļaut Ukrainu savai kontrolei, Putins varētu mēģināt atkārtot šādas darbības arī Baltijas valstīs.

Arī no lasītāju un portāla LSM.lv lietotāju viedokļa var redzēt, ka ziņas par notikumiem Ukrainā lasītājus interesē daudz vairāk nekā notikumi Irānā un citos pasaules reģionos.

Irāna no mums ir ģeogrāfiski tālāk, un Latvijai ar to nav ciešas politiskās vai ekonomiskās saites. Šī valsts mūs vairāk interesē kopējā Tuvo Austrumu reģiona politikas kontekstā. Tādēļ es kā LSM.lv ārzemju ziņu redaktors par notikumiem Irānā ziņoju mazāk nekā par notikumiem Ukrainā. Domāju, ka arī citi Latvijas mediji vadās pēc līdzīgiem apsvērumiem.

Latvijas iedzīvotāji, kam ir padziļināta interese par notikumiem Irānā, visticamāk, tiem seko ar citu starptautisko mediju palīdzību. LSM.lv portālā ziņas par notikumiem Irānā tiek lasītas mazāk nekā par notikumiem Ukrainā, bet uz citu ārzemju ziņu fona tās īpaši neizceļas kā vairāk vai mazāk interesantas auditorijai.

Irānas militārais atbalsts Krievijas iebrukumam Ukrainā – kaujas dronu piegādes – tiek atspoguļots vairāk, jo tas ietekmē kara gaitu Ukrainā.”

IRĀNA IR ĻOTI SVARĪGA, UKRAINA PRASA LIELUS RESURSUS

Savu viedokli izsaka

Delfi.lv redaktors Ansis Īvāns:

“Ziņas izvēlamies atbilstoši to vērtībām, piemēram, tuvums, aktualitāte. Irāna, protams, ir aktuāla. Ukraina izvirzās priekšplānā, jo tā ir tuvāk un tur notiek gadsimta lielākais karš, kas ietekmē mūs visus. Irāna ir tālāk, tās notikumi cilvēkiem mazāk saprotami. Vēl viens faktors – mūsu resursi. Kad mēs izvēlamies, kā tos izmantot, priekšroku dodam Ukrainai. Bet, protams,

Irānu mēs pamanām, īpaši saistībā ar ieroču piegādi Krievijai. Mums ir arī diskusiju raidījums "Spried ar Delfi" un raidījums par notikumiem ārzemēs "Komandcentrs", kuros bija tikai Irānai veltīts sižets. Tāpat arī "Spried ar Delfi" ir sižeti, kuros stāstām par Irānu.

Nevarētu teikt, ka arī pirms kara mūsu lasītājiem Irāna bija mīļākais temats, tāpat kā pirms dažiem gadiem Sirijas karš. Notikumi Irānā kopumā pasaulē ir svarīgi, ņemot vērā Teherānas ambīcijas iegūt kodolieročus un destabilizēt reģionu. Otrs temats – cīņa par cilvēktiesībām – ir nozīmīgs mums visiem, jo pasaule ir vienota. Jo sliktāk kaut kur klājas, jo vairāk cilvēku no turienes brauc prom un meklē labākus apstākļus citur. Ne velti bagātās valstis daudz iegulda trešo valstu attīstībā, lai uzlabotu cilvēku dzīvi un mazinātu migrāciju.

Ne mazāk svarīgs faktors – empātija. Latvija ir pieredzējusi totalitāru režīmu, un Krievijas agresija atkal atgādina par tādu režīmu nesto postu. Cilvēkiem ir līdzjūtība un saprotama vēlme cīnīties pret nejaukiem režīmiem. Tomēr tālums, ikdienas problēmas un karš Ukrainā daudziem Latvijā liedz saskatīt Irānas tēmas aktualitāti."

MAZĀK DARBINIEKU, MAZĀK ZIŅU

TVNET.lv redaktors

Annijas Vīnkals komentārs:

"Pētot šo jautājumu, jāņem vērā tas, cik lielas ir Latvijas mediju redakciju ārvalstu ziņu nodaļas. Portālā TVNET tie ir 2,5 cilvēki – divi pilnas slodzes darbinieki, kuri nodarbojas gan ar brīvprīgiešu ziņu saturu, gan arī veido materiālus tiešsaistes žurnālam Klik, kā arī viens pusslodzes darbinieks, kurš galvenokārt veido ārpolitikas raidījumu "Pasaule kabatā". Protams, tik nelielā sastāvā nav iespējams aplūkot visus aktuālos notikumus un reģionus, un īpaši smagi tas jūtams pēc Krievijas iebrukuma Ukrainā.

Ziņu atlasē balstāmies uz ziņu vērtību principiem, no kuriem nozīmīgākie ir aktualitāte, ģeogrāfiskais tuvums un tas, cik liels iespajds notikumam ir uz lasītājiem. Šobrīd notiekošais karš Ukrainā šajos kritērijos ieņem ļoti augstu vietu. Tāpēc Ukrainai tiek atvēlēta lielākā daļa redakcijas resursu. Kara sākumā un vēlākajos periodos, kad intensificējās karadarbība, bija brīži, kad ārvalstu jautājumiem strādājošie vispār nevarēja pievērsties citiem tematiem un

viņiem palīgā nāca kolēģi, kuri ikdienā nodarbojas ar nacionālajām ziņām un pētniecisko žurnālistiku.

Ārvalstu nodaļai būtisks atspajds ir LETA sagatavotās ziņas par svarīgākajiem ārvalstu notikumiem. No darbinieku noslodzes ir atkarīgs, vai sagatavosim TVNET papildu oriģinālmateriālus. Kopumā ziņas un materiāli par protestiem Irānā nav piesaistījuši lielu lasītāju uzmanību, informācija par Irānas droniem lasītājus interesē daudz vairāk. Tās ir ziņas par karu Ukrainā, nevis par Irānu."

IRĀNAS PROBLĒMA NAV FEMINISMS, BET EKONOMISKĀS GRŪTĪBAS



**Intervija ar Latvijas
Ārpolitikas institūta
pētnieku Tomu
Rātfelderu, kas
specializējas Tuvo
Austrumu
starptautisko
attiecību pētniecībā.**

▲ Kāds ir jūsu skatījums uz šobrīd notiekošo Irānā?

Irānā redzam to, kas jau ir briedis ilgāku laiku. Es šobrīd nepateikšu precīzu laika līniju, bet iesaku aplūkot 2008. gada protestus, 2018. gada strādnieku protestus Irānā, 2020. gada

protestus. Sabiedrības neapmierinātība ar reliģisko režīmu tur bijusi jau ilgu laiku. Tagad tas viss ir aizgājis daudz lielākā mērogā un piesaista daudz lielāku mediju uzmanību.

▲ Vai Latvijas mediji tiek galā ar uzdevumu atspoguļot Irānas protestus?

Tuvo Austrumu reģions ir mana akadēmiskā specialitāte. Mani, protams, arī interesē, kas Latvijas mediju telpā tiek par to rakstīts, runāts. Šķiet, ka mūsu mediju kapacitātes dēļ tam nevelta tik lielu uzmanību, kā varētu veltīt. Pietrūkst analīzes. Kad sākās protesti, daudzi, arī mani bijušie kolēģi TVNET.lv un LSM.lv, minēja, ka milzīgā fokusa uz Ukrainu dēļ ir nepieciešami cilvēki, kas varētu rakstīt par Irānas protestiem. Tie nolikti otrajā plānā, lai gan visa pasaule par tiem runā. Mazas mediju kompānijas nevar atļauties veltīt vienlīdz lielu uzmanību vairākiem pasaules reģioniem vienlaikus. Domāju, ka Irānas protesti varētu tikt atspoguļoti daudz labāk, daudz vairāk. Tomēr ar pamatuzdevumiem Latvijas mediji tiek galā.

▲ Kāpēc Latvijas sabiedrības interese par Irānas notikumiem nav tik liela, kā varbūt gribētos?

Tam ir vairāki iemesli. Pirmkārt, politika kā tāda. Tā nav tikai Latvijā. Tas nav pats aizraujošākais temats. Par politiku cilvēki vairāk interesējas mūža otrajā pusē un mazāk mūža pirmajā pusē.



Foto: unsplash.com

Viņi vienkārši vēlas nebūt vieni.

daudz materiāla par Ukrainu, kas ģenerē nenormāli daudz klikšķu. Tad mēs varam izvēlēties jebkurā brīdī ielikt materiālu par Ukrainu un kaut kas var arī paslidēt garām. Varbūt visā informācijas plūsmā Latvijā rikoto protestu pret Irānas režīmu vienkārši neievēroja?

▲ Kā jūs ieteiktu vērtēt notiekošo Irānā?

Ja godīgi, mans kā politologa viedoklis – mums ir jāskatās uz Irānas ekonomiku un ne tik daudz uz feminismu. To visu nav izraisījusi feminismas kustība. Tas vienkārši ir bijis vēl viens no elementiem, kas ir pielicis klāt vēl nedaudz sniega jau tā milzīgajai problēmu sniega bumbai. Tās kodols ir valsts smagās ekonomiskās problēmas. Līdz

ar to sabiedrības attieksmi pret valdību (pašreizējo garīdzniecisko) raksturo milzīgs atbalsta trūkums. Stāsts par sievieti, kurai lika sakārtot hidžābu, iedod papildu stimulu cilvēkiem iet ielās un atkārtot scenāriju, kas jau ir atkārtots vismaz septiņas reizes. Bet tā pamatā ir ekonomika. Tas nav jautājums par kultūras atšķirībām un izpratni, tas ir jautājums par to, ka cilvēki, gluži tāpat kā mēs Latvijā, vēlas dzīvot labāk. Cilvēki ir noguruši no korupcijas un valdošā režīma.

▲ Kāds varētu būt Irānas situācijas labākais atrisinājums?

Ir skaidrs, ka valdošais režīms sevi ir izsmēlis. Tas joprojām balstās uz 1979. gada revolūcijas kārtību. 1979. gadā Irānā notika milzīga revolūcija, kuras rezultātā pie varas nāca cilvēki, kuri joprojām vada valsti. Viņi varu balsta uz, pirmkārt, islāmu, otrkārt, Irānas un Irākas karu, kas ļāva leģitimizēt viņu varu no 1980. gada līdz 1988. gadam. Tagadējā paaudze – Irānas jaunieši – redz, ka pie varas

esošie ir korumpēti, valsti ir sliktā ekonomiskā sistēma, un viņiem nepatīk, ka nav tik daudz tiesību kā citās valstīs. Tāpēc viņi iet ielās. Līdzīgi kā Baltkrievijā. Tā mums ir nedaudz tuvāk. Ja Lukašenko aizietu, cilvēki to atbalstītu. Līdzīgi arī Irānā – cilvēki vēlas, lai režīms aizietu, bet ir skaidrs, ka tas projām neies. Realistiskākais atrisinājums, manuprāt, ja sabiedrībai tiek iedotas kaut kādas fasādes reformas. Līdzīgi kā tagad saistībā ar tikumības policijas izformēšanu. Režīms to izformēja un parādīja, ka nāk preti protestētājiem. Vai režīmā kaut kas mainīsies? Es ļoti šaubos. Kamēr ekonomiskās problēmas Irānā netiks atrisinātas, cilvēki turpinās iet ielās. Viņi izdomās daudzus iemeslus, un feminisms ir viens no tiem.

▲ Vai morāles policijas vietā ar laiku varētu nākt kas cits, kas turpinātu morāles policijas pienākumus?

Cilvēkiem vajag iedot kādu "burkānu". Režīms nevar tā mūžīgi funkcionēt, tikai ar spēka palīdzību. Ja tā turpināsies, tad cilvēki tik un tā ies ielās. Līdz ar to nepieciešams kāds signāls no režīma puses. Manuprāt, tikumības policijas izformēšana varētu būt šī kosmētiskā lieta. Nevar izslēgt, ka kaut kas tāds varētu tikt atjaunots, bet noteikti ne tuvākajā laikā. Valdība pati sev iešautu kājās, ja ko tādu izdarītu. Cilvēki vienkārši redzētu, ka vara neko nav izdarījusi.

▲ Plakāti Irānas protestos ir angļu valodā. Vai tas ir palīdzības sauciens ār pasaulei?

Viņi vēlas, lai starptautiskie mediji pievērs uzmanību un cilvēki redz, kas notiek Irānā. Viņiem vajag starptautisku publicitāti, jo starptautiskā sabiedrība var izdarīt spiedienu uz Irānas režīmu. ASV potenciāli var uzlikt jaunas sankcijas, lai gan pret Irānu jau ir sankciju kalns. Bet tik un tā var vēl nedaudz palīdzēt, piemēram, uzņemt Irānas bēgļus.

▲ Kā pārejā pasaule var palīdzēt Irānai?

Kardinālākais risinājums būtu, ko amerikāņi un izraēlieši visu laiku saka – bet tas gan saistībā ar Irānas kodolprogrammu, nevis ar protestiem –, militāra intervence Irānā. Valdības gāšana ar militāru palīdzību. Bet to ir ļoti grūti iedomāties protestu kontekstā. Tas prasa milzīgus politiskos riskus, tas nav populāri, un tas destabilizēs politisko situāciju visā Tuvo Austrumu reģionā. Irāna ir viena no Tuvo Austrumu reģiona lielvarām, un tas, kas notiek ar Irānu, atsaucas arī uz visām apkārtnējam reģiona valstīm. Ja Tuvo Austrumu

Otra lieta – Latvijas sabiedrība vēsturiski bijusi uz iekšu vērsta. Tāpēc loģiski, ka mums vairāk interesē tas, kas notiek blakus. Ja kaimiņos ir milzīga agresorvalsts, kas var jebkurā brīdī potenciāli tevi okupēt vai arī izdarīt ko līdzīgu kā Ukrainā, tad emocijas būs daudz sakāpinātākas par šiem jautājumiem nekā par tematiem, kuri notiek kaut kur tālu un tieši neietekmē ikdienas dzīvi. Cilvēkiem interesē tas, kas ikdienā viņiem palīdz vai traucē dzīvot.

▲ Protesti pret Irānas režīmu notiek arī citās valstīs, piemēram, Norvēģijā. Interesanti, ka arī Latvijā bija šāds protests, bet mediji par to neziņoja.

Tas ir interesanti, jā. Mediji skatās, kas varētu interesēt lasītāju. It īpaši komercmediji. Esmu strādājis TVNET un varu pateikt: atlasot materiālus, pirmais jautājums ir – cik klikšķu mēs dabūsim? Protams, svarīgi, ka mums jāinformē, bet klikšķu faktors vienmēr ir klātesošs. Pieļauju, ka varbūt medijiem nelikās, ka šāds temats būs pieprasīts. Mums ir tik ļoti

reģions ir destabilizēts, tad mēs to izjutīsim ar degvielas cenu kāpumu, arī ar bēgļiem un daudz citām "patikāmām" lietām, ko mēs nevēlamies. Tāpēc šāds scenārijs nav reāls. Es pat nezinu, ja godīgi, ko vēl bez sankcijām starptautiskā sabiedrība var darīt. Turpināt runāt par to.

Jo protesti bieži vien apstājas arī tad, ja tiem nepievērš daudz uzmanības. Ir risks, ka tagad, Ukrainas kara kontekstā, Irānas notikumi paliks otrajā plānā un par tiem neviens vairs nerunās. Tad līdz ar to samazināsies spiediens. Ja par to nerunā, tad Irānas valdībai ir vēl vieglāk situāciju noregulēt.

▲ **Vai Latvijas medijiem būtu kas jāmaina? Vai būtu jāveido dziļāka izpratne par tēmu un procesiem?** Tas vispār ir milzīgs Latvijas mediju vājums. Pirmkārt, mēs nemākam analizēt, spriest un veidot padziļinātu materiālu par notikumiem, kas nav mūsu reģionā. Latvijā nav ekspertu, kas

fokusētos uz eksotiskajiem reģioniem. Piemēram, Tuvajiem Austrumiem, Āfriku, Āzijas valstīm. Otrkārt, medijiem nav resursu, lai sūtītu cilvēku uz karstajiem, eksotiskajiem punktiem, lai varētu no turienes veidot padziļinātus materiālus, piemēram, pētniecisko žurnālistiku. Mums vajadzētu ko tādu vairāk darīt, jo tas varētu palielināt cilvēku interesi par tiem notikumiem. Ja interese palielinātos, medijiem būtu arī lielāks impulss veidot materiālus. Bet es neredzu, kā tas ir iespējams ar finansējumu un resursiem, kādi Latvijas medijiem pieejami. Es gribētu sapņot, lai kādreiz kas tāds būtu, bet pats saskaros ar realitāti.

▲ **Cik daudz Latvijas iedzīvotājiem būtu jāzina arī par tālākiem reģioniem, kas mūs tieši neskar?**

Es negribētu lietot vārdu "obligāti". Mēs paši izvēlamies, kam sekot, ko pārzināt, kas mūs interesē. Bet uzskatu, ka Latvijas sabiedrība noteikti iegūtu vairāk, ja iedziļinātos arī notikumos citos reģionos, kas nav

Austrumeiropa, Eiropas Savienība un Amerika. **Intelektam, pasaules izpratnei, vispār spriestspējai, kas ir, man liekas, demokrātiskas sabiedrības pamatā, tas būtu vērtīgi.** Demokrātija nav par piespiedu, par obligātumu, tā ir par izvēli.

▲ **Vai Irānas situāciju šobrīd varētu pielīdzināt Latvijas nesenojamajiem protestiem un negācijām par mūsu valdības darbu?**

Es uz to skatos daudz plašāk. Man stāsts par Irānu sākas jau ap 2000. gadu, kad Irānā ekonomika sāka ļoti buksēt un ar laiku radās šī situācija. Tās pamatā ir daudz lielākas ekonomiskās problēmas, kas iziet ārpus Covid-19 pandēmijas rāmja. Jo kovidā laiks vairāk ir saistīts ar to, ka sabiedrība tevi piespiež kaut ko darīt drošības vārdā. Šeit mums ir jautājums, ka, pat ja tevi nepiespiež kaut ko darīt, tu tik un tā dzīvot diezgan slikti, jo valsts ekonomiskā sistēma nav laba. Tev nav darba, tev nav līdzekļu, tu jūties bezcerīgs, dzīvojot tādā valstī. ?

APGŪSTI radio un TV žurnālistiku, runas komunikāciju, komunikācijas tiesības un redaktora darbu

Absolvējot **IEGŪSTI** sociālo zinātņu bakalaura grādu komunikācijas zinātnē

MĀCIES žurnālistikas pamatus, mediju auditorijas un valodu, komunikācijas zinātni un fotogrāfiju

STUDĒ pētniecisko žurnālistiku, sociālo mediju analīzi un fotožurnālistiku

STUDĒ
ŽURNĀLISTIKU!

PRETENDĒ uz bezmaksas studiju vietām

Profesionālās prasmes **APGŪSTI**, darbojoties RSU studentu medijā "Skaļāk!"

Vairāk par studiju programmu **MEKLĒ:**



Žurnālists kā kiberuzbrukumu

UPURIS

Autores: Keita Luīze Kalniņa, Linda Siliņa, Marta Puzāka

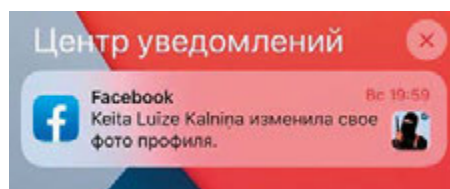
No virtuālo noziedznieku uzbrukumiem nav pasargāts neviens – nedz parasts lietotājs, nedz arī uzņēmumi un to darbinieki. Rūgtajā kiberuzbrukuma pieredzē dalās raksta autore Keita Luīze Kalniņa. Viņa ir sadaļas “Ieva” redaktore interneta portālā Santa.lv. Jaunietes Facebook profils bija savienots ar viņas darba vietu (portāla kontu šajā platformā) un tā finansiālajiem resursiem. Tā kā tika uzlauzts portāla darbinieces privātais profils, uzbrucēji automātiski ieguva piekļuvi reklāmu izvietšanas iespējām portāla laika joslā, ko viņi arī mērķtiecīgi izmantoja.

LIKTEŅĪGĀ DIENA

“2022. gada 2. oktobrī visas dienas garumā savā Facebook profilā saņēmu divainus paziņojumus, no kuriem vienu nevarēja aizvērt. Kad pēc vairākām stundām situācija neuzlabojās, naivi uzklikšķināju uz vienīgās iespējas, ko tas piedāvāja, un mierīgi turpināju baudīt nesteidzīgo svētdienu. Plkst. 20.01 saņēmu zvanu no mammas, kura apgalvoja, ka manā Facebook profilā publicēta bilžu galerija un nomainīta profila bilde. To pierādīja viņas telefonā saņemtā ziņa plkst. 19.59. Biju ļoti apjukusi, tāpēc saruna ilga vien 28 sekundes. Pēc tam mēģināju ielogoties savā Facebook profilā no telefona un datora, taču tas neizdevās, jo automātiski biju atvienota. Ar asarām acīs

aplūkoju arī e-pastu. Aizdomas par uzlauztu kontu apstiprinājās.

Plkst. 20.01 saņēmu ziņu no Facebook par to, ka mans konts ir automātiski nobloķēts. Kad centos ielogoties Instagram, tika ziņots par vadlīniju pārkāpumu. Zvanīju mammai, lai saprastu, kas tika atainots Facebook bildēs. Tie esot bijuši teroristi.



Steidzami informēju kolēģus WhatsApp grupā un paziņoju, ka man vairs nav piekļuves personīgajam Facebook kontam. Centos ielogoties savā Facebook profilā, taču e-pasts, parole un telefona numurs jau bija nomainīti uz citu. Instagram piedāvāja nepiekrīst viņu lēmumam, tādēļ spiedu uz Disagree With Decision un sekoju norādēm. Saņēmu atbildi, ka šis gadījums tiks izskatīts 24 stundu laikā, un devos gulēt.

Nākamajā rītā no kolēģes Daigas Romanovskas, kas ir portāla Santa.lv digitālā mārketinga speciāliste, uzzināju, ka no mana Facebook konta Santa.lv profilā uzlikta reklāmas 34 000 eiro vērtībā,” atceras cietusi.

DIVKĀRŠA ATBILDĪBA – DIVKĀRŠA DROŠĪBA

Informācijas tehnoloģiju drošības incidentu novēršanas institūcijas (CERT.LV) kiberdrošības eksperts Gints Mālkalnetis skaidro, ka šī ir ierasta kiberuzbrucēju radīta situācija, kad sākotnējā lietotāja parole tiek nozagta. Tādām atbildīgām profesijām kā žurnālisti un redaktori, kuriem aktīvi jāstrādā sociālās tīklošanās vietnēs vai citviet internetā, ir daudz vairāk jādomā par kiberdrošību, jo uzbrukumu gadījumos cietējs var būt ne tikai pats lietotājs, bet arī viņa darbavieta.

“Žurnālistiem, kam ir jāpublicē materiāli, ir nepieciešams izmantot kaut ko vairāk nekā tikai paroli. Tas nozīmē divfaktoru autentifikāciju.”

Divfaktoru autentifikācija ir dubulta drošība. Pieslēdzoties kontam, mēs parasti izmantojam tikai lietotājvārdu un paroli. Pieslēdzoties sociālo tīklu kontam ar divfaktoru autentifikācijas palīdzību, turpmāk tiek izmantots arī īpašs drošības kods. Tas tiek iegūts no lietotnes vai arī atsūtīts uz personas telefonu kā teksta ziņa, kas darbojas īsu laiku. Ja pat kādam ir zināma personas konta parole, viņš tik un tā nespēs piekļūt kontam, jo drošības kods tiks nosūtīts uz konta īpašnieka viedierīci.

Kā piemēru var minēt bankomāta karti. Lai izņemtu naudu no bankomāta, ir nepieciešama gan bankas karte, gan PIN kods. Uzbrucējs nevar piekļūt īpašnieka naudai, ja viņa īpašumā ir tikai PIN kods vai tikai karte. Divfaktoru autentifikācijai ir līdzīga koncepcija, jo pastāv divi drošības līmeņi.

“Esaku autentifikāciju neveidot uz e-pastā saņemta koda bāzes, bet izmantot jau sarežģītākas lietas, teiksim, autentifikācijas kodu ģeneratorus, kas ir unikāli tieši jūsu telefonam. Divfaktoru autentifikācija pēdējos gados ir absolūti nepieciešama, lai aizsargātu vismaz privilēģētus kontus. Par tādu uzskatāms ikviens mūsdienās publiski nozīmīgs interneta konts,” uzsver Gints Mālkalnetis.

SVARĪGS ARĪ ATBALSTS NO UZLAUZTĀS PLATFORMAS

Sociālo platformu kontu uzlaušana hakeriem ir ierasta prakse, tādēļ platformām ir izstrādāti savi ziņošanas rīki uzbrukumu gadījumos.

Stāsta Keita Luīze Kalniņa: “Lai paātrinātu problēmas atrisināšanos un rastu kādu atbildi, rakstīju e-pastu uz support@fb.com. Šobrid, Facebook ierakstot vārdu Keita Luīze Kalniņa, sistēma to vairs neatpazīst, tāpēc neviens mani nevar atrast. Tas pats attiecas uz Instagram kontu ar lietotājvārdu keita_kalnina. Divdesmit četru stundu laikā nekas nemainījās, proti, Instagram man tā arī nesniedza piekļuvi, lai gan savu identitāti biju apstiprinājusi ar telefona numuru, uz kuru tika nosūtīts verifikācijas kods. Atbildi nesaņēmu arī no support@fb.com, taču kolēģei, kuras pienākumos ietilpst portāla Santa.lv Facebook konta pārvaldīšana, izdevās sazināties ar Meta Support Pro, kas desmitajā dienā pēc iepazīšanās ar situāciju man piedāvāja atgūt savu kontu un drīzumā izdevniecībai atgrieza zaudēto naudu,” stāsta Keita.



Komentējot ļaundaru uzdarbošanos tieši Facebook platformā, Gints Mālkalnetis skaidro: “Ļoti bieži paroles nozog, izliekoties par Facebook atbalsta dienestu vai atsūtot kādu brīdinājumu Facebook vārdā, un cilvēki uzklikšķina uz saites, kurā tiek prasīts, lai tālāk veiktu kaut kādas darbības, ievadot Facebook autentifikācijas datus. Diemžēl šādā veidā cilvēki tiek apkrāpti jau gadiem, un šīs krāpšanas vēl joprojām ir sekmīgas tieši tāpēc, ka nav izveidota divu faktoru parole.”

HAKERU MAGNĒTS – MEDIJU PERSONĀLS

“Diemžēl jāsecina, ka mēs esam redzējuši gadījumus, kad uzbrukumi tiek vērsti tieši pret

ziņu portālu uzturētājiem. Tieši redaktori un cilvēki, kam ir iespējas veikt reklāmu uzstādījumus vai izvietot materiālus, ir tās personas, kuru kontus mēģina pārtvert, un tālāk jau caur viņiem notiek kaitīgo reklāmu izplatīšana,” skaidro CERT.LV pārstāvis.

Eksperts atzīst, ka nereti tieši reklāmas ir tās, uz ko uzbrucēji cer, nemērķējot uz finanšu iegūšanu: “Uzbrucēji cer, ka par jūsu naudu no konta izdosies izplatīt vēl kādu informāciju, kas saturēs šādas pašas saites, kas ļaus viņiem piekļūt vēl vairāku citu lietotāju kontiem. Dažādu reklāmu ievietošana populārākajos medijos patiesībā viņiem ir ierasta prakse.”

KIBERUZBRUKUMU STATISTIKA

Lai apkopotu informāciju par konkrētā laika periodā notikušiem uzbrukumiem, CERT.LV izmanto Apvienotās Karalistes Nacionālā kiberdrošības centra izveidoto apdraudējumu matricu.

2022. gada novembrī Latvijā bija apdraudētas kopumā 218 320 unikālas IP adreses. No šī skaita lielāko daļu (98 %) veidoja uzbrukumi privātajiem informācijas patērētājiem, kam daļēji var pieskaitīt arī konkrēto piemēru. Šos uzbrukumus raksturo kā ikdienas apdraudējumu; tiem ir nenozīmīga ietekme uz uzņēmumiem vai iestādēm.

CERT.LV statistika par 2022. gadu liecina, ka septembra, oktobra un novembra rādītāji sakrīt. Pavasārī tie bija zemāki. Pirms vasaras sezonas kiberuzbrukumu skaits bija ap 70 000 mēnesī. No jūnija to skaits bija būtiski palielinājies. Rudenī uzbrukumi notika daudz biežāk, tāpēc jābūt vērīgākiem un vairāk jādomā par timekļa kontu drošību.

Publiskajā pārskatā par CERT.LV uzdevumu izpildi rakstīts: “Apdraudējuma līmenis Latvijas kibertelpā pārskata periodā [jūlijs–oktobris] bijis nepieredzēti augsts, tomēr kopumā situācija Latvijas kibertelpā vērtējama kā stabila, bet ar augstu riska potenciālu plašākiem incidentiem.”

Svarīgs aspekts, ko uzsver institūcija, ir dažādie notikumi, kuru norise ietekmē kiberuzbrukumu intensitāti, piemēram, kontekstā ar Krievijas karadarbību Ukrainā. Kad Latvijas Saeima nolēma atzīt Krieviju par terorismu atbalstošu valsti, tad atsevišķos kanālos, kas saistīti ar Krievijas agresiju atbalstošiem aktivistiem, izskanēja aicinājumi uzbrukt Latvijas medijiem.

KĀ NOTIEK KIBERUZBRUKUMI

Latvijas Drošāka interneta centra (drossinternets.lv) publisko aktivitāšu koordinatore Ieva Jankovska skaidro, ka kiberuzbrukumi visbiežāk notiek paroles izmaiņu rezultātā, ko veic krāpnieki, vai arī paša lietotāja neuzmanības dēļ, kad viņš ir veicis vieglprātīgas darbības, lietojot internetu. Vieglprātīga rīcība var izpausties, kad lietotājs nospiež uz aizdomīgām saitēm, izmanto dažādus interneta pakalpojumus, reģistrējoties tajos ar saviem sociālo tīklu profiliem, kā arī uzticas viltus kontu turētājiem, izpildot to prasības. Diemžēl drošības saglabāšanai interneta platformās ar paroli vairs nepietiek, tāpēc ir nepieciešama papildu aizsardzība.

Interneta drošības organizāciju galvenais ieteikums lietotājiem ir būt saudzīgiem pret kontu parolēm un citu sensitīvu informāciju. Pēc iespējas jāizvairās no paroles ievadīšanas dažādos pieprasījumos, kā arī jāuzstāda papildu drošības funkcijas. “Ja mēs ievadam kaut kur savu paroli, mēs krāpniekiem atdodam piekļuvi savam kontam. Galvenais, ka divfaktoru autentifikācija ļoti noder arī citiem kontiem. Ļoti bieži, piemēram, *Facebook* un *Instagram* gadījumā, ir arī papildu e-pasti, lai atgūtu piekļuvi kontam. Pamata kontam ir divfaktoru autentifikācija, savukārt šim rezerves mehānismam tās dažkārt nav. Sanāk, ka rezerves mehānisms ir domāts, lai varētu droši šo kontu atgūt konfrontēšanas gadījumā,” skaidro CERT.LV pārstāvis Gints Mākalnietis.

Ari Latvijas Drošāka interneta centra pārstāve Ieva Jankovska vēsta, ka šādos gadījumos kiberuzbrucēju mērķis parasti ir nelegāli iegūt finanšu līdzekļus, draudot un pieprasot naudu cietušajam apmaiņā pret uzlauztā konta atgūšanu. Šajā rakstā minētajā gadījumā draudi netika izteikti, jo konts automātiski bija savienots ar bankas karti reklāmas izdevumu segšanai.

Ja ļaundaris tomēr izsaka draudus, tad Drossinternets.lv šādos gadījumos cietušajam iesaka nepakļauties draudiem, pārtraukt jebkādu saziņu ar izspiedēju un bloķēt šo personu citos savos sociālo tīklu kontos. Nopietnākos gadījumos ieteicams pat uz laiku deaktivizēt visus savus sociālo tīklu kontus, kuros cietušais sazinājās ar izspiedēju, kā arī nemaksāt prasīto naudas summu, jo nav

garantijas, ka kontu patiešām izdosies atgūt. Šo problēmu vajadzētu risināt sadarbībā ar sociālo platformu administrāciju.

ĻAUNDARA DARBS NO MĀJĀM – RAUDZĪTIES UN UZBRUKT

Latvijas Drošāka interneta centra eksperte kiberuzbrucēju darbību raksturo kā darbu no mājām, kad ļaundaris teju katru dienu uzmeklē cilvēkus, no kuriem varētu izspiest naudu par konta izpirkšanu vai ko citu. “Bieži vien cilvēki samaksā 50 eiro par konta atgūšanu. Nereti var notikt arī kaulēšanās. Tādā veidā notiek komunikācija ar ļaundari, kas ir uzlauzis kontu un ieguvis paroli,” skaidro pārstāve. Pēc organizācijas datiem, biežākie cietēji ir tieši pieaugušie, taču nereti ir gadījumi, kad cietušais ir bērns un pēc palīdzības vērsas viņa vecāki.

Kiberuzbrucēju galvenais mērķis ir draudēt, lai gūtu sev labumu. Kā piemēru Drossinternets.lv eksperte min tieši privātpersonu kontu uzlaušanu, kad tiek pieprasīta izpirkšana: “Piemēram, no trīs cietušajiem viens ieskaita naudu. Rit viņš uzraksta vēstuli pieciem cilvēkiem, no tiem viņam naudu ieskaita divi. Tā doma ir šāda – kamēr neieskaita naudu, ļaundaris turpina draudēt. Katru dienu turpina gaidīt, ka kāds no tiem, kuriem viņš ir uzrakstījis, samaksās. Tādā veidā viņam rodas ienākumi. Tā ir kā nelegālās uzņēmējdarbības niša, ja tā var teikt. Līdzīgi notiek arī ar kailfoto. Bieži tiek ziņots, ka cilvēks ir uzfilmēts seksuāla rakstura video un ļaundaris draud to publicēt. Ari šajā gadījumā tiek izveidots tīkls, jo uzbrucējs dienā to pašu uzraksta 10 cilvēkiem,” skaidro eksperte.

VAI IR VIEGLI ATMASKOT KIBERUZBRUCĒJU

Drossinternets.lv vēsta, ka kiberuzbrucēji parasti neatrodas Latvijā, tāpēc uz viņiem neattiecas Latvijas likumi. Tos var izmantot tikai tad, ja cilvēks, kurš draud, izdara pārkāpumu vai nelegālas darbības, ir Latvijas pilsonis vai platforma, kur noticis pārkāpums, atrodas Latvijā vai uz Latvijas serveriem. “Lai atmaskotu vai pieprasītu no policijas kādu rīcību un sauktu pie atbildības personu, ir vajadzīgs pieteikums policijai un ir jāiesniedz pierādījumi. Tālāk policija sazinās, piemēram, ar *Facebook*, pieprasa datus un pierādījumus, lai šo personu varētu saukt pie atbildības. Ir ļoti sarežģīti, ja persona, kas uzbrūk un veic nelegālas darbības, nav Latvijas pilsonis,

savukārt cietušais ir Latvijā. Šādu gadījumu izmeklēšanas laikā notiek sadarbība starp divām valstīm un to tiesībsargājošajām iestādēm, bet tas notiek tikai tādā gadījumā, ja izdodas identificēt ļaundari,” skaidro Latvijas Drošāka interneta centra pārstāve.

“ŠIS NOTIKUMS MANI SAGRĀVA”

Kaut arī situācija tika veiksmīgi atrisināta, Keitu pārņem ne visai patīkamas emocijas, atceroties notikušo.

“Vai es izmantoju izdevību atkal paviesoties *Facebook* pasaule? Nē. Un nav arī brīnums. Šis notikums mani sagrāva. Joprojām atceros psihoterapeites apmeklējumu, kas nākamajā dienā pēc kiberuzbrukuma norises bija kā lielākais glābiņš. Sēdēju viņai pretī un raudāju. Gan par to, ka man neveicas, gan par to, ka būs jāatdod 34 000 eiro. Biju gatava iegādāties lidmašīnas biļetes un doties uz ārzemēm meklēt lielo naudu.

Man šķita, ka nav nekā briesmīgāka par internetu un sociālo mediju pasauli. Tie kā tāda čūska varēja mani saņņaut cieši jo cieši un baudīt redzamās mocības. Es vēljos pazust un nekad vairs neparādīties internetā – tik ļoti nedrošajā vidē, kas var sagraut tavu dzīvi un karjeru.

Nēmot vērā, ka mani darba pienākumi ir cieši saistīti ar *Facebook* un *Instagram* izmantošanu, arī šajā jomā sākās problēmas. Es vairs nevarēju saņemties izmantot sociālos medijus, tāpēc ieguldītais darbs un interese par apkārt notiekošo krasī mazinājās. Pirmās nakts man bija bail pat iemigt, jo nākamajā rītā es varētu atkal pamosties un uzzināt sliktus jaunumus. Man šķita, ka tieku novērota un ka jāizdzēš visa atlikušajos kontos pieejamā informācija, ko gadu gaitā esmu ievietojusi publiskai apskatei internetā.

Distancēšanās no sociālajiem medijiem man ir nākusi par labu. Kiberuzbrukums nervu sistēmu sašūpoja tik stipri, ka divu mēnešu laikā ne reizi neizjutu vēlmi ielogoties *Facebook* un *Instagram*. Sāku lasīt grāmatas un vairāk pastaigāties, pēkšņi radās vēlme atkal sportot. Man vairs nebija sevi jāsalīdzina ar citiem un jātērē laiks, rakņājoties viņu dzīvē, kas tik un tā nav tik rožaina, kā to redzam virtualajā pasaulē. Beidzot varēju pavadīt vairāk laika ar sevi un pilnveidoties. Jācer, ka to izdosies saglabāt arī ilgtermiņā,” par piedzīvoto stāsta Keita. 🤔



vides un sociālo pakalpojumu kvalitātes pētījumi

- Eksperiments:
pērkam apakšveļu internetā
- Pētām mūzikas festivālu
atbildību pret dabu un vidi
- Kleitas, kas uzzied
pēc novalkāšanas
- Bezpajumtnieki.
Nepaej garām, atrodi mājas!

"KVALITATĪVIE" ĶĪNAS PĀRSTEIGUMI: tālākpārdošanas biznesa dzīles

Autore: Marta Puzāka

Interneta lietotāji un uzņēmumi sociālās tīklošanās platformas izmanto ienākumu gūšanai. Kāds pārdod pašdarinātas aproces, cits piedāvā manikīra pakalpojumus, bet vēl kāds – tirgo preces, kuras paši varam iegādāties veikalos. Pircējus piesaista zemāka cena un ātrāka piegāde, bet ko darīt, ja, spriežot pēc cenas, pasūti kvalitatīvu preci, bet saņem glīti iepakotu Ķīnas *lupatu*?



Foto: Marta Puzāka

NE VISS IR ZELTS, KAS SPĪD

Mūsdienās iepirkšanās process tiešsaistē nozīmē pāris klikšķu. Iegādājoties apakšveļu, arī es vēlējos ātro variantu. Sociālās tīklošanās vietnē *Instagram* pamanīju apakšveļas tirdzniecības kontu. Teju 4000 sekotāju, skaistas bildes, ātra piegāde un saite uz mājaslapu. Uzņēmums ir reģistrēts Latvijā, taču preces piegādā arī uz citām Baltijas valstīm. Nodomāju, ka izvēlētais komersants pārdod kvalitatīvu apakšveļu, jo cenas nav diez ko zemas. Apakšveļas piedāvājums tam ir visai plašs – no apakšveļas komplektiem līdz naktsveļai un peldkostīmiem. Izvēlos sev tikamu naktsveļas komplektu, tomēr liekas, ka bildes ir mākslīgas – modelēm ir pārspīlēti tievs viduklis. Mani kā potenciālo pircēju tas darīja šaubīgu, tādēļ nolēmu pārbaudīt.

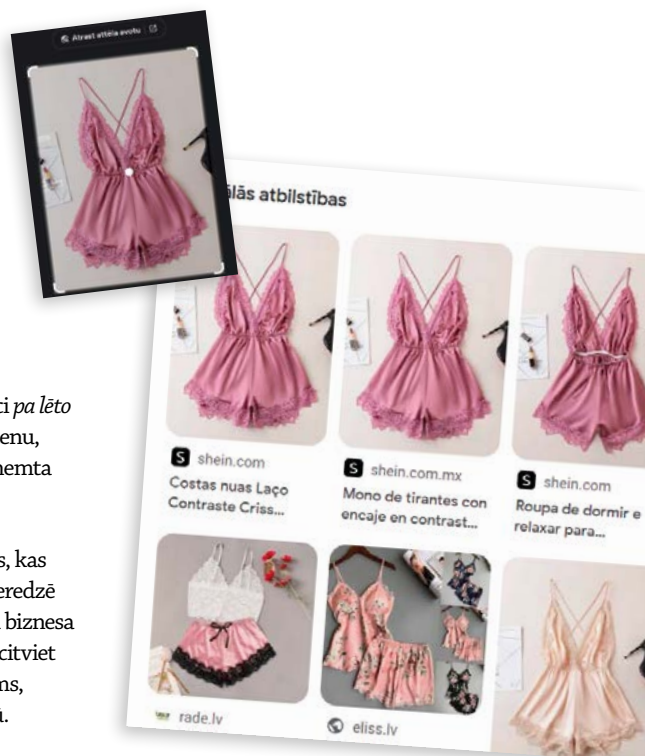
Salīdzinot attēlus, atradu, ka tos publicē viens no vadošajiem Ķīnas tiešsaistes apģērbu mazumtirgotājiem *Shein*. Uzņēmums ir labi

pazīstams apģērbu un aksesuāru interneta veikals ar plašu preču klāstu. To cenas, salīdzinot ar citu zīmolu piedāvājumu, ir ļoti zemas.

TĀLĀKPĀRDOŠANA: NAV GODPRĀTĪGI, BET VAR NOPELNĪT

Ieraugot tik lētu un stilīgu apģērbu piedāvājumu, kādam radīsies doma par tālākpārdošanas iespēju – iegādājies preci *pa lēto* un tirgo tālāk savai auditorijai par tādu cenu, kāda konkrētajai preču kategorijai ir pieņemta ražotājiem Eiropā.

Diskusiju forumos *Reddit* un *Quora* ļaudis, kas novērojuši līdzīgu situāciju, daļās savā pieredzē un secina, ka tas nav nekas jauns, jo šāda biznesa uzliesmojums pirms pāris gadiem sācies citviet Eiropā un Amerikā, taču nu, kā noprotams, arvien vairāk sāk ienākt arī Latvijas tirgū.



PAR MAZUMTIRGOTĀJU SHEIN

- *Shein* patlaban ir viens no visstraujāk augošajiem Ķīnas uzņēmumiem pasaulē.
- No neliela veikala, kas pārdod kāzu kleitas, tas izaudzis par e-komercijas gigantu un kļuvis arī par vienu no populārākajām jauniešu iepirkšanās vietnēm.
- Par *Shein* iekšējo struktūru ir zināms maz – uzņēmums nedalās ar iekšējo informāciju, tostarp ienākumiem, un tā dibinātājs nesniedz intervijas medijiem. Tā kā zīmols ir orientēts uz Rietumu pircējiem, Ķīnā tas gandrīz nav zināms.
- 2014. gadā *Shein* sāka sadarboties ar Ķīnas ražotājiem, izslēdzot no piegādes tīkla viduvējas kvalitātes preču ražotājus. Uzņēmums pakāpeniski paplašināja savu darbību, atverot ražotnes gan Krievijā, gan Eiropā, un tagad piegādā preces uz 220 valstīm.
- 2020. gadā, sākoties pandēmijai, *Shein* pārspēja *Amazon* un kļuva par visvairāk lejupielādēto iepirkšanās tiešsaistes lietotni ASV.
- *Shein* no citiem lielajiem Ķīnas tirgotājiem, piemēram, *AliExpress*, atšķir fotogrāfēšanas stils – minimālistiski estētiskas fotogrāfijas uz gaiša fona.
- Taču *Shein* saņem arī daudz kritikas par dizaineru darbu kopēšanu, vides piesārņošanu ar milzīgiem ražošanas apjomiem, ātrās modes popularizēšanu.
- Uzņēmums pārdod preces ar savu zīmolu, taču tam nav pašu ražotu produktu.

Lietotāji tīmeklī stāsta, ka vēlējušies iegādāties mazo uzņēmēju ražotus vai rokām darinātus apģērbus un aksesuārus, lai samazinātu ātrās modes ietekmi. Meklējot šādas oriģinālas preces, populārākie meklēšanas rezultāti bijuši cilvēki, kas pārdod preces no ātrās modes vietnēm (lielākā daļa tieši no *Shein*) un izmanto internetveikalu attēlus, nemaz to neslēpjot. Nepatīkamākais pircējiem bijis tas, ka šie cilvēki uzdod šīs preces par savu roku darbu, 2–5 reizes palielinot tā cenu.

Patlaban tiešsaistes platforma *Shein* neļauj tālākpārdot savas preces, taču to nav viegli kontrolēt, jo jebkurš interesents var pasūtīt preces no *Shein* tiešsaistes veikala jebkurā daudzumā. Tālākpārdošana nav tik viegli kontrolējama, bet izmantotie attēli gan. Tiešsaistes veikals neļauj izmantot viņu produkcijas attēlus, jo tie ir aizsargāti ar autortiesībām. Uzņēmumā darbojas fotogrāfi, kas iemūžina ražotāju veidoto apģērbu. Nevienam nav atļauts izmantot šīs fotogrāfijas – ne komerciālam mērķim, ne citādi.

Vairākās blogošanas vietnēs ārzemju mārketinga speciālisti un uzņēmēji publicējuši atsevišķus ierakstus tālākpārdošanas biznesa uzsākšanai tieši no *Shein*. Viņi apzinās, ka tā īsti nav godprātīga prakse, bet uzsver, ka tas ir

peļņu nesošs bizness. Viņi iesaka pasūtīt konkrētas kategorijas apģērbu, piemēram, apakšveļu vai kleitas, izveidot mājaslapu vai sociālo tīklu kontu un sākt pārdot preces, nosakot savu cenu. Tikai vienā no blogiem tiek norādīts, ka atsevišķa uzmanība ir jāpievērš produktu attēliem un sūtījuma iepakojumam, lai neiekultos nepatīkšanās. Attēlus var pārbaudīt paši pircēji, bet sūtījuma iepakojums ir jāpārpažo, jo tiešā sūtījumā no *Shein* uz iepakojuma ir norādīts zīmols. Tālākpārdošana viņu skatījumā tiek definēta kā Ķīnas ražotāju darināto preču pārdēvēšana par savu zīmolu, jo *Shein* uzņēmums savām precēm neliek birkas, kur būtu norādīts ražotājs vai tā zīmols. Tas ir izdevīgs variants – izmantot šādas preces bez ražotāja nosaukuma (*no name*), jo pircējs varētu domāt, ka tas ir tālākpārdošanas uzņēmuma kvalitatīvs ražojums.

krāsa, kā arī tikai divi izmēri: S un M. Arī cenu atšķirība ir ievērojama – *Shein* šī prece maksā 7 eiro, bet Latvijas uzņēmumā – 19,99 eiro, kas ir teju trīs reizes vairāk.

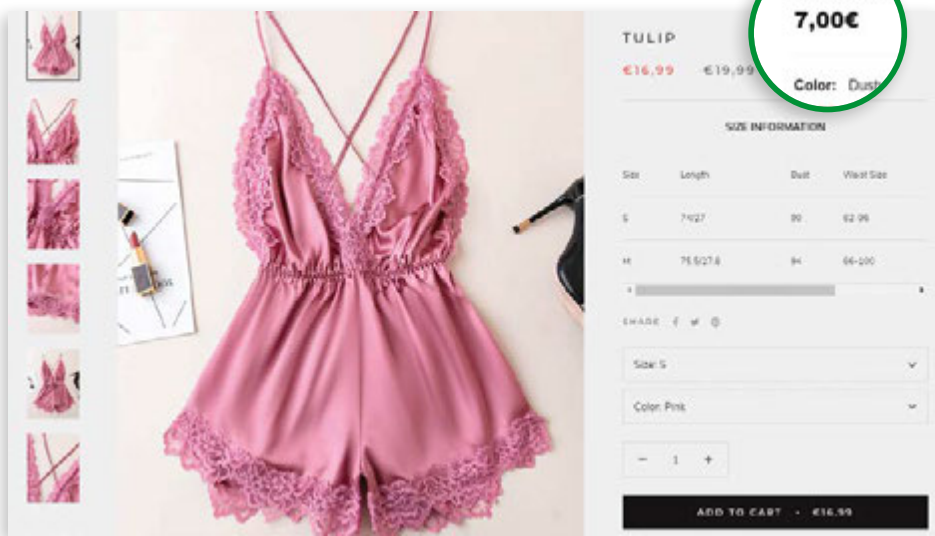
Ar Latvijas uzņēmumu sazinājos *Instagram* privātajās ziņās. Nosūtīju jautājumu par konkrētu naktsveļas komplektu, ko biju atradusi arī *Shein*. Jautāju par pieejamību un materiālu, jo mājaslapā aprakstā zem preces nav pietiekamas informācijas. Uzņēmums atbildēja, ka šī prece šobrīd un tuvākajā laikā nebūs pieejama un ka visa informācija par materiālu ir atrodama mājaslapā. Pie preces apraksta redzu tikai krāsas un izmēra izvēli. Vai ar to patērētājam ir pietiekami? Varētu teikt, ka tā uzskatāma par neapzinātu pircēja maldināšanu, jo aprakstā nav norādīta pilnīga informācija par preci.

Samierinājos, ka jāmeklē cits komplekts, taču jau pēc pāris dienām saņēmu ziņu no uzņēmuma, ka komplekts tomēr ir pieejams un varu to pasūtīt. To arī izdarīju. Pasūtījums no *Shein* pienāca divu nedēļu laikā, piegādes maksa bija 6 eiro, turpretī no *Instagram* uzņēmuma – trīs dienu laikā, par piegādi *Omnivas* pakomātā samaksājot standartcenu – 2,99 eiro.

Ļoti atšķirās saņemto pasūtījumu iepakojums. *Shein* komplekts ir iepakots vienkāršā, caurspīdīgā maisiņā, naktsveļa ir salocīta uz kartona loksnes, uz iepakojuma norādīts arī uzņēmums. *Instagram* uzņēmuma prece pienākusi skaistā, baltā kartona kastītē, kas apsieta ar rozā lentīti. Iepakojums izskatās pēc dāvanas. Atverot kastīti, redzams melnā kreppapīrā ievietots gaidītais naktsveļas komplekts.

EKSPERIMENTS: KO SAKA UN NESAKA TĀLĀKPĀRDEVĒJS

Sākotnēji izpētī konkrētās preces piedāvājumu abu uzņēmumu tīmekļa vietnēs. Mazumtirgotājs *Shein* piedāvā septiņu krāsu iespējas, kā arī astoņus izmērus: S, M, L un piecus plus izmērus. Preces aprakstam ir pievienota izmēru tabula un preces apraksts: krāsa, stils, materiāls, kopšanas instrukcija utt. Turpretim *Instagram* uzņēmuma mājaslapā šim komplektam pieejama tikai viena





Apļūkoto abus komplektus, secināju, ka tie ir pilnīgi identiski. Materiāls, izmērs, vīles, materiāla kopšanas birkas, uz kurām ir teksts “Made in China”. Neteiktu, ka materiāls ir kvalitatīvs – zīds ātri saburzās, ir ļoti plāns, arī vīles nav kvalitatīvi sašūtas. Ja šādu komplektu iegādātos par 7 eiro, tad šī prece atbilst cenai. Ja nākas piemaksāt teju 13 eiro tikai par skaistu iepakojumu, tad šāda summa noteikti neatbilst tam, ko sagaida pircējs.

Instagram privātajās ziņās, kur bija saglabājusies mūsu iepriekšējā sarakste, Latvijas uzņēmumam uzrakstīju, ka pasūtījums ir saņemts, viss kārtībā, iepakojums skaists, bet internetā esmu atradusi komplekta analogu par daudz mazāku summu. Uzdevu arī tiešu jautājumu: "Vai jūs pasūtāt preces no *Shein*?" Pēc kāda laika uzņēmums atbildēja, ka preces nav sūtītas no *Shein*, un uzsvēra, ka bildes varbūt ir vienādas, taču preču kvalitāte atšķiras. Turpināju uzstāt, ka tāda gadījumā arī bilžu pārpublicēšanai ir nepieciešama atļauja, uz ko man atbildēja, ka varu ieiet mājaslapā *salidzini.lv* un atrast vienādas bildes vairākiem veikaliem, jo bildes nodrošina ražotājs. Uzņēmums vairs neredzot jēgu diskutēt ar mani. Nepiekāpos un pajautāju, vai drīkstu zināt, kas ir viņu ražotājs. Uz to atbildi diemžēl vairs nesānēmu.

PATS SVARĪGĀKAIS – ATSAUCES!

Rīgas Stradiņa universitātes studiju programmas “Starta uzņēmējdarbība” docētājs un uzņēmējdarbības speciālists Kristaps Zaļais uzskata, ka šāda darbība ir nekorekta.

“Mājaslapā nav atrodamā neviena atsauce ne uz ražotāju, ne attēliem. Tā nedrīkstētu būt. No juridiskās puses jāskatās, kādi ir produkta pārdošanas noteikumi. Ir jālieto atsauce uz oriģinālo produktu. Tas ir tāpat, ja es publicētu ziņu no TVNET, bet norādītu, ka tā ir mana ziņa.” Izņēmuma gadījumos starp uzņēmumiem var būt citi preču piršanas noteikumi, taču eksperts uzsver, ka šādi gadījumi ir ļoti reti.

Patērētāju tiesību aizsardzības centra Otrās patērētāju kolektīvo interešu uzraudzības daļas vadītājs Dainis Platacs uzsver, ka tas, vai un kā ir tirgojamas kāda tirgus dalībnieka preču zīmes vai uzņēmuma preces, ir komerciālo attiecību jautājums, kas risināms ražotāju, vairumtirgotāju vai mazumtirgotāju starpā. “Globālās ekonomikas apstākļos tā ir normāla parādība, ka viena ražotāja preces piedāvā un tirgo liels skaits dažādu vairumtirgotāju, mazumtirgotāju un citu starpnieku. Strīdi par kāda konkrēta ražotāja preču apriņķi ir risināmi attiecīgo saimnieciskās darbības veicēju starpā pušu pārrunu ceļā vai tiesā,” skaidro eksperts.

Ari uzņēmējdarbības eksperts K. Žalāis min tālāktirdzniecības piemēru: “Latvija nav *Apple* pārdevēju, bet tie skaitās kā tālākpārdevēji, kurus *Apple* ir apstiprinājis. Lai precēm būtu garantija, viņiem jāatsaucas uz *Apple* apstiprinājumu. Protams, varbūt tam apakšveļas uzņēmumam ir unikāls, ekskluzīvi noslēgts līgums par to, bet, ja viņi jums šo informāciju nesniedz pat pēc pieprasījuma, tad tas liecina, ka tāda nav. Ja uzņēmums apgalvo, ka tā prece ir kvalitatīvāka, bet, salīdzinot praktiski, jūs pārliecināties, ka tur nav nekas papildus izdarīts, tad tā ir absolūta patērētāju maldināšana. Tad var vērsties Patērētāju tiesību aizsardzības centrā, kam šāds veikals būtu jāslēdz vai jāuzliek soda nauda. Viņu neatbildēšana arī uz kaut ko norāda. Parasti tā nav, ka labās prakses uzņēmumi negrib atbildēt.”

Ari Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (PTAC) norāda, ka problēmu gadījumos patērētāji ir aicināti ne tikai sazināties ar komersantu sociālajos tīklos, bet arī rakstīt uz zīmola mājaslapā norādīto adresi. Likums paredz, ka komersantam uz iesniegumu ir jāatbild 15 darba dienu laikā. Ja tas netiek darīts, tad PTAC var veikt uzraudzības aktivitātes.

Uzņēmumam *Instagram* tika nosūtīts e-pasts par šī raksta tapšanu, piedāvājot iespēju komentēt savu uzņēmējdarbību un attiecības ar preču ražotāju, taču atbilde tā arī netika saņemta.

LĪDZĪGĀ SITUĀCIJĀ BIJA NONĀKUSI ARĪ DIDRIHSONE

2020. gada 1. jūlija sociālajos tīklos parādījās kādas sievietes ieraksts, kur apgalvots, ka Elīnas un Naura Didrihsonu apģērbu veikals “Butterfly” tirgo apģērbus, kas pasūtīti no Ķīnas internetveikala. Tobrid uzņēmumam bija 57 tūkstoši sekotāju. Izvirzītās apsūdzības bija nonākušas PTAC un Valsts ieņēmumu dienesta redzeslokā. Lieta izvērtās plašumā ne tikai par Ķīnas preču tālākpārdošanu, bet arī tāpēc, ka uzņēmuma klientes stāstīja par problēmām ar apmaksas sistēmu klātienēs veikalā – lūgumu maksāt skaidrā naudā un čeka neizsniegšanu. Arī tad PTAC skaidroja, ka čeks par iegādāto preci ir obligāti jāizsniedz un jebkurai precei jānorāda tās ražotājvalsts. Centrs arī uzsvēra, ka drīkst pārdot tādas preces, kas ražotas vienā valstī, bet uzlabotas citā. Tādā gadījumā grūti pateikt, kas ir jānorāda kā ražotājvalsts.

Toreiz klientes bija sašutušas par apģērba sliktu kvalitāti un to, ka nav norādīta preču kopšanas informācija. Kāda cita kliente apgalvoja, ka kopšanas birkas tiek rūpīgi nogrieztas no apģērba. PTAC portālam TVNET bija vēstījies, ka saskaņā ar normatīvajiem aktiem uz preces ir jābūt norādītam gan auduma sastāvam, gan tā kopšanas informācijai. Jautājumā par uzcenojumu PTAC norādīja: “Latvijā un faktiski jebkurā brīvā ekonomikā cenas netiek regulētas ne precēm, ne pakalpojumiem, izņemot, piemēram, komunālos pakalpojumus un elektroenerģijas cenas. Uzcenojuma līmenis netiek regulēts. To nosaka tirgus un patērētāju pirktspēja.”

PATĒRĒTĀJU MALDINĀŠANA

Negodīgas komercprakses aizlieguma likumā rakstīts, ka komercprakse ir negodīga, ja tajā ir vismaz viens no šiem nosacījumiem: tā neatbilst profesionālajai rūpībai un būtiski negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja vai patērētāju grupas ekonomisko rīcību; tā ir maldinoša; tā ir agresīva.

Šajā gadījumā vairāk runājam par maldinošas komercprakses izpaušmēm, un iepriekšminētā likuma 9.–10. pantā norādīts, ka maldinoša komercprakse var izpausties divējādi: kā maldinošas darbības un maldinoša noklusēšana.

Maldinoša darbība ir nepatiesas informācijas
sniegšana, vai arī šī informācija varētu maldināt
patērētāju pat tad, ja tā faktiski ir pareiza, jo

negodīgi izmanto salīdzinošās reklāmas vai neievēro labās prakses kodeksu. Otrs veids ir maldinoša noklusēšana, kad apzināti tiek noklusēta būtiska informācija, kas nepieciešama patērētāja lēmuma pieņemšanā. Tā tiek slēpta vai pasniegta neskaidri, divdomīgi, nepiemērotā laikā un veidā. Šāda informācija varētu būt par preces galvenajām īpašībām, komercprakses īstenotāja identitāti un preces cenu.

PTAC pārstāvis Dainis Platacs norāda, ka informācija par ražotāju var būt svarīga patērētājam, lai veiktu izvēli par preces iegādi un pēcpārdošanas apkalpošanu, un prasība norādīt ražotāju izriet no normatīvajiem aktiem, kas saistīti ar preču atbilstības nodrošināšanu, ražotāja garantijām un citiem aspektiem. “Ar konkrētu ražotāju ir saistāmi Patērētāju tiesību aizsardzības likumā norādītie preču lietošanas noteikumi un komercgarantija (ja tādu dod ražotājs). Tomēr tas, ka pārdevējam būtu jāinformē patērētāji par preces ražotāju, ir vērtējams katrā konkrētā gadījumā, tostarp paša ražotāja pienākumu identificēt savas preces un biznesa modeli,” tā eksperts.

VAI ARĪ SHEIN IR VAINĪGS?

PTAC eksperts nodala pārdevēja un ražotāja atbildību: “Pārdevējs ir atbildīgs par preces atbilstību jebkurā gadījumā, savukārt ražotāja atbildības nozīme ir svarīga saistībā ar konkrētas preces drošumu un legālu apriti. Jebkurai precei Eiropas Savienības tirgū jābūt izsekojamai, jābūt iespējai noteikt tās ražotāju. Šis pienākums ir nodrošināms, ražotājam marķējot savas preces. Gadījumos, kuros konstatētas preču zīmes, citu atšķirības zīmju vai dizainparaugu viltošanas pazīmes, būtu jāvērsas Valsts policijā.”

Kā noskaidrojās eksperimentā, uz mazumtirgotāja preces nav norādīts tās ražotājs, bet tikai ražotājvalsts. Ar to nepietiek. Skaidrs ir tikai tas, ka uzņēmums preces neražo pats, taču tādā gadījumā ražotājiem, kas sadarbojas ar *Shein*, būtu jānorāda informācija par sevi.

ATTĒLU IZMANTOŠANA

Attēlu izmantošana uzņēmuma mājaslapā ir atkarīga no pirkšanas līguma ar ražotāju. Šāda veida fotogrāfijas tiek dēvētas par krājumu bildēm (*stock photos*), kuras ierasti uzņem izplatīšanas uzņēmums, nevis ražotājs. Internetveikalam ir jālūdz atļauja no šī preču piegādātāja, kam pieder attēlu autortiesības.

“Uz attēliem attiecas Autortiesību likums. Tu nedrīksti neko izvietot bez atsaucē. Tam arī vajadzētu būt minētam vienā vai otrā mājaslapā, piemēram, Ķīnas uzņēmuma mājaslapā, ja viņi atļauj izmantot attēlus bez atsaucē izmantošanas. Par visu ir jāvienojas. Es kā uzņēmums gribu kontrolēt to, kur manas preces tiek izplatītas. Eiropā ir aptuveni vienādi likumi, kas attiecas uz lielo komercdarbību, taču Ķīnā ir savi noteikumi. Viņi, piemēram, var izveidot tādu pašu mašīnu kā pie mums un neuzlikt nevienu atsauci. Diemžēl tā ir,” regulējumu skaidro K. Zaļais.

Lielākā daļa pieredzējušu tiešsaistes tirdzniecības pārdevēju, arī *Shein*, uzņem savus attēlus. Mūsdienās ar attēlu meklētāja palīdzību jebkurš klients var noskaidrot, no kurienes ir ņemts konkrētais attēls uzņēmuma mājaslapā. Pēc šī attēla ir iespējams noskaidrot arī citus izplatītājus, kuriem, iespējams, konkrētās preces piedāvājums ir izdevīgāks. Tādējādi savu attēlu uzņemšana un publicēšana pasargā uzņēmumu no klientu zaudēšanas, vienlaikus nodrošinot arī originalitāti, kas ir klientu piesaistošs faktors.

VAI TĀLĀKPĀRDOŠANA IR LEGĀLA KOMERCDARBĪBA?

Tālākpārdošana vienmēr ir bijusi atļauta tikai tādā gadījumā, ja tirgotājs atsaucas uz to, kur viņš sākotnēji ir iegādājies preci un ko viņš ar to dara, norādot sevi kā starpnieku. “Tu nopērc austiņas par 100 eiro, bet kādam citam pārdod par 200 eiro. Es pārdodu, un es atsaucos. Es nesaku, ka esmu izgatavojis šīs austiņas. Uz preces ir norādīts, ka to, piemēram, izstrādājis *Apple* firma Kalifornijā, pati prece ražota Ķīnā. Ja tu vēlies nopirkt no manis, jo tev, piemēram, ir bail sūtīt no Ķīnas un tu esi gatavs man samaksāt 100 eiro, lai tev viss būtu kārtībā, to noteikti var darīt,” skaidro K. Zaļais.

Arī PTAC pārstāvis Dainis Platacs norāda: “Mūsdienu apstākļos dažādas ražotāju, vairumtirgotāju un mazumtirgotāju ķēdes tiek nodrošinātas biznesa biznesam elektroniskās komercijas vai citu piegāžu darījumu ietvaros, ko atbilstoši normatīvajos aktos noteiktajai kompetencei PTAC neuzrauga, taču galvenā atbildība par preces atbilstību līguma noteikumiem ir pārdevējam neatkarīgi no biznesa modeļa.”

Tālākpārdošana tiek uzskatīta par nelikumīgu, kad sākas maldināšana. Runājot par konkrētās situācijas izvērtējumu, K. Zaļais skaidro: “Bildes liekas ļoti aizdomīgas, kas jau ir sarkanais signāls uzņēmumam. Ja es nezinātu šo stāstu, domātu, ka preces ir viņu ražotas. Un tā nav taisnība, tātad tā ir patērētāju maldināšana. Var diskutēt par to, cik apzināta vai neapzināta, bet tā ir maldināšana.”

Attēlu pārpublicēšana bez atsaucēm, tāpat kā negodīga komercprakse, ir nelikumīga, taču to ir grūti pamanīt un kontrolēt.

KĀ IZVĒRTĒT INTERNETVEIKALA GODPRĀTĪBU?

Interneta vides komersantiem ir jāievēro vairākas distances tirdzniecības prasības un normatīvie akti, lai patērētājiem piedāvātu drošu un veiksmīgu tirdzniecību. Patērētāju tiesību aizsardzības centrs ir izveidojis kategoriju sarakstu, kam jāpievērš uzmanība, lai izvērtētu, vai iepirkšanās konkrētajā interneta vietnē ir droša un atbilstoša normatīvajiem aktiem.

Arī uzņēmējdarbības eksperts K. Zaļais piemin, ka sākumā patērētājam ir ieteicams apskatīties pieejamo informāciju par uzņēmumu interneta dzīlēs: cik gadu pastāv, klientu atsauksmes. Noderīgi ir pārbaudīt konkrēto uzņēmumu reģistru vietnē *Lursoft.lv*. Otrs kritērijs ir kopējais mājaslapas dizains: bildes, informācijas precizitāte, kontakti. Trešā un viena no būtiskākajām lietām ir privātuma politikas noteikumi. “Citreiz tur pieliek klāt, ka bildei ir reprezentatīva funkcija. Var gadīties, ka pircējs pasūta melnu krūšturi, bet pienāk sarkana zeķe. Noteikumos ir rakstīts, ka tas tā varētu būt, un patērētājs pirkšanas laikā tam piekrit, ieklikšķinot ķeksīti. Cilvēkiem ir slikts ieradums pēc iespējas ātrāk atzīmēt ķeksīti un nopirkt, neiedziļinoties noteikumos. Bieži vien ar to ķeksīša atzīmēšanu mēs varam sagādāt sev lielas problēmas.” Ikvienam patērētājam ir jābūt uzmanīgam plašajā interneta tirdzniecības vidē, jādoma kritiski un jāpievērš uzmanība smalkām detaļām. ?

BEZPAJUMTNIEMI RĪGĀ – VAI AKTUĀLA PROBLĒMA?

Autore: Patrīcija Lielnora

Cik bieži publiskajā telpā redzam vai dzirdam par tādu sociālo grupu kā bezpajumtnieki? Reti. Vai tas nozīmē, ka bezpajumtniecība Rīgā nepastāv? Lai gan nacionālā līmenī tā nav atzīta par sociālu problēmu, dati liecina, ka 2021. gadā Rīgas naktspatversmēs kopumā vērsušies teju četri tūkstoši cilvēku.

Palīdzības un naktsmāju meklētāju skaits patversmēs nenozīmē, ka visi šie cilvēki ir bezpajumtnieki. Viņu vidū ir tādi, kas nozaudēju mājas atslēgu dēļ patversmē pārlaiž vien nakti, bet biežāk sastapsiet cilvēkus, kas tur nakšņo regulāri un saņem sociālo palīdzību. Diemžēl bezpajumtnieku vidū ir ļaudis, kas pēc palīdzības nevērsas. Cik nopietna ir bezpajumtniecības problēma Rīgā? Kā to risina atbildīgās amatpersonas?

BEZPAJUMTNIECĪBAS APMĒRI UN TĀS CĒLOŅI

Sabiedrība ar bezpajumtniecību saskaras visā pasaulē. Tiesa, citās valstīs šīs problēmas mērķtiecīgai risināšanai ir izstrādāta vienota valsts stratēģija un bezpajumtniecība kopumā ir atzīta kā sociāla problēma, savukārt Latvijā tas nav noticis. Uz jautājumu, kāpēc tā, Sabiedrības integrācijas fonda Dažādības vadības nodaļas programmas koordinatore Aija Rūse atbild, ka līdz šim nav veikta šīs sociālās grupas uzskaites. “Tā ir viena no relatīvi smagākajām sociālā darba grupām. Ņemot vērā, ka problēmu tajā ir

daudz, tad datu vākšana tiek atlikta. Ar bezpajumtniekiem gan tiek strādāts, bet risinājums nav sasniedzams ar klasiskajām sociālā darba metodēm.”

Latvijas Republikas Tiesībsarga 2019. gadā veiktajā pētījumā par bezpajumtniecību Latvijā secināts, ka problēma pastāv un tieši Rīgā tā sasniegusi nopietnu apmēru. Galvaspilsētā viena no galvenajām iestādēm, kur bezpajumtnieki vērsas, ir Rīgas patversme un naktspatversmes. Iemesls ir ļoti vienkāršs – pašvaldības iestādes pienākums ir rūpēties par ikvienu sabiedrības locekli. Ik gadu Rīgas domes Labklājības departaments izveido pārskatu par aizvadīto gadu, kurā redzams Rīgas patversmes un naktspatversmju vidējais klientu skaits mēnesī, kā arī kopējais unikālo klientu skaits gadā.

Aplūkojot tabulu un salīdzinot šos divus rādītājus, tie šķiet mulsinoši, jo, piemēram, summējot vidējo klientu skaitu mēnesī, gadā tas sanāk krietni lielāks, nekā tas šeit ir norādīts. Ja viens un tas pats klients viena mēneša laikā

patversmi ir apmeklējis vairākas reizes, tad, rēķinot vidējo skaitu, katra šī reize tiek uzskaitīta. Savukārt unikālo klientu skaits redzams pēc gada rādītāja. Pēdējo piecu gadu statistika liecina, ka nav vērojama izteikta tendence klientu skaitam palielināties vai samazināties.

Rīgas patversmes direktore Dagnija Kamerovska šos datus skaidro: “Vienkārši tā ir realitāte, ar kuru mums ir jārēķinās.” Infografikā nav atspoguļots klientu skaits katrā mēnesī. Rīgas domes Labklājības departamenta Sociālo pakalpojumu sektora pilngadīgām personām vadītāja vietnieks Aldis Strapcāns stāsta, ka ziemas mēnešos klientu skaits ir lielāks, vasarās – mazāks. Arī Rīgas patversmes direktore norāda, ka izmitināšanas pakalpojums kopumā balstīts uz pieprasījuma. Aldis Strapcāns uzsver, ka dati jāvērtē kritiski. Ne visi uzskaitītie klienti ir bezpajumtnieki. Patversmes pakalpojumus var saņemt ikviens Rīgas iedzīvotājs – arī situācijā, ja, piemēram, nozaudēta dzīvokļa atslēga.

Tomēr, ļoti iespējams, ka statistika ir drūmāka – ne visi bezpajumtnieki izvēlas vērsties pēc palīdzības patversmē. To sauc par slēpto bezpajumtniecību. Spriest par tās apmēriem ir sarežģīti, tomēr Tiesībsargs savā pētījumā, apkopojot datus no 102 pašvaldībām, norādījis, ka 2019. gada 1. martā patversmēs reģistrēto bezpajumtnieku skaits kopā visās pašvaldībās bijis 1384, slēpto bezpajumtnieku – 233. Lai arī lielākā daļa pašvaldību atzīst, ka bezpajumtniekus, kas nevēršas sociālajā dienestā un patversmēs, nav iespējams uzskaitīt, vairākas pašvaldības norādījušas, ka tas tomēr ir izdarāms ar dažādu metožu kombināciju, piemēram, regulāriem pašvaldības policijas reidiem, atskurbtuvju sniegto informāciju, Rīgā izveidoto mobilo brigādi.

Skaidrojot iemeslus, kāpēc šie cilvēki atsakās vērsties patversmē, Rīgas patversmes direktore norāda, ka ne visi ir gatavi ievērot iekšējās kārtības noteikumus. Daudzi izvēlas nakšņot uz ielas vai dzīvot kādā dārza būdīnā, jo tā var dzīvot pēc saviem noteikumiem, nevienam nepakļaujoties. Aldis Strapcāns stāsta, ka liegums lietot alkoholiskos dzērienus vai ierasties apreibušā stāvoklī ir vēl viens iemesls, kāpēc persona nevēlas meklēt palīdzību.

Bepajumtniecību izraisa dažādi faktori: atkarības un veselības problēmas, kas bieži vien radušās, lietojot atkarību izraisošas vielas. Minētie cēloņi rada citas problēmas, kuru dēļ cilvēki nespēj pilnvērtīgi dzīvot un iekļauties

darba tirgū, – viņi ilgstoši iztiek ar zemiem ienākumiem, tāpēc nevar atrast un apmaksāt dzīvesvietu. Nedrīkst izslēgt arī ģimenes fonu – piedzīvotu vardarbību, kāda tuvinieka nāvi –, kura dēļ cilvēks var nokļūt situācijā, kad jāpaliek bez pajumtes.

Lai arī Latvijā nav izveidota bezpajumtniecības novēršanas stratēģija, darbs ar šiem cilvēkiem norit ik dienu. Pēdējo 15 gadu laikā plaši attīstīties sociālo pakalpojumu klāsts. Pakalpojumus bezpajumtniekiem sniedz valsts un pašvaldības iestādes un nevalstiskās organizācijas. Tomēr pērn bezpajumtniecības risināšanā iesaistītās puses secināja, ka ar šo sociālo pakalpojumu paketi nepietiek, lai problēmu risinātu efektīvi.

PILOTPROJEKTS “MĀJOKLIS VISPIRMS”. KO NO TĀ VARAM SAGAIÐĪT?

Tiesībsarga pētījumā iekļautas arī Rīgas domes Labklājības departamenta norādes uz aktuālākajām problēmām darbā ar bezpajumtniekiem. Būtiskākā (aktuāla 97 % gadījumu) no tām ir mājokļa problēma. 2022. gada pavasarī Sabiedrības integrācijas fonds nāca klajā ar paziņojumu par jauna pilotprojekta uzsākšanu, kura nosaukums ir “Mājoklis vispirms” (no angļu valodas *Housing first*), kurā vienlaikus ar sociālajiem pakalpojumiem bezpajumtniekam tiek nodrošināts mājoklis. Šis projekts nav jaunatklājums, ideja noskatīta Somijā un

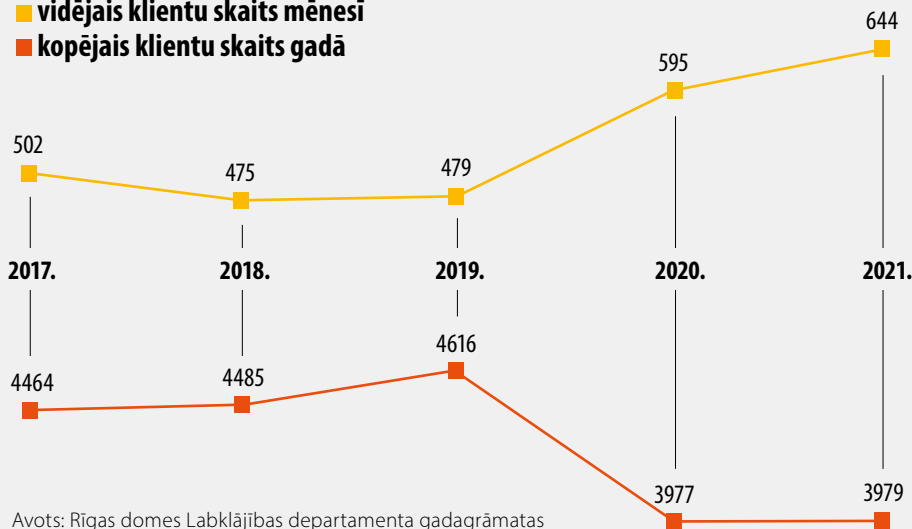
Zviedrijā, kur šis projekts jau vairākus gadus ir bezpajumtniecības novēršanas stratēģijas pamats. Latvijā projekts notiek trīs pašvaldībās – Rīgā, Liepājā un Valmierā. Tajā plānots nodrošināt mājokli 100 bezpajumtniekiem. Sabiedrības integrācijas fonda pārstāve Aija Rūse stāsta, ka līdz šim visās trīs pašvaldībās kopumā atrasti aptuveni 30 mājokļi.

Kaut arī citās valstīs šis projekts darbojas veiksmīgi, pie mums projekta īstenošana nenorit tik gludi, kā gribētos. Projektam atvēlētais finansējums ir teju divas reizes mazāks, nekā būtu nepieciešams. Lielāko daļu – 85 % jeb 3000 eiro gadā uz vienu mājokli – sedz Eiropas Sociālais fonds, savukārt atlikušos 15 % – valsts. Kā atzīst Aija Rūse, Liepājas un Valmieras pašvaldībām ar šo naudas summu pietiek, taču ar problēmām sastopas Rīga, kura garo dzīvokļu rindu dēļ šos mājokļus meklē nevis starp pašvaldībai piederošiem mājokļiem, bet gan īres tirgū. Jāuzsver, ka šeit problēma slēpjas apstākļi, ka ne visi dzīvokļu īpašnieki savu platību vēlas izīrēt bezpajumtniekam. Kā norāda nozares pārstāvji, nostrādā stereotips – ja jau bezpajumtnieks, tad dzers un demolēs. Tāpat daļai cilvēku nav skaidrs, ar ko bezpajumtnieks ir labāks nekā, piemēram, vientuļa māte ar diviem bērniem, kurai arī nepieciešama silta mājvieta. Par spīti šiem šķēršļiem, projektu plānots pabeigt līdz šī gada beigām. Izdarīt secinājumus ir pārāgi, taču Aija Rūse norāda, ka projekts patiesi varētu izdoties, jo cilvēkam, kurš ir savā mājoklī, daudzas problēmas atrisinoties pašas no sevis. Līdz ar to šim klientam esot vieglāk palīdzēt arī citos jautājumos.

Vērtējot situāciju kopumā, var secināt, ka būtu lietderīgi rast veidu, kā bezpajumtniekus uzskaitīt pēc iespējas precīzāk. Piekritot Tiesībsarga ieteikumiem, būtu jāpārskata līdzšinējā mājokļu politika un jācenšas rast risinājumus, kā mājokļa sagādāšanas jautājumu padarīt vienkāršāku, turklāt būtu jādomā arī par jaunu sociālo mājokļu celtniecību. Jāsaprot, ka pozitīvs pavērsiens bezpajumtniecības risināšanā būtu arī liels sabiedrības daļas attieksmes maiņa pret šo sociālo grupu. Ja veiksmīgāki cilvēki mazāk stigmatizē šo cilvēku grupu, bezpajumtniecība nekur nepazudīs. Tomēr projekts “Mājoklis vispirms” liecina, ka bezpajumtnieka likteni lielā mērā nosaka dzīvokļa īpašnieks. Jo atvērtāki un saprotošāki būs cilvēki, kas izīrē dzīvokļus šīs sociālās grupas pārstāvjiem, jo lielāka būs iespēja viņiem palīdzēt atrisināt galveno problēmu un atgriezties sabiedrībā. ?

Klientu skaits Rīgas patversmē un naktspatversmēs no 2017. līdz 2021. gadam:

■ vidējais klientu skaits mēnesī
■ kopējais klientu skaits gadā



Avots: Rīgas domes Labklājības departamenta gadagrāmatas

Mūzikas festivāls beidzies! Vai tas turpinās dabā?

Autores:

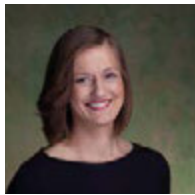
Elizabete Rublāne,
Monta Megija Učelniece,
Laura Jēkabsone

Foto: festivāla Waterfest foto arhīvs

Skaista Latvijas vasaru iezīme ir mūzikas festivāli, cits par citu skaļāki un populārāki. Cik skaļi tie ir dabas saudzēšanas jautājumos? Cik to organizatori ir gatavi runāt arī par savu atbildību? Intervējam trīs festivālu organizatorus: Gundegu Turneli no *Laba Daba*, Uldi Pabērzi no *Summer Sound* un Kasparu Lagzdiņu no *Baldones Waterfest*. Festivāla *Positivus* pārstāvji atteicās sniegt atbildes uz jautājumiem.

VAI ARĪ DABAI LABI?

Festivāla *Laba Daba* nosaukums jau visu pasaka priekšā. Tas notiek augstā, un tā filosofijā ietilpst dabas saudzēšanas ideja.



Festivāla organizatore Gundega Turnele stāsta par pašvaldības noteikumiem, kas jāievēro, rīkojot

festivālu: “Jāatstāj vide tikpat tīra, kāda tā bijusi. Jāapsaimnieko atkritumi, maksimāli tos šķirojot. Ēdinātāji šķiro stiklu un kartonu. Visā teritorijā esam novietojuši šķirošanas konteinerus arī apmeklētājiem.” Viņa uzsver, ka festivālā ir izvietotas zīmes, aicinot atkritumus ievietot tam paredzētās vietās. “Ir pieejami mobili pelnu trauki, lai nemētātos izsmēķi. Pie skatuvēm izvietotas zīmes, ka tur smēķēt aizliegts. Festivāla programmā ir dažas vides tematikai veltītas radošas un izglītojošas aktivitātes. Pēc festivāla noslēguma teritorija tiek apsekota un sakopta, atkritumi izvesti. Galvenais ir depozīta glāžu lietošana. Tā ļoti samazina atkritumu apjomu.”

Festivāla organizatore stāsta, ka uz dzīvi festivāla telšu pilsētiņā attiecas dabas aizsardzības noteikumi, kuri nosaka liegumu kurināt ugunscurus un grilēt pie teltīm. Viņa uzsver, ka laika gaitā festivālā labprāt ieviestu dabai draudzīgākus energorisinājumus. “Pašlaik ir stacionārais elektrības pieslēgums un daži elektrības dizelģeneratori. Ja būs pieejami dabai draudzīgāki risinājumi, tos izmantosim.”

Gundega Turnele piebilst, ka festivāla organizatori domā arī par CO₂ izmešu samazināšanu un ūdens taupības pasākumiem. “Aicinām doties uz festivālu ar vilcienu vai izmantot mūsu organizēto autobusu no Siguldas stacijas uz festivālu un atpakaļ. Salīdzinoši nedaudz cilvēku atbrauc ar velosipēdiem, jo festivāls notiek ārpus pilsētas. Runājot par ūdeni, aukstās dušas un dzeramais ūdens pieejams bez maksas.” Festivāla apmeklētāji par visiem noteikumiem, kas saistīti ar dabas aizsardzības tēmu, tiek informēti caur dažādiem komunikācijas kanāliem.

Laba Daba domā arī par dabai draudzīgiem dzērienu un ēdienu iepakojumiem. “Aicinām ēdinātājus izmantot tikai papīra traukus un galda piederumus, kas bioloģiski sadalās. Pēdējos divus gadus dzērieniem ir depozīta

glāzes.” Tiek nodrošināti taras depozītu punkti, apmeklētājiem tiek piedāvāta iespēja dzērienu vai ēdienu saņemt līdzīgu paņemta traukā. Kopš 2022. gada ēdienu pārpalikumiem ieviesti bioatkritumu konteineri.

Uz jautājumu, vai tiek piedāvāti dabai bīstamo atkritumu punkti, piemēram, e-cigaretes un baterijas, festivāla organizatore atbild, ka tāda iespēja līdz šim nav bijusi. Savukārt par skaņas piesārņojumu, ko var radīt festivāls, viņa saka šādi: “Neesam papildus par to domājuši.”

GALAREZULTĀTS – POZITĪVS

Komentē Līgatnes apvienības pārvaldes saimniecības vadītājs Egils Kurpnieks:



“Runājot par *Laba Daba* norisi, no pašvaldības iesaistes ir ļoti maz kas atkarīgs. Kad festivāls bija Ratniekos, visa komunikācija un darbošanās notika kopā ar Ratnieku kompleksa

apsaimniekotāju. Pašvaldība parasti rīko pāris sapulci, lai saprastu savas iespējas un plānotu līdzdalību, pieskatot satiksmi un kārtību, izsniedzot pasākuma rīkošanas un tirdzniecības atļaujas. Tie, kas brauc uz festivālu *Laba Daba*, pārsvarā pēc tam uzreiz dodas mājās, nevis apskata apkārtni, bauda vietējos ēdināšanas vai citus pakalpojumus. Mazākā daļa festivāla apmeklētāju izbrauc arī caur Līgatni un daļu dienas pavada citās aktivitātēs. Pašvaldībai šādi pasākumi ir nelieli krenčļi (drošība, satiksme, teritorijas uzturēšana), un tai ir jānodrošina normatīvās lietas (atļaujas, saskaņojumi), bet iedzīvotājiem tā viennozīmīgi ir jāuztver kā iespēja. Kopējā bilance ir pozitīva.”

BEZRŪPĪGI! ARĪ PRET DABU?

Baldones Waterfest ir salīdzinoši jauns festivāls Latvijas mūzikas vasaras pašā plaukumā, pulcējot gan mūzikas mīļotājus, gan ūdens izpriecu baudītājus. Tas ir jauki, bet rīkotāju izvairības dēļ paliek daudz neatbildētu jautājumu par dabas saudzēšanu.

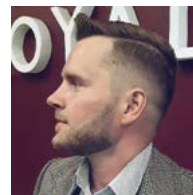
Baldones Waterfest tiek dēvēts par bezrūpības festivālu. Tā mājaslapā informācija par festivāla ilgtspēju vai dabas aizsardzību nav atrodamā. Festivāla nolikumā ar dabas aizsardzību saistīti noteikumi minēti vien pastarpināti. Telšu pilsētiņā aizliegts lietot atklātu uguni (tostarp svecas, grilus, eļļas lampas, lāpas un citus līdzīgus



Foto: festivāla Waterfest foto arhīvs

priekšmetus) un ievest jebkādas motorizētus pārvietošanās līdzekļus. No dabas saudzēšanas viedokļa diezgan amizants ir nolikuma teiktais par autostāvvietas izmantošanas noteikumiem: “Autostāvvietā ilgtermiņā drīkst uzturēties tikai ar derīgu festivāla biļeti,” ar piebildi: “Autostāvvietā ir izvietota plāvā, tādēļ brauciet uzmanīgi, lai nesabojātu savu automašīnu!”

Vairākkārt sazinoties ar **Baldones Waterjump** sociālo mediju menedžeri Rinaldu Rozenbergu,



tomēr izdevās gūt kodolīgas atbildes no **aktīvās atpūtas bāzes īpašnieka Kaspars Lagzdīna**. Runājot par festivāla organizētāju vispārējo atbildību pret vidi pasākuma laikā,

saņemām atbildi, ka, nevēloties, lai teritorija izskatītos pēc atkritumu izgāztuves, tā visu laiku tiek uzkopta, un atkritumi – savākti. Teritorijā tiek izvietotas aptuveni 100 atkritumu urnas, turklāt tiek uzsverts, ka nekad neesot nācies saskarties ar negaidītu negatīvu ietekmi uz dabu.

“Ņemot vērā, ka *Latvenergo* nav ieinteresēts nodrošināt festivāla teritorijai nepieciešamo elektrības pieslēgumu, elektrības nodrošināšanai tiek izmantoti ģeneratori. Ēdinātāji izmanto mūsu nodrošināto energotīklu un ēdiena gatavošanai izmanto savu izvēlēto enerģijas veidu – elektrību, gāzes plīti, malku vai ogles,” par izmantotajiem enerģijas avotiem stāsta Kaspars Lagzdīns. Vaicāts par enerģijas taupīšanas pasākumiem, viņš atzīmē, ka izmantotajiem ģeneratoriem esot gan *DPF*

filtri (*diesel particulate filter* – dīzeļdegvielas cieto daļiņu filtrs), gan automātika to noslodzes regulēšanai, kas ierobežojot ne tikai kaitīgo izmešu daudzumu, bet arī krietni samazinot patērētās degvielas daudzumu.

Viss festivāla vajadzībām nepieciešamais ūdens tiek iegūts no vietējā dziļurbuma. Kā uzsver Kaspars Lagzdīns, tā patērīš netiekot strikti regulēts, aizbildinoties ar ģeogrāfisko novietojumu un to, ka Latvijā neesot problēmu ar dzeramā ūdens daudzumu. “Par dušām īpaši netiek domāts, cilvēki tajās mazgājas, un neviens ar taimeri blakus nestāv.” Tiesa, ja par iespējamām nākotnes problēmām netiek domāts tagad, vai var runāt par ilgtspēju? Runājot par festivāla apmeklētāju izglītošanu saistībā ar vides aizsardzību, pasākuma laikā tam netiek pievērsta sevišķa uzmanība, jo tas nesakrīt ar festivāla programmu un apmeklētāju interesi, taču “telšu pilsētiņā tiek dalīti atkritumu maisi savu atkritumu savākšanai”. Tāpat katru gadu tiek uzturēta sadarbība ar e-cigarešu izplatītājiem, kuri nodrošina speciālus nodošanas punktus.

“Ēdiens un dzērieni tiek pasniegti tikai iepakojumos, kas ir dabīgi un ātri sadalās, tāpat papīra traukos, ar bioloģiski noārdāmas plastmasas dakšiņām, papīra salmiņiem. Šie iepakojumi ir ilgtspējīgi un dabai draudzīgi,” izceļ K. Lagzdīns. Festivāla laikā ēdinātāji nodrošinot savu depozīta iepakojumu savākšanu un nodošanu. Tāpat ēdinātājiem noteikumos esot paredzēts, ka jāpiedāvā arī vegānās un veģetārās maltītes.

Vaicāts par apmeklētāju ieejas apcēm, K. Lagzdīns saka: “Tās tiek gatavotas no auduma un ir ar alumīnija aizdari, kas ir dabai draudzīgākā ieejas aproču opcija.” Jāatzīmē, ka arī šajā festivālā netiek izmantoti izdales materiāli un “ir tikai lielformāta drukāti informācijas avoti, kas tiek novietoti pie ieejas un pāris citās vietās”.

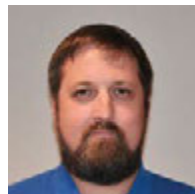


Waterfest katru gadu apmeklē tūkstoš cilvēku, līdz ar to tas nav nemaz tik mazs. Uzrunātais **Ķekavas novada pašvaldības kultūras darba**

koordinators Ēriks Laime-Babris skaidro, ka pašvaldības rīcībā nav informācijas par festivāla negatīvo ietekmi uz vidi, jo festivāla teritorija ir privāta. Pašvaldības atbildība ir izsniegt atļauju

rikot publisku pasākumu. To saņemot, rīkotāji un zemes īpašnieki uzņemas pilnu atbildību par teritoriju un vidi, un pašvaldībai finanšu līdzekļus privātu teritoriju sakopšanā nav atļauts izmantot.

PAŠI PIESĀRŅO, PAŠI UZKOPJ Festivāls *Summer Sound* notiek Liepājas



pludmalē. Pieaugot festivāla popularitātei, ir jāpieaug arī rūpēm par apkārtni. Par centieniem mazināt

piesārņojumu, konkurentu sniegto iedvesmu un festivāla uzlabošanu stāsta tā organizators Uldis Pabēzsis.

“Mūsu sadarbība ar pašvaldību ir tikai pasākuma organizēšanas ietvaros. Mums nav nekādu atsevišķu atrunu par ietekmi uz vidi. Vienmēr apņemas atstāt teritoriju tādā pašā kārtībā, kāda tā bija pirms festivāla. Mums jāievēro visi, gan valsts, gan pašvaldības, saistošie noteikumi, kas attiecas uz vidi,” stāsta *Summer Sound* festivāla organizators. “Mums ir uzkopšanas dienests. Visi apkalpojošie uzņēmumi, kas piegādā dažādas iekārtas vai sniedz pakalpojumus, savāc aiz sevis. Papildus tiek nodrošināti konteineri. Pērn telšu pilsētiņā bija arī depozīta punkts, kur festivāla apmeklētāji varēja nodot tukšo taru, un nauda tika ziedota Ukrainai. Telšu pilsētiņā izsniedz arī atkritumu maisus un cilvēki varēja savākt savus atkritumus, svētdienas rītā tos nodot un saņemt aukstu dzērienu. Turpināsim to arī šogad.”

Festivāla organizators stāsta, ka elektrību festivālam ražo neatjaunojamās enerģijas dīzeļģeneratori. Par ilgtspēju runājot, viņš uzsver, ka vairākus gadus festivāls ir atteicies no papīra bukletiem. “Arī sadarbības partneriem neļaujam drukāt nekādus papīra izdales materiālus, jo tie labākajā gadījumā nonāk atkritumos.” Skaidrojot, kāds ir elektrības patērīš apgaismojumam, U. Pabēzsis atzīst, ka festivāls uz to netaupa: “Video ekrāni naktī darbojas ar daudz mazāku gaismas intensitāti, tāpēc naktī ir mazāks enerģijas patērīš. Dienā nav tik daudz koncertu, tas arī samazina patērīšu. Par apgaismojumu – mūsu primārā funkcija ir, lai pasākums būtu drošs, otrkārt, arī izklaidejošs. Apgaismojums ir drošības jautājums. Uz to nevaram taupīt.”

Uz jautājumu par CO₂ izmešu samazināšanu viņš atbild: “Šo neesam rēķinājuši. Zinu no citiem pasākumiem, ka lielāko “nospiedumu” uz dabu rada ārzemnieki, kuri lido uz Latviju. Esam daudz zaļāki, jo mums ir ļoti maz ārzemju mākslinieku. Protams, arī apmeklētāji, ierodoties uz festivālu no tālākām vietām, rada izmešus. Citādi visu pēc iespējas cenšamies digitalizēt un radīt pēc iespējas mazāk fizisko atkritumu.” Runājot par ūdens taupības pasākumiem, festivāla organizators atklāj, ka ūdens tiek tērēts pārāk maz, jo ar to ir problēmas. “Ūdens mums trūkst. Ļoti maz tērējam ūdeni dušās un izlietnēs. Parastās tualetes ir pieejamas tikai VIP zonās, tām ūdens tiek atvests no rezervuāra. Telšu pilsētiņā gan ir pievads no blakusesošā uzņēmuma “Kursa”. Šajā gadā plānojam atvest ūdens mucu, jo pašlaik pilsēta nevar mums nodrošināt dzeramo ūdeni.”

U. Pabēzsis stāsta, ka festivāla rīkotāji arvien vairāk domā par dabai draudzīgu ēdienu un dzērienu iepakojuma materiālu. “Ir plastmasa ar speciālo marķējumu – biodegrādējamā. Tika veicināta papīra salmiņu, trauku un ēdamrīku izmantošana. Pašlaik mums vēl nav tādas depozīta sistēmas kā festivālā *Laba Daba*, bet mēs pie tā strādājam, jo vislielāko piesārņojumu rada vienreizlietojamās glāzes. *Labā Dabā* bija tā – cilvēks veic pirmo pirkumu un samaksā par depozītu, un tad ir iespēja to glāzi izmantot atkārtoti vai mainīt, nododot un saņemot tīru vietā. Tas ir atkārtoti izmantojams trauks.”



Foto: festivāla Waterfest foto arhivs

Festivāla organizators atzīst, ka atkritumi festivālā tiek šķiroti ļoti maz un to vajadzētu uzlabot, arī piedāvājot dabai bīstamo atkritumu punktus. Runājot par skaņas piesārņojumu, viņš atklāj, ka tiek izplānots tā, lai skaņa neietu pilsētas virzienā, tāpēc visas skatuves ir vērstas pret pludmali vai jūru.

Lai mazinātu gan skaņas, gan CO₂ piesārņojumu, pēdējos gados festivālā vairs nav salūta. “Šogad bija divi varianti – vai nu ņemam biodegradējamo konfeti, kas izšķīst ūdenī, ko izmantojam arī citus gadus, vai arī tādas liela izmēra lentes, kuras pēc tam iespējams savākt, lai nepaliek dabā. Skatuves dūmu pamatā, man šķiet, ir slāpekļis, kas nav tik kaitīgs. Par baloniem – paši neizmantojam un arī neļaujam sadarbības partneriem izmantot neko tādu.” Savukārt par festivāla ieejas biļetēm, aprocēm un ilgtspēju šajā jautājumā U. Pabērzijs saka šādi: “Biļetes jau tagad ir digitālas, taču ir grūti aizliegt cilvēkiem tās drukāt papīra formā. Tāpēc veidojam biļeti ļoti krāsainu, lai to būtu dārgāk izdrukāt. Runājot par aprocēm, tās ir no kokvilnas, kas sadalās. Aprocēs tiek saspiestas ar alumīnija gredzentiņiem, no kuru izmantošanas pagaidām nevar izvairīties. Tas ir drošības jautājums.”

“KONTROLĒSIM STINGRĀKI!”

Par Liepājas pašvaldības sadarbību ar Summer Sound festivāla organizatoru Uldi Pabērzi dabas aizsardzības un vides

ilgtspējas jautājumos stāsta Dace Liepniece, Liepājas pilsētas pašvaldības Vides nodaļas vadītāja.

“Publiska pasākuma organizatoram pasākuma rīkošanai ir jāsaņem pašvaldības izdota atļauja. Viens no organizatora pienākumiem ir nodrošināt vides aizsardzības prasību ievērošanu,” stāsta D. Liepniece, uzverot, ka Liepājas sadzīves atkritumu apsaimniekošanas saistošajos noteikumos ir noteiktas prasības publisko pasākumu organizētājiem. “Jāslēdz līgums ar atkritumu apsaimniekotāju par pasākuma laikā un vietā radušos atkritumu savākšanu no izvietotajiem atkritumu konteineriem vai urnām. Iespēju robežās ir jānodrošina atkritumu konteineri dalītai atkritumu vākšanai. Teritorija jāsakopj četru stundu laikā pēc pasākuma beigām, ja pasākuma atļauja nav norādīts cits laiks. Lai festivāls būtu ne tikai baudāms apmeklētājiem, bet arī nenodarītu kaitējumu dabai, ir jāievēro šādi kritēriji: organizatoru un apmeklētāju rīcībai ir jābūt atbildīgai; teritorija jānorobežo, lai

neradītu būtisku ietekmi apkārtnējam videi; apmeklētāju plūsma ir jāorganizē; jānodrošina pietiekams publisko tualetu skaits un to tīrība visa pasākuma laikā.”

D. Liepniece norāda, ka pašvaldība plāno noteikt vēl stingrākus nosacījumus festivāla *Summer Sound* organizatoram, lai gan pēdējo gadu laikā tas jau ir darīts. “Noteiktas stingrākas prasības par pasākuma laikā radīto atkritumu apsaimniekošanu, teritorijas sakopšanu, sabiedrisko tualetu izvietojumu. Ir nodrošināta teritorijas sakopšanas kontrole. Jāatzīst, ka tā ir vēl vairāk jāpastiprina, kā arī jāveido detalizētāki nosacījumi teritorijas sakopšanai pēc pasākuma.” D. Liepniece atzīst, ka pašvaldībai pēc publiskā pasākuma nebūtu nekā jādara, ja organizators godprātīgi izpildītu visas prasības. “Realitāte mēdz atšķirties no plānotā, īpaši pēc pludmales festivāla, jo sīkie atkritumi tiek ierakti smiltīs un pēc neilga laika tie pludmalē atkal parādās, līdz ar to pašvaldībai ir jāveic teritorijas papildu sakopšanas darbi.” ?

IESPĒJA

specializēties
programmas apakšvirzienā
“Fotogrāfija”



STUDĒ



MULTIMEDIJU KOMUNIKĀCIJU!

IEJŪTIES

operatora, producenta, ziņu diktora
vai sociālo mediju redaktora jomā,
darbojoties RSU studentu medijā “Skaļāk!”

JOMAS EKSPERTI

Docētāji ir atzīti un
sabiedrības viedokļu līderi

JAUNĀKĀS PAAUDZES

video un
fototehnika, montāžas un attēlu apstrādes
programmas un fotostudijas

STUDIJAS APVIENOTAS

ar praksi vadošajos nozares uzņēmumos

ERASMUS+ un NordPlus APMAINĀS PROGRAMMAS




Vairāk par studiju programmu MEKLĒ:



KLEITAS, KAS PĀRVĒRŠAS ZIEDOS –

KĀDAS IR IESPĒJAS IELAUZTIES MODES INDUSTRIJĀ?

Autore: Megija Sprukule

Klāt gaidītā izpārdošana! Meitenes steidz izķert H&M spīdīgās kleitas – tās maksā vien desmit eiro. Pēc vienas valkāšanas reizes spīdumu uz kleitas ir tik daudz, ka tos var saskaitīt uz vienas rokas pirkstiem. Ko darīt? Mest ārā, šķirot vai ziedot? Bet kā būtu, ja kleitu varētu iestādīt? Vai iestādāmajām (*plantable*) kleitām ir nākotne?

Modes industrija atrodas tādās kā dilemmas krustcelēs – vienā pusē ir nebeidzamais patēriņš, otrā – sirdsapziņa un atbildība par planētas nākotni. Pircēji visā pasaulē jau neskaitāmus gadu desmitus savā garderobē ir pieņēmuši ātro modi (*fast fashion*), dodot iespēju uzplaukt tādiem zīmoliem kā *Zara*, *H&M*, *Reserved* un citiem, kas ik sezonu savas jaunās kolekcijas ražo pēc iespējas ātrāk un lētāk. Pēc vides aizsardzības organizācijas

“Zaļā brīvība” veidotā projekta “Mode un vide – kā tas skar mani?” datiem, pēdējo 15 gadu laikā apģērba patēriņš ir palielinājies teju četras reizes, savukārt apģērba lietošanas ilgums – samazinājies uz pusi. Kur nonāk milzīgie apģērbu kalni, kas savu laiku ir nokalpojuši vai izgājuši no modes trendiem, kuri bija aktuāli pagājušajā sezonā? Aptuveni 70 % no visa kopējā pasaules tekstila nonāk atkritumu poligonos, un tikai 1 % tiek

pārveidots jaunos apģērbos jeb iegūst otro iespēju. Šos procentus varam mainīt, veicot ikdienišķas un dažkārt pat nelielas izmaiņas savos iepirkšanās un apģērba valkāšanas paradumos, kas iet roku rokā ar rūpēm par planētu, tās saudzēšanu un ilgmūžību. Viens no veidiem, kā varam to paveikt, ir ilgtspējīga iepirkšanās un ilgtspējīgas modes ieviešana savā garderobē.

Foto: Andra Marta Babre

MŪSU KLEITAS PĀRVĒRŠAS ZIEDOS. KO SPĒJ TAVA KLEITA?

Dabai draudzīgā apģērba zīmola *Rosafella* izveidotājai Katrīnai Resnei (*Instagram @katrinarasne*) ir 21 gads. Viņa Rīgas Tehniskajā universitātē studē Materiālzinātnes un lietišķās ķīmijas fakultātes studiju programmā “Materiālu tehnoloģija un dizains”. Studentes izvēle par labu tieši dizaina studijām ir notikusi, visticamāk, pateicoties viņas kā ilglaicīgas modes fanes mīlestībai pret šo nozari, sākot no pirmajām Bārbijām līdz pat sava zīmola izveidei. Mīlestība pret modi un dabu Katrīnu ir motivējusi radīt ko tādu, kas iepriekš vēl nav bijis. Ideja par *plantable* jeb iestādāmajām kleitām radās, iedvesmojoties no japāņu avīzes, kurai starp papīra slāņiem ir iestrādātas digstu sēklas. Respektīvi, avīzes lasītājs to var izmest parkā, kur pēc tam augs zaļa zāle. Ģeniālās japāņu idejas iedvesmota, Katrīna iedomājās, kā būtu, ja viņa radītu kleitas, kuras pēc tam varētu iestādīt un no tām augtu ziedi. Tā 2020. gadā Katrīna radīja pirmo kolekciju – kleitas, kuras var aprakt augsni zem augiem un kuras dabiski sadalīsies.

Kad Katrīnai radās ideja par kleitām, kas varētu nonākt augsnē un dabiski sadalīties, nevis nonākt atkritumu izgāztuvēs, viņa saprata, ka materiāliem noteikti ir jābūt dabiskiem. Pirmais variants, kas viņai ienāca prātā, bija klasiskie dabisko šķiedru audumi – kokvilna, lins un kaņepe. Taču Katrīna vēlējas izmantot tādus audumus, kas nebūtu pasaulē tik zināmi. Ilgos istā auduma un šķiedru meklējumos viņa nonāca pie secinājuma, ka vislabāk derētu tieši celulozes šķiedras, jo tās ir augu izcelsmes (*plant-based*) šķiedras. Un pagaidām vienīgā vieta, kur ir perfekti apstākļi, lai audzētu šos augus, ir Indija. Katrīna izdarīja izvēli par labu Indijai tāpēc, ka tur cilvēki māk aust audumus un viņi saprot šo mākslu – tas Indijā vienkārši ir vēsturiski izveidojies. No Indijas viņai tiek piegādāti tādi audumi, kas veidoti no apelsīnu mizām, rožu krūmiem un lotosa ziediem, respektīvi, augiem, kuriem ir celulozes šķiedras, kuras tālāk var izmantot dažādu materiālu radīšanā.

Pēc īpaši atlasīto audumu piegādes tie tiek dabiski krāsoti ar augu krāsvielām, piemēram, granātābolu sulu, balināti vai netiek krāsoti vispār. Tālāk tiek šūtas kleitas, izmantojot liocela šķiedras diegus (firmas zīme *Tencel*, kurai ir sava sertificēta tehnoloģija tekstilmateriālu ražošanai, izmantojot videi draudzīgu ražošanas procesu, kurā atkārtoti tiek izmantoti enerģijas resursi. Šķiedras ir sertificētas kā

kompostējamas un bioloģiski noārdāmas). Kad izstrādājums jau izskatās pēc kleitas, tiek piešūtas pogas, kas veidotas no kokosriekstu čaulām, rožu krūmiem un dabiskām pērlēm. Šie materiāli nodrošina pogu izturību. Parasti apģērbiem elastīgās jostas veido no elastāna, kas ir sintētiskā šķiedra. Katrīnai ir alternatīva – elastīgo jostu var veidot no dabiskās gumijas, kas tagad kļūst arvien izplatītāka. Ja kleitām pievieno kādu papildu detaļu, piemēram, interesantākas lentes vai mezģīnes, pārsvarā tās veido no kokvilnas un lina. Katrīna gan atzīst, ka šādas papildu detaļas kleitām pievieno reti.

Kāpēc tieši šie materiāli, nevis citi? Atbildot uz šo jautājumu, Katrīna stāsta, ka ir bijuši daudzi eksperimenti ar aļģēm, bet tas apģērbs arī ir tāds, kā tas izklausās. Respektīvi, tādu apģērbu var uzvilkt tikai vienreiz, jo tam nav īpaši lielas izturības. Tas ir eksperimentāli veidots produkts. Iespējams, ir kādi risinājumi, kā varētu to uzlabot, bet Katrīna saprata, ka tas noteikti nebūs produkts, ko viņa varētu piedāvāt cilvēkiem. Viņa vēlējas izmantot augu izcelsmes materiālu priekšrocību – izturību –, kā arī koncentrēties uz tiem materiāliem, kas nav plaši zināmi – nevis lietot kokvilnu un linu, bet pamēģināt, piemēram, lotosa audumu, kas ir mikstāks nekā kokvilna un kam ir dabisks spīdums, pateicoties aušanas tehnoloģijai. Kleitas, kas veidotas no lotosa zieda auduma, vizuāli izskatās pēc luksusa auduma.

Nav aizmirsts arī par dabisku iepakojumu, kas atbilst produkta būtībai. Respektīvi, klients savu pasūtīto kleitu saņem tādā plēves aploksnē, kas bioloģiski noārdās. Katrīna piebilst, ka viss iepakojuma sastāvs ir kompostējams.

Daudziem rodas jautājumi par kleitas kopšanu, piemēram, vai kleitu varēs kopt un mazgāt? Nav pamata satraukumam, jo kleitas drīkst mazgāt un ir pat vēlams par tām īpaši rūpēties. Pēc ražotāju ieteikumiem inovatīvos audumus, kas veidoti no apelsīnu mizām, rožu krūmiem un lotosa ziediem, vēlams kopt tikpat delikāti kā zīdu. Respektīvi, kleitas ir jāmazgā ar rokām vai saudzīgajā režīmā veļas mašīnā. Lai kleita kalpotu pēc iespējas ilgāk, to noteikti nevajadzētu balināt vai nest uz ķīmisko tīrītavu.

KLEITA IR NOVALKĀTA. KO TĀLĀK?

Jebkuram apģērbam ir savs valkāšanas mūžs. Jautājums – kā mēs par to rūpējamies? Jebkurš sintētisks apģērbs, ko nopērkam veikalā, var



Foto: Andra Marta Babre

Zīmola *Rosafella* izveidotāja Katrīna Resne

saplist ātrāk nekā augu izcelsmes materiāla apģērbi. Tas nozīmē, ka *Rosafellas* kleitu mūžs noteikti nav viena valkāšanas reize, mēnesis vai gads, bet gan vairāki gadi (tiek prognozēti aptuveni 10 gadi). Tajā brīdī, kad apģērbs patiešām ir novalkāts un sāk plīst vai tam ir pienācis emocionālās novalkāšanas mirklis (apģērbs vairs nesaista), ir divas iespējas, ko cilvēks var darīt. Kleitu var salocīt (vai sagriezt) un aprakt dārzā zem kāda zieda vai cita auga, kur ir pietiekami bieža augsnes kārtā, vai lielākā puķpodā, lai tur varētu ielikt kleitu, augsni un lai augs varētu brīvi augt un dzīt saknes.

Ķīmiskais process ir pavisam vienkāršs – kleita sadalās brīdī, kad tai ir pieejama augsne un mitrums. Sadalīšanās process ir atkarīgs no apģērba materiāla, lieluma un apkārtējiem apstākļiem. Katrīna stāsta, ka viņas komanda ir veikusi eksperimentus ar kleitas paraugiem gan mājās, gan laboratorijā. Piemēram, mājās tie sadalījās trīs mēnešos, laboratorijā – 20 dienās. Veicot pētījumus un eksperimentus, tika noskaidrots, ka sešu mēnešu laikā apģērbs varētu būt sadalījies pilnībā. Protams, mājās sadalīšanās process notiek ilgāk, savukārt ārā – ātrāk, jo tur piedalās arī kukaiņi. Kleita sadalās, pateicoties augsnei, mitrumam, pašam ziedam un atsevišķos gadījumos – arī kukaiņiem.



NO KLEITAS LĪDZ ROZEI!

Jaunās uzņēmējas ambīcijas neapstājās tikai pie kleitu radīšanas. Raugoties nākotnē, Katrīnai ir vizija par botāniskā dārza izveidi, kas būtu ne vien skaista tūrisma apskates vieta, bet arī kleitu turpinājums.

Kur viņa vēlētos izveidot šādu ziedu dārzu? Uz šo jautājumu Katrīna vēl nav atradusi īsto atbildi. Kur un kā radusies ideja par ziedu dārzu, stāsta zīmola radītāja: “Kad biju Lideru programmā un sāku visu šo projektu ar kleitām, šāda ideja radās tāpēc, ka redzēju bildes un video par to, kas notiek atkritumu izgāztuvēs – tos milzīgos kalnus, tās neskaitāmās tonnas, ko ieved katru gadu. Sapratu, ka mēs varam izveidot kaut ko labāku – savest dabu kopā ar cilvēku. Radīt ko tādu, kas cilvēkiem ļoti patiktu, ko tie varētu valkāt un mīlēt ilgi, dabai dodot, nevis to iznīcinot. Vēlos, lai apģērbi varam droši pārstrādāt paši savās mājās vai izveidot aprites ciklu, kad cilvēks atsūta apģērbus mums, nevis tas nonāk atkritumu izgāztuvēs. Respektīvi, atkritumu poligoni dabai atņem milzīgu platību – tajā vietā varēja būt ezeri, meži. Meži dod skābekli, tā ir vieta dzīvniekiem. Dzīvnieki ir liela daļa no mūsu ekosistēmas. Arī ziedu dārzi ir īpaša daļa no dabas, kas mums dotu gan vizuālo prieku, gan skābekli, gan mājvietu kukaiņiem. Tas noteikti paliks šajā vizijā. Vizija ar laiku izkristalizēsies, kā vislabāk palīdzēt gan dabai, gan cilvēkiem, nodrošinot ko tādu, ko viņi vēlētos izmantot nākotnē.”

Pārstrādes dārzā (*recycling garden*) tiks bioloģiski sadalīti auduma atgriezumam un diegi, kas ir palikuši pēc šūšanas. Kad kleita ir uzšūta,

vienmēr ir kādi atgriezumam (tas ir neizbēgami). Katrīnai radās šāda ideja tāpēc, ka pasaulē zīmoliem ir izveidota mehāniskā pārstrāde, kas ir ļoti dārga, sarežģīta un aizņem daudz resursu. Pārstrādes dārza gadījumā visi audumi bioloģiski noārdās, kā arī nav nepieciešami papildresursi, lai pārstrādātu īstenotu. Šim procesam palīdz viss, kas jau ir uz zemes – augsne, lietuss, vējš. Daba visu izdara pati.



Līdzīgi kā kleitai tika veikts eksperiments, kura laikā varēja noskaidrot, cik ilgā laikā tā sadalās, tāpat arī linam un liocēla šķiedras diegam tika veikts biodegradācijas tests, kuru veica Latvijas Universitātes Bioloģijas institūta darbinieki. Šī testa laikā kleitu atgriezumam un diegi sadalījās 30 dienu laikā. Katrīna papildina, ka šāds pārstrādes dārzs būtu daļa no botāniskā dārza, kur augtu ziedi un kurā varētu stādīt no augu izcelsmes materiāliem radītās kleitas pēc to novalkāšanas.

DARBS + MATERIĀLI = ILGTSPĒJĪGAS MODES CENA

Katrīna stāsta, ka cilvēki jautā un interesējas par kleitām, taču interese zūd tajā brīdī, kad viņa nosauc cenu. “Mans pienākums ir izstāstīt, kāpēc kleitas maksā tik, cik tās maksā. Ātrā mode cilvēkiem ir radījusi nepareizu priekšstatu par to, kas ir lēts un kas – dārgs. Tā nepārtraukti lielos apjomos ražo apģērbus, ko patērētājs var iegādāties par nieka pāris eiro. Cilvēkiem tas šķiet pareizi un normāli, taču viņi nezina, kas patiesībā slēpjas aiz modes industrijas biznesa un kāpēc tās cenas ir tik zemas.” Viens no svarīgākajiem aspektiem, bez kā nevar eksistēt ilgtspējīga mode, ir droši apstākļi šuvei un cilvēkiem, kas nodrošina apģērba ražošanu. Katrīna uzsver, ka modes industrijā tā ir milzīga problēma. Respektīvi, šiem cilvēkiem nav nekādas regulācijas drošai darba videi. “Katru

Rosafellas kleitu šuvei šajās savās personīgajās studijās. Man bija ļoti svarīgi, lai visiem cilvēkiem, kas ir piedalījušies *Rosafellas* kleitu radīšanā vai fotosesijās, tiktu nodrošināta droša, iedvesmojoša, patīkama vide, kurā viņi var strādāt. Protams, tam ir arī atbilstoša samaksa. Vienaļpus pēc tādās samaksas ir arī atbilstoša kvalitāte.”

Ka otru aspektu, kas sadārdzina ilgtspējīgās modes cenas, Katrīna min augu izcelsmes materiālus, kas ir daudz dārgāki par mums jau plaši zināmo poliesteru. Tas ir viens no populārākajiem audumiem pasaulē, un to izmanto daudzu apģērbi un citu lietu ražošanā, jo šo materiālu var salīdzinoši ātri un lēti saražot. Runājot par materiāliem, ko izmanto zīmols *Rosafella*, ir pretēji – nav pieprasījuma, nav apjomu, nav tik ļoti attīstīti. Katrīna piebilst, ka papildizdevumi ir piegādei no tālās Indijas, jo Eiropā viņa nav atradusi nevienu piegādātāju, kas atbilstu tam standartam, ko viņa meklē. Augsto cenu veido mazais pieprasījums un piegādātāju, kas ražo augu izcelsmes materiālus, trūkums. Katrīna atzīst, ka ar laiku šī cena varētu samazināties, tomēr viņa gribētu, lai cilvēki aizdomājas, ka ilgtspējīga apģērba iegāde ir liels ieguldījums ne vien mūsu, bet arī planētas nākotnē.

JALatvia PALĪDZ REALIZĒT JAUNIEŠU KVĒLĀKOS SAPNUS

Ko darīt jauniešiem, kas ar degsmi no visas sirds vēlas piepildīt savus sapņus un realizēt ģeniālas idejas, bet nezina, kur un kā to uzsākt? Viens no mazajiem (varbūt pat lielajiem) soļiem, ko jaunieši var spert, – noticēt sev un pieteikties *Junior Achievement Latvia (JALatvia)* Lideru programmā! *JALatvia* mērķtiecīgiem jauniešiem organizē Lideru programmu, kuras galvenais mērķis ir sagatavot jauno Latvijas uzņēmēju paaudzi. Programma ilgst vienu mācību gadu, kura laikā jauniešus, kas izturējuši īpašu atlasi, apmāca dažādi mentori, kuri jau veiksmīgi strādā uzņēmējdarbības nozarē un kuri



iedvesmo jauniešus sasniegt savus kvēlākos mērķus, tos izvirzot jau programmas sākumā. Katru gadu programmu absolvē aptuveni no 10 līdz 15 vidusskolas vecuma jauniešu ar unikālām un ambiciozām biznesa idejām.

Par vienu no zīmola *Rosafella* atspēriena punktiem var minēt tieši *JALatvia* programmu, kurai Katrīna pieteicās, būdama 11. klases skolniece ar kvēlu sapni, kuru no visas sirds vēlējas īstenot. 2019. gada nogalē viņa pieteicās *JALatvia* Līderu programmai, kurā ar citu veiksmīgu uzņēmēju un ambiciozu jauniešu atbalstu savu ideju pārvērtusi taustāmā rezultātā, radot pirmās iestādāmās (*plantable*) kleitas. Katrīna ir viena no 2019./2020. mācību gada programmas absolventēm. Viņa atzīst, ka Līderu programmā iesaistītie cilvēki atbalstīja viņas ilgtspējīgo ideju par visiem 100 % un vairāk. Katrīna atklāj, ka ir piedalījies dažādos projektos un pieteikšanos Līderu programmai ne mirkli nenožēlo: "Līderu programma ir labākā pieredze, ko esmu piedzīvojis!"

Šīs programmas laikā jaunā uzņēmēja ne vien iepazīna 11 jaunus līderus (programmas dalībniekus), citus veiksmīgus uzņēmējus, kas jau ir īstenojuši savus mērķus, bet arī iesāka individuālo projektu, kas kļuva par personīgo biznesu, un kopā ar komandu izveidoja vasaras terasi Siguldā. Viņa papildina, ka Līderu programma ir iespēja jauniešiem attīstīt savas līderības prasmes un īstenot dažādas ambiciozas idejas. Tajā ikviens jauniešs saņem kouču, mentoru atbalstu un var piedalīties izglītojošās un praktiskās meistarklasēs. Viņa aicina jauniešus nebaidīties, noticēt sev un darīt visu, lai sasniegtu savus kvēlākos mērķus.

VAI ŠOPHOLISMS BREMZĒ ILGTSPĒJĪGAS MODES ATTĪSTĪBU?

Elizai ir 21 gads, un viņa sevi raksturo kā šopholiķi, jo ļoti patīk iepirkties. Šis paradums ir krasi mainījies gan inflācijas ietekmē, gan pārdomājot jaunu apģērbu iegādes nepieciešamību. Viņa atklāj, ka šopholisma laikos iepirkās aptuveni divas reizes nedēļā un pirka visu pēc kārtas. Tā bija diezgan bezmērķīga iepirkšanās, jo mājās visa jau bija gana. Elizai vienkārši patika iepirkšanās process, kurā varēja atslēgties no ikdienišķām problēmām, pavadīt brīvo laiku un iepriecināt sevi. Par savu zīmolu Eliza sauc ātrās modes veikalu *Zara*, jo tur atrod sev vispiemērotāko apģērbu.

Dažādos dzīves posmos ir bijušas dažādas izjūtas, un ir bijuši laiki, kad Eliza vēlējas pāriet tikai uz viena konkrēta zīmola iegādi, piemēram, *Tommy Hilfiger*. Eliza labāk iepērkas biežāk un ne tik dārgas preces, tāpēc viņa ir iecienījusi veikalus un internetveikalus, kuros piedāvājums mainās nepārtraukti. Tādos *second hand* veikalos kā *Humana* viņa izvēlās iepirkties, jo uzskata, ka šis trends vairs nav aktuāls. Eliza atzīst, ka pēdējos mēnešus pavadā mazāk laika, domājot par to, ko viņa vilks savās ikdienas gaitās un kādām modes tendencēm viņai būtu obligāti jāseko. Pēdējā iepirkšanās reize bija pirms nedēļas, kad veikalos bija atlaides, bet neviens no šiem apģērbiem nebija saistīts ar ilgtspējīgu modi.

Viņasprāt, nekas nemainīsies un šis problēmjautājums netiks risināts līdz brīdim, kad visi veikali sāks ražot un savās kolekcijās ieviest ilgtspējīgu modi, jo preces nonākšana klienta rokās sākas tieši ar uzņēmumu, kas to saražo. "Esmu aizdomājusies par ilgtspējīgu modi, bet, manuprāt, šādu zīmolu ieviešana savā garderobē ir pārāk dārga, piemēram, ja tiek pirkti apģērbs, kas ir veidots no dabā vieglāk pārstrādājamiem materiāliem. Vai man būtu kādi ieguvumi? Es neteiktu. Vismaz šobrīd tādas nesaskatu. Globāli noteikti, jo tiek izmests pārāk daudz apģērba, kas rada milzīgu piesārņojumu, un par to gan būtu jādomā."

Tātad viens no iemesliem, kāpēc Eliza neizvēlas ilgtspējīgus apģērbus, ir to augstā cena. Kā otru iemeslu viņa min ilgtspējīgo apģērbu vienkāršību, kas viņu īpaši neuzrunā, jo tādu vienkāršu apģērbu ir iespējams iegādāties arī lētāk. "Kāpēc man pirkt, piemēram, kleitu, kas maksā 200 eiro, ja kaut ko līdzīgu varu nopirkt pa 20 eiro?" Ja ir jāizvēlas starp šiem diviem variantiem, Eliza dod priekšroku lētākajam. Kas būtu jādara, lai cilvēki vairāk izvēlētos tieši ilgtspējīgas modes, nevis mums jau visiem zināmos ātrās modes zīmolus? Eliza uzskata, ka šiem apģērbiem vajadzētu būt plašāk pieejamiem, tad tos varētu atļauties lielāka mērķauditorija. Viņa gan nezina, cik reāli ir to izmainīt cilvēku ikdienā, jo ātrā mode jau gadu gadiem ir iekarojusi mūsu uzmanību. Iespējams, ka ar laiku to var mainīt, bet, viņasprāt, tas nenotiks tuvāko gadu laikā. Varbūt pēc desmit gadiem.

Lai arī daudzus gadus Elizai varēja dēvēt par šopholiķi, pēdējā laikā par savu kā modes patērētāja ietekmi uz vidi viņa aizdomājas

VAI ZINĀJI?

Savs dzīves cikls ir ne vien cilvēkiem, bet arī tekstilam. Pēc AS "Latvijas Zaļais punkts" veiktās izpētes datiem, sintētiskās šķiedras, no kurām ražo 60 % tekstilizstrādājumu, sadalās aptuveni 200 gadu laikā. Savukārt zīmola *Rosafella* veiktie eksperimenti rāda, ka *plantable* jeb iestādāms apģērbs sadalās laika posmā no viena līdz sešiem mēnešiem.

KO ĪSTI NOZĪMĒ: IESTĀDĀMS APĢĒRBS

Iestādāms (*plantable*) apģērbs nozīmē, ka to var aprakt augsnē un tas dabiski sadalīsies, nenodarot kaitējumu dabai. Šāds apģērbs tiek šūts tikai no tādām materiāliem, kas var bioloģiski noārdīties. Piemēram, *Rosafella* zīmola gadījumā – no augu izcelsmes materiāliem.

ILGTSPĒJĪGĀ MODE

Blogere un zaļā dzīvesstila piekritēja Anete Ozoliņa uzsver, ka ilgtspējīga mode nav atsevišķa modes industrijas daļa vai tendence, bet gan modelis, kurp visai modes industrijai būtu jāvirzās kopumā. Tas nozīmē, ka tiek ražoti produkti, notiek procesi, aktivitātes, kuros iesaistītajām pusēm (likumdevējiem, zīmoliem un patērētājiem) ir mērķis sasniegt oglekļa neitrālu modes industriju, kas bāzēta vienlīdzībā, sociālajā taisnīgumā, dzīvnieku labklājībā un ekoloģiskā integritātē.

ILGTSPĒJĪGĀ IEPIRKŠANĀS

Tā ir viena no iespējām, kā varam mazināt tekstila un citu produktu milzīgā patēriņa nelabvēlīgo ietekmi uz apkārtni. Respektīvi, varam pirkt mazāk, pirkt apģērbu un citas lietas, kuras kalpo ilgāk par pāris valkāšanas reizēm, pirkt vietējo Latvijas ražotāju, uzņēmēju produkciju, kā arī iepirkties *second hand* jeb otrreiz lietojamo preču veikalos.

vairāk. Pirmkārt, viņa iepērkas salīdzinoši mazāk un retāk nekā pirms tam. Pirms vairākiem gadiem viņa iepirkās vairākas reizes nedēļā, savukārt pašlaik viņa cenšas to samazināt līdz divām reizēm mēnesī. Otrkārt, Eliza ir radoša persona, tamdēļ viņai patīk ik pa laikam uzšūt jaunus svārkus vai kādu somiņu, kā arī pārveidot apģērba gabalu, kas savu laiku jau ir nokalpojis, dodot tam otru iespēju. Pāris reizi gadā Eliza veic skapja ģenerālkārtošanu un nodod drēbes labdarībai. Pēc katras šādas ģenerālkārtošanas reizes viņa apjauš, cik daudz lieku mantu viņai ir, un apzinās, cik daudz naudas viņa par tām ir iztērējusi.

Šobrīd Elizai ir cita veida tēriņi, un naudu viņa cenšas iekrāt, piemēram, ceļojumiem, kas rada daudz patīkamākas emocijas nekā jauna kleita vai bikses. "Pasaules nestabilās situācijas dēļ to

ir riskanti tērēt tik mazsvarīgām lietām kā apģērbs, piemēram, lai tikai *pašikotu*,” pie šāda secinājuma nonāk Eliza, kura sevi kādreiz dēvēja par šopholiķi. Arī cilvēkiem, kas ir aizrāvušies ar jaunu apģērbu un citu lietu nepārtrauktu iegādi, reiz pienāk brīdis, kad nepieciešams pievērsties zaļākam dzīvesveidam, tādējādi mazinot savu negatīvo ietekmi uz dabu.

KLEITAS, KAS PĀRVĒRŠAS ZIEDOS, – MŪSU NĀKOTNE?

Katrīna vēlas ticēt, ka iestādāms apģērbs ir mūsu nākotne. Viņa stāsta, ka šobrīd daudzas kustības, tostarp *zero waste*, arvien vairāk aktualizē jautājumus par dabas piesārņojumu, kuru esam radījuši mēs paši. Cilvēki arvien vairāk aizdomājas arī par to, kas atrodas uz viņu šķīvja, un savā ikdienā iekļauj vairāk veģetāra un vegāna uztura. Katrīna cer, ka ilgtspējīgs apģērbs ir nākamais solis, kuru cilvēki būs gatavi spert, izvēloties dabai draudzīgākus un ilgtspējīgākus zīmolus, kas radītu pēc iespējas mazāku kaitējumu mūsu planētai. Lai arī viņas

ideja ir saistīta ar ilgtspēju un globālu problēmu, cilvēki ne vienmēr to atbalsta vai novērtē. Katrīna uzsver, ka daudzi pret modi izturas tā, it kā tā nevarētu neko sasniegt vai nebūtu nekas īpašs, salīdzinot ar citām nozarēm.

Pašlaik ilgtspējīgi modes zīmoli ir tikai kā segments, jo ātrās modes zīmoli neveic pārdomātu produktu ražošanu un dizaina izstrādi. Tikai tajā brīdī, kad modes industrija zīmoliem būs jārikojas un jāveic ilgtspējīgas izveles biznesa attīstībā, ilgtspēja būs iekarojusi modes industriju. Tas noteikti ir iespējams, jo daudzi zīmoli jau tagad aktīvi rīkojas. Piemēram, 2019. gadā luksusa modes zīmols *Prada* neilona vietā sāka izmantot sintētiskus audumus, kuru izgatavošanai tika izmantota pārstrādāta plastmasa. *Prada* ir viens no augstās modes zīmoliem, kas 2019. gadā paziņoja, ka savu kolekciju radīšanā neizmanto kažokādas. Savukārt ātrās modes zīmols *H&M* no 2030. gada plāno izmantot tikai pārstrādātus vai citus dabai draudzīgus materiālus.

Ilgtspējīgas modes blogere Anete Ozoliņa (@paradimodi) uzsver, ka ilgtspējai ir jāklūst par uzņēmumu pamatprasību, nevis luksusu vai pāris cilvēku entuziasmu. Kā ilgtspējīgās domāšanas priekšgājēju blogere izceļ Eiropu, jo tā ir priekšā visām citām lielvalstīm, turpretī, piemēram, ASV ir milzīgs patēriņš un savi likumi, savukārt Āzijas valstis notiek liela daļa no produktu ražošanas. Runājot par ilgtspējību un tās attīstību, pasaules valstis ir dažādās attīstības stadijās, tāpēc ir sarežģīti pateikt, kad mode kļūs ilgtspējīga. Skaidrs ir tas, ka uz to mums kopīgi ir jātiecas. Blogere atgādina, ka vajag vairāk novērtēt visu, kas mums ir apkārt: “Ja mēs novērtējam gaisu, kuru elpojam, zemi, pa kuru staigājam, un ūdeni, kuru dzeram, tad jānovērtē arī lietas, kas ražotas ar cieņu gan pret dabas resursiem, gan līdzcilvēkiem, kas strādā šajā industrijā.” Tomēr, ja tas nenotiks, pasaule drīz vien sapratis, kādu nospiedumu uz šīs planētas ir atstājusi modes industrija. ?



STUDĒ

PSIHOLOĢIJU!

IEGŪSTI sociālo zinātņu bakalaura grādu psiholoģijā

Apgūtās teorētiskās zināšanas **IZMANTO** praksē

Pēc studijām **STRĀDĀ** dažādās darbības jomās valsts un pašvaldības iestādēs, kā arī privātajā sektorā



PASKATIES uz sevi un pasauli no dažādiem skatu punktiem

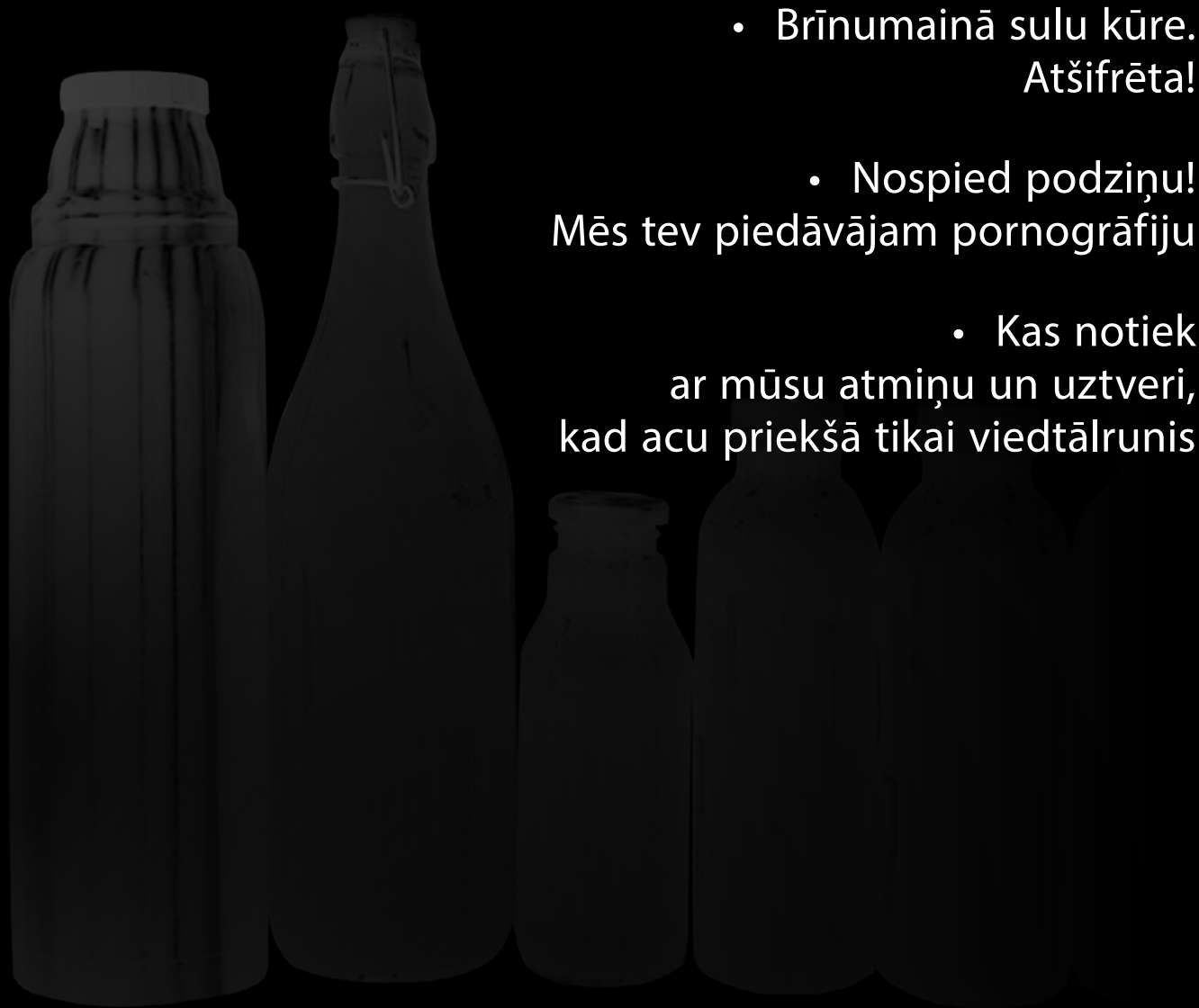
UZLABO savas saskarsmes spējas, trenē empātiju, mērķtiecību un pašrefleksiju

Vairāk par studiju programmu **MEKLĒ:**





veselības un dzīvesveida pētījumi



- Brīnumainā sulu kūre.
Atšifrēta!

• Nospied podziņu!
Mēs tev piedāvājam pornogrāfiju

• Kas notiek
ar mūsu atmiņu un uztveri,
kad acu priekšā tikai viedtālrūnīs

Veģetārisms, vegānisms, svaigēšana, augļēšana – šādi dzīvesveidi mūsdienu pasaulē gūst arvien lielāku piekrišanu. Cilvēku uzmanību piesaista dažādi veselīga dzīvesveida izaicinājumi, diētas un alternatīvās medicīnas prakses. Viens no šādiem izaicinājumiem vai pat dažu cilvēku dzīvesveidiem ir atteikšanās no ierastā ēdiena – klasiskās ēdienreizes tiek aizstātas ar spiestām augļu un dārzeņu sulām. Iemesli piedalīties sulu kūrēs cilvēkiem ir dažādi. Viens no tiem ir vēlme zaudēt svaru pāris dienu laikā, citi meklē alternatīvus risinājumus, lai cīnītos ar dažādām veselības problēmām, savukārt dažiem tas ir sava prāta un ķermeņa izaicinājums.



Brokastis, pusdienās, vakariņās – **SULAS!**

Autore: Nikola Grīnvalde

KAS IR SULU KŪRE

Konkrētu laika periodu, kurā cilvēks pārtiek tikai no svaigi spiestām augļu un dārzeņu sulām, dēvē par sulu kūri. Augļos, dārzeņos un sulās ir vitamīni, minerālvielas un citas vērtīgas vielas, kas bagātina organismu, palīdzot nodrošināt pilnvērtīgas tā funkcijas. Tomēr sulās ir daudz mazāk šķiedrvielu nekā veselos augļos un dārzeņos. Tas var būt ieguvums vai minuss atkarībā no cilvēka vajadzībām, veselības ziņu portālā *Healthline*

apstiprinājusi uztura speciāliste Džiliana Kubala (*Jillian Kubala*).

SULU KŪRE – ĀTRŠ CEĻŠ, LAI ATBRĪVOTOS NO SVARA?

2017. gada pētījuma “Uz dārzeņu / augļu sulām balstītas diētas ieguvumi veselībai: mikrobioma loma” (*Health benefit of vegetable / fruit juice-based diet: Role of microbiome*) rezultāti liecina, ka svara zudums no sulas saturošām diētām cilvēkiem ir “fizioloģiski kaitīgs”. Pētnieki

novērojuši saikni starp šķidrā uztura lietošanas tendenci un ēšanas traucējumiem.

Pētījumā tika iesaistīti 20 veseli dalībnieki, kuriem lūdza trīs dienas pēc kārtas dzert sešas pudeles dažādu sulu vienā dienā. Sulas saturēja dažādas sastāvdaļas, piemēram, zaļumus, ābolus, gurķus, citronu, kajennas piparus un vaniļas pupiņas. Pēc eksperimenta dalībnieki zaudēja vidēji 1,7 kg. Divas nedēļas vēlāk viņu svars samazinājās par vidēji 0,91 kg.

Citā 2017. gada pētījumā “Populāras svara zaudēšanas stratēģijas: četru svara zaudēšanas metožu pārskats” (*Popular weight loss strategies: A review of four weight loss techniques*) tika atklāts: lai gan sākotnēji sulu kūre var izraisīt svara zudumu kaloriju ierobežojuma dēļ, tomēr svars pieaug, tiklīdz cilvēks atsāks lietot pilnvērtīgu un veselīgu uzturu.

VAI PASTĀV RISKI?

Saskaņā ar Amerikas Nacionālā komplementārās un integrējošās veselības centra (*National Center for Complementary and Integrative Health*) gūto informāciju pastāv vairāki riski, pārtiekot tikai no sulām. Šos riskus apstiprinājusi arī reģistrēta dietoloģe un Amerikā atzīta uztura speciāliste Maja Fellere (*Maya Feller*).

- Attīrošās diētas, tostarp sulu kūres, parasti ir ar zemu kaloriju daudzumu, un samazināts kaloriju patēriņš var izraisīt islaicīgu svara zudumu, taču šīs izmaiņas reti ir ilgstošas.
- Nepietiekams kaloriju daudzums var izraisīt simptomus, kas saistīti ar zemu cukura līmeni asinīs, jo ķermenim nav pietiekami daudz enerģijas. Simptomi var būt, piemēram, ģibonis, vājums, dehidratācija, galvassāpes un izsalkums.
- Cilvēks, pārtiekot tikai no sulām, zaudē olbaltumvielas vai taukus. Tie ir ļoti svarīgi fiziskajai veselībai un smadzeņu darbībai. Ilgstoši izslēdzot pārtikas grupas, uzturvielas tiek uzņemtas nepietiekamā daudzumā.
- Ja cilvēks patērē sulas, kas nav pasterizētas vai kam nav veikta cita baktēriju izvadīšanas terapija, viņam ir lielāks risks saslimt. Tas jo īpaši attiecas uz ļoti jauniem un gados vecākiem cilvēkiem, kā arī indivīdiem ar novājinātu imūnsistēmu.
- Ja sulu kūres laikā tiek lietoti caurejas līdzekļi vai citas zarnu stimulācijas metodes, cilvēks var zaudēt pārāk daudz barības vielu izkārnījumos. Tas var izraisīt dehidratāciju un nelīdzsvarotu elektrolītu līmeni.
- Daudzi augļi un dārzeņi ir bagāti ar barības vielām, un palielināts šķidrums patērējot var būt labvēlīgs nieru darbībai. Tomēr daži pārtikas produkti satur daudz oksalātu – savienojumu, kas var palielināt nieru darbības traucējumu risku, ja tos patērē lielos daudzumos. Pārtikas produkti ar augstu oksalātu saturu ir spināti un bietes. Cilvēkiem, kam ir hroniska nieru slimība, var būt oksalātu nefropātijas risks, un retos gadījumos tas var būt arī veselīgiem cilvēkiem. Oksalātu nefropātija ir stāvoklis, kad organisms nespēj

izdalīt pietiekami daudz oksalātu ar urīnu, izraisot tā uzkrāšanos nieru audos. Retos gadījumos tas var izraisīt nieru mazspēju.

“GRIBĒJU IEMĀCĪTIES PAREIZI ĒST”

Ināra ir piedalījusies sulu kūres programmā kūrorta rehabilitācijas centrā “Jaunķemeri”, kur ar citām grupas biedrenēm piecas dienas dzīvoja kopīgos apartamentos un pārtika tikai no svaigai spiestām sulām.

Galvenais motivators piedalīties bijusi vēlme iemācīties pareizi ēst. Šajās dienās tas bijis liels izaicinājums gan mentāli, gan fiziski, jo uz šķīvja tika liktas tikai biezsulas, kuras dalībnieki ēda ar karoti, tādā veidā panākot sāta sajūtu. Programmu Ināra atceras kā ļoti piepildītu – brokastis, brīvais laiks, kurā visas lielākoties devās nūjot, tad pusdienas, ūdens aerobika un ūdens masāžas, vakarā visi klausījās lekcijas par sabalansētu un veselīgu uzturu. “Ēdienreizes jeb drīzāk sulu ēšanas nemainīgi bija trīs reizes dienā. Sulu sastāvā lielākoties bija burkāni un āboli. Ceturtajā dienā atceros, ka teicu, lai man tos ābolus un burkānus sagriež šķēlēs, jo biezsulu vairs nevarēju ieēst.” Dienas laikā piedāvājumā bija arī siltas tējas interesantos termosā traukos un ūdens ar augļu gabaliņiem.

Ināra atzīst, ka grūtākās bijušas pirmās divas dienas, jo organismam tas ir liels šoks un ir jūtama pretestība. Tad viņa pastiprināti dzērusi karstu tēju, pēc tam jau bijis vieglāk, un spēcīgu bada sajūtu Ināra nav izjutusi. Viens no lielākajiem atbalstiem bijis grupas biedrenes. “Dzīvojām istabiņā pa divi, varējām parunāties, atbalstīt cita citu un nedomāt par to, ka tev gribas ēst. Tiešām nezinu, vai viena izturētu. Sevišķi labi bija tas, ka tā bija sveša kompānija; ja būtu ar draudzenēm, tad, iespējams, kāja paslidētu.”

Sulu kūres rezultātā Ināra zaudējusi trīs kilogramus svara, tomēr par sava ķermeņa svaru viņa nekad nav uztraukusies. Lielākais ieguvums bijis zināšanas, kuras viņa guva programmas laikā, un, protams, arī gandarījuma sajūta, ka pievārēts prāta un ķermeņa izaicinājums. Ināra atceras, ka, atgriezusies mājās, viņa ar lielu baudu apēdusi cepeškrāsni ceptu laša fileju: “Biju ļoti priecīga, ka man ir normāla, košļājama barība.” Tomēr Ināra neslēpj, ka labprāt kādreiz vēl piedalītos sulu kūrē.



Foto no Ilzes Luteris personīgā arhīva

VAI SULU KŪRES PROGRAMMAS VĒL IR AKTUĀLAS?

Ilze Lutere – uztura speciāliste kūrorta rehabilitācijas centrā “Jaunķemeri”, Latvijas Diētas ārstu un uztura speciālistu asociācijas biedre, ieguvusi maģistra grādu uzturzinātnē starpuniversitāšu (Latvijas Lauksaimniecības universitātes, Latvijas Universitātes, Rīgas Stradiņa universitātes) akadēmiskajā programmā.

Šobrīd kūrorta rehabilitācijas centrā “Jaunķemeri” ir iespējams piedalīties programmā “Sulu maģija”. Nosaukums palicis kā relikvija, jo programma pastāv jau 15 gadus, taču tā nav sulu kūre, bet gan veselības veicināšanas programma, kurā iekļauta sabalansēta un veģetāra ēdienkarte ar enerģētisko vērtību 1000 kcal.

Uztura speciāliste atzīst, ka uztura zinātne ir attīstījusies un sulu kūres, kas bija populāras pirms 10 gadiem, savu popularitāti ir zaudējušas, jo nav gūts apstiprinājums, ka tas varētu ietekmēt veselību ilgtermiņā.

“Trīs dienu laikā nekas slikts nevar notikt, ja vien cilvēkam nav insulīna rezistence, gastrīts, iekaisums zarnu traktā, podagra, nieru mazspēja vai citas slimības. Runājot par svara zaudēšanu, 3–5 dienās no svara nevar atbrīvoties ilgtermiņā. Jā, var zaudēt pāris kilogramu – ne jau uz tauku, bet gan uz šķidruma rēķina.”

SULU KŪRE MĀJĀS

Lai gan sulu kūres programmas Latvijā sagaidījušas norietu, tomēr netrūkst cilvēku, kuri izvēlas sulu kūri rīkot mājās apstākļos un konkrētu laika posmu pārtikt tikai no spiestām sulām. Tās vairs nav tikai 3–5 dienas, bet 30 un vairāk – izaicinājums, kas kļūst par dzīvesveidu.

Veselīga dzīvesveida piekritēja Sintija jau 17 gadus ir cīnījusies ar hormonālās sistēmas problēmām – palēninātu vairogdziedzeru darbību. Pēc ārsta rīkojuma un “ko tradicionālā medicīna saka” viņas labākais risinājums bija hormonālās tabletes: “Divus mēnešus tabletes padzēru, bet es psiholoģiski nevaru sevi piespiest to darīt ilgāk.” Sintija atzīst, ka tas viņai bijis pārāk ķīmiski un nedabīgi, tāpēc meklējusi citu ceļu, kā savu hormonālo sistēmu normalizēt, pētījusi dažādus alternatīvās medicīnas veidus – sulu kūre bijis viens no tiem.

“Ar sulu kūres procesu iepazīnos no mana tēta un māsas pieredzes, jo viņi ik pa laikam ir to darijuši. Tas mani kaut kādā mērā iedrošināja, motivēja pamēģināt un izveidot savu viedokli par to visu.” Sintija nekad nav piedalījusies sulu kūres programmās, bet izvēlas to darīt mājās. “Jau labu laiku *Instagram* sekoju meitenei ar

lietotālvārdu “*marite_wildsoul*”, kura ir svaigēšanas dzīvesveida piekritēja. Viņa katru pavasari un rudeni rīko organizētas sulu kūres – parasti tās ir septiņas dienas. Viņa dalās ar trīs dažādām receptēm katrai dienai un būtībā gatavu plānu. Attiecīgi tur ir arī atbalsta grupa, kurā iespējams saņemt atbildes uz interesējošiem jautājumiem.”

Pirmajā reizē Sintija izturēja piecas dienas, nākamajā pusgadā – jau septiņas dienas. Pirms pieteikšanās trešajam sulu kūres maratonam viņa vēlējās izturēt divas nedēļas, kas beigās pārtapa par 30 dienu sulu kūri. “Sāku ķert kaifu no tā, ka es varu un ka tas nav tik grūti. Ja no rīta sagatavojies, tad tas viss ir izdarāms.” Tajā laikā viņa uzzinājusi par ārzemju latviešiem – mammu un meitu –, kuras arī ir sulu kūres un svaigēšanas piekritējas. Meita tajā brīdī bija jau 300 dienas pārtikusi tikai no spiestām sulām. “Tad es nodomāju, kas mans izvirzītais mērķis – 30 dienas – nekas nav, ja jau latvieši 300 dienas spēj dzīvot no sulām.” Grūtākās bijušas tieši pirmās trīs dienas, kad ir jācinās ar dažādiem ieradumiem – iebraukt benzīntankā vai kafejnīcā paēst pusdienas. Drīz viņa sākusī visur ņemt līdzi savas pudeles ar jau sagatavotām sulām. Pēc ceturtais sulu kūres dienas Sintijai radās sajūta, ka vairs negribas sevi piekrāpt. “Kad esi tajā burbulī, tas iedvesmo tevi turpināt iet uz priekšu.”

Sulu kūres maratonā porcijas jeb sulu daudzums netiek ierobežots, nav noteikts sulu litrāžas limits. Princips, ko Sintija ievēroja, bija augļu un dārzeņu sulu sadalījums pa ēdienreizēm – brokastīs un pusdienās vairāk augļu sulu ar nelielu dārzeņu daudzumu, bet vakariņās – 90 % dārzeņu sulu. “Pirmajās

dienās dienas laikā izdzēru ap 5–6 litriem. Pēc nedēļas litrāža mazinājās – tie vidēji bija 3–4 litri sulas, jo tev vienkārši tik daudz vairs negribas un nav arī izsalkuma sajūtas.”

Svarīgs sulu kūres process ir sulu spiešana un vispirms jau augļu un dārzeņu sagriešana, kas, pēc Sintijas pieredzes, prasījusi stundu dienā. Tāpat svarīgs ir arī mehānisms, kā sula tiek spiesta. “Par sulu spiešanu ir jāpiemin, ka sulas es spiedu ar lēnspiedes sulu spiedi, nevis centrifūgas, kas ir tāda klasiska un vienkārša cilvēkam saprotama sulu spiede.” Lēnspiedes sulu spiedē augli un dārzeņi netiek uzkaršēti, bet gan “izžmiegti”, veidojot pavisam citu konsistenci, salīdzinot ar cetrifūgas sulu spiedi. “Ar lēnspiedi sulas brīžiem veidojas vairāk kā biezsulas.”

Divas reizes pirms sulu kūres Sintija ir nodevusi asinsanalīzes, lai redzētu pilnu asinsainu, un tāpat arī pēc tās. “Tas deva vēl lielāku ticību un pārliecību, ka sulu kūres strādā – vismaz manā gadījumā, jo mana kopējā asinsaina bija stipri uzlabojusies, bija redzami uzlabojumi arī saistībā ar vairogdziedzeru hormoniem.”

Sulu kūres Sintija uztver kā ceļu, lai mainītu savus ēšanas paradumus uz daudz veselīgākiem. Pēc sulu kūres Sintija savā uzturā lietojamo produktu sarakstu neierobežo un neatsakās no gaļas vai citām produktu grupām. Daudz biežāk izdodas piedomāt un izvairīties no neveselīgas pārtikas. “Pēc tik ilga laika posma, kurā esi pārticis tikai no sulām, tev vairs negribas savā ķermenī ielaist neko neveselīgu. Šķiet, ka tu esi tik tīrs, balts un pūkains, un par burgeriem vai picām pat domāt negribas.”





KO PAR SULU KŪRĒM DOMĀ UZTURA SPECIĀLISTE?

Diāna Jakuboviča – uztura speciāliste kūrorta rehabilitācijas centrā “Jaunķemeri”, Latvijas Diētas un uztura speciālistu asociācijas un Latvijas Austrumu vingrošanas asociācijas biedre, ieguvusi maģistra grādu uzturzinātnē Rīgas Stradiņa universitātē.

Uztura speciāliste Diāna Jakuboviča atzīst, ka ar sulu kūres procesu savā dzīvē nav saskārusies. Pēc sarunas uzsākšanas viņa sākusī domāt, kāpēc uztura speciālisti par to daudz nerunā, un atbilde ir tajā, ka “īsti pat nav vajadzības”. Speciāliste saka: “Ja jārunā par medicīnu, kas balstīta uz pierādījumiem, tad sulu efektivitāti ir diezgan grūti pierādīt. Un kas ir sulas? Ja paņemam piecus apelsīnus,

jums sanāk viena glāze sulas, un dienā tās gan jau ir vairākas glāzes. Šeit nav saprotams tas, cik daudz šķiedrvielu aiziet sulā un cik daudz tikai biežumos, arī kalorāžu ir diezgan grūti aprēķināt.”

Uztura speciāliste uzsver: ja cilvēks vairākas dienas pārtiek tikai no sulām, tad netiek uzņemts nepieciešamais olbaltumvielu daudzums, jo katru dienu ir minimums, kas cilvēkam būtu nepieciešams. “Augļi un dārzeņi ir diezgan nabadzīgi ar olbaltumvielām, pirmās divas dienas cilvēks iztur, ceturtajā un piektajā jau varētu būt grūtāk.” Kā vienu no iemesliem, kāpēc uztura speciālisti par sulu kūrēm daudz nerunā, speciāliste nosauc faktu, ka sulu dzeršana tomēr nevar aizvietot pilnvērtīgu uzturu.

“Runājot, piemēram, par vairogdziedzera problēmām, šeit ir dažādi – vairogdziedzera darbība ir vai nu palēnināta, vai paātrināta. Tiem, kam vairogdziedzera darbība ir paātrināta, svārs mazinās ļoti ātri, un, pēc manām domām, sulu kūri šāds cilvēks pat nevarētu izturēt, taču, ja vairogdziedzera darbība ir palēnināta jeb hormonu ir par maz, tad sulu kūrē ir iespējams uzlabot holesterīna līmeni, bet cukura rādītāji var būt augstāki.”

Svarīgs faktors ir arī fiziskā slodze, ikdienas dzīve un darba režīms. “Sulu kūres nav cilvēka ikdiena, varbūt atvaļinājuma nedēļu cilvēks var izturēt, bet, lai labi funkcionētu, strādātu astoņu un vairāk stundu darba dienas, veiktu fiziskās aktivitātes, ilgāku laika periodu dzīvot tikai no sulām būtu grūti.”

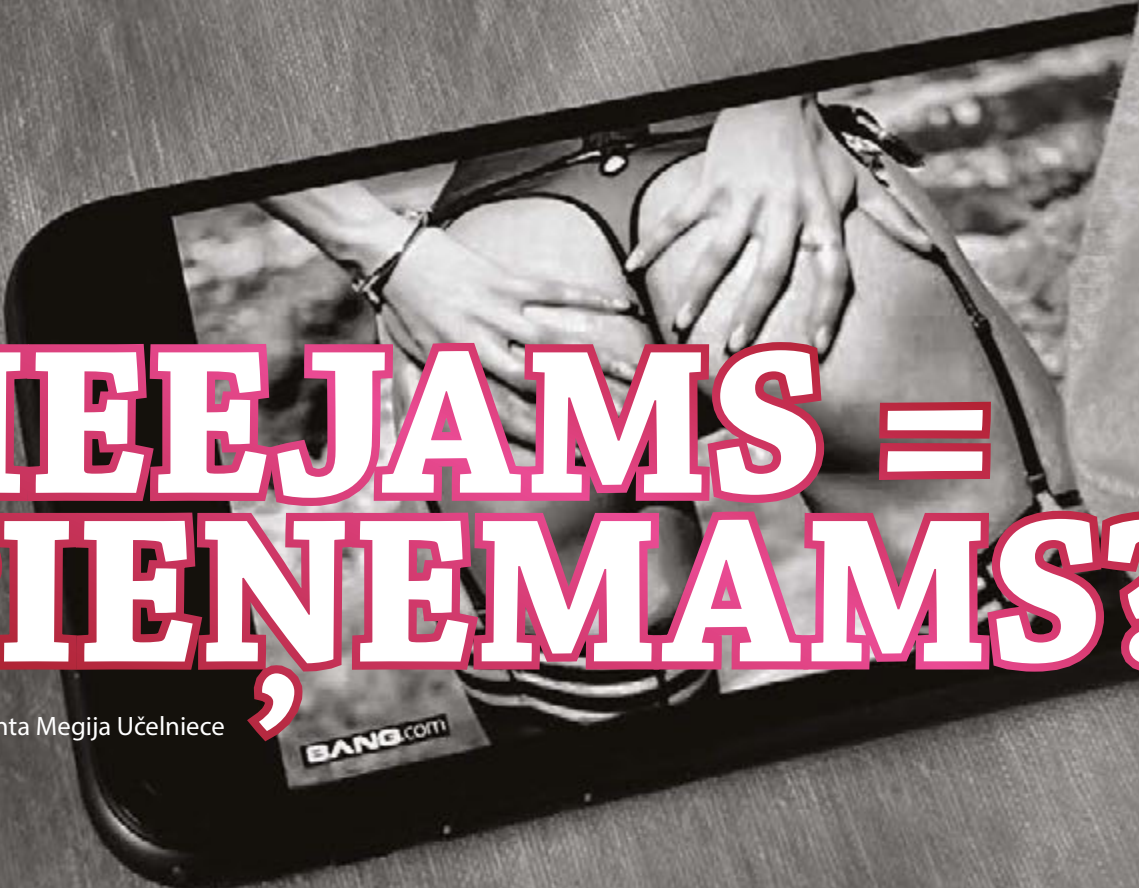
Ja esi izlēmis par labu sulu kūrei, pirms tam ir jāsazinās ar savu ģimenes ārstu vai uztura speciālistu. Jāapzinās visi savas veselības iespējamie uzlabojumi un zaudējumi sulu kūres laikā.

Kā sulu kūres plusu uztura speciāliste min faktu, ka augļos un dārzeņos ir daudz oksidantu, taču, viņasprāt, pirms sulu kūres galvenais ir kārtīgi izvērtēt visus ieguvumus. Jābūt pārliecinātam par saviem cukura un holesterīna rādītājiem: “Trīs līdz piecas dienas cilvēkam varbūt arī nekas nenotiek, bet tas ir ļoti individuāli. Glāzi sulas dienā es varu ieteikt, bet vairākas glāzes laikam tomēr ne. Es būtu ļoti piesardzīga.”

SULU KŪRĒM JĀ VAI NĒ?

Sulu kūres ir ļoti pretrunīga diēta, jo tā parasti negarantē svara zaudēšanu ilgtermiņā vai būtisku labsajūtas uzlabošanu. Lielākā daļa ekspertu sulu kūres vietā iesaka sabalansētu un veselīgu uzturu.

Pierādījumi, kas apstiprina iespējamās ieguvumus no sulu kūres, nemēdz būt balstīti uz medicīniskiem faktiem. Ir vairāk pierādījumu, kas liecina, ka sulu kūres var negatīvi ietekmēt veselību, apstiprinājusi uztura speciāliste Maja Fellere. 🧐



PIEEJAMS = PIENEMAMS?

Autore: Monta Megija Učelniece

Pornogrāfija ikvienam ir pieejama jebkurā laikā un vietā. Tā ir viegli iegūstams un daudzveidīgs materiāls fizisko vēlmju apmierināšanai un seksualitātes apzināšanai. Vai pornogrāfija maina un ietekmē ikdienas dzīvi un reālās attiecības? Atbildes meklējiet aptaujas rezultātos.

PORNOGRĀFIJA: ĪSTERMIŅA APMIERINĀJUMS UN PSIHOLOĢISKS SMADZEŅU APMĀNS, BET TOMĒR SVĀRĪGA

Skaidrojot, kādas ir jauniešu un pieaugušo domas par pornogrāfiju kā industriju, kāda ir tās ietekme uz indivīda intīmo un ikdienas dzīvi, tika veikta aptauja, kurā piedalījās 80 cilvēki. Tās rezultāti liek aptvert, cik dažādi ir cilvēku uzskati par šo tematu.

VARENA INDUSTRIJA

“Darbiņš jāmīl.” Šāds vārdu salikums ar vieglas ironijas pieskaņu tiek minēts kāda aptaujas dalībnieka komentārā, daloties pārdomās par pornogrāfijas industriju. “Pornogrāfijas industrija ir ļoti pieprasīta, tās īpašniekiem tā ir milzīgu ienākumu avots,” raksta kāds cits. Aptaujātie uzskata, ka nopietna šīs industrijas problēma ir tās nepietiekamā kontrole, kādam būtiska liekas tās spēja izraisīt atkarību, vēl

kāds min, ka tajā tiek ekspluatēti cilvēki. Vairāki aptaujātie šo industriju cildina, norādot, ka tā ir ļoti svarīga, noderīga un patikama. “Pornogrāfija ir visiem pieejamais “auglis”, ar kuru uz brīdi var aizpildīt savu seksuālo fantāziju.” Tā ir industrija, kas dažādo savu piedāvājumu un saturu.

AUGSTA VIZUĀLĀ KVALITĀTE

Veiktās aptaujas dati liecina, ka pornogrāfija ir nesalīdzināmi pieejamāka un ekstrēmāka nekā jebkas, kas līdz šim redzēts. Agrāk nopērkamie žurnāli nav nekas, salīdzinot ar augstas izšķirtspējas videoklipiem.

Aptaujas dalībnieki ar pornogrāfiju saprot sieviešu un vīriešu ģenitāliju tuvplāna filmēšanu, kas liek skatītājam justies tā, it kā viņš pats veiktu seksualizētus aktus. Pornogrāfijas žanrā gluži ierasta ir fiziska un verbāla, nereti arī seksuāla vardarbība.

Pornogrāfija tiek pielāgota iztēlei, tiek veidoti daudz vairāk video ar viendzimuma partneriem, šajā nozarē attīstās pašnodarbinātība, un video ir kļuvuši daudz kvalitatīvāki. Par svarīgāko pornogrāfiskā video faktoru 50 % cilvēku atzīst kopainu, un daudziem nozīmīga ir arī konkrēta tematika, priekšspēle un skaņa.

NEPAREIZI UZTVERTA PORNOGRĀFIJA

Arvien aktīvāk tiek runāts par to, ka pornogrāfija negatīvi ietekmē seksuālo uzvedību, un par aktualitāti ir kļuvusi arī seksa atkarība. Seksologs Dainis Balodis atzīst, ka pornogrāfija ir kaut kas nereāls, ko nevar sasniegt. “Tas ir līdzīgi kā mākslas filma par karu. Tā arī nav patiesība. Karš ir daudz briesmīgāks un drausmīgāks.”

Lielākās problēmas, ar kādām pie specialista vērsās jaunieši, ir nepareizi uztverta pornogrāfija. “To uztver kā instrukcijas. Par pasakām mēs zinām, ka tās ir pasakas, un neņem uz purvu vardi būcot, lai dabūtu principi. Bet pornogrāfija, teiksim tā, ir tāds kā mākslas veids. Tajā cilvēki tiešā nozīmē darbojas, un tas tiek uztverts kā instrukcija dzīvei, ka seksuālajai uzvedībai ir jābūt tādai, kāda tā tiek parādīta. Ja tā nav, tad kaut kas nav kārtībā.”

"Pornogrāfija – vulgāri naturālistisks, nepieklājīgs dzimumdzīves, dzimumakta attēlojums literatūrā, tēlotājmākslā, kino utt.; darbs vai darbi ar šādu attēlojumu."
(Tēzauris)

Arī aptaujas dati liecina, ka pornogrāfijas mīnuss ir risks, ka tā izraisa atkarību, atstāj negatīvu un sabojātu iespaidu par seksu, rada nepareizas un pat nepiepildāmas gaidas gan par sievieti, gan vīrieti seksuālajās attiecībās. Savukārt kā pornogrāfijas plusi ir minēti šādi: tās pieejamība, fakts, ka pornogrāfija veicina iztēli, iemāca nezināmo un parāda to, ko dzīvē nebūtu iespēja (un pat nevajadzētu) redzēt.

Lai gan lielākajai daļai aptaujāto pornogrāfiskais saturs ir veicinājis seksuālo pašapziņu, Rīgas Stradiņa universitātes Veselības psiholoģijas un pedagoģijas katedras docente, medicīnas zinātnieks, psihoterapeite Velga Sudraba atzīst, ka pornogrāfijā nav normālu seksuālo attiecību. Tajā tiek parādīts, ka vīrietim erekcija ir bezgalīga un sievietes gūst baudu no absurdām lietām vai kā citādi.

VĒLME PĒC PORNOGRĀFIJAS

Atbildot uz jautājumu, kāpēc rodas vēlme pēc pornogrāfiskā satura, 53 % aptaujāto apgalvo, ka ir nepieciešama atbrīvotības sajūta, gribas sevi apmierināt, 13 % to dara aiz garlaicības, 21 % ir vēlme pēc jaunām seksa pozām reālajās attiecībās vai viņi jūtas vientuļi. Pārējie aptaujātie atklāj, ka tas tiek darīts, jo nav attiecību, trūkst seksa. Psihoterapeite Velga Sudraba skaidro, ka vēlmi pēc pornogrāfijas rada sagaidāmā ietekme uz smadzenēm: "Kā jebkura bauda, kas saistīta ar dopamīna veidošanos, arī pornogrāfijas skatīšanās uzbudina, izraisot spēcīgu reakciju smadzeņu atalgojuma sistēmā. Līdzīgi kā jebkura bauda, kas šādi ietekmē smadzenes, tā rada arī pieradumu, liekot meklēt spēcīgāku kairinājumu vai arī biežāk izmantot to pašu kairinājumu baidas gūšanai."

Papildinot Velgas Sudrabas teikto, arī Rīgas Stradiņa universitātes Psihosomatiskās medicīnas un psihoterapijas katedras docents, medicīnas zinātnieks, psihoterapeits Artūrs Utināns apstiprina, ka cilvēki pornogrāfijā parasti meklē dažādību: "Tā rada pieradumu pie pastāvīgas sižeta maiņas – katrreiz cita sieviete vai vīrietis, katrreiz cits sekss veids. Piemēram, masturbējot kustības ir daudz straujākas nekā dabiskā sekss laikā, līdz ar to izveidojas celiņi galvā neironu saitēs, kas rezultējas tajā, ka cilvēki sāk uzbudināt dažādību, nevis viens un tas pats ar vienu un to pašu partneri. Tas var traucēt reālajām seksuālajām attiecībām." Pornogrāfijas patērēšana nereti ir iemesls domstarpībām, strīdiem un arī attiecību izjukšanai.

KĀ PORNOGRĀFIJA IETEKMĒ IKDIENU UN INTĪMO DZĪVI

Arī tie, kas pornogrāfiju neizmanto ikdienā, spēj novērtēt tās radīto ietekmi. Aptaujas dalībnieki atzīst, ka pornogrāfija vairs nešķiet tabu, tāpat kā sava seksualitāte. Kādam pornogrāfijas patērēšana ir likusi domāt brīvāk, bet citam tā ir kļuvusi gandrīz par ikdienas rituālu.

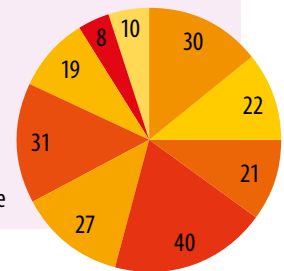
Par intīmās dzīves ietekmēšanu vairums aptaujāto jeb 63 % apgalvo, ka pornogrāfijas ietekme bijusi pozitīva, piemēram, "caur porno uzzināju jaunas pozas, tehnikas, kas palīdzēja dot un gūt baudu attiecībās", "tas man palīdzēja rast sapratni par to, kas ir sekss, ko darīt un tamlīdzīgi", "jūtos brīvāk, runājot par seksuālām tēmām, ir atklātākas sarunas. Pornogrāfiskais saturs ir ļāvis man labāk iepazīt sevi, savas vēlmes" un "seksuālā dzīve ir piesātinātāka, kaislīgāka un atraisītāka, dod pašpārliecinātību, lai īstenotu to, ko vēlies, bet neuzdriksies".

KAD PIEEJAMĀIS KĻŪST PIENĒMAMS

Aptaujā atklātais liecina, ka pornogrāfija ir salīdzinoši svarīga, tomēr jāatceras, ka normālos apstākļos tā sniedz vienīgi īstermiņa apmierinājumu. Turklāt pornogrāfijas skatīšanās neliecina tikai par savu seksuālo fantāziju apmierināšanu, bet arī par to, ka masīvai seksa industrijai tiek ļauts izraisīt cilvēkiem atkarību. Svarīgi ir atcerēties arī to, ka pornogrāfijas industrija ir saistīta ar citām noziedzīgām un vardarbīgām industrijām – prostitūciju un cilvēktirdzniecību. ?

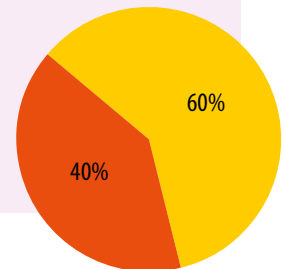
Kas tev ir svarīgākais pornogrāfiskā rakstura video?

- Priekšspēle
- Lielas krūtis, liels dzimumloceklis
- Vairāk tuvplānu
- Kopaina
- Skaņa
- Tematika
- Squirting / cum
- Pornoaktieru matu krāsa
- Pornoaktieru rase



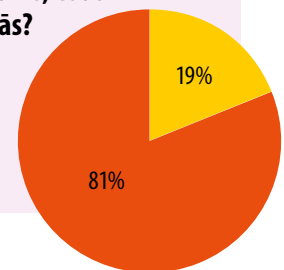
Vai piekriti apgalvojumam – "Pornogrāfiskais saturs ir veicinājis manu seksuālo pašapziņu"?

- Piekritu
- Nepiekritu



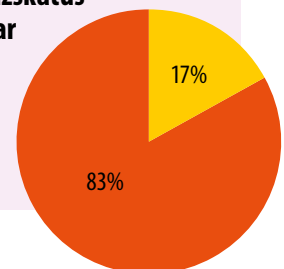
Vai piekriti, ka pornogrāfiskā satura patēriņš ir ļaunums, esot partnerattiecībās?

- Piekritu
- Nepiekritu



Vai pornogrāfiskais saturs ir mainījis tavus uzskatus vai jebko citu par savu partneri?

- Ir mainījis
- Nav mainījis





Autore: Agnese Dimdiņa

STUNDĀM ILGI ESMU SOCIĀLAJOS TĪKLOS – kas var notikt ar manām kognitīvajām spējām?

Es vairs nespēju noskatīties *YouTube* videoklipus, kas ilgāki par 15 minūtēm, kaut gan pusaudžu gados skatījos vismaz divas filmas dienā. Universitātē lekcijā nevaru noturēt uzmanību, jo telefona ekrānā ik brīdi nāk krāšņi paziņojumi no sociālajiem medijiem. Šķiet, ka ātrā informācijas aprīte ir ieviesusi izmaiņas manā galvā. Nebeidzamā informācijas plūsma, kas tiek pasniegta, izmantojot attēlus un īsu video formātu, pasaules vēsturē ir kas iepriekš nebijis un jauns. Tās ilgtermiņa ietekmi šobrīd ir gandrīz vai neiespējami noteikt, jo sociālie mediji ar mums ir samērā neilgu laiku. Bet kā ir ar īstermiņa ietekmi? Šajā rakstā mēģināsim saprast, kā intensīva sociālo mediju lietošana var negatīvi ietekmēt mūsu kognitīvās spējas, kam vispār nevajadzētu tos izmantot un kas būtu jādara, ja jūtama sociālo mediju izraisīta pārslodze.

PĒTĪJUMI PAR SOCIĀLAJĒM MEDIJĒM

Pētījumu joma par sociālo mediju lietošanas ietekmi uz kognitīvajām spējām pašlaik nav pārliecinoša. 2021. gadā veiktā pētījumā tika izvirzīta hipotēze, ka tiem cilvēkiem, kas klasificēti kā aktīvi sociālo mediju lietotāji, būs mazāka spēja efektīvi uztvert informāciju, tomēr viņiem ir labāka darba atmiņa. Pētnieki nespēja atrast būtisku saistību starp sociālo mediju izmantošanu un darba atmiņu vai spēju uztvert informāciju. 2016. gadā veikta pētījuma mērķis bija noskaidrot, vai cilvēkiem, kuri ir aktīvi *Facebook* platformas lietotāji, ir labākas kognitīvās funkcijas nekā tiem, kuri to neizmanto. Pētījumā atklāts, ka cilvēki, kuri lietoja *Facebook* ilgāk nekā vienu gadu, ir ziņojuši par efektīvāku darba atmiņu un labākām verbālajām spējām. 2011. gada pētījumā, kura mērķis bija noskaidrot, kā daudzuzdevumu veikšana sociālajos medijos ietekmē cilvēku kognitīvās spējas, tika konstatēts, ka tā samazināja cilvēku spēju noturēt uzmanību un darba atmiņu.

Pētnieku viedoklis par sociālo mediju lietošanas ietekmi nav vienots. Šajā rakstā ir apskatīta negatīvā sociālo mediju ietekme. Tomēr jāņem vērā, ka zinātnē viss ir sarežģīts un daudznozīmīgs, jo rezultātus var ietekmēt dažādi aspekti.

NEGATĪVA IETEKME DAŽĀDOS VECUMPOSMOS

Veselības inspekcijas rekomendācijā par drošu un veselībai nekaitīgu moderno tehnoloģiju lietošanu bērniem ir minēts, ka intensīvs ekrānlaiks var veicināt procesu atkarības attīstību, kā arī tas līdzinās atkarību izraisīto vielu lietošanai. Tas samazina spēju risināt jautājumus, kas saistīti ar sociālo komunikāciju. Procesu atkarība un pārmērīga mobilo ierīču lietošana veicina strukturālas izmaiņas smadzeņu reģionos, kas ir atbildīgi par kognitīvo kontroli un emociju regulēšanu. Neiroloģe Sandra Vestermane norāda – jo agrinākā vecumā un intensīvāk cilvēks sāk lietot sociālos medijus, jo stabilāks un neatgriezeniskāks

KAS IR KOGNITĪVĀS SPĒJAS

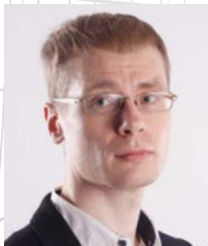
Veselības ziņu portālā *Ārsts.lv* neiroloģe Anželika Gudreniece skaidro, ka ar terminu “kognitīvās spējas” saprot izzināšanas funkciju un izpratni jeb apziņu. Tās sastāv ne tikai no mācīšanās spējām un atmiņas, bet ietver arī šādas funkcijas: komplekso uzmanību – vairāku uzdevumu veikšanu vienlaikus (*multitasking*), uzmanības noturību laika gaitā vai konkurējošu stimulu gadījumā; uztveres motorās funkcijas – spēju izmantot instrumentus, imitēt darbības un žestus, atpazīt objektus; izpildfunkcijas – spēju pieņemt lēmumus, plānot un secināt; sociālo izzināšanu – prasmi atpazīt emocijas, novērtēt cita cilvēka vēlmes, domas un nolūkus.

ir efekts. Līdz trīs gadu vecumam ekrāni vispār nav vajadzīgi, tomēr, ja tos sāk lietot šajā vecumposmā, tad tam var būt ilgtermiņa sekas.

Neiroloģe skaidro iemeslus, kāpēc ekrāni bērniem ir kaitīgi: “Elektroniskie mediji nerada taktilos kairinājumus – informāciju par struktūru, faktūru, formu, pretestību u. c. Tāpēc līdz trīs gadu vecumam bērns neiemācās neko par reālo pasauli no televizora vai datorspēlēm, jo negūst priekšstatu par reālo pasauli un taktilo, ožas, garšas, sāpju un citu pieredzi. Līdz trīs gadu vecumam šī mijiedarbība ar reālo pasauli ir īpaši svarīga, jo notiek visstraujākā smadzeņu struktūras un funkciju nobriešana.



Rīgas Stradiņa universitātes Psihosomatiskās medicīnas un psihoterapijas katedras docētājs un psihoterapeits **Artūrs Miksons**



Vidzemes Augstskolas asociētais profesors un mediju pētnieks **Jānis Buholcs**

Ir pierādīts, ka bērniem, kuri pavadā daudz laika pie ekrāna (televizora, planšetes, telefona), skolā biežāk novēro valodas attīstības un uzmanības traucējumus. Pārmērīga datorspēļu lietošana, īpaši agrīnā vecumā, izraisa lasīšanas, rakstīšanas grūtības un uzvedības problēmas skolā.”

Īpaša uzmanība ir jāpievērš bērniem ar hiperaktivitātes simptomiem. Profesores Sandras Sebres, Anikas Miltuzes un Mihaila Limonova 2020. gadā veiktajā pētījumā, kura mērķis bija izpētīt pusaudžu bioloģisko, sociālo un kognitīvo faktoru saistību ar problemātisku interneta lietošanu, tika noskaidrots, ka intensīva interneta lietošana var veicināt hiperaktivitātes simptomu, tostarp uzmanības traucējumu, pastiprināšanos. Rīgas Stradiņa universitātes Psihosomatiskās medicīnas un psihoterapijas katedras docētājs un psihoterapeits Artūrs Miksons norāda, ka bērniem, kuriem ir uzmanības deficīta sindroms, ir grūti noturēt uzmanību un viņiem nebūtu ieteicams pierast pie ierīcēm, jo viņiem jau tā ir grūti koncentrēties, piemēram, uz 40 minūtes ilgu mācību stundu.

Arī pieaugušā vecumā var būt pārmērīgas sociālo mediju lietošanas sekas: miega traucējumi, dažādas atkarības (ķīmiskās un procesa), liekais svars, sirds slimības, cukura diabēts, kognitīvās problēmas, kuras var ietekmēt darbaspējas un līdz ar to sociālo stāvokli un finanses, kā arī var rasties trauksme, panika un depresija.

SMADZEŅU ATALGOJUMA SISTĒMA

Neiroloģe Sandra Vestermāne skaidro, ka pārmērīga sociālo mediju, virtuālās vides, datorspēļu lietošana ietekmē ne tikai kognitīvās, bet arī emocionālās cilvēka funkcijas.

“Kad esam ievilkti ekrānos, it īpaši spēlēs, tas darbojas uz smadzeņu motivācijas un atalgojuma sistēmu, kas ietver limbiskās sistēmas struktūras un pieres daivas garozu. Atalgojuma sistēma reaģē, pastiprināti izdalot labsajūtu izraisošas vielas: dopamīnu, oksitocīnu, endogēnos opiātus, endokanabinoīdus. Narkotikas rada šo pašu vielu pastiprinātu izdalī, tikai tas notiek ļoti strauji un lielās devās, radot akūtu un reizēm neatgriezenisku blakusefektu risku (smadzeņu metabolisma un neiroplastiskuma izmaiņas), kā arī rada vēlmi un rosina uzvedību nākamās devas meklēšanai,” skaidro neiroloģe.

Neiroloģe norāda, ka digitālo mediju un citu procesu atkarības darbojas līdzīgi narkotiku iedarbībai, tikai lēnāk. Tik un tā pastāv iespēja pārdozēt un iegūt ilgtermiņa blakusefektus emocionālajā, sociālajā, kognitīvajā, ekonomiskajā un komunikācijas jomā.

NEBŪT APRITĒ

Arvien vairāk jauniešu pakļaujas nepārtrauktai sociālo mediju kontrolei – reaģē nekavējoties, tiklīdz atskan ierīces signāls. Vienaudžu grupas sociālais spiediens ar šķietami neizbēgamu pienākumu būt pastāvīgi pieejamam un aktīvam var sekmēt ļoti augstu komunikācijas stresa līmeni. Psihoterapeits Artūrs Miksons skaidro: ja jaunieši neatrodas šajā pastāvīgajā saskarsmē, viņš var tikt izstumts. Šo stresa stāvokli sauc par FOMO (*fear of missing out*) – tās ir bailes no izstumtības jeb nebūšanas apritē.

Vidzemes Augstskolas asociētais profesors un mediju pētnieks Jānis Buholcs norāda, ka sociālie mediji ar mums ir jau vairāk nekā desmit gadu. Cilvēki, kas tos sāka lietot pirms

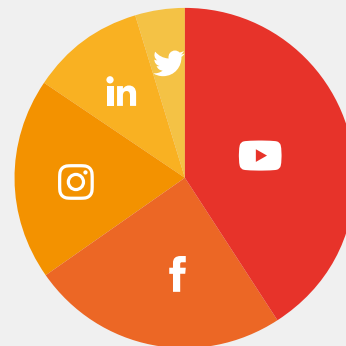
piecpadsmit gadiem, turpina to darīt arī šobrīd, un pieaug cienījama vecuma cilvēku skaits, kas sāk apgūt internetu. “Jaunieši mūsdienās jau no ļoti agras bērnības ir pazīstami ar tehnoloģijām. Šīs komunikācijas platformas parasti nosaka vecuma ierobežojumu, tomēr bērni, kam vēl nav 13 gadu, tik un tā tās sāk lietot.”

NO SAZIŅAS AR DRAUGIEM LĪDZ INFORMĀCIJAS IZPLATĪŠANAI

Sākumā sociālie mediji pastāvēja, lai palīdzētu lietotājiem digitāli sazināties ar draugiem, kolēģiem, ģimenes locekļiem un līdzīgi domājošiem cilvēkiem, kurus viņi, iespējams, nekad nebija satikuši klātienē. Mediju pētnieks skaidro: “Pēdējo desmit gadu laikā sociālo mediju platformas varētu būt veidojušas tā, lai tām būtu lielāka ietekme uz to, ko cilvēki zina, proti, lielāka loma ziņu patēriņā. Ja mēs paskatāmies, kā viss šis process sākās, kā pirmie veiksmīgie sociālo mediju portāli sāka darboties, tad to funkcija bija sekot līdzi cilvēkiem, kurus es zinu, respektīvi, uzturēt draugu attiecības – pastāstīt, kā mana dzīve rit, paskatīties, kā citiem klājas. Pašlaik mēs redzam, ka šīm platformām aizvien lielāka loma ir ne tikai personiskās, bet arī sabiedriski svarīgas informācijas izplatīšanā.”

Sociālo mediju lietojums Latvijā 2022. gadā

	YouTube	1,45 miljoni
	Facebook	874,2 tūkstoši
	Instagram	675,6 tūkstoši
	LinkedIn	390 tūkstoši
	Twitter	159,3 tūkstoši



Pēc "DataReportal" 2022. gada pārskata no populārākajām sociālo mediju platformām vislielāko kāpumu pēdējo 12 mēnešu laikā ir piedzīvojuši *TikTok* platforma, apsteidzot arī *Facebook* un *YouTube*. Uz jautājumu, vai ir kādi novērojumi, kas liecinātu par to, ka *TikTok* isie videoklipi ir ietekmējuši citu platformu patēriņu, mediju pētnieks atbild, ka tas ir ļoti iespējams, jo var redzēt, ka citas platformas, piemēram, *YouTube* un *Instagram*, mēģina šo pieeju kopēt. *YouTube* ir izveidojis savus īsos videoklipus, proti, tā veidotāji saprot, ka tas cilvēkiem patiek, un mēģina to ieviest arī savā saturā, tāpēc noteikti var runāt par šādām ietekmēm. Tas arī ir kontekstā par mijiedarbību, proti, cilvēku pieprasījumu. Pēc tam var arī iedomāties par formātu – ja tas kļūst par dominejošo sociālajos medijos, tas atstāj ietekmi uz to, ko cilvēks sagaida un kā spēj noturēt uzmanību.

Uz jautājumu, kā šī brīža ātrā informācijas aprīte var ietekmēt patērētāju, psihoterapeits Artūrs Miksons atbild: "Ja runājam par jauniešiem, tad, ja pie tik ātras informācijas aprītes pierod, viņiem var rasties grūtības komunicēt bez ierīcēm. Pirmkārt, tāpēc, ka nav iemaņu to darīt, jo tas nav trenēts – vienmēr viss ir *WhatsApp*, *Telegram* čatos. Otrkārt, smadzenēm tas ir par lēnu, tām vajag ātrāku stimulu. Līdzko šī stimula nav, sāk aktualizēties iekšējās sajūtas, piemēram, trauksme, vajadzība pēc kaut kā. Tas iespaido mūsu komunikāciju un to, kā mēs spējam informāciju uzņemt – vai tas vienā brīdī neaizvedīs līdz tam, ka izlasīt garu rakstu kļūst fiziski grūti."

Mediju pētnieks Jānis Buholcs skaidro līdzīgi: "Ja mēs kā mediju patērētāji esam pieraduši, ka viss, ko skatāmies, ir izklaidejošs un pateikts īsos video, iespējams, ka mēs pie tā pierodam un tajā brīdī, kad atveram kādu nopietnu masu mediju, pie kā žurnālisti mēnešiem ilgi ir strādājuši un uzrakstījuši publikāciju trīs lappušu garumā, mēs vairs neesam spējīgi to izlasīt. Tas ir sliktākajā iespējamajā scenārijā. Mēs varam attāpties situācijā, kurā paši sajūtam, ka uzmanību noturēt kļūst ļoti grūti, jo tas, uz ko mūs kā interneta lietotājus šī vide ir uztrenējusi vai ko šī vide mums liek saprast, ir tas, ka internetā nepārtraukti kaut kas ir un tas ir pāris klikšķu attālumā. Situācijā, kurā cilvēkam ir jāpiepūlas un jākoncentrē sava uzmanība, viņam pašam ar sevi ir jākaro."

ALGORITMI – PALĪGS VAI ĻAUNDARIS

Gandrīz visu saturu, ko cilvēki redz sociālajos medijos, izvēlas nevis kāds cilvēks, bet gan datorprogrammas, izmantojot milzīgus datu apjomus par katru lietotāju, lai nodrošinātu saturu, kas varētu šķist būtisks vai saistošs. Jāņem vērā, ka sociālajos medijos algoritmiem ir liela nozīme to patēriņā. Mediju pētnieks Jānis Buholcs skaidro, ka algoritmi mēģina noturēt cilvēkus sociālajās platformās un pielāgojas katram lietotājam. Viens no to uzdevumiem ir saprast, ko tieši konkrētais lietotājs vēlas un kas viņu šajā platformā noturēs ilgāk.

"Algoritmam galvenais uzdevums ir noturēt lietotāju uzmanību, tāpēc tam ir jāmēģina saprast, kāds saturs cilvēkus piesaista. Ir tāda nelaimīga sakritība, ka cilvēkus piesaista saturs, kas izraisa emocijas, sevišķi negatīvas. Protams, tas var izraisīt arī pozitīvas emocijas, bet tā nelaimīgā parādība ir tāda, ka tas attiecas arī uz emocionāli negatīvas reakcijas izraisīto saturu. Tas pats attiecas arī uz nepatīso saturu. Ja pati platforma automatizēta vai manuālā procesā nepatīso vai daļēji nepatīso informāciju neidentificē kā tādu, kam tur nevajadzētu atrasties, tad var gadīties, ka šāds nepatīso saturs diezgan plaši un ātri izplatās platformā," skaidro mediju pētnieks.

Uz jautājumu: "Ja tiktu noņemti algoritmi un rīki, kas pievērš cilvēku uzmanību sociālajās platformās, vai tas varētu palīdzēt?" psihoterapeits Artūrs Miksons atbild apstiprinoši. "Cilvēkam nav jāpieliek pūles, jo algoritmi daudz ko izdara viņa vietā. Piemēram, ja *Instagram* platformā cilvēks skatās *Reels* (īsos videoklipus) un tie neapstiprina viņa intereses, tad vai nu viņš sāks tit šos *Reels* vēl ātrāk, proti, uzmanība vēl vairāk samazināsies, vai arī tie viņam sāks apnikt. Ja tas notiktu, tad cilvēks meklētu veidu un vietu, kur tas notiek tāpat, kā tas bija iepriekš. Ja cilvēks sajūtīs diskomfortu, viņš nevēlēsies tur būt. Platformas ir vienkāršāks informācijas iegūšanas veids. No vienas puses, tas ir labi, bet, no otras, tas rada izmaiņas. Personības faktoru, temperamentu un ģenētiku nevar no šī visa izslēgt."

VAI AR DIGITĀLO HIGIĒNU PIETIKS?

Psihoterapeits uzskata, ka ir mūļķīgi piekopt tā saucamās *zero* tehnoloģijas (beztehnoloģiju

dzīvesveidu – *red. pieb.*), jo tādā gadījumā cilvēks it kā neeksistē jeb ir ārpus sociālā tīkla un interneta.

Psihoterapeits min citus veidus, kas būtu noderīgāki, ja cilvēks izjūt pārslodzi no sociālajiem medijiem un to platformām: "Vajag samazināt lieko, proti, izdzēst platformas, kurās ir niķis ieiet, un apzināti izfiltrēt platformas, kas pašam traucē." Vēl viens veids, ko min psihoterapeits, ir pašam aktīvi meklēt interneta pārlūkprogrammā to, kas interesē, nevis palaisties uz sociālajos medijos piedāvāto informāciju, algoritimizēto saturu.

Neiroloģe Sandra Vestermane skaidro: ja kognitīvās spējas pasliktinās pārmērīga digitālā satura lietošanas dēļ, tad tā ir motivēti jāsamazina. "Tāpat kā cilvēkiem ar atkarību ir jāatzīst, ka digitālo mediju un datorspēju lietošana patiešām ir problēma, kas apdraud darbu un dzīves kvalitāti."

Lai pārliecinātos, vai tiešām ir kognitīvi traucējumi, var veikt kognitīvo funkciju izpēti pie klīniskā psihologa. Neiroloģe norāda: "Parasti kognitīvie traucējumi nepastāv kā atsevišķs traucējums, tos var pavadīt trauksme, miega traucējumi, depresijas simptomi, tādēļ ir svarīgi doties pie ārsta pēc papildu diagnostikas un palīdzības."

NE(NOTEIKTIE) REGULĒJUMI

Lielākā daļa sociālo mediju platformu nosaka, ka to lietotājiem ir jābūt vismaz 13 gadus veciem, tomēr Nacionālajā bērnu veselības aptaujā (*National Poll on Children's Health*) Amerikas Savienotajās Valstīs 2021. gadā tika noskaidrots, ka no 2019 bērniem sociālo mediju lietotnes izmanto puse bērnu vecumā no 10 līdz 12 gadiem un trešdaļa no 7 līdz 9 gadiem.

Uz jautājumu, vai vajadzētu ieviest stingrākus sociālo mediju regulējumus, psihoterapeits Artūrs Miksons atbild apstiprinoši: "Ilgttermiņa efektu šobrīd noteikt nevar, jo tas ir jauns fenomēns. Pēc gadiem pieciem vai desmit kaut kādas regulas noteikti būs. Tas, kas notiek šobrīd, noteikti vīsis korekcijas. Jāpiemin, ka platformās pieejamo izaicinājumu dēļ ir arī gājuši bojā cilvēki. Digitālās tehnoloģijas ir liegušas kaut kāda veida privātumu. Nākotnē attīstīsies lietas, par kurām mēs nenojaušam – sabiedrības, bērnu attīstības, interakcijas līmeni."

SOCIĀLO MEDIJU PATĒRINŠ LATVIJĀ

“Datareportal” 2022. gada sākuma dati rāda, ka no tā brīža 1,86 miljoniem Latvijas iedzīvotāju 1,45 miljoni ir bijuši sociālo mediju lietotāji. Latvijā kopš 2014. gada sociālo mediju lietotāju skaits ir palielinājies par 970 tūkstošiem.

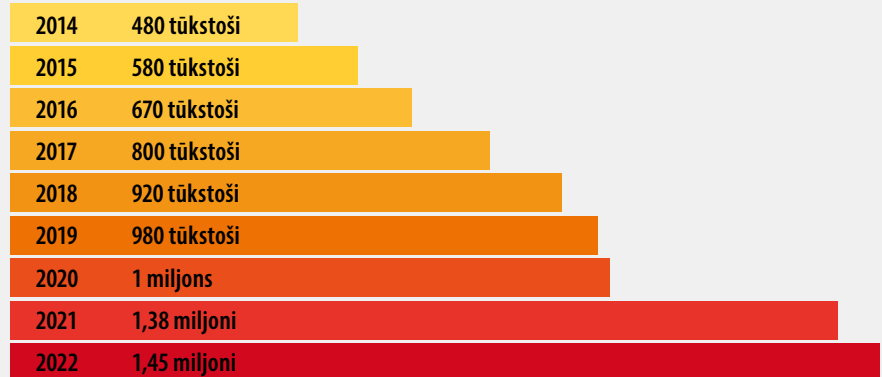
Centrālās statistikas pārvaldes 2022. gada aptaujas dati par informācijas un komunikāciju tehnoloģiju lietošanu mājāsaimniecībās liecina, ka interneta lietošana iedzīvotāju vecuma grupās atšķiras. Jaunieši (16–24 gadi) internetā visaktīvāk lieto sociālos medijus (94,7 %), savukārt seniori (65–74 gadi) bieži izmanto internetbanku (51,3 %). Tātad jaunieši ir viena no vecuma grupām, kas ikdienā visvairāk patērē sociālos medijus.

Sociālo mediju aplūkošanai un lasīšanai tiek atvēlētas vairākas stundas. Tās summējot, var

noskaidrot, kādu daļu savas dzīves cilvēks pavada virtuālajā vidē. Ja cilvēks dienā sociālos medijus lieto vidēji 2,27 stundas, tad mēnesī tās ir aptuveni 70 stundas. Lielāko daļu sociālo mediju platformu, piemēram,

Facebook un TikTok, var izmantot jau no 13 gadu vecuma. Latvijā paredzamais dzīves ilgums šobrīd ir 75 gadi. Respektīvi, dzīves laikā cilvēks var pavadīt 6,2 gadus, lietojot sociālos medijus. ?

Sociālo mediju lietotāju skaits Latvijā no 2014. līdz 2022. gadam



STUDĒ

SABIEDRISKĀS ATTIECĪBAS!

MĀCIES veidot sabiedrisko domu un veicināt sabiedriski svarīgus procesus

KARJERAS IESPĒJAS sabiedrisko attiecību aģentūrās, uzņēmumos, valsts pārvaldē un pat Valsts prezidenta kancelejā

Jau studiju laikā **SĀC PRAKTIZĒTIES** kopā ar sabiedrisko attiecību jomas profesionāļiem

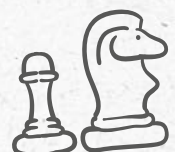
ERASMUS+ un NordPlus
APMAIŅAS PROGRAMMAS



IEGŪSTI aizraujošu un pārsteigumiem pilnu pieredzi sabiedrisko un politisko organizāciju darbā un pasākumu organizatoru komandās

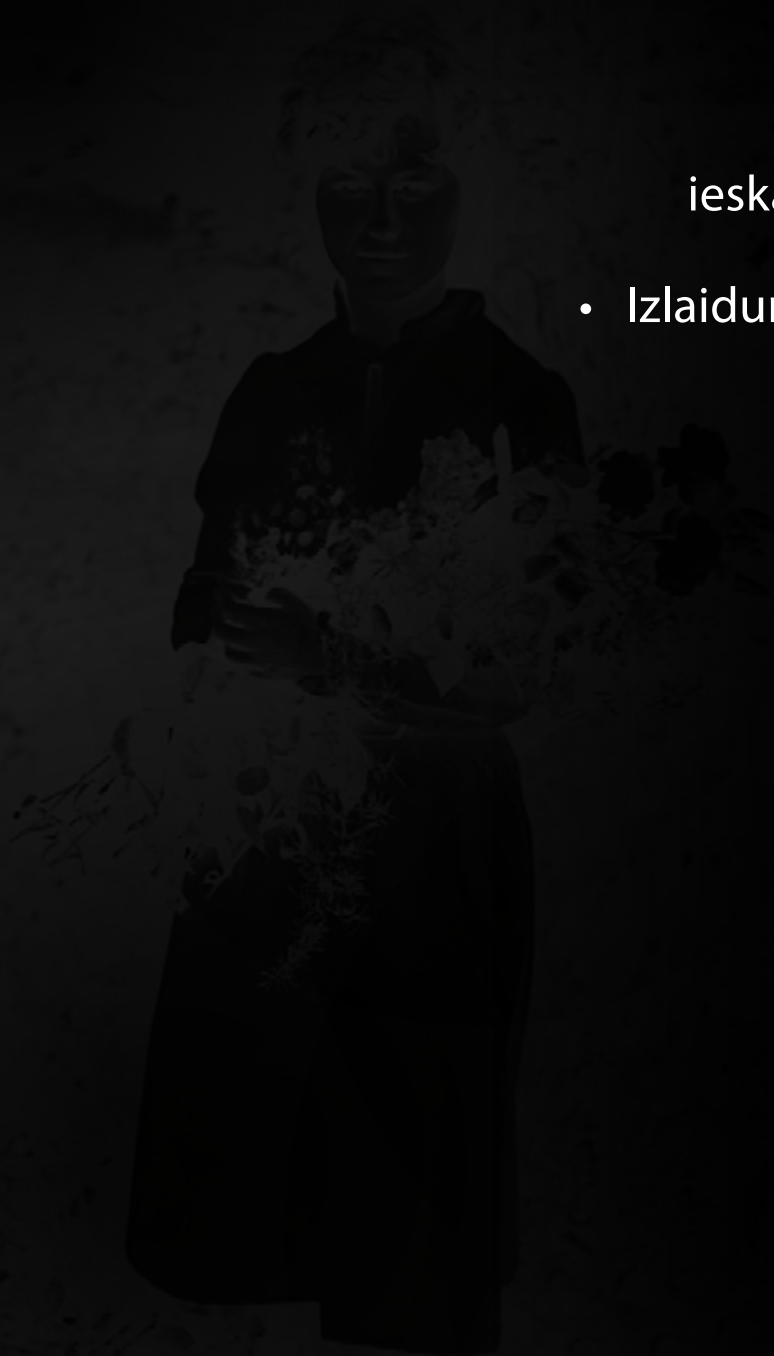
Vairāk par studiju programmu

MEKLĒ:



kultūras un vēstures pētījumi

- Diskotēkas –
ieskaties savu vecāku jaunībā
- Izlaidums bija arī tavai mammai.
Kas tajā notika?





DISKOTĒKAS

80. UN 90. GADOS – KRĀŠŅAIS PRIEKA MIRKLIS

Autores: Patrīcija Lielnora, Nikola Māra Geste, Agnese Dimdiņa

Šogad aprit 50 gadi kopš pirmās diskotēkas Latvijā. Laiks, kas tiek dēvēts par diskoēru, mērāms vien nepilnos trīsdesmit gados. Dita Lielnora, Edmunds Dimdiņš un Daiga Geste tolaik bija jaunieši, kas diskotēkās izbaudīja savus jaunības gadus. Kā notika diskotēkas 80. gados Rīgā, 90. gadu sākumā Gulbenes novadā, Kandavā un Jelgavā? Trīs dažādi atmiņu stāsti ļauj mums noskaidrot populārākās diskotēku norises vietas, gaisotni tajās, labākos hitus un tā laika “aizliegtos augļus”.

Ar laiku mūsu atmiņas par dažādiem notikumiem mēdz mainīties, un diskotēkas nav izņēmums. Arī Ditas, Edmunda un Daigas atmiņas nav pilnīgas, jo dažas nianšes, gadiem ejot, ir aizmirsušās. Vēsturniecei un pētniecei Dainai Bleierei īpašā interešu lokā ir bijusi 20. gadsimta padomju režīma vēsture, arī diskotēku sākums Latvijā.

DISKOTĒKU SĀKUMS LATVIJĀ

Vēsturniece stāsta, ka pirmā diskotēka Latvijā notika Poligrāfiķu kultūras namā 1973. gadā un nākamā bija 1974. gada rudenī, kad Anglikāņu baznīcas telpās sāka veidot Rīgas Politehniskā institūta (tagad Rīgas Tehniskā universitāte – *red. piebilde*) Studentu klubu. Poligrāfiķu kultūras namā notika diskotēkas,

bet Politehniskā institūta Studentu klubā – diskotēka-lektorij. Hardijs Lediņš un citi, kas tur darbojās, vispirms lasīja lekciju par avangarda mūziku un arī tematiskas lekcijas, piemēram, veltītas kādam komponistam. Pēc priekšlasījuma bija dejas.

Ideja par diskotēkām tika aizgūta no Rietumiem. Pirmajos gados diskotēkas Latvijā bija mobils pasākums. Bija jaunieši ar aparatūru un ierakstiem, viņi ceļoja no viena kultūras nama uz citu, no viena studentu pasākuma uz nākamo. Iepazīšanās ar to, kas ir diskotēka, notika socialistiskajās valstīs, jo pietiekami daudz studentu brauca dažādos apmaiņas braucienos. Tur viņus vietējie studenti veda uz diskotēkām, kur jaunieši iepazinās ar to, kā tas viss notiek. Tolaik bija ļoti nepierasti, ka var nedejot pāros, – tā bija revolucionāra lieta.

VALSTS KONTROLE

Vēsturniece skaidro, ka 80. gadu sākumā bija mēģināts diskotēkas regulēt, izveidojot valsts kontroli. Emīļa Melngaiļa Tautas mākslas nama paspārnē izveidoja diskotēku sekciju, kura nodarbojās ar konkursu veidošanu. Šajos konkursos tarifēja diskotēku vadītājus, kam vai nu atļāva, vai neatļāva spēlēt kultūras namos. Atsevišķiem diskotēku vadītājiem maksāja arī algu, bet tādu nebija daudz. Problēma bija tāda, ka konkursos diskžokeji spēlēja padomju laika un socialistisko mūziku, lai būtu ideoloģiski pareiza tematika, bet visi apzinājās, ka viena lieta bija tas, ko spēlēja konkursos, bet otra, kas patiesībā skanēja diskotēkās.

Vēl viena problēma, kas ierobežoja mēģinājumus kontrolēt šo jomu, bija tas, ka tikai nedaudziem kultūras namiem, bagātām saimniecībām un kolhoziem bija pietiekami laba materiālā bāze, lai uztaisītu kvalitatīvu diskotēku.

Līdz pat Atmodai tas notika pašplūsmā, jo tā bija grūti kontrolējama joma. Bija diskotēkas, kuras uzskatīja par kvalitatīvām, bet bija tādas, par kurām tika uzskatīts, ka kārtīgam jauniešiem tajās nav ko meklēt, ja negrib iekulties nepatīkšanās. Piemēram, Mežaparka diskotēkām bija slikta slava, tur labāk nevajadzēja doties.

RĪGAS DISKOTĒKU KULTA VIETAS 80. GADU SĀKUMĀ

Ditas Lielnoras atmiņas par viņas pirmo diskotēku ir izplūdušas – šķiet, tas bija 1978. gads, kad viņai bija 16 gadu. Lai arī uzaugusi Salacgrīvā, visu savu jaunību un aizraujošākās diskotēkas aizvadījusi tieši Rīgā. Dita atceras ļoti labi, kur notikusi pirmā diskotēka – tas bijis Poligrāfiķu kultūras nams, par kuru stāstīja vēsturniece. Kā atminas Dita, “Poligrāfiķi” bija tā laika kulta vieta, kur labākās diskotēkas iegriezīs mūziķis Ainars Mielavs. Diskotēkās turpat un citviet mūzikas pavadījumu nodrošināja arī Arvīds Babris, Arvīds Mūrnieks un Andris Freidenfelds jeb Fredis. Runājot par sajūtām, Dita atminas, ka tieši Poligrāfiķu kultūras nams bijusi jautrākā izklaides vieta visā pilsētā. Diskotēkas lielākoties notikušas kultūras namos, kas mūsdienu jauniešiem varētu šķist savādi. Legendārākās diskotēku vietas bija celtnieku kultūras namā “Oktobris”, kultūras namā “Draudzība”, Mazajā gildē, kultūras namā “Vecrīga”.

Par diskotēku norisi jaunieši uzzināja no afišām pie kultūras namiem un naktsklubiem.



Dita (labajā pusē) vienā no tematiskajām diskotēkām celtnieku kultūras namā “Oktobris”. 1981. gads



Diskotēkas notika katru piektdienu un sestdienu, un ikviens par tām zināja. Kā atzīst Dita, viņa uz tām devusies teju katru nedēļu. Mūsdienu jauniešiem varētu šķist amizanti tas, ka diskotēkas apmeklētājus gaidīja jau no septiņiem vakarā un to durvis slēdza jau ap pusnakti. Nekāda ballesšanās līdz rītausmai tolaik nebija iespējama.

Cenšoties atsaukt atmiņā tā laika populārākos diskotēku mūzikas hitus, Dita min tādas pasaulslavenas grupas kā “Smokie”, “Boney M”, “Nazareth”, “Alphaville”, “Bon Jovi”, “Queen”, “ABBA”, “Pink Floyd”, “AC/DC”, “The Beatles”, “Modern Talking”. No pašmāju māksliniekiem viņa atceras grupas “Eolika”, “Jumprava”, “Pērkons”, “Credo”, “Līvi”, “Opus Pro”, “Dzeltenie pastnieki”. Vaicājot, vai bija jūtama padomju cenzūra mūzikas izvēlē, Dita diezgan droši to noliedz. Tomēr vēsturniece Daina Bleiere norāda, ka bija saraksti ar grupām, kuras Padomju Savienībā nebija vēlamas. Tas galvenokārt attiecās uz pankroku un smago metālu, jo tie neatbilda padomju ideoloģijai. Taču tas nebūt nenozīmē, ka šo mūziku nespēlēja. Protams, gadījās reizes, kad kādā diskotēkā ieradās pārbaudītāji no Kultūras ministrijas un kāds tika sodīts. Amizanti, ka daudzi diskžokeji nemaz neprata valodu, kurā dziesmas tika atskaņotas, tāpēc īsti nezināja, par ko tās vēsta.

Atceroties 80. gadu diskotēku modi, Dita atzīst, ka ikviens ģērbās, kā vien tik. Jā, bija tematiskie vakari, kad visiem bija jāpieskaņojas kādam vienojošam elementam vai tematikai. Dzinss un no tā ražotais apģērbs bija iekārots, taču ne visiem pieejams.

AR TRAKTORU UZ DISKOTĒKU – LAUKU DISKŽOKEJS 90. GADU SĀKUMĀ

Edmunds Dimdiņš uz savu pirmo diskotēku devās 9. klasē, kad gāja Rēveļu pamatskolā. Mūziku skolas diskotēkās tolaik lika savējie – vecāko klašu skolēni. Mūzika skanēja no lenšu magnetofoniem, kasetes parādījās nedaudz vēlāk. Astoņdesmito gadu beigās reti kam bija pieejams profesionāls aprīkojums. Vēsturniece stāsta, ka lauku kultūras namiem nebija līdzekļu kvalitatīvas aparatūras iegādei.



Edmunds (otrais no kreisās puses) ar grupas “Sikspārnis” biedriem pirmsdiskotēkas pasākumā Rēveļos. 1993. gads



Edmunds (ar saulesbrīlēm) ar brālēnu Gati pirms diskotēkas Rankas papīrfabrikā. 1991. gads

1989. gadā Edmundam radās interese par mūziku un vēlme būt par diskžokeju. Viņš pievienojās grupai “Sikspārnis” un sāka mikstēt mūziku. Viņš atceras, ka grupas dalībnieki paši izgatavoja dažādas tehniskas lietas, piemēram, pultis.

Vēsturniece Daina Bleiere stāsta, ka bija tehniski izglītoti jaunieši, kas spēja uztaisīt visu diskotēkai nepieciešamo. Bija divu tipu jaunieši: viena daļa bija veikli uz aparātūras iegūšanu un pasākumu noorganizēšanu, bet otra – tie, kas paši visu taisīja. Edmunds stāsta, ka grupā viņš bija atbildīgs par mūziku un gaismām, un skaidro, ka agrāk viss bija jādara ar rokām – jāliek mūzika, jāregulē gaismas, lai viss būtu ritmā. Grupai tolaik bija maģis jeb lenšu magnetofons, kam bija divi korpusi, uz kuriem tika liktas lentes, – kamēr pa vienu gāja lente, tikmēr Edmunds austīnās piemeklēja nākamo dziesmu, kas skanēs pa otru, lai abas dziesmas ritmiski sekotu viena otrai. Vienlaikus viņam bija arī jāregulē telpas apgaismojums, jo tam vajadzēja saskanēt ar dziesmu.

Edmunds atceras, ka tolaik viņš skatījās uz skatuves dejotājiem, lai saprastu, kas viņiem patīk, kas ne. Publika arī mēdza nākt un lūgt, lai uzlikt konkrētu dziesmu. Grupai paveicās, ka viņiem bija dalībnieks Normunds, kuram bija sava lenšu bibliotēka, – viņš pārzināja to no A līdz Z, līdz ar to pieprasītā dziesma vienmēr tika uzlikta. Vienā lentē bija 12 dziesmas, un to varēja tit uz priekšu un atpakaļ. Tolaik Edmunds mācēja izveidot tā saucamo dziesmu

miksu, kad viena dziesma pāriet otrā ritmiski un saskaņoti, kas cilvēkiem patika. Viņš atceras, ka uz nopietnākām diskotēkām gājis jau no 12 gadu vecuma. Vēsturniece Daina Bleiere piebilst: sākumā diskotēku publikas vecums bija ap 25–30 gadiem, savukārt vēlāk tā strauji kļuva jaunāka. Sāka ienākt sūdības, ka uz diskotēkām iet tikai padsmiņnieki un ka jaunietim pēc divdesmit tur vairs nav ko meklēt.

Edmunds dzīvoja Rēveļos, Gulbenes novadā. Lielākās diskotēkas notika Rankas papīrfabrikā. Visspilgtākās atmiņas viņam ir saistītas ar diskotēku, uz kuru atbrauca grupa “Tranzīts”: “Agrāk pats klausījās “Tranzītu”, bet te es ar viņiem sasveicinājos un runāju. Viņi tolaik bija populāri – bija savi ieraksti, un viņu mūzika skanēja Latvijas Radio 2.”

Rankas papīrfabrikā latviešu mūzika 90. gadu sākumā neskanēja, jo visi bija izsalkuši pēc ārzemju izpildītājiem. “Diskotēka bija diskotēka, tur skanēja ārvalstu mūzika. Toreiz liku “Haddaway”, “Dr. Alban”, “Pet Shop Boys”, “Depeche Mode”. No elektroniskajiem gabaliem bija “Enigma”, “Enya” un vēl dažādi citi izpildītāji.”

Diskotēkās bija savi nerakstītie likumi. Edmunds atceras, ka agrāk bija tā: ja uz diskotēku atbrauca svešie, tie, kurus neviens nepazīna, tad ļoti ātri radās domstarpības un kautiņi. “Tajā pašā papīrfabrikā vai Rankā, vai Jaunpiebalgā, ja tu nebiji savējais, tad bija 95 % iespējamība, ka *atrasies*.” Tajos laikos gan jaunāki, gan vecāki cilvēki traki dzēra, tāpēc bija viegli uzsākt kautiņus. Vēsturniece piebilst, ka tolaik alkohols un dzeršana bija reāla problēma un kopš 80. gadu vidus diskotēkās parādījās narkotikas.

Edmunds atminas, ka tolaik veikalos nelūdza uzrādīt nekādus dokumentus, tāpēc jauniešiem alkohols bija viegli pieejams. Ja nebija naudas vai baidījās pirkt veikalā, nočiepa kādu pudeli no tēva. No vecākiem mēdza aizņemties ne tikai alkohola pudeles, bet arī automašīnas un pat traktoros. Edmunds atceras gadījumu, kad nebija citu variantu: “Nebija mašīnas, ar ko aizvest

aparātūru uz papīrfabrikas diskotēku, un es paņēmu tēva traktoru.”

Edmunds atminas, ka 80. gadu beigās un 90. gadu sākumā diskotēku gaisotni un gērbšanās stilu varēja raksturot ar vārdiem “jo trakāk, jo labāk”. Vēsturniece Daina Bleiere stāsta, ka tas bija panku laikmets un tolaik īpaši daudz noteikumu nebija.

NO ALKOHOLA SLĒPŠANAS KRŪMOS LĪDZ LEDUS KAUJAI KLUBĀ “TONUSS”

Daiga Geste uz skolas diskotēkām sākusi iet jau 7. klasē, kad mācījās Kandavas Kārļa Milenbaha vidusskolā. Diskotēkas notikušas regulāri, jo viņu skolā esot bijuši daudzi puīši, kam interesējusi mūzika un patiecas vadīt diskotēkas. Uz pirmo lielo diskotēku kultūras namā viņa devusies pāris gadus vēlāk. Diskotēkās kultūras namā gaisotne esot bijusi pavisam cita. Atšķirībā no skolas diskotēkām uz šīm varēja ierasties visi, ne tikai skolas skolēni, tāpēc satraukums bijis lielāks. Deju zāle parasti bija iedalīta divos *flangos* – vienā meitenes, bet otrā zēni. Būtiski esot bijis tas, ka meiteņu

Daiga (labajā pusē) ar kursabiedriem klubā “Tonuss”. 1994. gads



Pirmā kursa studentu vakars Jelgavā. 1994. gads

bariņa vidū uz grīdas vienmēr tika saliktas somiņas. “Pirmajās disenēs pamatā bija kaut kas no latviešu mūzikas,” atceras Daiga. “Vēlāk aizvien vairāk parādījās ārzemju mūzika. Vienu brīdi topā bija “Dr. Alban” ar dziesmu “It’s my life”, “Ace of Base” ar “All that she wants”, “Mr. President” ar “Coco jambo”, “Kaoma” ar “Lambada”, “Snap!” ar “Rhythm is a dancer”.”

Vēsturniece Daina Bleiere stāsta, ka plates ar ārzemju mūziku varēja dabūt, ja bija radi ārzemēs, savukārt jūrnieki tās iveda kā kontrabandu. Daigai bija draugs Uldis, kam plates no Amerikas sūtīja radi. *Krutākās* diskotēkas pirms augstskolas gadiem esot notikušas Pūrē un Slampē. Daigas diskotēku zelta laiks sācies jau vidusskolā, kad sanācis apmeklēt 98 % no vietējām un apkārtējām diskotēkām. Daiga par gērbšanos stilu tajā laikā saka tā: “Nebija baigi lielā izvēle. Parasti tie bija kādi svārki ar blūzi. Ja kāds mācēja adīt vai tamborēt, tad vilka kaut ko pašaditu.

Nedaudz vēlāk Kandavā parādījās firma “Artūrs”, kurā šuva džinsus. Tie, kam bija vairāk naudiņas, gāja tur iepirkties.”

Ari vēsturniece Daina Bleiere atceras, kā viņas paziņa par 250 rubļiem bija nopirkusi viltotus “Levis” džinsus. Salīdzinājumam – tolaik alga bija 120 rubļi mēnesī. Tajā laikā alkoholu nav bijis iespējams tā vienkārši dabūt. Tomēr bija skolasbiedri, kam sanācis vecākiem nočiept spirtu. Spirtu vēlāk šķaidīja ar kādu sulu, šķīstošo kafiju vai sirupu. Vēlāk Kandavā parādījās kafejnīca “Ala”, kur varēja dabūt alkoholu. Šajā kafejnīcā vēlāk notika diskotēkas.

Augstskolas gados Daiga pārcēlās uz Jelgavu. Tur labākās diskotēkas notika klubā “Tonuss” un “Perpetuum mobile” (vēlāk “Četri balti krekli”). Šajos klubos diskotēkas bijušas bieži un ne tikai nedēļas nogalēs, jo studenti bija gatavi ballēties katru dienu.

“Deviņdesmitajos gados diskotēkas komercializējās un kļuva profesionālākas, jo bija iespēja iegādāties profesionālu aparatūru. Veidojās pastāvīgas diskotēkas, ārzemju didžeji varēja braukt uz Latviju un spēlēt – uzreiz cits līmenis. Kvalitāte ļoti strauji pieauga,” stāsta vēsturniece. Pirms diskotēkām tika samesta nauda alkoholam, kas visbiežāk bijis vins vai šnabis, kurš ticis atjaukts ar sulu, kas atvesta no mājām, un pēc tam atstāts ārā krūmos pie ieejas. “Atstājām alkoholu ārā pie kluba krūmos, tad, ejot uzpipēt, gājām aiz stūra iedzert,” atceras Daiga. Lai arī tajā laikā, kā jau studentiem, ar naudu esot bijis pašvaki, tomēr, ejot uz diskotēkām, vienmēr tika ierēķināta nauda vienam kokteilim. “Mums pāris bārmeņu bija labi čomi, vienu reizi pēc diskotēkas beigām mēs uztaisījām kauju ar ledus gabaliņiem pa visu “Tonusu”. Apkopēja noteikti nebija laimīga,” atceroties Jelgavas laikus, stāsta Daiga. ?

**Podkāsti, recenzijas,
viedokļi, sociāli
nozīmīgi un drosmīgi
temati, intervijas ar
mediju profesionāliem**

Ienāc Rīgas Stradiņa universitātes
Studentu medijā *Skaļāk*



Autores: Megija Sprukule, Beatrise Elīza Ozoliņa, Nikola Grīnvalde

ATGRIEŽOTIES VIDUSSKOLAS LAIKOS: MAMMAS STĀSTA PAR SAVĀM ATMIŅĀM



Elita Salacgrīvas vidusskolas izlaidumā. 1986. gads

Vidusskolas gadi – tas ir kaut kas īpašs. Viens dzīves posms ir noslēdzies, kam tālāk seko nākamie. Vidusskolā mēdz būt grūtāki brīži, bet neizpaliek arī neskaitāmi prieka mirkļi – popielas, klases vakari, diskotēkas un, protams, vidusskolas izlaidums, kas katram ir saistīts ar īpašām atmiņām. Šoreiz autoru Megijas, Beatrises un Nikolas mammas dalās savos vidusskolas atmiņu stāstos, domās atgriežoties arī svētku dienā, kad saņēma vidusskolas atestātus.

SILVA ŽELVE (Megijas mamma) – 1995. gadā absolvēja Talsu 2. vidusskolu. Silva saka: “Teorētiski esmu pabeigusi 11, nevis 12 klases. Mums *izkrita* viena klase. Sestā vai septītā.” Vidusskolu Silva beidza 17 gadu vecumā, jo skolas gaitas uzsāka kā sešgadniece. Tikai oktobrī pēc vidusskolas beigšanas viņa sasniedza pilngadību. Līdzīgi kā tas ir šobrīd, arī Silvai vidusskolā bija obligātie un izvēles priekšmeti. Lai beigtu vidusskolu, bija jānokārto divi obligātie un divi izvēles eksāmeni. 1995. gadā vidusskolēniem obligāti bija jāraksta sacerējums latviešu valodā, kā arī jātiek galā ar matemātiku. Silva nolēma kārtot vācu valodas un bioloģijas izvēles eksāmenus, jo bija iecerējusi studēt medicīnu.

ILZE MAKLERE (Beatrisas mamma) – 1999. gadā absolvēja Cēsu Pilsētas vidusskolu. Vidusskolā viņa varēja izvēlēties četrus virzienus: valodu, dabaszinātņu, ekonomikas un uzņēmējdarbības, kā arī mākslas un kultūras vēstures novirzienu. Ilze izvēlējās pēdējo. Lai pabeigtu vidusskolu, bija jānokārto četri eksāmeni – trīs obligātie (latviešu valoda, matemātika un svešvaloda) un viens izvēles eksāmens (kultūras vēsture). Ilzes klasē sākumā mācījās 30 skolēni, bet absolvēja tikai deviņi.

ELITA (Nikolas mamma) – 1986. gadā beidza Salacgrīvas vidusskolu. Tolaik skolā bija jāmacās 11 gadus. Līdz 8. klasei – pamatskola, vēl trīs gadus – vidusskola. Pamatskolu Elita pabeidza Ainažos, bet tur nebija vidusskolas, tāpēc bija jānodas mācīties uz tuvāko vidusskolu Salacgrīvā.

“SKOLOTĀJIEM SIRMUS MATUS TAISĪJU”

Ilze sevi vidusskolā raksturo kā ļoti jautru, amizantu skuķi un mēdz sevi nosaukt arī par balliņu zvēru. Viņa mācījās labi, protams, šad tad sekmes kādos priekšmetos piekliboja, bet kopumā galus savilka. Vidusskolu Ilze atceras kā vienu no grūtākajiem dzīves posmiem, jo nemitīgi urdīja jautājums, ko darīt tālāk. Stresu palielināja arī garie stundu saraksti un liels mājasdarbu apjoms. Bet viņa atzīst, ka to visu atsver atmiņas par laiku ar klases un skolas biedriem.

Stāsta ILZE: “Vispār mūsu gads un vēl divi trīs vecākie gadi bijām pilnīgi no citas ziepju operas. Tās idejas, ko mēs ģenerējām stundās, kā paši sev vidusskolu izveidojām nevis par mocībām, bet par labākajiem gadiem, ko nekad neaizmirsīsim. Ja tā atskatās, es skolotājiem



Ilze ar saviem četriem tuvākajiem draugiem no vidusskolas laikiem, svinot pēdējo zvanu

sirmus matus taisīju. Mācījos labi, bet nu tie joki un darbības, kas no manis sprāga ārā... It īpaši, kad ar vecāko brāli, kurš mācījās divas klases augstāk, izdomājām mājturības telpā katlā samest petardes, ko nozagām no tēva garāžas. Ak vai, izraisījām skolas evakuāciju. Tēvs par mums tik smēja, bet mamma uzlika sodu katru rītu celties agrāk un iet uz kūti barot vistas.

Atceros, ka mums vēl bija dežūru nedēļas. Sanāca, ka katra klase mēnesī vienu nedēļu dežurēja jeb uzraudzīja, lai starpbrīžos būtu kārtība. Meitenēm vajadzēja aplaistīt puķes skolas gaitenīs, un zēniem bija jādara kādi fiziski darbi, piemēram, no aktu zāles jāpārnēs krēsli. Mūsu klase šajās nedēļās izcēlās. Parasti dežūrklasi palaida trīs minūtes ātrāk pirms zvana, lai līdz ar starpbrīdi mēs būtu savos posteņos. Reiz mēs izdomājām novilkt uz trepēm neredzamo auklu, ko izmanto armijā (klasesbiedrs no tēva dabūja tādu), lai izjokotu paralēlklasi. Cerējām, ka viņi nāks pirmie lejā no savas klases. Tomēr pirmā nāca ķīmijas skolotāja. Kad sapratām, ka nu jau ir par vēlu, viņa lidaciņā nonira pa tām trepēm. Smieklīgi jau bija, jā, bet kājas miklas no tā, kā iekšēji visi lūdzās, lai viņa pieceļas dzīva un vesela. Ar viņu bija viss kārtībā, ar mums gan ne, dabūjām tīrīt skolas gaitenīs un tualetes visas nedēļas garumā.”

“VIDUSSKOLU ATCEROS AR SILTUMU SIRDĪ”

Stāsta ELITA: “Salacgrīvas vidusskolā bija trīs vidusskolas klases. Mēs klasē bijām trīsdesmit divi – ļoti liela, bet draudzīga klase. Neatceros, ka klasē būtu bijusi liela dalīšanās pa grupām vai nesaskaņas. Aktīvi piedalījāmies pasākumos, populāras bija popielas, mūsu klase reiz ieguva galveno balvu. Rikojām klases vakarus, kuri



Ilze ar savu klasesbiedreni pie jūras (Salacgrīvā) 12. klases ekskursijā

notika pie kāda no klasesbiedriem mājās, un tajos vienmēr bija jautri.

Biju diezgan apzinīga skolniece. Man padevās valodas – latviešu, krievu un arī vācu valoda. Labo sekmju dēļ piedalījās olimpiādēs – krievu valodas olimpiādē un regulāri arī zīmēšanas olimpiādēs. Laikā, kad mācījās skolā, bija piecu ballu novērtēšanas sistēma: 5 – tas bija teicami, 2 – nesekmīgs. Manas atzīmes bija virs vidēja, skolas atestātā bija divi trijnieki (fizikā un ķīmijā), pārējās atzīmes bija četri un pieci.

Skolu bez iemesla nekavēju, jo bija mērķis iestāties augstskolā. Sapratu, ka vajadzīgas labas atzīmes, jo arī tajā laikā augstskolu iestājeksāmenos vērtēja vidusskolas atzīmes. Aktīvi piedalījās arī skolas pasākumos, dziedāju skolas kori. Kā vienu no spilgtākajām savām vidusskolas skolotājām atceros latviešu valodas



Elita (labajā pusē) kopā ar klasesbiedrenēm Salacgrīvas vidusskolas klases vakarā. 1985. gads

un literatūras skolotāju Ainu Jēriņu. Viņa bija stingra un prasīga skolotāja, kas mums dažreiz varbūt nepatika, taču viņas darba augļus izjutu vēlāk, kad, iestājoties augstskolā, mans iestājekšāmenu sacerējums tika novērtēts uz 5/5 (satur – izcili un gramatika – izcili).

Mans vidusskolas izlaidums notika Salacgrīvas kultūras namā. Izlaidums bija visām izlaiduma klasēm vienā dienā. Atceros, ka meitenes bija baltās kleitās un zēni – tumšos uzvalkos. Izlaiduma gala ballīte mūsu klasei notika kāda pirtiņā laukos, jautri un draudzīgi. Savu vidusskolas laiku atceros ar siltumu sirdī.”

“MANA IZLAIDUMA BALLE BEIDZĀS RĪTA GAISMĀ”

Stāsta SILVA: “Izlaiduma *dreskods* meitenēm bija baltas, gaišas kleitas, savukārt puisiem bija uzvalki. Parasti modes žurnālā *Burda* atrada dažnedažādas idejas saviem vidusskolas izlaiduma tērpiem. Lielākā daļa gāja pie šuvējām, jo nebija ko nopirkt. Tad bija tādi laiki. Jocīgi. Kaut ko jau varēja nopirkt, bet bija diezgan švaki. Braucu ar mammu uz Rīgu pirkt audumus, jo Talsos nevarēja neko nopirkt. Pirms izlaiduma gāju pie friziera, bet krāsojos pati.

Parasti izlaidumi bija pirms Ligo svētkiem. Tradicionāli skola bija izrotāta ar meijām. Svinīgais pasākums notika zālē. Mēs iegājām nevis no ieejas puses, bet gan no skatuves. Kāpām pa kāpnēm lejā caur skatuvi. Skolotāji, mēs un vecāki sēdējām lejā, savukārt uz skatuves gāja tie, kas teica kādu uzrunu.



Silva (ceturtnā no kreisās puses) ar klasi pēc 12. klases izlaiduma svinīgās daļas

Skolotājiem mēs dāvinājām nevis kādas dāvanas, bet vienkārši apsveicām ar puķēm. Katrs tās pasniedza tam skolotājam, kuru vēlējās apsveikt. Tā bija brīva izvēle. Protams, mūsu klases audzinātājam skolai mēs pasniedzām dāvanu, bet neatceros, ko tieši. Iespējams, ka bija kāds mākslas darbs, kāda glezna, kuru gleznoja Talsu gleznotājs. Tad jau tādu dāvanu karšu nebija.

Fotogrāfs mums bija, bet tikai uz svinīgo daļu. Pašiem jau arī bija kameras bez zibspuldzes. Tās bildes bija tādas tumšas, pelēkas. Pēc izlaiduma visi fotografējāmies ārā pie skolas. Fotografējāmies gan visa klase kopā, gan atsevišķi, gan ar saviem sveicējiem.

Kā jau iepriekš minēju, *dreskods* bija tāds, ka visām meitenēm kleitas vai kostīmi ir gaišos toņos. Mums pārsvarā bija baltas kleitas. Nezinu, kāpēc tieši baltas kleitas. Varbūt tas bija kā jaunības vai pilngadības simbols, jo tad visiem palika 18 gadi.

Izlaiduma neoficiālā daļa notika turpat skolā. Nekādā ekskursijā nebraucām. Dejojām polonēzi ar direktori un sporta skolotāju priekšgalā. Ar šo deju atklājām balli. Ēdnīcā mums pasniedza siltas vakariņas. Tās mums uzsauca vecāki. Svinējām visi kopā – visas trīs klases, vecāki un skolotāji – pie klātiem galdiem. Pēc tam bija noorganizēta dzīvā mūzika – nevis disene, bet balle. Kurš gribēja – dejoja, kurš negribēja – tuseja klasē. Skolotājiem bija savs stūritis. Tusejām.



Silva (labajā pusē) ar draudzeni saņēmušas sveicēju dāvinātos ziedus 12. klases izlaidumā. 1995. gada 21. jūnijs

Dejojām. Runājām. Priecājāmies. Jau gaišs bija, kad gājām mājās. Mana izlaiduma balle beidzās rīta gaismā.”

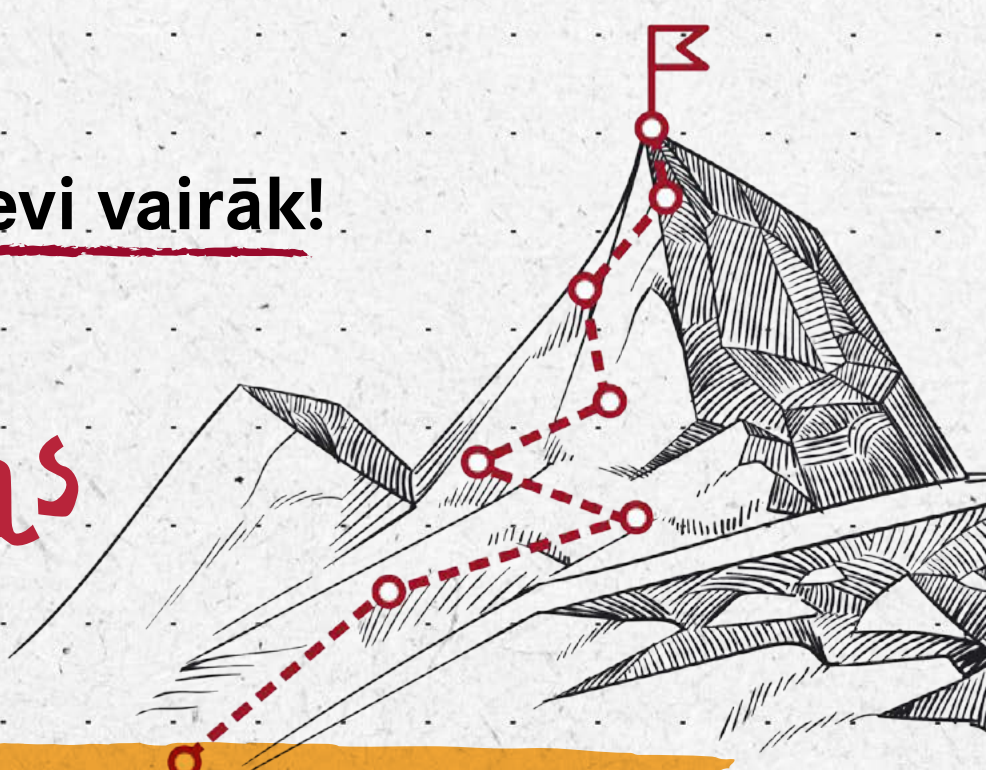
VIDUSSKOLAS IZLAIDUMI MŪSDIENĀS

Izlaiduma struktūra īpaši nav mainījusies. Tāpat ir uzrunas, pateicības, sveiksana, priekšnesumi, dziesmas, dejas, individuālā un klases fotografēšanās. Pēc izlaiduma – sarunas, kļiņģera ēšana un šampanieša glāzes pacelšana. Pēc izlaiduma neviens vairs īpaši nesēž pie gariem galdiem, ēdot siltas vakariņas kopā ar vecākiem un skolotājiem. Kāds dodas mājās, svētkus svinot kopā ar saviem tuvākajiem, kāds dodas svētku vakariņās uz restorānu, kāds – tusēt uz Vecrīgu, kāds brauc ceļojumā, kāds rīko ballīti savās mājās, kur parasti ierodas daļa no klases. Lai kādas būtu svinības – vidusskolas izlaidums ir diena, kas paliek atmiņā uz mūžu!

Lielākā atšķirība ir demokrātiskāks absolventa vizuālais tēls. Mūsdienās katrs uz savu izlaidumu var vilkt visu, ko vēlas. Nepastāv uzvalka krāsu, kleitu garuma, frizūras apjoma, kurpju papēža augstuma ierobežojumi. Katrs var izpausties pēc sirds patikas. Protams, šobrīd apģērbu var iegādāties jebkur – gan lielveikalos, gan internetveikalos, gan iet pie šuvējas. Agrāk nebija tik plašu iespēju, kādas ir 21. gadsimtā. ?

Uzzini par sevi vairāk!

Aizpildi RSU
**KARJERAS
testu**



karjerastests.rsu.lv

PIERAKSTIES

RSU JAUNUMIEM

un uzzini pirmais

- ☒ Kā sagatavoties studijām RSU
- ☒ Informāciju par uzņemšanu
- ☒ Iespējas apmeklēt bezmaksas lekcijas



ATVER
PASAULI
UN SEVI



Studē RSU un
atveries diskusijām
Komunikācijas fakultātē

Uzņemšana no 1. jūnija
www.rsu.lv



RĪGAS STRADIŅA
UNIVERSITĀTE