

STUDĒJOŠO ZINĀTNISKI PĒTNIECISKO RAKSTU KRĀJUMS

Sējums 5

Kultūras vadība

Rīga 2024



Studējošo zinātniski pētniecisko rakstu krājums, 2024(5)

ISSN 2500-976; e-ISSN 2500-977X

Studējošo zinātniski pētniecisko rakstu krājumā ir iekļauti Ekonomikas un kultūras augstskolas (EKA) un Alberta koledžas (AK) studējošo un absolventu valsts pārbaudījuma darbu fragmenti, kā arī EKA, AK un citu augstskolu studējošo zinātniskie raksti, kas tika iesniegti uz **Studentu starptautisko zinātniski praktisko konferenci „Studējošo pētnieciskā darbība: teorija un prakse’2024”**.

Sējumā ir iekļauti raksti, kuros ir atspoguļoti Ekonomikas un kultūras augstskolas bakalaura programmas „Kultūras vadība” studējošo veikto pētījumu rezultāti.

Rakstu krājuma galvenā redaktore:

Jeļena Titko / Ekonomikas un kultūras augstskola

Rakstu krājuma tehniskā redaktore:

Jevgenija Dehtjare / Ekonomikas un kultūras augstskola

© Ekonomikas un kultūras augstskola, 2024

© Alberta koledža, 2024

Izdevējs:

Ekonomikas un kultūras augstskola

Pērnavas 62, Rīga, LV1009, Latvija

Saturs

KULTŪRAS VADĪBA	4
Ligita Zariņa. IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA MĀKSLU IZGLĪTĪBAS KOMPETENCES CENTRA “NACIONĀLĀ MĀKSLU VIDUSSKOLA” STRUKTŪRVIENĪBĀ EMĪLA DĀRZIŅA MŪZIKAS SKOLĀ	5
Ance Bole. IZDEGŠANAS SPECIFIKA PEDAGOĢIJAS NOZARĒ	14
Alise Alupa. IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA ZIEMEĻRĪGAS KULTŪRAS APVIENĪBĀ	22
Egita Adomoviča. IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA DOBELES PILSĒTAS KULTŪRAS NAMĀ	31
Jeļena Ozoliņa. IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA KULTŪRAS CENTRĀ “SIGULDAS DEVONS”	37
Gunita Strazdiņa. JAUNIEŠU KULTŪRAS AKTIVITĀŠU NEPIECIEŠAMĪBA LATVIJĀ UN SIGULDAS NOVADĀ.....	46
Elizabete Gribuška. BĒRNU AUDZINĀŠANAS PARADUMI UN TO SAISTĪBA AR VECĀKA BĒRNĪBAS PIEREDZI.....	54
Elizabete Zīverte. LATVIJAS AUGSTSKOLU STUDENTU MĀKSLĪGĀ INTELEKTA LIETOŠANAS PARADUMI	61
Samanta Kristiāna Cielēna. ĢIMENES PASĀKUMU APMEKLĒTĪBA VALMIERAS NOVADĀ	70
Laura Bišofa. MĀŅTICĪBAS RITUĀLI KĀ SOCIĀLS FENOMENS UN TO VEIKŠANA SVĒTKU LAIKĀ EHR MEDIJU GRUPAS DARBINIEKU LOKĀ	79
Roberts Cēris. SMAGĀ METĀLA MŪZIKAS ŽANRA KLAUSĪTĀJA UN KONCERTU APMEKLĒTĀJA PROFILS LATVIJĀ.....	86
Zane Lazdiņa. IZDEGŠANAS SPECIFIKA MŪZIKAS NOZARES DARBINIEKIEM	96
Sabīne Lasmane. ĒRĢĻU PAGASTĀ DZĪVOJOŠO JAUNIEŠU IESAISTĪŠANĀS UN APMEKLĒTĪBA PAGASTĀ NOTIEKOŠAJOS KULTŪRAS PASĀKUMOS.....	104
Endija Klaucāne. COVID-19 IETEKME UZ DARBINIEKU MOTIVĀCIJU UZŅĒMUMĀ “MOGOTEL HOTEL GROUP” AS.....	114



KULTŪRAS VADĪBA



Ligita Zariņa. IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA MĀKSLU IZGLĪTĪBAS KOMPETENCES CENTRA “NACIONĀLĀ MĀKSLU VIDUSSKOLA” STRUKTŪRVIENĪBĀ EMĪLA DĀRZIŅA MŪZIKAS SKOLĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma „Kultūras vadība“*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Katras lielākas vai mazākas organizācijas pamatā ir cilvēki, viņu kopums kolektīvā un izrietošā organizācijas un saskarsmes kultūra. Kolektīva iekšējā komunikācija būtiski nosaka ne vien ikdienas atmosfēru darbavietā, bet kopējo virzību uz organizācijas mērķu sasniegšanu. Katrā organizācijā ir vērtīgi regulāri izvērtēt iekšējās komunikācijas stāvokli. Mākslu izglītības kompetences centra “Nacionālā mākslu vidusskola” struktūrvienība Emīla Dārziņa mūzikas skola (turpmāk – Emīla Dārziņa mūzikas skola) ir tradīcijām bagāta profesionālās ievirzes izglītības iestāde ar augstām prasībām un intensīvu darba grafiku pedagogiem un audzēkņiem. Ir būtiski, ka šādā vidē iekšējā komunikācija ir skaidra, saprotama, informācija tiek laicīgi nodota un saņemta, darbinieki jūtas sadzirdēti, viņu viedoklis ņemts vērā. Laba iekšējā komunikācija dod darbiniekam vērtības apziņu, atvieglo ideju un domu apmaiņu, kā arī rada piederības sajūtu organizācijai.

Pētījuma mērķis: noteikt iekšējās komunikācijas esošo stāvokli Emīla Dārziņa mūzikas skolā, aktualizēt iekšējās komunikācijas nozīmi un uzlabošanas iespējas.

Pētījuma metodes: literatūras apskats, aptaujas metode – anketēšana, padziļinātā intervija ar Emīla Dārziņa mūzikas skolas vadītāju.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti liecina, ka Emīla Dārziņa mūzikas skolas iekšējā komunikācija kopumā ir vērtējama kā laba, taču iekšējā komunikācijā ir ieteicams pievērst uzmanību konkrētu komunikācijas aspektu uzlabošanai un specifisku jautājumu risināšanai.

Atslēgas vārdi: komunikācija; iekšējā komunikācija; organizācijas kultūra.

Ievads

Pētījuma mērķis: noteikt iekšējās komunikācijas esošo stāvokli Emīla Dārziņa mūzikas skolā, aktualizēt iekšējās komunikācijas nozīmi un uzlabošanas iekšējās komunikācijas kvalitāti.

Pētījuma uzdevumi:

1. Raksturot organizācijas kultūras, komunikācijas un organizācijas iekšējās komunikācijas teorētiskos aspektus.
2. Pētīt iekšējās komunikācijas nozīmi Emīla Dārziņa mūzikas skolā un tās lomu organizācijas darba efektivitātē.
3. Izveidot un realizēt aptauju un interviju, lai pierādītu vai noliegtu izvirzīto pētījuma hipotēzi.
4. Apkopot secinājumus.

Pētījuma metodes: literatūras apskats, aptaujas metode – anketēšana, padziļinātā intervija ar Emīla Dārziņa mūzikas skolas vadītāju.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti liecina, ka Emīla Dārziņa mūzikas skolas iekšējā komunikācija kopumā ir vērtējama kā laba, taču iekšējā komunikācijā ir ieteicams pievērst uzmanību konkrētu komunikācijas aspektu uzlabošanai un specifisku jautājumu risināšanai.

Analītiskais apskats

Kopš 1980. gadiem ir īpaši augusi organizāciju kultūras izpēte un pilnveide. Katru gadu tiek izdotas aptuveni 1000 grāmatas par organizācijas kultūru. Ik gadu, tai skaitā Latvijā, notiek konferences un semināri par organizācijas kultūras neveiksmēm un veiksmēm un uzlabošanas iespējām. (Dubkēvičs, 2019). Organizācijas kultūra ir tās iekšējā vide. Būtisks uzsvars tiek likts uz darbinieku kopējo vērtību saskaņu ar organizācijas vērtībām, pārliecībām, pārliecību kopumu.

Daļa no organizācijas kultūras ir tās iekšējās komunikācijas kultūra. Tā vai nu uzlabo organizācijas kultūru, vai rada nepatīkamu atmosfēru un kavē informācijas plūsmu un organizācijas darbības efektivitāti. Laba iekšējā komunikācija sekmē darbinieku atsaucību un vēlmi strādāt komandā. (DuFrene, 2012)

Komunikāciju organizācijā iedala kā vērstu uz iekšu un āru. Iekšējās komunikācijas mērķi ir: saliedēt kolektīvu kopējam darbam un realizēt vadības un kopējos mērķus.

Iekšējā komunikācija nav tikai formāla informācijas nodošana, tā ir arī instruments. Laba iekšējā komunikācija ceļ darbinieka vērtības un piederības apziņu organizācijai. Ir būtiski ne tikai formāli nodot un saņemt informāciju, bet justies sadzirdētam un viedokļa apmaiņā novērtētam.

Mūsdienu informācijas pārbagātībā un kopējā tendencē cilvēkiem notrulināties informācijas uztverē, izaicinājums ir arī organizācijas nodošanas veids, kādā darbinieks to saņem, izlasa un atbilstoši tai rīkojas. (Kazaka, 2019)

Pamatā pastāv divi komunikācijas virzieni, kā informācija nonāk pie darbiniekiem – horizontālais virziens jeb kolēģu savstarpējā apmaiņa ar informāciju un vertikālais virziens – vadītāja vai vairāku vadītāju saziņa ar savā atbildībā esošajiem. Vadītājs ir tas, kas darbiniekiem nodod organizācijas “lielo bildi” - tās vērtības, misiju, uzdevumus, stratēģiju.

Organizācijā ir būtiski, ka horizontālās un vertikālās komunikācijas kanāli ir abpusēji atvērti un aktīvi, tādējādi nodrošinot gan informācijas ieguvu, gan atgriezenisko saikni. (Svika, 2023)

Pētījuma metodoloģija

Pētījums ir veikts, izmantojot šīs pētījuma metodes - kvantitatīvo un kvalitatīvo. Kvantitatīvs pētījums sniedz iespēju iegūt pēc iespējas lielāku datu kopu īsā laika periodā, tam ir zemas izmaksas, kā arī ir ērti apkopot iegūto informāciju. Kvalitatīvs pētījums intervijas veidā sniedz padziļinātu ieskatu, izvērtējot padziļināti konkrētus jautājumus. Pētījums veikts 2023. gada decembrī.

Veicot šo pētījumu, darba autore kvantitatīvo metodi izmantoja, aptaujājot 48 Emīla Dārziņa mūzikas skolas darbiniekus – administrāciju, pedagogus un saimnieciskās uzraudzības nodaļu. Kvalitatīvā metode izmantota, intervējot Emīla Dārziņa mūzikas skolas vadītāju Ivetu Lāci.

Kvantitatīvā metode. Pirms pētījuma uzsākšanas tika noteikts, ka anketas minimālais respondentu skaits ir 20. Izlase tika veidota pēc nejaušības principa. Vienīgais nosacījums bija, ka pētījumā aptaujātie respondenti strādā Emīla Dārziņa mūzikas skolā. Anketu varēja aizpildīt divu nedēļu laikā no saņemšanas brīža. Tā tika izplatīta caur Emīla Dārziņa mūzikas skolas komunikācijas kanāliem – e-klasi un nodaļu vadītāju veidotajām WhatsApp grupām.

Anketas jautājumus darba autore veidoja, balstoties uz teorētiskajām zināšanām par iekšējās komunikācijas kultūru un iekšējo komunikāciju. Respondenti tika informēti, ka dati tiek iegūti pētnieciskā darba nolūkos ar mērķi uzzināt skolas darbinieku viedokli par iekšējo komunikāciju un, pēc datu apkopošanas, sniegt skolas vadībai ieteikumus tās uzlabošanai.

Anketa tika strukturēta šādās sadaļās:

1. Vispārējā informācija – respondentu dzimums un vecums.

2. Respondentu kopējā uztvere par komunikāciju skolā, ar uzsvāru uz horizontālo komunikāciju.
3. Komunikācijai svarīgi aspekti – informācijas saņemšanas un nodošanas laiks, komunikācijas skaidrība.
4. Vertikālā komunikācija – darbinieku komunikācija ar skolas vadību, vadītāja prasme uzklaut darbiniekus, informācijas saturs un nodošanas savlaicīgums.
5. Informācijas saņemšanas kanāli.
6. Darbinieku ieteikumi iekšējās komunikācijas uzlabošanai.

Pētījumā piedalījās un par derīgām tika atzītas 48 respondentu anketas. Respondentu profils: 81,3% sievietes, 16,7% vīrieši, 2,1% nevēlējās atklāt savu dzimumu. Vidējais respondentu vecums: 45,8% respondentu ir vecumā 50 un vairāk gadi, 25% ir vecumā 40-50 gadiem, 18,8% vecumā 30 – 40 gadiem, 10,4% respondentu 18-25 gadu vecumā.

Kvalitatīvā metode. Darba autore izstrādāja un realizēja interviju ar Emīla Dārziņa mūzikas skolas vadītāju Ivetu Lāci. Tika uzdoti 8 jautājumi. Intervija tika reģistrēta rakstiskā veidā, tā notika 2023. gada decembrī.

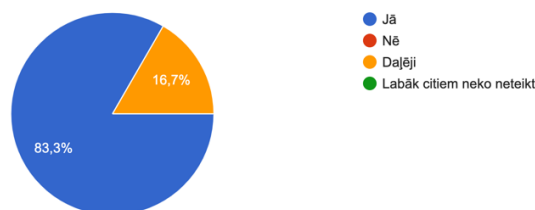
Pētījuma rezultāti

Kvantitatīvā pētījuma sadaļa.

Šajā sadaļā ir apkopoti kvantitatīvā pētījuma rezultāti. Tie liecina, ka 100% visi respondenti uzskata, ka laba iekšējā komunikācija organizācijā uzlabo darba efektivitāti. Tas norāda, ka aptaujātajiem respondentiem ir izpratne par labas iekšējās komunikācijas nozīmi.

Respondentu kopējā uztvere par horizontālo komunikācijas līmeni ir vērtējama kā laba. 79,2% respondentu atbildēja, ka ar viņiem ir viegli komunicēt ar saviem kolēģiem. 83,3% norādīja, ka jūtas kolēģu sadzirdēti. Šis ir svarīgs aspekts, jo komunikācijā ir būtiski ne vien tas, ka persona runā, bet tiek sadzirdēts. Vēl būtiska labas iekšējās komunikācijas iezīme ir, ka kolēģi savā starpā spēj pārrunāt problemātiskus jautājumus un saņemt atgriezenisko saiti par savu darbu.

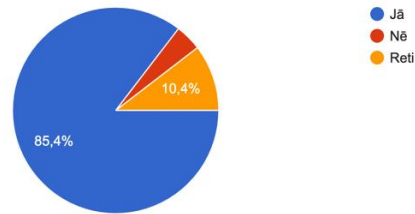
Vai ar kolēģiem varat pārrunāt problemātiskus darba jautājumus un saņemt ieteikumus risinājumiem?
48 atbildes



1.att. Respondentu novērtējums par problemātisku darba jautājumu pārrunāšanu kolēģu starpā un ieteikumu saņemšanu. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Spēja pārrunāt ar kolēģiem problemātiskus darba jautājumus un saņemt ieteikumus risinājumiem ir ļoti būtiska iekšējā komunikācijā. 83,3% respondentu ir atbildējuši, ka kolēģu starpā pārrunā šādus jautājumus un saņem atgriezenisko saiti. Tas ir vērtējams kā ļoti pozitīvs labas iekšējās komunikācijas rādītājs.

Vai no kolēģiem saņemat atgriezenisko saiti par padarīto darbu?
48 atbildes

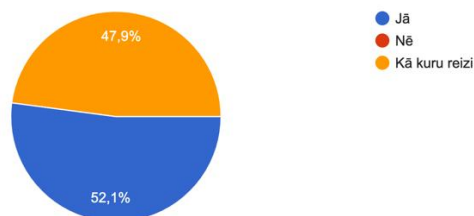


2.att. Respondentu vērtējums par atgriezeniskās saites saņemšanu par veikto darbu. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautājumā par atgriezeniskās saites par padarīto darbu sniegšanu kolēģu starpā 85,4% respondentu ir atbildējuši, ka tādu saņem. Arī šis ir vērtējams kā ļoti pozitīvs labas iekšējās komunikācijas rādītājs. Spējot pārrunāt problemātiskus jautājumus, saņemot ieteikumus, kā arī kopumā saņemot atgriezenisko saiti par veikto darbu, ir augsta iespējamība, ka darbinieka darba kvalitāte un izpildījums uzlabojas, tādējādi uzlabojot visas organizācijas kopējo sniegumu.

Būtiska labas iekšējās komunikācijas sastāvdaļa ir informācijas nodošanas kvalitāte un tās nodošana pietiekami savlaicīgi, lai savstarpējā darbu organizācija var noritēt saskaņoti un laicīgi, tādējādi novēršot nevajadzīgu spriedzes līmeni un negatīvas saskarsmes pieredzi.

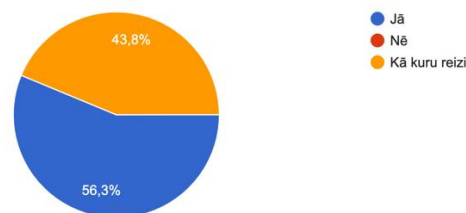
Vai no kolēģiem informāciju saņemat laicīgi?
48 atbildes



3.att. Respondentu vērtējums par informācijas laicīgu saņemšanu. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautāti, vai no kolēģiem informāciju saņemat laicīgi, vien 52,1% norādīja piekrietoši. 47,9% norādīja, ka informāciju saņem kā kuru reizi – dažreiz laicīgi, dažreiz nē.

Vai pats kolēģiem informāciju sniedzat laicīgi?
48 atbildes



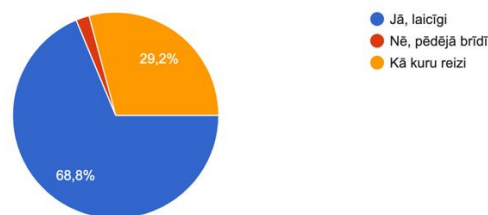
4.att. Respondentu vērtējums par savu attieksmi informācijas sniegšanas laicīgumā. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Lai noskaidrotu pašu respondentu attieksmi pret informācijas nodošanas savlaicīgumu, 56,3% respondentu norādīja, ka paši kolēģiem informāciju sniedz savlaicīgi. Taču 43,8% to dara kā kuru reizi.

Abu informācijas grafiku atbildes liecina, ka aptuveni puse Emīla Dārziņa mūzikas darbinieku informāciju saņem un nodod kolēģiem laicīgi, taču gandrīz puse to dara, kā kuru reizi.

Būtisks aspekts organizācijas iekšējā komunikācijā ir tās vertikālā komunikācija jeb organizācijas vadītāja komunikācija un informācijas vadīšana uz padoto līmeni. Šis ir būtisks komunikācijas aspekts, kas ir vienlīdz svarīgs un līdzvērtīgs horizontālās komunikācijas līmenim, jo vadītāja un zemākas kārtas vadītāju komunikācija ar padotajiem tieši ietekmē organizācijas darbību – skaidra un savlaicīga informācijas nodošana un saņemšana, kā arī padoto iespēja paust savu viedokli darāmā kvalitātes vai veida uzlabošanā būtiski ietekmē visas organizācijas sekmīgu darbu un darbinieku vērtības un piederības apziņu noteiktai organizācijai.

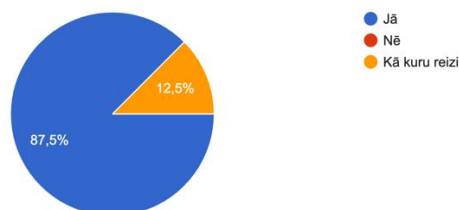
Vai darbam nepieciešamo informāciju no skolas vadības saņemat laicīgi?
48 atbildes



5.att. Respondentu vērtējums par darbam nepieciešamās informācijas savlaicīgu saņemšanu no skolas vadības. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautāti, vai darbam nepieciešamo informāciju no skolas vadības darbinieki saņem laicīgi, 68,8% darbinieki norādīja, ka jā, savlaicīgi. 29,2% norādīja, ka – kā kuru reizi. Informācijas nodošanas savlaicīgums vērtējams kā vidējs.

Vai informācija, ko saņemat no skolas vadības, ir skaidra un saprotama?
48 atbildes



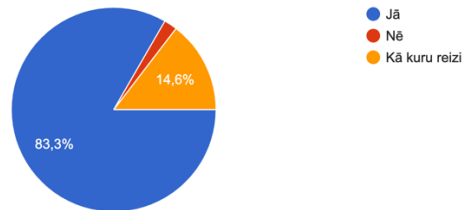
6.att. Respondentu vērtējums par saņemtās informācijas kvalitāti – saprotamību. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Šajā informācijas grafikā iegūtie dati liecina, ka Emīla Dārziņa mūzikas skolas vadība darbiniekiem sniegtā informācija pamatā ir skaidra un saprotama. 87,5% respondentu to apstiprina, 12,5% vērtē, ka informācija dažreiz nav skaidra un saprotama.

Apkopojot abas informācijas grafikas, 75% respondenti uzskata, ka ir labi un savlaicīgi informēti darbam nepieciešamajos jautājumos.

Darbinieku piederības un vērtības apziņu organizācijā stiprina viņa iekšējā sajūta, ka darbinieka viedoklis ir vadībai svarīgs un noderīgs kopējam organizācijas darbam.

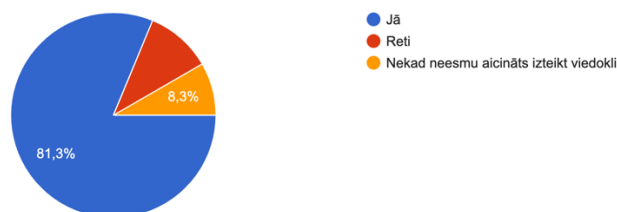
Vai uzskatāt, ka skolas vadībai varat brīvi paust savu viedokli un jūtaties sadzirdēts?
48 atbildes



7.att. Respondentu viedoklis par viedokļa paušanu skolas vadībai un personīgā attieksme par viedokļa saņemšanu. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Darba autore Emīla Dārziņa mūzikas skola darbiniekiem jautāja, vai viņi uzskata, ka skolas vadībai var brīvi paust savu viedokli un vai jūtas sadzirdēti. 83,3% atbildēja apstiprinoši. 14,6% norādīja, ka – kā kuru reizi, tikai viens no 48 respondentiem atbildēja, ka nevar brīvi paust savu viedokli vadībai un nejutās sadzirdēts.

Vai skolā darbinieki tiek aicināti izteikt viedokli un ierosinājumus dažādu jomu uzlabošanai?
48 atbildes

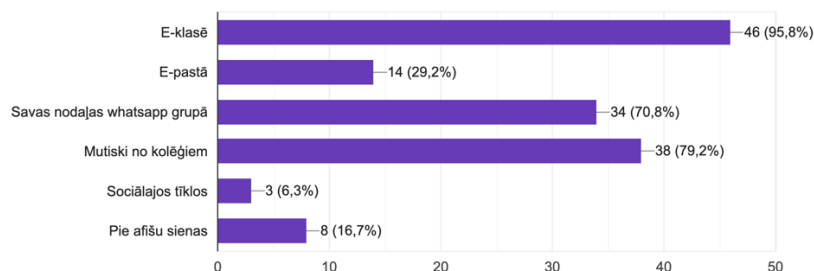


8.att. Respondentu vērtējums par sava viedokļa izteikšanu skolas vadībai. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Katrā organizācijā ir būtiski, ka darbinieki savlaicīgi izsaka savu viedokli par organizācijas darba uzlabošanu, nevis brīdī, kad problēmas ir samilzušas un tās jau ir sarežģīti risināt. 81,3% respondentu atbildēja, ka Emīla Dārziņa mūzikas skolā viņi tiek aicināti izteikt viedokli un ierosinājumus dažādu jomu uzlabošanā. 8,3% vērtē, ka nekad nav aicināts izteikt viedokli, taču 10,4% viedokli un ierosinājumus tiek aicināti izteikt reti.

Kur Jūs parasti saņemat darbam būtisku informāciju?

48 atbildes

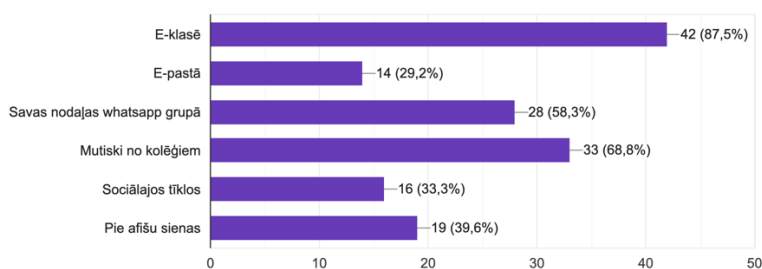


9.att. Darbam nepieciešamās informācijas saņemšanas kanāli. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Iekšējā komunikācijā būtiska ir ne vien informācijas saņemšanas un nodošanas saturiskā kvalitāte un savlaicīgums, bet arī saņemšanas veids un vietne. Emīla Dārziņa mūzikas skolas darbinieki vairākumā apgalvo, ka darbam būtisku informāciju saņem šādā veidā (pēc nozīmīguma): e-klasē, mutiski no kolēģim un savas nodaļas WhatsApp grupā.

Kur Jūs parasti saņemat informāciju par skolas aktivitātēm?

48 atbildes



10.att. Informācijas saņemšanas kanāli par citām skolas aktivitātēm. (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Emīla Dārziņa mūzikas skolā regulāri notiek dažādi koncerti un pasākumi, par ko ir svarīgi saņemt informāciju. Darbinieki vērtē, ka arī šajā gadījumā svarīgākie trīs informācijas kanāli ir (pēc nozīmīguma): e-klase, mutiski no kolēģiem un savas nodaļas WhatsApp grupā.

Lai uzzinātu Emīla Dārziņa mūzikas skolas darbinieku viedokli iekšējās komunikācijas uzlabošanas priekšlikumos, anketā iekļāvu brīvas atbildes sniegšanas iespēju. Darbinieku viedoklis, kas atkārtotās trīs reizes ir, ka skolas iekšējo komunikāciju uzlabotu biežāki neformāli svētki. 58,3% darbinieku atbildēja, ka kopā ar kolēģiem atzīmē svētkus vai svarīgus notikumus. Vairāki respondenti atbildēja, ka pēdējo gadu laikā iekšējā komunikācija Emīla Dārziņa mūzikas skolas darbinieku vidū ir stipri uzlabojusies un ir vērtējama pat kā lieliska.

Vairāki darbinieki sniedza specifiskus ierosinājumus un norādīja uz konkrētu jautājumu sakārtošanu, piemēram, Emīla Dārziņa koncertzāles lietojuma plānošanas sistēmas uzlabošana un nepieciešamību katra mācību semestra beigās ieviest sesijas laiku, kas atvēlēts specifiski mūzikas priekšmetu darbu kārtošanai.

Kvalitatīvā pētījuma sadaļa:

Lai gūtu pilnvērtīgu priekšstatu par iekšējo komunikāciju Emīla Dārziņa mūzikas skolā, autore izstrādāja un realizēja interviju ar skolas vadītāju Ivetu Lāci. Intervija notika 2023. gada decembrī rakstiskā

formātā.

Autore uzdeva sekojošos jautājumus:

1. Kāda ir iekšējās komunikācijas struktūra EDMS?
2. Kādus elektroniskos saziņas rīkus esat atzinuši par efektīvākajiem rakstiskā iekšējā komunikācijā?
3. Ņemot vērā, ka EDMS ir kā divi lieli kolektīvi - mūzikas priekšmetu un vispārizglītojošo priekšmetu pedagogi - kā Jūs vērtējat šo divu "kolektīvu" savstarpējo komunikāciju? Vai un kādā veidā notiek šo kolektīvu apvienošana, saliedēšana?
4. Kā Jūs kā vadītāja vērtējat iekšējo komunikāciju ar saviem darbiniekiem?
5. Kāds ir Jūsu novērtējums par darbinieku kopējo savstarpējo komunikāciju? Vai sastopaties ar sūdzībām par nepietiekamu vai neesošu komunikāciju darbinieku starpā?
6. Pieņemot, ka laba komunikācija uzlabo darba sniegumu, vai un cik bieži tiek izvērtēta EDMS iekšējā komunikācija?
7. Apmēram cik bieži sastopaties ar konfliktsituācijām darbinieku starpā un kāda ir konfliktsituāciju risināšanas prakse EDMS?
8. Kas, jūsuprāt, būtu jāuzlabo EDMS iekšējā komunikācijā?

Emīla Dārziņa mūzikas skolā ir noteikta iekšējā informācijas plūsmas struktūra.

Skolas vadītāja Iveta Lāce to raksturo šādi: “Visa oficiālā informācija notiek caur 3 informācijas kanāliem: NMV e-pasts, e-klases e-pasts un WhatsApp grupas, ko izveido pēc vajadzības. Man pienākošos informāciju saņemu no lietvedes (arī grāmatvedības, personāldaļas, dienesta viesnīcas utt.) vai NMV vadītāju sapulcēs. Tālāk informācija virzās: EDMS administrācijas sapulce (katru nedēļu), Metodiskās padomes sapulce (reizi mēnesī), tālāk pa nodaļām un metodiskajām komisijām darbiniekiem. Ir, protams, arī informācija, kas aiziet uzreiz visiem darbiniekiem (piemēram, ziņas par apdrošināšanu).”

Komunikācijas kanāli ir būtiski informācijas plūsmā, tādēļ jautāju vadītājai, kādi viņas uzskatā ir efektīvākie saziņas rīki darbinieku vidū?

Lāces kundze vērtē: “Nevaru pateikt, kuri ir efektīvākie, tiek lietoti visi trīs. Ir pedagogi, kas principiāli nelasa e-klases pastus. Vispār laikam jau WhatsApp grupas - info ir uzreiz, un izlasa visi.”

Emīla Dārziņa mūzikas skola ir specifiska ar to, ka darbinieki dalās it kā divos kolektīvos – ir vispārizglītojošo priekšmetu pedagogi un mūzikas priekšmetu pedagogi. Audzēkņiem nereti vispārizglītojošo stundu laikā notiek mēģinājumi vai ieskaite specialitātes instrumentu spēlē, kas aprūrina viena vai otra kolektīva darbu un potenciāli var ietekmēt savstarpējās kolektīvu attiecības.

Skolas vadītāja šo abu kolektīvu saskarsmi vērtē: “Man, droši vien visai augstprātīgi, šķiet, ka komunikācija starp šīm divām lielajām nometnēm aizvadīto gadu laikā ir uzlabojusies. Liela nozīme ir kopīgiem pasākumiem, kopīgiem projektiem, jaunajai zālei (jo nav vairs divu pušu, kur katra nometne ieņem savu) un tam, ka ienāk jauno pedagogu paaudze, kam šis vairs nav aktuāli.

Jautāta par savu komunikāciju ar skolas darbiniekiem, Iveta Lāce uzskata, ka: “Esmu pārliecināta, ka vislabākais komunikācijas veids ir saruna. Ja tev vajag cilvēkam ko pateikt, tad piecies, aizej pie viņa un aprunājies. Man liekas, ka es cenšos to darīt, kā arī vienmēr uzsvērt, ka manas durvis ir visiem atvērtas. Kas attiecas uz oficiālo informāciju - uzskatu, ka tā tiek nodrošināta. Vienmēr būs tā, ka zinās tikai tie, kas gribēs zināt, un to, ko gribēs zināt.”

Darbinieku savstarpējo komunikāciju vadītāja vērtē: “Domāju, darbinieku savstarpējā komunikācija vērtējama kā laba, bet vienmēr paturu prātā, ka varbūt es dzīvoju savā burbulī. Sūdzības par nepietiekamu komunikāciju uzpeld ik pa brīdim, visbiežāk tās ir par notikumu nesaskaņošanu, jo skolas dzīve ir ļoti intensīva, un mēdz pietrūkt laika vai aizdomāšanās par kādas informācijas nepieciešamību. Tas, kas būtu jāuzlabo, ir komunikācija NMV ietvaros, bet tas ir saistīts ar pārvaldības modeli.”

Lai zinātu, kāda ir organizācijas iekšējā komunikācija un savlaicīgi novērstu potenciālās problēmas, ir būtiski veikt tās vērtējumu. Jautāta par vērtējuma regularitāti, vadītāja atbild: “Nevaru teikt, ka tā notiek

plānveidīgi. Vadoties pēc iepriekšējā punkta, katrā reizē, kad uzpeld kādas nepilnības, situācija tiek izvērtēta un labota. Tā ir radies EDMS darba plāns e-klasē, WhatsApp grupas un dažādas īslaicīgākas un ilglaicīgākas sistēmas.”

Lai arī cik laba būtu iekšējā komunikācija, mēdz rasties problemātiskas situācijas. Jautāta par problēmsituāciju risināšanas praksi, Iveta Lāce atbild: “Pāris reizu gadā caurmērā varētu būt. Ir bijušas sūdzības par kāda darbinieka rupju izturēšanos, kā arī pretēji viedokļi par kādu notikumu vai parādību. Tādā gadījumā visbiežāk es vai kāda no vietniecēm iesaistās kā mediators un sarunās ar abām pusēm cenšas atrast kompromisu un risinājumu. Parasti jau izdodas, ja nē - nākas kādai no vadības pieņemt lēmumu un pateikt, ka būs tā. Ir arī tikusi iesaistīta skolas Ētikas komisija, kas izskata sūdzību, parasti, ja tā ir rakstiska.”

Saistībā ar komunikācijas uzlabojumiem skolas vadītāja vērtē: “Manuprāt, ar oficiālās informācijas piramīdu lielā mērā viss ir kārtībā. Drīzāk ir jautājums par tiešu, atklātu un savlaicīgu informācijas apmaiņu ikdienā skolas darbinieku starpā. Kā ar to aizstāt bezjēdzīgu burkšķēšanu pa kaktiem *viss ir slikti* garā tā vietā, lai pateiktu, ka ir problēma, kas visbiežāk vai nu tāda nav, vai arī ir ātri un vienkārši risināma. Tas ir arī jautājums arī par lojalitāti. Šī Rīga nekad nebūs gatava.” Emīla Dārziņa mūzikas skolas vadītāja sniedza vērtīgu ieskatu skolas iekšējā komunikācijā no vadītājas perspektīvas.

Secinājumi

Emīla Dārziņa mūzikas skolas darbinieki un vadītāja skolas iekšējo komunikāciju gan vertikālā, gan horizontālā līmenī vērtē kā samērā labu. Darbinieki jūtas sadzirdēti gan horizontālā, gan vertikālā komunikācijā. Komunikācijas kanāli ir atvērti un aktīvi.

Darbinieku saziņa ir vērtējama, kā pozitīva. Uz to norāda spēja pārrunāt problemātisku jautājumus, sniegt ierosinājumus risinājumiem – gan horizontālā, gan vertikālā komunikācijā.

Organizācijā informācija savstarpēji tiek pasniegta saprotamā veidā, taču ne vienmēr savlaicīgi.

Emīla Dārziņa mūzikas skolas darbinieki jūtas vadības sadzirdēti, vadītāja to veicina ar savu atvērto attieksmi runāt par jebkuru “sasāpējušu” jautājumu un “atvērto durvju” pieeju.

Skolas vadība informāciju darbiniekiem sniedz skaidri, taču ne vienmēr savlaicīgi. Tā ir kopējā skolas iekšējās komunikācijas tendence. Šajā jomā ir iespējami un vēlami uzlabojumi.

Iekšējās komunikācijas uzlabošanai un kolektīva saliedēšanai ieteicami neformāli pasākumi.

Darbinieku un vadības atzītie informācijas nodošanas kanāli ir skolas e-klase, mutiskā saziņa ar kolēģiem un nodaļu WhatsApp grupās. Gan darbinieku, gan vadītāja viedoklis sakrīt, līdz ar to ieteicams turpināt pielietot šos informācijas kanālus efektīvai un savlaicīgai informācijas apmaiņai.

Iekšējās komunikācijas izvērtēšana nenotiek regulāri, tādējādi potenciāli radot “viss ir slikti” attieksmi darbinieku vidū. Regulāras darbinieku aptaujas veicinātu arī specifisku jautājumu uzlabošanu.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Dubkēvičs, L. (2019). *Organizācijas kultūra, klimats un radošums*. Rīga: Raka

Kazaka, O. (2019). *Pirmā PR grāmata*. Rīga: Trendsetter Publishing

Svika, N. (2023). *Cilvēcīga vadība*. Rīga: Izdevniecība Zvaigzne ABC

DuFrene, D. (2012) *Corporate Communication Tactical Guidelines for Strategic Practice*. Unites States of America: Business Expert Press, LLC.

Ance Bole. IZDEGŠANAS SPECIFIKA PEDAGOĢIJAS NOZARĒ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Kultūras vadība"
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Izdegšana ir kļuvusi par diezgan apspriestu un pētītu tematu pēdējo gadu laikā. Izdegšana ir emocionāla, garīga un bieži arī fiziska izsīkuma stāvoklis, ko izraisa ilgstošs vai atkārtots stress. Lai gan visbiežāk to izraisa problēmas darbā, tā var parādīties arī citās dzīves jomās.

Pētījuma mērķis: ir izpētīt pedagogu izdegšanas cēloņus un sekas, kā arī identificēt iespējamus risinājumus, lai samazinātu izdegšanu pedagogu vidū.

Pētījuma metodes: pētījumā tika izmantotas divas galvenās metodes: literatūras analīze un aptauja.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti attēlo, ka gan literatūras analīzē, gan aptaujas rezultātos autore varēja redzēt, ka, lai spētu tikt galā ar izdegšanas problēmām pedagoģijas nozarē ir jāveic vairākas izmaiņas pedagogu darba ikdienā. Sīkāk autores ieteikumi būs aprakstīti secinājumu sadaļā.

Atslēgas vārdi: izglītība; pedagoģija; izdegšana.

Ievads

Izdegšana ir kļuvusi par diezgan apspriestu un pētītu tematu pēdējo gadu laikā. Izdegšana ir emocionāla, garīga un bieži arī fiziska izsīkuma stāvoklis, ko izraisa ilgstošs vai atkārtots stress. Lai gan visbiežāk to izraisa problēmas darbā, tā var parādīties arī citās dzīves jomās.

Pedagogu izdegšana ir ļoti aktuāla problēma mūsdienu izglītības sistēmā, kurai ir plašas negatīvas sekas gan individuālā, gan institucionālā līmenī. Pētījumi liecina, ka pedagogi saskaras ar augstu stresa līmeni, ko izraisa liels darba apjoms, sarežģītie darba apstākļi un nepietiekamais atbalsts no administrācijas. Izdegšana pedagogu vidū var novest pie veselības problēmām, samazinātas darba kvalitātes un palielinātas profesijas pamešanas tendences, kas savukārt ietekmē izglītības kvalitāti un skolēnu mācību sasniegumus. Tāpēc ir būtiski izprast izdegšanas cēloņus un sekas, kā arī atrast efektīvus risinājumus šīs problēmas mazināšanai. Vienīgais veids kā šo var izdarīt ir veicinot sarunas par šo tematu, veicot pētījumus un uzklusot pasniedzēju viedokli un skatījumu uz šo problēmu.

Šī pētījuma mērķis ir izpētīt pedagogu izdegšanas cēloņus un sekas, kā arī identificēt iespējamus risinājumus, lai samazinātu izdegšanu pedagogu vidū. Lai sasniegtu šo mērķi, tika izvirzīti šādi uzdevumi:

- Analizēt literatūru par pedagogu izdegšanu, izdegšanu kopumā, pedagogu stresa līmeņiem un iemesliem, identificējot galvenos cēloņus un sekas.
- Veikt aptauju starp pedagogiem, lai iegūtu datus par viņu pieredzi un skatījumu uz izdegšanu.
- Salīdzināt un apkopot iegūtos rezultātus, lai aplūkotu iegūtās informācijas kopskatu.
- Piedāvāt ieteikumus izdegšanas mazināšanai, balstoties uz pētījuma rezultātiem un secinājumiem.

Pētījumā tika izmantotas divas galvenās metodes: literatūras analīze un aptauja. Literatūras analīze tika

veikta, lai apkopotu jau esošo informāciju par pedagogu izdegšanu, identificējot galvenos cēloņus, sekas un risinājumus. Aptauja tika veikta, lai iegūtu datus no pašiem pedagogiem par viņu pieredzi un viedokļiem saistībā ar izdegšanu. Aptaujas dalībnieki tika izvēlēti izlases veidā no dažādām vispārīzglītojošajām un profesionālās izglītības skolām, un anketas tika aizpildītas tiešsaistē. Pētījuma ietvaros tiek aptaujāti pasniedzēji no dažāda līmeņa izglītības iestādēm par viņu izpratni par šo tematu un par viņu pašu izdegšanas pieredzi. Anketas bija anonīmas. Iekļauti jautājumi ar paplašinātu atbildžu izklāstu. Tiek veikta atbildžu apkopošana un to analizēšana.

Pētījuma rezultāti attēlo, ka gan literatūras analīzē, gan aptaujas rezultātos autore varēja redzēt, ka, lai spētu tikt galā ar izdegšanas problēmām pedagogijas nozarē ir jāveic vairākas izmaiņas pedagogu darba ikdienā. Sīkāk autores ieteikumi būs aprakstīti secinājumu sadaļā.

Analītiskais apskats

Izdegšana kā termins ir emocionāla, garīga un bieži arī fiziska izsīkuma stāvoklis, ko izraisa ilgstošs vai atkārtots stress. Lai gan visbiežāk to izraisa problēmas darbā, tā var parādīties arī citās dzīves jomās, piemēram, bērnu audzināšanā, aprūpē vai romantiskās attiecībās. (Burnout, 2024)

Profesionālā izdegšana ietver sevī pastāvīgu emocionālo izsīkumu, psiholoģisko distanci vai negatīvismu un neefektivitātes sajūtu - tas viss kopā veido stāvokli, kad ar darbu saistītie stresori netiek efektīvi pārvaldīti ar parasto atpūtu, ko nodrošina darba pārtraukumi, nedēļas nogales un brīvdienas (Pasaules Veselības organizācija, 2019)

Pētot iepriekš veiktos pētījumus citās pasaules vietās autore atrada, ka darba slodzes ietekme uz pedagogu stresa līmeni un noslieci uz izdegšanu ir labi dokumentēta problēma, jo īpaši ņemot vērā pieaugošās prasības, kas tiek liktas uz pasniedzēja profesiju. Šī paplašināšanās ir saistīta ar pedagogu pienākumu paplašināšanos sakarā ar pieaugošas atbildības pienākumiem. Darba slodzes raksturs ir sarežģīts, atspoguļojot daudzveidīgās lomas, ko pedagogi pilda savā profesionālajā darbībā. Ir izvirzīts apgalvojums, ka ir būtiski nošķirt uzdevumus, kas ir tieši saistīti ar mācīšanu, no uzdevumiem, kas ar to nav saistīti. Pierādījumi liecina, ka pedagogu emocionālā izsīkuma rašanās procesā izšķiroša nozīme ir ar mācībām saistīto uzdevumu apvienojumam un pedagoga un skolēnu mijiedarbības dinamikai. Pētījumā, kurā piedalījās Somijas skolotāji, atklājās, ka tie, kuri saskaras ar lielāku darba slodzi un vada lielākas klases, parasti ietilpst "engaged-burnout" jeb "iesaistīto-izdegušo" kategorijā. Šķiet, ka šajā kontekstā galvenie izdegšanas cēloņi ir sistēmiskas organizatoriskas problēmas izglītības iestādēs, piemēram, pieaugošais klašu skaits, mācību programmu straujās un biežas izmaiņas, strauja digitalizācija un valsts finansējuma samazināšana. Turpretī cits skatījums liecina, ka pedagogi varētu labāk izturēt ārējos stresorus, piemēram, darba slodzi, salīdzinājumā ar iekšējiem psiholoģiskajiem faktoriem. Turklāt mijiedarbība starp darba slodzi, skolēnu uzvedības problēmām un konfliktiem starp darbu un ģimenes dzīvi ir saistīta ar pedagogu apsvērumiem par aiziešanu no profesijas, ko mediē emocionālā izsīkuma pakāpe, ko viņi piedzīvo. (Carroll et al., 2022)

Pētot pandēmijas ietekmi uz pedagogu izdegšanu ir atklāts, ka ir tieša sakarība starp paaugstinātu stresu un augstāku emocionālā izsīkuma un izdegšanas līmeni pedagogu vidū. Pieaugot stresa līmenim, bija tendence samazināties personiskajai apmierinātībai un apmierinātībai ar savu darbu. Pedagogi, kuri piedzīvoja kognitīvus traucējumus, fiziskas kaites un nervozitāti, ziņoja par zemāku personisko apmierinātību un lielāku emocionālo spriedzi. Iepriekšējie pētījumi, tostarp pētījumi par Venecuēlas un Portugāles skolotājiem, saskan ar šiem secinājumiem, norādot uz ciešu saikni starp stresa uztveri, izdegšanas simptomiem un samazinātu personisko apmierinātību. Izdegšanas sindroms rodas, kad mehānismi tikšanai galā ar situāciju neizdodas, izraisot emocionālu izsīkumu, negatīvu attieksmi un negatīvas izjūtas. (Rubilar & Oros, 2021)

Lasot par profesionālo izdegšanu tika konstatēts, ka profesionālais stress rodas, ja ir neapmierinātība vai ierobežojumi vidē, kurā tas tiek īstenots; ja personas sagatavošana ir pārtraukta pirms perona ir pabeigusi sagatavoties, kā arī pasliktinās pedagoga vitalitāte radītā stresa dēļ. Izdegšanas sindroms ir reakcija uz

hronisku profesionālo stresu. Problēmas, kas izceļas izdegšanas sindromā, ir saistītas ar stresa līmeni un bezmiegu. No šī var secināt, ka izdegšanas sindroms mēdz būt izteiktāks pedagogiem, jo viņiem ir tiešs kontakts ar cilvēkiem; arī pašreizējie ekonomiskie un politiskie faktori tieši ietekmē viņu ikdienas darbības attīstību; tādējādi, visiem šiem faktoriem apvienojoties, ir iespējams ciest no izdegšanas. (Ortiz et al., 2021)

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma datu ieguvei tika izmantota kombinēta pieeja, apvienojot kvalitatīvās un kvantitatīvās metodes. Šāda pieeja tika izvēlēta, lai pēc iespējas plašāk izprastu pedagogu izdegšanas biežumu, cēloņus, skatu uz šo tematu, kā arī lai dzirdētu iespējamus risinājumus no pašu pedagogu puses.

Viena no datu ieguves metodoloģijām bija literatūras avotu analīze. Literatūras avoti tika aplūkoti vairāki avoti gan par izdegšanu kā terminu un vispārīgu mentālās veselības parādību, gan arī par izdegšanu tieši pedagogijas nozarē. Tika aplūkoti dažāda veida avoti, tai skaitā, elektroniskie avoti, zinātniskie raksti no žurnāliem, iepriekš, citu autoru veikti pētījumi un diskusijas. Ņemot vērā, ka diskusijas par pedagogu izdegšanu un izdegšanu kopumā sāka apsvērtas un pētītas diezgan nesenā laika posmā, tad arī visi izmantotie literatūras avoti ir salīdzinoši jauni - ne vecāki par desmit gadiem. Autore lielāko daļu no avotiem aplūkoja angļu valodā, jo Latvijā vēl ir nepieciešams veicināt šo sarunu un pētījumus par šo tēmu.

Otrā pētījuma datu ieguves metode bija aptaujas izveide un izplatīšana. Aptaujas metodi autore izvēlējās, jo ar šo metodi var iegūt atbildes tieši no aplūkotās sabiedrības grupas. Šīs aptaujas mērķauditorijai pa lielam bija tikai viens liels kritērijs - dalībniekiem bija jābūt pasniedzējiem vai pedagogiem kādā izglītības iestādē Latvijā. Nedz vecums nedz dzimums netika ņemts vērā izplatot aptauju pēc tās izveides. Aptauja bija digitāla un pilnīgi anonīma, bet aptaujas beigās tika iekļauts izvēles jautājums kur aptaujātie varēja atstāt savu e-pastu, lai pēc pētījuma beigām varētu saņemt rezultātu apkopojumu.

Aptaujas aizpildei autore izvēlējās 3 dažāda līmeņa izglītības iestādes no dažādiem Latvijas reģioniem, lai iegūtu daudzveidīgus rezultātus. Aptauja tika izplatīta to nosūtīt izglītības iestāžu direktoriem, pievienojot linkam e-pastu ar pētījuma mērķu izskaidrojumu un idejas aprakstu. Šajā e-pastā tika palūgta direktoru palīdzība aptaujas izplatīšanai savu skolas pedagogu starpā un arī direktoriem tika piedāvāta iespēja saņemt pētījuma rezultātu kopsavilkumu pētījuma beigās.

Aptaujas aizpilde bija pilnīgi brīvprātīga izvēle katram pasniedzējam, kurš saņēma šo aptauju savā skolas e-pastā. Kopā no visām trīs izglītības iestādēm tika savāktas 53 atbildes.

Aptauja sastāvēja no divām daļām - pirmā bija jautājumi par pētījuma tēmu un aptaujāto viedokli un otrā daļa bija demogrāfiska tipa jautājumi. Kopā aptauja sastāvēja no vienpadsmit obligāti aizpildāmiem jautājumiem un beigās bija viens izvēles jautājums, kas bija iespēja atstāt savu e-pastu beigu apkopojuma saņemšanai.

Aptaujas datu analīze tika veikta visas atbildes aplūkojot kopskatā un aplūkojot rezultātu diagrammas un brīvo atbilžu sarakstus.

Pētījuma metodoloģijas lielākie ierobežojumi bija laika limits pētījuma izpildei, valodas limiti dažiem no avotiem, pasniedzēju vēlme piedalīties pētījumā atbildot uz aptauju, kā arī pedagogu subjektivitāte atbildot uz aptaujas jautājumiem.

Pētījuma rezultāti

Liela daļa no pētījuma rezultātiem tika iegūti no izveidotās un izplatītās aptaujas. Pirmais jautājums aptaujā bija atvērta tipa jautājums "Kas Jums pirmais ienāk prātā, izdzirdot jēdzienu "izdegšana" pedagogijas kontekstā?". Uz šo jautājumi bija daudz dažādas atbildes. Lūk, visbiežāk minētās atbildes:

- Pārslodze
- Depresija
- Nogurums un nevēlēšanās iet uz darbu
- Pedagoģi, kurš bļauj uz skolēniem
- Motivācijas trūkums
- Ārsta vizīte
- Veselības problēmas
- Darbs ārpus apmaksātā darba laika
- Riebums pret darbu, skolēniem, kolēģiem un sevi
- Apnikums un apātija

Otrais jautājums bija vairāku atbilžu variantu jautājums “Kādi, Jūsprāt, ir nozīmīgākie izdegšanas faktori?” Šajā jautājumā respondentiem bija iespēja izvēlēties vairākus variantus. Top 3 atbildes bija:

- 1) Darba slodze (35 (66%))
- 2) Izmaiņas izglītības sistēmā (30(56.6%))
- 3) Atbalsta trūkums / Nespēja nodrošināt darba un dzīves līdzsvaru (23(43.4%))

Trešais jautājums bija par Covid-19 pandēmijas ietekmi uz izdegšanu. Šajā jautājumā vairāk par trīs ceturtdaļām atbildēja, ka pandēmijai bija ietekme uz izdegšanu.

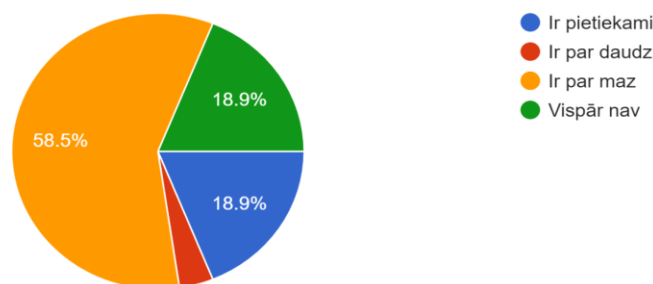
Ceturtais jautājums bija “Vai Jūs uzskatāt, ka izglītības jomā ir pietiekami daudz informācijas un diskusiju par izdegšanu un izpratne par šīs problēmas novēršanu?” Uz šo jautājumu atbildes varianti bija:

- Ir pietiekami
- Ir par daudz
- Ir par maz
- Vispār nav

Nākošajā attēlā (1. att.) ir attēlota diagramma ar šī jautājumu atbildēm. Aptuveni trīs ceturtdaļas no respondentiem gribētu, lai ir vairāk diskusijas un informācijas par izdegšanu.

Vai Jūs uzskatāt, ka izglītības jomā ir pietiekami daudz informācijas un diskusiju par izdegšanu un izpratne par šīs problēmas novēršanu?

53 responses



1. att. Ceturtā jautājuma rezultātu diagramma (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Nākošais jautājums bija “Vai Jūs saņemat pietiekamu atbalstu no izglītības iestādes vadības?” Šeit bija atbilžu iespējas;

- Nezinu
- Drīzāk nē
- Nē
- Drīzāk jā
- Jā.

Šeit aptuveni divas trešdaļas no respondentiem atzīmēja, izvēli “jā” un “drīzāk jā”. Sestais jautājums atkal bija ar iespēju izvēlēties vairākas opcijas. Jautājums bija “Kādus pasākumus varētu veikt Jūsu izglītības iestādes vadība, lai labāk atbalstītu skolotājus garīgās veselības un labklājības jautājumos?” Lūk ir top trīs atbildes:

- 1) Nodrošināt stresa kontroles mācības (31 (58.5%))
- 2) Veicināt atvērtu komunikāciju kolektīvā (27 (50.9%))
- 3) Ievērot darba laika un slodzes ierobežojumus (25 (47.2%))

Septītais jautājums atkal bija ar iespēju izvēlēties vairākas opcijas. Jautājums bija “Kādas, Jūsaprāt, ir darbības, ko pedagogi paši var veikt, lai pasargātu sevi no izdegšanas ikdienas darbā?” Lūk ir top trīs atbildes:

- 1) Rūpēties par savu mentālo veselību (43 (81.1%))
- 2) Noteikt skaidras darba robežas (42 (79.2%))
- 3) Rūpēties par savu fizisko veselību (38 (71.7%))

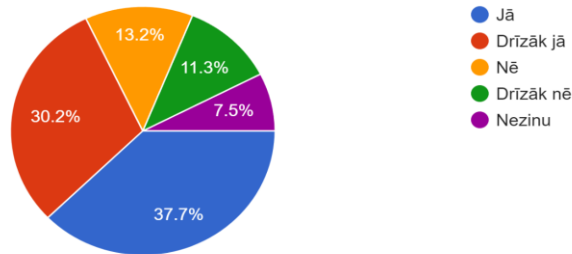
Astotais jautājums bija “Vai Jums personīgi ir bijuši izdegšanas simptomi Jūsu pedagoga karjerā?” un atbilžu varianti atkal bija

- Jā
- Drīzāk jā
- Nē
- Drīzāk nē
- Nezinu

Šī jautājuma atbildes ir attēlotas zemāk esošajā attēlā (2.att.) Var redzēt, ka vairāk par pusi no respondentiem atzīmēja atbilžu izvēles “jā” un “Drīzāk jā”.

Vai Jums personīgi ir bijuši izdegšanas simptomi Jūsu pedagoga karjerā?

53 responses



2.att. Septītā jautājuma rezultātu diagramma (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

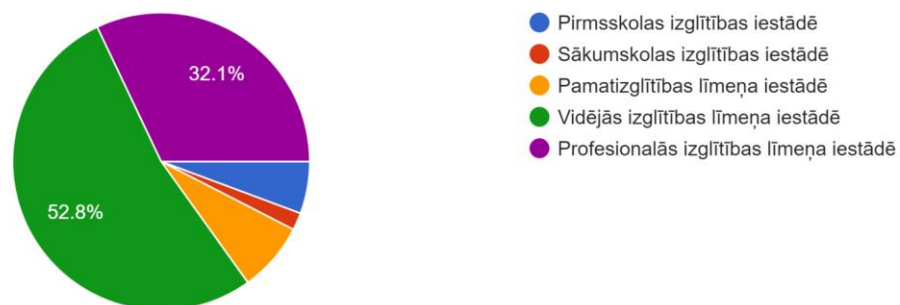
Tālāk no devītā jautājuma līdz vienpadsmitajam jautājumam ir demogrāfiska tipa jautājumi. Pirmais no tiem ir “Kāda līmeņa izglītības iestādē Jūs strādājat?” ar atbildēm:

- Pirmsskolas izglītības iestādē
- Sākumskolas izglītības iestādē
- Pamatizglītības līmeņa iestādē
- Vidējās izglītības līmeņa iestādē
- Profesionālās izglītības līmeņa iestādē

Nākošajā attēlā (3.att.) var redzēt atbildes uz šo jautājumu un var redzēt, ka visvairāk respondenti strādā vidējās izglītības līmeņa iestādē.

Kāda līmeņa izglītības iestādē Jūs strādājat?

53 responses



3.att. Devītā jautājuma rezultātu diagramma (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Desmitais jautājums ir “Kāds ir Jūsu pedagoģiskais stāžs?” un atbilžu varianti bija:

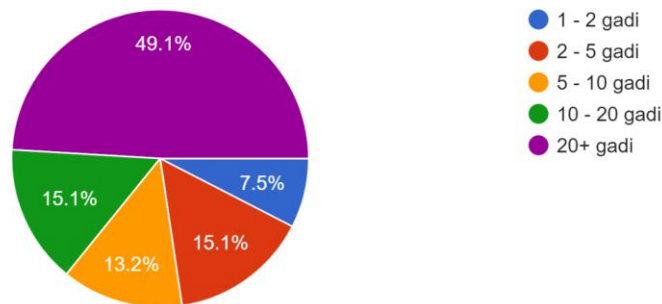
- 1 - 2 gadi
- 2 - 5 gadi

- 5 - 10 gadi
- 10 - 20 gadi
- 20 + gadi

Lielākā daļa atbilžu, kā var redzēt attēlā (4.att.) ir 20 + gadu stāžs un šis attēlo sen zināmo faktu, ka trūkst jaunu pasniedzēju pedagoģijas nozarē.

Kāds ir Jūsu pedagoģiskais stāžs?

53 responses



4.att. Desmitā jautājuma rezultātu diagrammas (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pirmspēdējais jautājums bija par respondentu vecumu atbilžu iespēju iedalījuma bija:

- <20
- 21 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 50>

Biežākā atbilde bija 50 > gadi. Šie dati sakrīt ar jautājumu par respondentu pedagoģisko stāžu (4.att.).

Pats pēdējais jautājums bija vienīgais izvēles jautājums un tas bija “Ja vēlies iepazīties ar pētījuma rezultātiem, ieraksti savu e-pastu.” Uz šo jautājumu atbildēja 12 respondenti atstājot savu e-pasta adresi un pētījuma beigās apkopotie rezultāti tiks apkopoti un nosūtīti interesentiem un atstātajām e-pasta adresēm.

Literatūras analīzes laikā autore atrada datus, kas vēlāk arī sakrita ar atbildēm, kas tika iegūtas aptaujas rezultātos un sakrīt ar augstāk aprakstītajiem rezultātiem.

Secinājumi

Šis pētījums un tā rezultāti deva autorei iespēju dziļāk izprast skolotāju izdegšanas cēloņus, sekas un deva iespēju nonākt pie iespējamiem risinājumiem. Pamatojoties uz veiktās literatūras analīzes un aptaujas datiem, var izdarīt vairākus būtiskus secinājumus, kas palīdzēs izstrādāt efektīvas stratēģijas skolotāju izdegšanas mazināšanai.

- 1) Izdegšanas cēloņi gan literatūras analīzē, gan aptaujā norādīja uz līdzīgiem izdegšanas cēloņiem pasniedzēju vidū Galvenokārt tie bija pārmērīgs darba apjoms, emocionāls spiediens un stress no izmaiņām izglītības sistēmā.
- 2) Kā izdegšanas sekas gan literatūrā, gan aptaujā tika norādīts, ka izdegšana izraisa ilgstošas veselības problēmas, samazinātu motivāciju un profesionālo efektivitāti, kā arī nepatīkamas emocijas pret darbu un kolēģiem.
- 3) Iespējamie risinājumi no autores puses varētu būt:
 - jāizveido atbalsta sistēmas, kas ietver regulāras konsultācijas ar speciālistiem par mentālo veselību un izdegšanu, kā arī mentoru programmas un profesionālās attīstības programmas
 - jāsniedz praktiskas apmācības un risinājumus darbā ar skolēniem un stresa vadību
 - jāveic pasākumi, lai uzlabotu darba apstākļus, piemēram, nodrošinot labākus mācību resursus un tehnisko atbalstu
 - jāizstrādā politikas, kas veicina darba un privātās dzīves līdzsvaru, lai nodrošinātu, ka pedagogi spēj arī atslēgties no darba stresa pirms nākošās darba dienas
 - pētījumu veikšana un diskusiju veicināšana par šo tematu, lai samazinātu sabiedrības stigmatu un palielinātu pedagogiem pieejamo resursu daudzumu izdegšanas gadījumā.

Izdegšana ir nopietna problēma pedagogu vidū, kas prasa apvienotu pieeju, apvienojot administratīvo atbalstu, profesionālo attīstību un darba apstākļu uzlabošanu. Jāatceras arī, ka izdegšanai ir ilgtermiņa fiziskās un mentālās veselības problēmu sekas un, ja šis temats netiks apspriests un pētīts vairāk nebūs arī iespēju uzlabot jau esošo situāciju pedagogijas nozarē. Šī pētījuma rezultāti sniedz vērtīgu ieskatu izdegšanas cēloņos, sekās un iespējamajos risinājumos, palīdzot veidot efektīvākas stratēģijas skolotāju labsajūtas uzlabošanai.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

- Arvidsson, I., Leo, U., Larsson, A., Håkansson, C., Persson, R., & Björk, J. (2019). *Burnout among school teachers: quantitative and qualitative results from a follow-up study in southern Sweden*. BMC Public Health, 19(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-019-6972-1>
- Burnout*. (2024, June 27). Psychology Today. <https://www.psychologytoday.com/intl/basics/burnout>
- Carroll, A., Forrest, K., Sanders-O'Connor, E., Flynn, L.M., Bower, J.M., Fynes-Clinton, S., York, A., & Ziaei, M. (2022). *Teacher stress and burnout in Australia: examining the role of intrapersonal and environmental factors*. Social Psychology of Education, pp. 1 - 29
- ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics*. (n.d.). <https://icd.who.int/browse/2024-01/mms/en#129180281>
- Lobo Ortiz, V., Castañeda Bustos, Y.V., & Rivera Porras, D. (2023). *Systematic Review on Stress, Insomnia and Burnout Syndrome in Secondary School Teachers*. Revista UNIMAR.
- Madigan, Daniel J. and Kim, Lisa E. (2020) *Does Teacher Burnout Affect Students? A Systematic Review of its Association with Academic Achievement and Student-Reported Outcomes*. International Journal of Educational Research, 105 (101714).
- Rubilar, N.V., & Oros, L.B. (2021). *Stress and Burnout in Teachers During Times of Pandemic*. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.756007>

Alise Alupa. IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA ZIEMEĻRĪGAS KULTŪRAS APVIENĪBĀ

*Ekonomikas un Kultūras augstskola
Studiju programma "Kultūras Vadība"*

E-pasts: alisealupa@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente, Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Organizācijas iekšējā komunikācija lielā mērā nosaka organizācijas veiksmīgu attīstību un tās kultūru, neatkarīgi no organizācijas darbinieku skaita, darbības veida un izvirzītajiem mērķiem, tā nodrošina personāla iesaisti organizācijas darbībā, personāla un arī pašas organizācijas attīstību un pilnveidi. Veiksmīga iekšējā komunikācija ir viens no svarīgākajiem komponentiem organizācijas darbībā. Ir dažādi iekšējās komunikācijas veidi, tā var būt gan saziņa e-pastā, elektroniski, gan klātienē sarunas, sanāksmes, katram iekšējās komunikācijas veidam ir savi pozitīvie un negatīvie ieguvumi. Ziemeļrīgas kultūras apvienība ir trīs lielāko ziemeļrīgas kultūrvietu – VEF kultūras pils, Mežaparka Lielās estrādes un Ziemeļblāzmas kultūras pils – apvienība, kurā ir ļoti daudz darbinieki un viņu iekšējai komunikācijai jābūt veiksmīgai, lai saglabātu apvienības vienoto garu organizācijas kultūrā un individuālās īpašības katras kultūrvietas pasākumos.

Pētījuma mērķis: šī pētījuma mērķis ir noskaidrot Ziemeļrīgas kultūras apvienības iekšējās komunikācijas komponentus, tā rezultātus, vai tas norit sekmīgi vai nesekmīgi, tā ietekmi uz personālu un pašu uzņēmumu.

Pētījuma metodes: pētījumā izmantotās metodes ir intervijas un anketēšana. Pētījuma mērķauditorija ir Ziemeļrīgas kultūras apvienības kultūrvietu vadītāji un personāls. Anketa tiks izplatīta ar Ziemeļrīgas kultūras apvienības vadītāju palīdzību. Autore intervijas veiks ar Ziemeļrīgas kultūras apvienības kultūrvietu vadītājiem par iekšējo komunikāciju apvienībā, tā rezultātiem un nozīmi organizācijas attīstībā.

Sasniegtie rezultāti: iegūtie rezultāti liecina par diezgan veiksmīgu iekšējo komunikāciju Ziemeļrīgas kultūras apvienībā, taču, nereti, nepieciešamā, aktuālā informācija netiek nodota visiem iesaistītajiem darbiniekiem, radot informācijas trūkumu. Pētījuma laikā tika noskaidrota Ziemeļrīgas kultūras apvienības iekšējās komunikācijas komponenti, tās kvalitāte un efektivitāte, ietekme uz darba vidi, tās kultūru un apvienības attīstību.

Atslēgas vārdi: personāls; iekšējā komunikācija; komunikācija; organizācijas kultūra.

Ievads

Katras organizācijas veiksmīgai darbībai ir nepieciešama veiksmīga, ātra, viegla iekšējā komunikācija, tā palīdz ne tikai organizācijai attīstīties ilgtermiņā un nodrošināt lielāku darba efektivitāti, bet arī palīdz darbiniekiem attīstīties profesionāli. Organizācijas iekšējai komunikācijai jāatbilst organizācijas mērķiem, vīzijai un darbības virzienam. Ziemeļrīgas kultūras apvienība ir 3 ziemeļrīgas lielāko kultūras centru apvienība, kas izveidota 2021. gada 17. augustā, tajā ietilpst VEF Kultūras pils, Mežaparka lielā estrāde un kultūras pils "Ziemeļblāzma". Apvienības darbība vērsta uz katras kultūrvietas individuālo mērķu un vīziju izpildi, kā arī, vienlaikus vienoto mērķu un vīziju veicināšanu. Ņemot vērā to, ka

apvienībā ir 3 lielas kultūrvietas, katra ar saviem darbiniekiem, ir dažādi darbinieku līmeņi, kas iesaistīti pasākumu un projektu realizācijā, nereti pārklājoties darbības laukiem. Pētījuma mērķis ir noskaidrot Ziemeļrīgas kultūras apvienības iekšējās komunikācijas komponentus, to rezultātus, vai tas norit sekmīgi vai nesekmīgi, to ietekmi uz personālu un apvienību. Pētījuma uzdevumi izpētīt teorētisko literatūru par iekšējo komunikāciju un tās komponentiem, analizēt iekšējo komunikāciju Ziemeļrīgas kultūras apvienībā un apkopot iegūtos rezultātus. Darba autore izvirzīja hipotēzi, ka apvienībā iekšējā komunikācija ir labā līmenī, taču ir nepieciešami uzlabojumi, jo nereti nepieciešamā informācija netiek nodota visiem iesaistītajiem darbiniekiem. Pētījumā tika izmantota anketēšana Ziemeļrīgas kultūras apvienības darbiniekiem un intervija ar Ziemeļrīgas kultūras apvienības direktores vietnieci Lienu Bogatirēviču. Rezultāti apstiprina darba autores izvirzīto hipotēzi un piedāvā priekšlikumus Ziemeļrīgas kultūras apvienības iekšējās komunikācijas veicināšanai.

Analītiskais apskats

Organizācijas iekšējā komunikācija ir viena no svarīgākajām funkcijām uzņēmuma veiksmīgā darbībā (What is..., 2024). Veiksmīga uzņēmuma iekšējā komunikācija veicina ne tikai darba vides kultūru, bet arī organizācijas attīstību ilgtermiņā. Iekšējā komunikācija sevī ietver metodes, kuras organizācija izmanto, lai komunicētu darbinieku starpā (What is..., 2024). Pēc autores domām, katram darbiniekam, atkarībā no vecuma, darbinieka līmeņa un organizācijas mērķiem nepieciešams nedaudz atšķirīgāks komunikācijas stils, jo katrs darbinieks ir individuāls un ne vienmēr visiem der viena komunikācijas “formula”. Iekšējā komunikācija var būt gan formāla, gan neformāla, dažreiz arī jauktā tipa. Ir 5 galvenie iemesli kādēļ iekšējā komunikācija ir svarīga uzņēmumos – darbinieku informēšana, veido un uztur organizācijas kultūru, veido priecīgāku, motivētāku darbaspēku, uzlabo efektivitāti un produktivitāti, atbalsta pārmaiņas un dinamiku darbaspēkā (Engage, 2024). Galvenais iemesls, protams, ir darbinieku informēšana, ko var uzskatīt arī par iekšējās komunikācijas mērķi – nodot informāciju darbinieku starpā vai no vadības dažādiem darbinieku līmeņiem. Organizācijas kultūras veidošana un uzturēšana, balstoties uz Roberta Halfa pētījuma, 91% no vadītājiem uzskata, ka darbinieka pieskaņošanas organizācijas kultūrai ir tikpat svarīga cik darbinieka prasmes un spējas izpildīt darbu (Internal Comms, 2024). Bez veiksmīgas iekšējās komunikācijas nav iespēja vienota organizācijas kultūra un vide, caur komunikāciju ir darbiniekam ir iespēja vieglāk adaptēties darba videi, izprast kolēģus, vadību un vidi, kurā jāstrādā. Iekšējā komunikācija arī veido priecīgāku, motivētāku darbaspēku, komunikācija veicina kontaktu veidošanu, 70% darbinieku atzīst, ka viens no svarīgākajiem elementiem darba vietā ir draugi, cilvēki, ar kuriem var parunāties, komunicēt, tas padara darba dienu vieglāku un darbiniekiem ir lielāka motivācija apmeklēt darba vietu un efektīvāk strādāt uzdotos uzdevumus (Engage, 2024). Autore piekrīt šim apgalvojumam un uzskata, ka draugu un labu kontaktu iegūšana darba vietā, darbiniekiem sniedz lielāku motivāciju darba izpildei laikus un kvalitatīvi, tas arī palīdz veidot veiksmīgāku komandu, kas labāk sastrādājas. Kā jau iepriekš minēts, iekšējā komunikācija uzlabo uzņēmuma darbinieku darba efektivitāti un produktivitāti. Iekšējā komunikācija arī atbalsta pārmaiņas, jo ņemot vērā pēdējo gadu traģiskos notikumus, piemēram, pandēmiju, visam nācās mainīties, tostarp, iekšējai komunikācijai organizācijās. Taču, šim procesam adaptēties mainīgajiem apstākļiem nebija tik grūti, modernās tehnoloģijas bija palīgs. Šobrīd, lielākā daļa darbinieku un darba ņēmēju pieprasa, lai darba vietā ir pieejams attālinātais darbs (Engage, 2024). Iekšējai komunikācijai ir dažādi veidi, taču Stjuarts Sinklairs ir izvirzījis 7 galvenos, tie ir vadītājs ar darbinieku, darbinieks ar vadītāju, darbinieks ar darbinieku, informācijas piegāde, kultūras komunikācija, izmaiņu vadība un krīžu vadība (Sinclair, 2023). Šī pētījuma ietvaros, autore izvēlējusies pētīt pirmos divus veidus – vadītājs darbiniekam un darbinieks vadītājam. Vadītājs darbiniekam ir standarta komunikācijas veids darba vietā, tas parasti ir formālajā, oficiālajā stilā, tā ir informācijas nodošana no vadības – augstākā līmeņa darbiniekiem – uz zemāka līmeņa darbiniekiem. Šajā veidā visbiežāk saziņai un informācijas nodošanai tiek izmantots e-pasts, kas rada drīzāk bezpersonisku komunikāciju, kas darbiniekiem neizraisa uzticību darba vietas vadītājiem (Sinclair, 2023). Lai veidotu personiskāku, tuvāku un saliedētāku darba vietu un komunikāciju, vadībai vajadzētu veidot vairāk sanāksmes vai video zvanus, lai darbiniekiem nav sajūta, ka komunikācija ir

bezpersoniska, nesasniedzama. Video zvani, pēc autores domām, varētu būt labāks variants iekšējās komunikācijas uzturēšanai organizācijā, jo tie ir ātri, efektīvi, lai tos apmeklētu nav jāatrodas konferences telpā vai vietā, kur darbinieks nejūtas ērti, viņš var atrasties mājās un kvalitatīvi saņemt informāciju no vadības. Darbinieks ar vadītāju iekšējās komunikācijas veids ir darbinieka domu, ideju, atgriezeniskās saites sniegšana vadībai, tā vadībai sniedz ieskatu darbinieka vēlmēs un pašsajūtā darba vietā. Lai uzlabotu šo iekšējās komunikācijas veidu, organizācijas vadībai vajadzētu vairāk iesaistīties attiecībās ar darbiniekiem, komunicēt ar viņiem un tā veidot iekļaujošāku darba vidi, kurā darbinieki redz, ka vadība cenšas veicināt veiksmīgu iekšējo komunikāciju un uzklausa viņu sniegto atgriezenisko saiti. Ziemeļrīgas kultūras apvienība ir trīs Rīgas valstspilsētas pašvaldības Ziemeļu teritorijā esošo lielāko kultūras centru apvienības, kas izveidota 2021. gada 17. augustā. Ziemeļrīgas kultūras apvienība sevī ietver VEF Kultūras pili, kultūras pili “Ziemeļblāzma” un Mežaparka lielo estrādi ar tās apkārtējo teritoriju un Zaļo teātri. Ziemeļrīgas kultūras apvienība, ņemot vērā katras vietas kultūrvēsturisko nozīmi un saturu, īstenojusi vienotu stratēģisko redzējumu, kas akcentē laikmetīgumu, vēsturi un inovatīvas tehnoloģijas (Ziemeļrīgas..., 2023). Tā kā Ziemeļrīgas kultūras apvienībā ietilpst trīs lielas kultūrvietas un ļoti daudzi dažādu līmeņu darbinieki, tās iekšējai komunikācijai jābūt ļoti veiksmīgai, lai ne tikai tiktu izpildīti visi apvienības mērķi un uzdevumi, bet arī informācija sasniegtu visus darbinieku līmeņus un kultūrvietas varētu veiksmīgi sadarboties savā starpā.

Pētījuma metodoloģija

Pētījumā izmantotās metodes bija anketēšana un intervija. Darba autore izstrādāja anketu, kas paredzēta Ziemeļrīgas kultūras apvienības darbiniekiem (skat. 1. pielikumu). Anketas aizpildīšanā piedalījās 16 Ziemeļrīgas kultūras apvienības darbinieku. Skatoties pēc atbilžu un apvienības darbinieku skaita, var secināt, ka Ziemeļrīgas kultūras apvienības darbinieki ne labprāt aizpilda anketas. Autore anketu izstrādāja izmantojot 16 gan slēgtā tipa, gan atvērtā tipa jautājumus, jo ar to palīdzību ir iespējams noteikt precīzu respondentu attieksmi uz jautājumu, kā arī dziļāk izprast katra respondenta attieksmi. Anketēšana tika veikta anonīmi un rezultāti tika izmantoti tikai apkopotā veidā. Iegūtie dati tika apstrādāti, izanalizēti un apkopoti diagrammās. Anketu, kā jau iepriekš tika minēts, aizpildīja 16 Ziemeļrīgas kultūras apvienības darbinieki, no kuriem lielākā daļa – 11, jeb 68,8% bija sievietes, 4, jeb 25% vīrieši un viens respondents izvēlējās nenorādīt savu dzimumu. 37,5%, jeb 6 respondenti bija vecumā no 41 līdz 55 gadiem, 5, jeb 31,3% respondenti – vecumā no 26 līdz 40 gadiem, 18,8%, jeb 3 respondenti bija vecumā zem 25 gadiem un 2, jeb 12,5% - vecumā virs 56 gadiem. Pārsvarā, 11 respondenti, jeb 68,8%, biežāk uzturas VEF Kultūras pilī, ceturtdaļa respondentu visbiežāk uzturas Mežaparka lielajā estrādē un tikai 1, jeb 6,3% visbiežāk atrodas kultūras pilī “Ziemeļblāzma”. Autore uzskatīja, ka respondentu izglītības līmenis arī varētu būt ietekmējošais faktors iekšējās komunikācijas kvalitātei un stilam, tāpēc noskaidroja arī respondentu izglītības līmeni – lielākā daļa – 13, jeb 81,3% respondentu ir augstākā izglītība, 2 respondentiem, jeb 12,5% ir vidēji profesionālā izglītība un tikai 1 respondentam, jeb 6,3% ir vidējā izglītība.

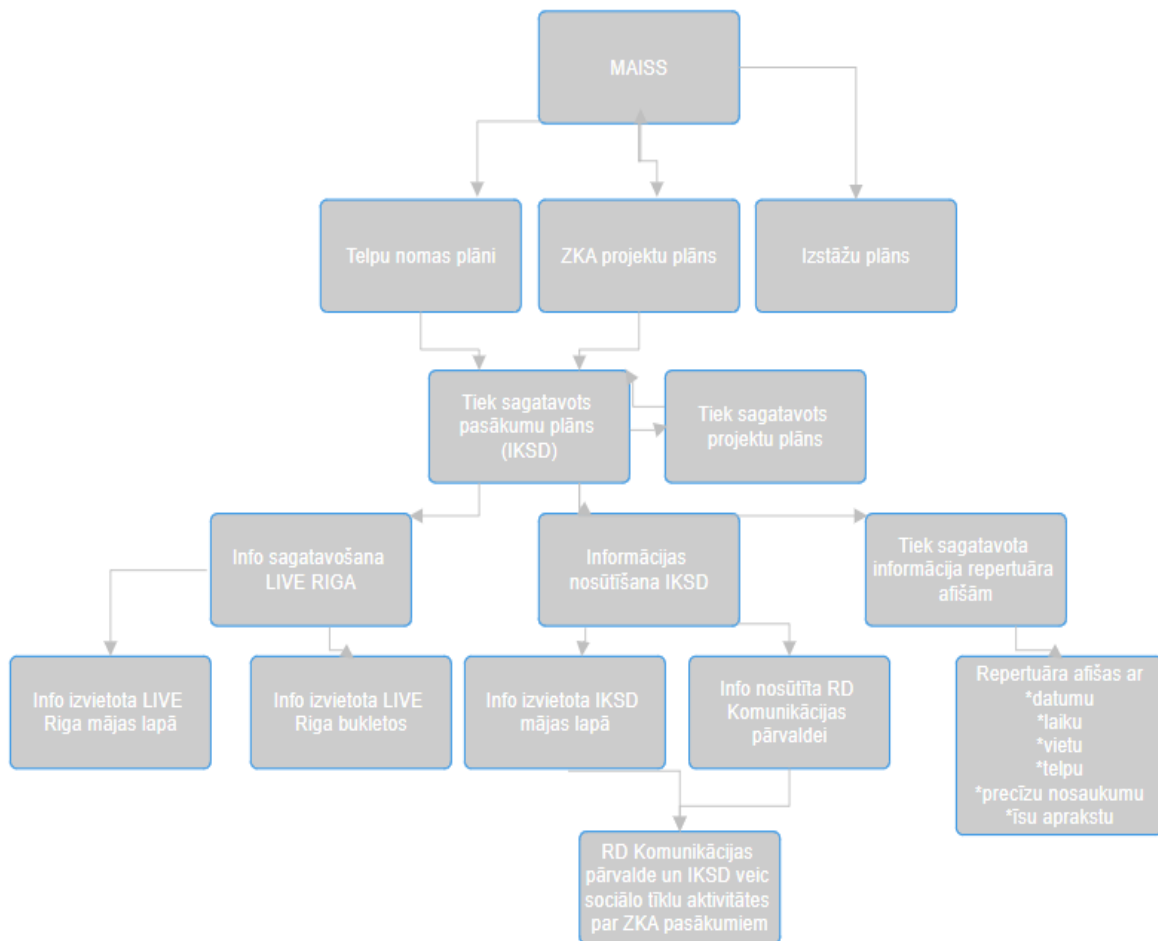
Intervija bija ar Ziemeļrīgas kultūras apvienības direktores vietnieci Lienu Bogatirēviču. Intervijas laikā tika noskaidrota direktores vietnieces attieksme uz 9 jautājumiem.

Pētījuma rezultāti

Intervijā ar Ziemeļrīgas kultūras apvienības direktores vietnieci Lienu Bogatirēviču autore noskaidroja Ziemeļrīgas kultūras apvienības administrācijas viedokli par iekšējās komunikācijas kvalitāti, nozīmi un iniciatīvām tās veicināšanai. Pirmais intervijas jautājums bija “Kā Jūs novērtējat pašreizējo iekšējo komunikāciju Ziemeļrīgas kultūras apvienībā?”. Liena autori iepazīstināja ar komunikācijas, informācijas nodošanas shēmu apvienībā. Tā ir paredzēta, lai ikviens Ziemeļrīgas kultūras apvienības darbinieks tiktu informēts par notiekošo, izmaiņām un aktuālo informāciju apvienības darbībā, pasākumos. Taču šī informācijas nodošanas shēma, pēc autores domām, nav pilnīga un neparāda iekšējo

komunikāciju, shēma fokusējas uz ārējo komunikāciju par projektiem un pasākumiem ar LIVE Rīga, Izglītības, Kultūras un Sporta Departamentu un repertuāra afišām (skat. 1. att.). Autore uzskata, ka Ziemeļrīgas kultūras apvienībai būtu neieciešams izveidot iekšējās komunikācijas shēmu, kas iekļautu visus darbinieku līmeņus, kas iekļauti projekta vai pasākuma realizēšanā. Ja apvienībai tiktu izveidota shēma, tad, attiecīgi, ir lielāka iespēja, ka kāds netiktu aizmirsts, jo, piemēram, projektu vadītāja paziņotu pasākuma administratoram, administrators tālāk un tā veidotos informācijas apmaiņa un visi darbinieku

līmeņi tiktu iepazīstināti ar informāciju. Taču, Ziemeļrīgas kultūras apvienībā ir izveidota, pēc autores uzskatiem, ļoti laba sistēma - MAISS (skat. 1. att.). MAISS ir vieta, kur primāri tiek ievietota informācija par visiem apvienības plāniem, pasākumiem, projektiem. Ikviens apvienības darbinieks, ar piekļuvi datoram kultūrvietās, var apskatīties iekšējo telpu nomas kalendāru, gaidāmo pasākumu plānu, visu nepieciešamo informāciju projektiem. Taču, ne vienmēr projektu vadītāji atceras ievietot aktuālo informāciju MAISSĀ, tādēļ, bieži vien pārējās iesaistītās personas netiek par to informētas un aktualitātes nezina. Direktore vietniece arī atzina, ka ne vienmēr visu nepieciešamo informāciju zina viss iesaistītais personāls. Dažkārt informācijas aprīte nav pietiekama un informācija nereti var nepamest administrācijas kabinetu, stāvu.



1. att. Ziemeļrīgas kultūras apvienības informācijas nodošanas shēma (Avots: Ziemeļrīgas..., 2023)

Liena piebilda, ka nereti gadās aizmirst iesaistītās puses un brīžiem pat darbinieki neaizdomājas par to, kam jānodod informācija, taču katru reizi, kad tiek “aizmirsts” kāds darbinieks, viņi atceras to un nākamajā reizē pasaka viņam. Autore secina, ka konkrēta iekšējās komunikācijas shēma nav izveidota, tādējādi nākas aizmirst par dažiem darbiniekiem no dažādiem līmeņiem, bet Ziemeļrīgas kultūras

apvienības administrācija un vadītāji cenšas atcerēties un informēt visus darbinieku līmeņus, kas ne vienmēr izdodas kā iecerēts. Ņemot vērā to, ka apvienībā ir trīs kultūrvietas, darbinieku ir ļoti daudz un, pēc direktores vietnieces uzskatiem, tas ir viens no lielākajiem iemesliem tam, ka informācija nenonāk pie visiem iesaistītajiem darbiniekiem. Katru otro nedēļu VEF Kultūras pilī notiek sapulces administrācijas līmenī, tajās piedalās arī vadītāji, pasākumu administratori no Mežaparka lielās estrādes un kultūras pils “Ziemeļblāzma”. Šādā veidā tiek nodots lielāks informācijas daudzums par aktuālo visās kultūrvietās, attiecīgi, administrācija pēc tam nodod svarīgāko informāciju citiem darbinieku līmeņiem. Apvienības direktores vietniece par galvenajām iniciatīvām, kas veicina iekšējo komunikāciju apvienība, uzskata sapulces katru otro nedēļu, administrācijas līmenī, Ziemassvētku balles un dāvanas ikvienam Ziemeļrīgas kultūras apvienības darbiniekam un ik pa laikam notiekošās direktores neoficiālās vizītes kultūrvietās, kā arī norāda uz direktores atvērtību jaunām idejām un priekšlikumiem. Intervijas laikā Liēna Bogatirēviča vairākkārt pieminēja direktores atvērtību un apvienības administrācijas mudinājumus darbiniekiem vērsties pie direktores jautājumus, neskaidrību, ideju, priekšlikumu un nesaskaņu gadījumos. Pieminot atvērtību, direktores vietniece atminējās galvenās muzeja krājuma glabātājas Daces Kaprānes stāstu – viņa strādāja muzejā, taču vērsās pie Ziemeļrīgas kultūras apvienības direktores Lienas Kubiļus ar ideju par alternatīvās mūzikas ciklu “Ceļabiedri”, ideja tika realizēta un Dace joprojām rīko šo pasākumu jau trešo gadu. Liēna neatminas konfliktsituācijas, kas būtu radušās iekšējās komunikācijas dēļ, taču uzsver, ka apvienības direktore katram darbiniekam ir atradusi citu informācijas pasniegšanas veidu – e-pasts, zīmītes, telefona zvans, pateikšana vienu vai vairākas reizes. Uz jautājumiem “Kā Jūs nodrošināt, lai iekšējā komunikācija atbilstu apvienības vērtībām un mērķiem?” un “Kādi ir Jūsu personīgie redzējumi un vērtējumi par to kā iekšējā komunikācija var ietekmēt organizācijas veiksmīgu attīstību ilgtermiņā?” Lienas Bogatirēvičas atbilde bija vienkārša – Ziemeļrīgas kultūras apvienība ir kultūras iestāde un tā ir jāizturas arī darbiniekiem, pieklājīgi, atbilstoši vietai kur strādā. Direktores vietniece piekrīt autorei apgalvojumā, ka iekšējā komunikācija organizācijā lielā mērā nosaka organizācijas kultūru un darba efektivitāti. Liēna uzskata, ka apvienībā, kolēģu starpā, pārsvarā, ir pozitīva, viegla un draudzīga komunikācija, jo viņi saprot to, ka tie ir cilvēki, ar kuriem ikdienā jāsadarbojas un jākomunicē. Attiecīgi, ja komunikācija nebūs atvērta, divvirzienu, pozitīva un viegla, tad darba efektivitāte zudīs un organizācijas kultūra nebūs tāda, kādai būtu jābūt kultūras iestādē.

Anketēšanā noskaidrojās, ka visi Ziemeļrīgas kultūras apvienības darbinieki ikdienas iekšējā komunikācijā izmanto e-pastu, lielākā daļa izmanto telefona sniegtās iespējas – telefona sarunas, zvanus, īsziņas un WhatsApp aplikāciju, 12 respondenti informācijas apmaiņai izmanto sapulces, savukārt, tikai puse no respondentiem izmanto Ziemeļrīgas kultūras apvienības vienoto informācijas apmaiņas mapī – MAISU, bet mazākā daļa, jeb 6 respondenti izvēlas izmantot video sanāksmes kā iekšējās komunikācijas rīku (skat. 2. att.).

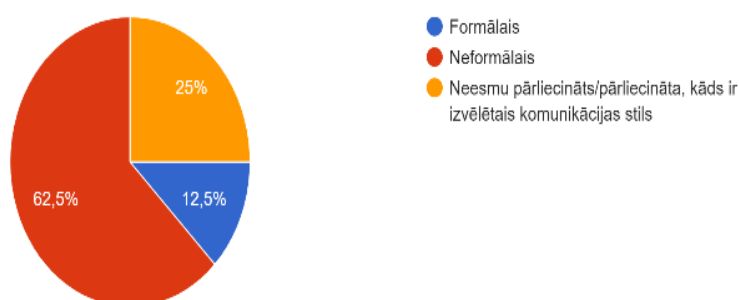


2. att. Kādus komunikācijas kanālus izmantojat saziņai? (Avots: autores veiktās aptaujas apkopojums)

Autore anketēšanas laikā uzzināja arī visbiežāk izmantoto ikdienas komunikācijas stilu apvienībā (skat. 3. att.). 62,5%, jeb 10 respondenti atzīst, ka ikdienā izmanto neformālo komunikācijas stilu, 12,5%, jeb 2 respondenti izmanto formālo stilu un ceturtdaļa respondentu nav pārliecināti par izvēlēto komunikācijas stilu apvienībā. Autore uzskata, ka Ziemeļrīgas kultūras apvienībā visbiežāk tiek izmantots neformālais komunikācijas stils, jo, atsaucoties uz direktores vietnieces Lienas Bogatirēvičas teikto, viņi strādā kultūras iestādē un, attiecīgi, komunikācijai ir jābūt draudzīgai, drīzāk neformālai nekā formālai. Pēc autores domām, respondenti, kuri izvēlējās atbildi “Neesmu pārliecināts/pārliecināta, kāds ir izvēlētais komunikācijas stils” vistīcāmāk ikdienā izmanto gan formālo, gan neformālo komunikācijas stilu, tādējādi nespējot definēt izvēlēto stilu.

Kāds komunikācijas stils visbiežāk tiek izmantots ikdienas saziņā?

16 atbildes

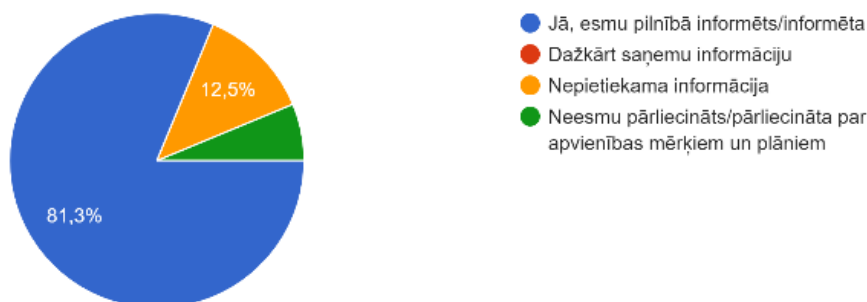


3. att. Kāds komunikācijas stils visbiežāk tiek izmantots ikdienas saziņā? (Avots: autores veiktās aptaujas apkopojums)

Ziemeļrīgas kultūras apvienība ir trīs kultūrvietu apvienība, kas ikdienā organizē dažādus pasākumus, projektus un tai ir dažādi nākotnes plāni, ieceres, piemēram, tas, ka Ziemeļrīgas kultūras apvienība drīzumā tiks veidota kā Metodiskais kultūras centrs Rīgas valstspilsētas pašvaldības teritorijā (Ziemeļrīgas kultūras apvienības nepublicētie dokumenti – stratēģija 2023. – 2028.). Attiecīgi, visam iesaistītajam personālam būtu jābūt informētam par aktualitātēm, mērķiem, pasākumiem un iecerēm. Pārsvarā visi, 81,3%, apvienības darbinieki ir pilnībā informēti par apvienības mērķiem, gaidāmajiem pasākumiem un iecerēm, 12,5% uzskata, ka viņiem sniegtā informācija nav pietiekama un 1 respondents, jeb 6,3%, nav pārliecināts par apvienības mērķiem un plāniem (skat. 4. att.).

Vai esat pilnībā informēta/s par apvienības mērķiem, gaidāmajiem pasākumiem, iecerēm utt.?

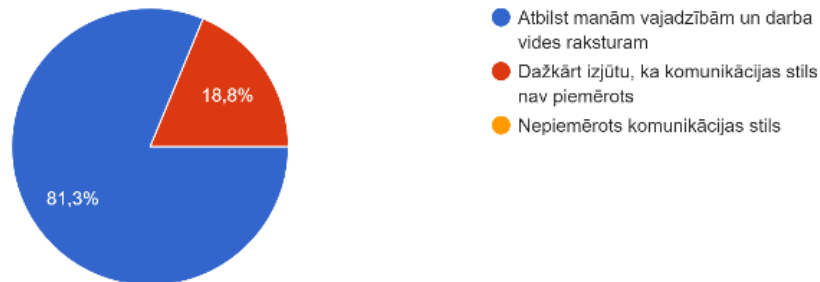
16 atbildes



4. att. Vai esat pilnībā informēta/s par apvienības mērķiem, gaidāmajiem pasākumiem, iecerēm utt.? (Avots: autores veiktās aptaujas apkopojums)

Autore uzskatīja, ka noskaidrot respondentu viedokli par komunikācijas stila atbilstību apvienības mērķiem un darbības veidam (skat. 5. att.). Lielākā daļa respondentu, 81,3%, uzskata, ka izvēlētais komunikācijas stils atbilst darba vides raksturam un viņu vajadzībām, savukārt, 18,8% respondentu atzīst, ka dažkārt izjūt izvēlēta komunikācijas stila neatbilstību darba videi, bet neviens neuzskata, ka komunikācijas stils nav atbilstošs Ziemeļrīgas kultūras apvienībai.

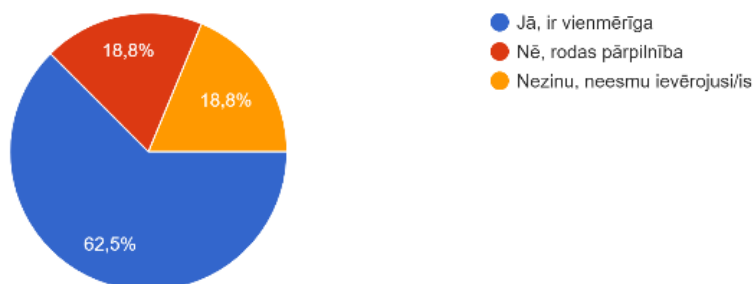
Kā Jūs novērtētu šo komunikācijas stilu un tā atbilstību apvienības mērķiem, darbības veidam?
16 atbildes



5. att. Kā Jūs novērtētu šo komunikācijas stilu un tā atbilstību apvienības mērķiem, darbības veidam?
(Avots: autore veiktās aptaujas apkopojums)

Autore respondentiem sniedza iespēju novērtēt Ziemeļrīgas kultūras apvienības iekšējo komunikāciju 5 baļļu sistēmā, ņemot vērā tās ātrumu, pieejamību, saprotamību, kvalitāti, kur 5 ir ļoti laba un 1 ir ļoti slikta iekšējā komunikācija. Lielākā daļa, jeb 9 respondenti izvēlējās atbildi “4”, 5 respondenti izvēlējās

Vai informācijas plūsma ir vienmērīga un viegli saprotama vai bieži rodas informācijas pārpilnība?
16 atbildes

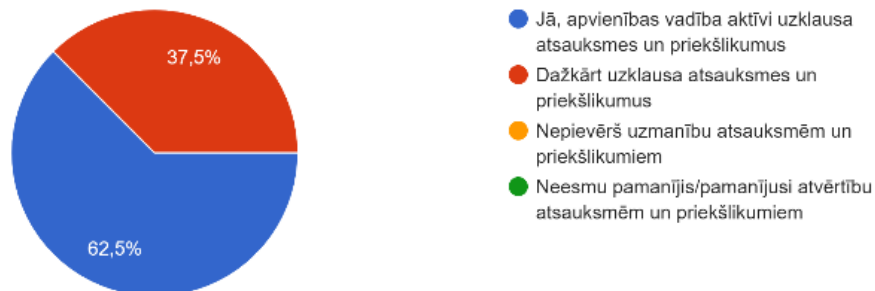


“3”, un 1 respondents izvēlējās “2”, savukārt 1 atbildi “5”. Tas norāda uz to, ka iekšējā komunikācija Ziemeļrīgas kultūras apvienībā ir labā līmenī, taču, protams, ir iespējas izaugsmei un iekšējās komunikācijas veicināšanai, attīstībai apvienībā. Nākamais jautājums aptaujā bija “Vai informācijas plūsma ir vienmērīga un viegli saprotama vai bieži rodas informācijas pārpilnība?”, kas, pēc autore domām ir svarīga iekšējās komunikācijas komponents, informācijas plūsmai būtu jābūt vienmērīgai, jo, informācijas pārpilnības gadījumā, darba efektivitāte zūd un nepieciešamie darbi netiek izdarīti pilnvērtīgi, ar pilnīgu iesaisti – cilvēkiem ir grūti uztvert svarīgāko informāciju un uzdevumus (skat. 6. att.). Vairākums respondentu, jeb 62,5% atzīmē, ka informācijas plūsma apvienībā ir vienmērīga, 18,8% respondentu uzskata, ka rodas informācijas pārpilnība, bet 18,8% respondentu nav ievērojuši informācijas plūsmu. Autore uzskata, ka tiem respondentiem, kuri izvēlējās atbildi “Nezinu, neesmu ievērojušis”, informācijas plūsma ir vienmērīga, jo, ja rastos informācijas pārpilnība, tad tas tiktu ievērots no darbinieku puses.

6. att. Vai informācijas plūsma ir vienmērīga un viegli saprotama vai bieži rodas informācijas pārpilnība? (Avots: autores veiktās aptaujas apkopojums)

Uz jautājumu “Vai Jums ir iespēja sniegt atgriezenisko saiti vadībai par apvienības iekšējo komunikāciju un tās kvalitāti?” 87,5% respondentu atbildēja, ka šāda iespēja ir, bet 12,5% sniedza atbildi, ka tikai dažkārt ir šāda iespēja. Taču, autore izvēlējās noskaidrot respondentu viedokli par apvienības vadības atvērtību jauniem ierosinājumiem un atsauksmēm (skat. 7. att.). Rezultāti ir nedaudz sliktāki kā jautājumā par iekšējās komunikācijas atgriezenisko saiti – 62,5% respondentu uzskata, ka apvienības vadība aktīvi uzklausa atsauksmes un priekšlikumus, ierosinājumus, bet 37,5% respondentu atzīst, ka apvienības vadība tikai dažkārt uzklausa darbinieku atsauksmes un priekšlikumus. Autore uzskata, atsaucoties uz intervijā minēto informāciju, ka, apvienības darbiniekiem ne vienmēr ir iespēja piedāvāt jaunus ierosinājumus un sniegt atsauksmes, jo vadībai ir diezgan saspringts darba grafiks un direktorei bieži nepietiek laika uz klausīt visu darbinieku atsauksmes un ierosinājumus, vai nepietiek finansējums vai iespējas ideju realizēšanai.

Vai, Jūsaprāt, apvienības vadība ir atvērta jauniem ierosinājumiem un uzklausa atsauksmes?
16 atbildes



7. att. Vai, Jūsaprāt, apvienības vadība ir atvērta jauniem ierosinājumiem un uzklausa atsauksmes? (Avots: autores veiktās aptaujas apkopojums)

Aptaujā autore deva iespēju respondentiem izpaust savu viedokli par šķēršļiem un problēmām, kas varētu rasties apvienībā, kas būtu saistītas ar iekšējo komunikāciju un piedāvāt risinājumus iekšējās komunikācijas veicināšanai. Lielākā daļa respondentu nesaskata nevienu problēmu iekšējā komunikācijā, taču tika pieminētas arī diezgan daudz, nozīmīgas problēmas, kuras varētu traucēt iekšējās komunikācijas kvalitāti. Ziemeļrīgas kultūras apvienībā ietilpst 3 kultūrvietas, taču apvienības administrācija pārsvarā uzturas tikai VEF Kultūras pilī, attiecīgi, informācija VEF Kultūras pilī tiek izplatīta daudz ātrāk, nekā citās kultūrvietās. Apvienībā ir daudzi darbinieki un, nereti, viņu darbības lauki pārklājas un bieži svarīgu informāciju nav saņēmuši visas ieinteresētās un iesaistītās puses, tādējādi radot informācijas trūkumu dažādiem darbinieku līmeņiem. Viens respondents minēja, ka katra kultūrvietā daļēji atrodas “savā burbulī”, apvienībai būtu jābūt vienotai, taču, protams, katrai kultūrvietai jāveicina savu mērķu izpilde un popularizēšana – katra kultūrvietas uzskata sevi par svarīgāko un nenodod visu nepieciešamo informāciju tālāk. Divi respondenti uzskata, ka liels šķērslis ir nepietiekams darbinieku resurss un aizņemtības dēļ lielo informācijas daudzumu ir grūti apstrādāt un nodot citiem darbiniekiem. Respondenti piedāvāja savus priekšlikumus iekšējās komunikācijas attīstībai Ziemeļrīgas kultūras apvienībā. Lielākā daļa respondentu minēja to, ka katram kolēģim vajadzētu vairāk iedziļināties par visām iesaistītajām personām un pusēm, lai informācijas aprīte ir sekmīgāka. Respondents piedāvāja arī Ziemeļrīgas kultūras apvienības administrācijai pāri dienas nedēļā uzturēties kādā citā no kultūrvietām, lai administrācija vairāk izprastu citu kultūrvietu ikdienas darbu un veicinātu ātrāku, vieglāku komunikāciju starp dažādajām kultūrvietām.

Secinājumi

Pamatojoties uz iegūtajiem pētījuma rezultātiem, darba autore izstrādāja šādus secinājumus un, balstoties uz izstrādātajiem secinājumiem piedāvā priekšlikumus:

1. Darba autores izvirzītā hipotēze apstiprinājās un tiek secināts, ka Ziemeļrīgas kultūras apvienības iekšējā komunikācija ir pietiekami laba, taču ir iespējas tās veicināšanai, jo nereti nepieciešamā informācija netiek nodota visiem iesaistītajiem darbiniekiem. Lai informāciju saņemtu visi iesaistītie darbinieki dažādos līmeņos, darba autore piedāvā Ziemeļrīgas kultūras apvienībai izveidot iekšējās komunikācijas shēmu, lai visas iesaistītās puses tiktu informētas par izmaiņām un aktuālo informāciju.
2. Ziemeļrīgas kultūras apvienībai ir izstrādāta vienota informācijas un dokumentu koplietošanas, glabāšanas mape – MAISS, kur ikviens apvienības darbinieks ar pieslēgumu darba datoram var iegūt aktuālo informāciju par pasākumiem un projektiem, taču ne visi Ziemeļrīgas kultūras apvienības darbinieki izmanto šo iespēju. Tā kā šai mapei var piekļūt tikai darbinieki ar pieslēgšanās iespēju darba datoram, autore uzskata, ka mapi varētu veidot kādā no tiešsaistes dokumentu uzglabāšanas platformām, piemēram, Google Docs, kā rezultātā, visiem darbiniekiem būtu iespēja uzzināt aktuālo informāciju par projektiem un pasākumiem, kuros viņi ir iesaistīti, neatkarīgi no darbinieka līmeņa, atrašanās vietas un iespējas piekļūt darba datoram.
3. Ziemeļrīgas kultūras apvienības administrācija pārsvarā uzturas VEF Kultūras pilī, nodrošinot ātru iekšējo komunikāciju šajā kultūrvietā, bet uz Mežaparka lielo estrādi un kultūras pili “Ziemeļblāzma” informācija tiek nogādāta daudz vēlāk, samazinot darba efektivitāti abās kultūrvietās. Direktore, ņemot vērā aizņemtbu un iespējamus laikus savā grafikā, reizēm dodas neformālās vizītēs uz citām kultūrvietām, bet, darba autore, balstoties uz respondentu sniegtajiem priekšlikumiem, piedāvā Ziemeļrīgas kultūras apvienības administrācijai dažas reizes nedēļā uzturēties arī Mežaparka lielajā estrādē un kultūras pilī “Ziemeļblāzma”, veicinot iekšējo komunikāciju un darbinieku darba efektivitāti arī šajās kultūrvietās.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

What Is Internal Communication? (And Why It's Important). Indeed (2024, August 16). <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/communication-internal>

Engage, O. (2024, November 7). Why is Internal Communications Important? *Oak Engage*. [https://www.oak.com/blog/why-is-internal-communication-important/#Why is Internal Communication Important](https://www.oak.com/blog/why-is-internal-communication-important/#Why%20is%20Internal%20Communication%20Important)

Sinclair, S. (2023, April 11). The 7 Types of Internal Communication & How to Make Them Work For You. *Talk Freely*. <https://www.talkfreely.com/blog/types-of-internal-communication>

Ziemeļrīgas kultūras apvienības npublicētie dokumenti – Stratēģija 2023. – 2028. (2023).



Egita Adomoviča. IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA DOBELES PILSĒTAS KULTŪRAS NAMĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Kultūras vadība"
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Organizācijām ir svarīgi izveidot uzticamu un pārlicinošu ārējo komunikāciju, taču, lai to spētu realizēt, vispirms ir jābūt kvalitatīvi pārdomātai un stratēģiskai iekšējai komunikācijai. Pētījumā tiks izpētīta kultūras vides nodrošināšanas organizācijas iekšējā komunikācija, lai noskaidrotu, kuri komunikācijas rīki ir piemērotākie kultūras darbiniekiem.

Pētījuma mērķis: Izprast un izanalizēt Dobeles pilsētas kultūras nama iekšējo komunikāciju.

Pētījuma metodes: Datu iegūšanai tika izmantota darbinieku anketēšana un intervija ar Dobeles pilsētas kultūras nama direktori. Lai veiksmīgi apstrādātu iegūtos datus, tika izmantota grafiskā metode, aprakstošā statistika un transkripcija.

Sasniegtie rezultāti: iekšējā komunikācija organizācijā ir kvalitatīva un stratēģiski izplānota. Pasākumu organizēšanā ir nepieciešami atbilstoši komunikācijas rīki - pēc aptaujas rezultātu apkopojuma tika noskaidrots, ka darbiniekiem šķiet neatbilstoša "slack" aplikācijas izmantošana darba procesā un iekšējā saziņā. Darbinieki var paust savu viedokli par komunikācijas uzlabošanu, kas tiks ņemts vērā un kopīgi izanalizēts.

Atslēgas vārdi: iekšējā komunikācija; komunikācija; darbinieki.

Ievads

Kultūras vides nodrošināšana ir smags darbs un pūliņi, dažreiz cilvēki neizprot, cik svarīgs ir katrs sīkums, veidojot jebkāda žanra pasākumu. Dobeles pilsētas kultūras nama mērķis ir nodrošināt kvalitatīvu kultūrvidi Dobeles novada un pilsētas iedzīvotājiem. Lai kultūras nams spētu izveidot atbilstošus pasākumus, darbiniekiem ir jābūt kā komandai. Darbs ar pasākumiem nav viegls ir jāizanalizē katra minūte pasākumā un jāspēj veiksmīgi sadarboties ar saviem kolēģiem. Iekšējā komunikācija un komandas veidošana kultūras darbiniekiem ir svarīgs darba īstenošanas uzdevums.

Par darbu komandā tiek uzskatīts darba process, kurā ciešā sadarbībā tiek koordinēti vismaz divi un vairāk darbinieki, lai sasniegtu vienotu darba uzdevuma mērķi. Darbs komandā ir īpaši nepieciešams jaunu ideju ģenerēšanā, jo dažādā citu darba kolēģu izglītības, dzīves un darba pieredze var piedāvāt jaunus skatījumus un netradicionālus risinājumus problēmām, kas kavē noteiktu uzņēmuma mērķu sasniegšanu (Reklāma, 2023).

Pētījuma mērķis ir izprast galvenos Dobeles pilsētas kultūras nama iekšējās komunikācijas rīkus. Lai sasniegtu pētījuma mērķi tika izstrādāti uzdevumi:

1. Izanalizēt iekšējas komunikācijas teorētisko literatūru.
2. Raksturot Dobeles pilsētas kultūras namu.
3. Veikt interviju ar Dobeles pilsētas kultūras nama direktori.
4. Veikt darbinieku anketēšanu.
5. Apkopot secinājumus.

Lai varētu notikt komunikācija, nepieciešami daži elementi vai nosacījumi. Tie ir sociālie kontakti,

kopēja ieinteresētība, transmisija un saprašanās. Darba vidē komunikācija ir svarīgs process (Eiders, 1999).

Darba uzdevumu izpildīšanai tika izmantotas datu ieguves metodes kā anketēšana un intervija. Datu apstrādāšanai tika izmantota grafiskā metode, aprakstošā statistika un transkripcija.

Darbs sastāv no divām daļām. Pirmajā daļā tika veikta teorijas izpēte par iekšējo komunikāciju organizācijās. Izpētot iekšējās komunikācijas principus, darba otrajā daļā tika veikts pētījums par iekšējo komunikāciju Dobeles pilsētas kultūras namā. Šajā daļā darba autore ieguva datus ar anketas un intervijas palīdzību. Anketēšanā piedalījās visi Dobeles pilsētas kultūras nama darbinieki un tika veikta intervija ar kultūras nama direktori. Darba nobeigumā tika apkopoti secinājumi.

Darba autore vēlas minēt, ka Dobeles pilsētas kultūras namā kopā ir 17 darbinieki, kas liecina uz to, ka aptaujā piedalījās salīdzinoši mazs respondentu skaits.

Analītiskais apskats

Lai organizācija spētu veikt savus uzdevumus un sasniegtu mērķus, pastāv gan ārējā komunikācija, gan iekšējā. Ārējā komunikācija ir reklāma, sava tēla veidošana, klientu piesaistīšana, kā arī dažādu sadarbību veidošana un veicināšana. Iekšējā komunikācija ir darbinieku savstarpējā mijiedarbība, darbu veikšana un deleģēšana.

Lai labāk izprastu iekšējās komunikācijas principus, darba autore izskatīja dažādus informācijas avotus un definīcijas. Blogā dienas bizness projektā "uzņēmuma asinsrite - komunikācija" rakstīts: "Komunikācija palīdz nodrošināt uzņēmuma darbiniekiem iespēju saskaņoti darboties kopīgu mērķa sasniegšanā, veicina harmonisku organizācijas kultūru un dod darbiniekiem iespēju pieņemt piemērotus un tālredzīgus, uzņēmuma mērķiem atbilstošus lēmumus. Šāda darbinieku rīcība ir būtiska jebkurā uzņēmumā un organizācijā, neatkarīgi no tās lieluma" (Mazbērziņa, 2019).

Meklējot informāciju plašākos kanālos, ne tikai latviešu valodā, darba autore iepazinās ar blogu angļu valodā "Kāpēc iekšējā komunikācija ir svarīga Jūsu organizācijā?", kurā tiek aprakstīti galvenie uzdevumi: "Iekšējās komunikācijas mērķis ir nodrošināt efektīvu informācijas plūsmu starp organizācijas nodaļām un kolēģiem. Tas attiecas gan uz augšu, gan uz leju vadības/darbinieku ķēdē. Tas darbojas arī starp darbiniekiem, kuri mijiedarbojas savā starpā uzņēmumā.

Desmit galvenie iemesli, kas uzsver labas un pārdomātas iekšējās komunikācijas nepieciešamību:

1. Paaugstina darbinieku iesaisti un produktivitāti.
2. Veicina kvalitatīvu informācijas piegādi.
3. Uzlabo darbinieku pieredzi.
4. Mērķu un uzdevumu koplietošana.
5. Skaidri uzlabo darbinieku komunikāciju.
6. Veido darbību.
7. Satuvina darbiniekus sarežģītās situācijās.
8. Ļauj mainīties un ātri reaģēt uz negaidītām situācijām.
9. Iespēja šķērsot robežas, veidot jaunus risinājumus.
10. Darbinieki reklamē zīmolu (LumApps, n.d.)

Dobeles pilsētas kultūras nama iekšējā komunikācija. Darba autore strādā Dobeles pilsētas kultūras namā kā pasākumu producente, tāpēc aprakstīs šīs organizācijas iekšējo komunikāciju un metodes, kuras izmanto un ar pētījuma palīdzību noskaidros kā darbinieki vērtē iekšējās komunikācijas metodes. Svarīgākais ir darbinieku savstarpējā komunikācija, izpratne par darba mērķi un - vēlme sadarboties. Komunikācija organizācijā notiek gan klātienē – sapulcēs un pasākumu gatavošanās pārrunās, gan interneta vidē, izmantojot atbilstošākās aplikācijas. Komunikācijas uzlabošanai, Covid-19 pandēmijas laikā darbinieki meklēja piemērotākās aplikācijas, lai sazinātos attālināti.

“Slack” un “WhatsApp” tiek izmantoti kā kopējais čats starp darbiniekiem, nepieciešamās informācijas nodošanai un dažādu ar darbu saistītu tēmu apspriešanai, lai nebūtu katru reizi jātiekas klātienē, ņemot vērā darbinieku darba grafiku izmaiņas pasākumu laikā. Aplikācijā “slack” ir izveidoti 6 sarunu grupas, kurās pievienojās atbilstošie darbinieki un var apspriest nepieciešamo informāciju. Sarunu grupu nosaukumi – afišas, afišu informācija, kopīgais, pasākumu informācija, producentu daļa.

Svarīgs iekšējās komunikācijas rīks organizācija ir aplikācija “teamup”, kas veiksmīgi pilda kopēja kalendāra funkciju, šo kalendāra informāciju katru dienu papildina direktore un producete, norādot dažādu mēģinājumu, pasākumu, tikšanās datumus un atbildīgās personas. Kalendārā informācija sarakstīta ļoti saprotami un darbinieki ērti var to izmantot. Komunikācija noteikti ir svarīga ar visiem organizācijas darbiniekiem, jo pasākumu veidošana ir sarežģīts process, kurā kā atbalsts svarīga komunikācija un sadarbšanās. Dobeles pilsētas kultūras namam ir svarīgi veidot kvalitatīvu kultūras piedāvājumu un pasākumu izpildi, bez savstarpējas komunikācijas nevarēs izveidot kvalitatīvu rezultātu. Ik mēnesi tiek rīkotas kopējās darbinieku sanāksmes, kurās apspriež visu aktuālo, pēc oficiālās daļas darbinieki kopā iedzer kafiju un aprunājas arī par citiem tematiem.

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma datu iegūšanai tika izmantota kvantitatīvā tiešsaistes anketa Google veidlapas formā. Mūsdienās ar tiešsaistē izveidotu aptauju ir viegli darboties un saņemt respondentu atbildes ātrāk kā ar papīra drukātu aptauju. Respondenti tika informēti, ka darba autore izveidos aptauju pētījuma ietvaros un visi 17 kultūras nama darbinieki piekrita piedalīties aptaujā. Tiešsaistē veidotās aptaujas ir ērtas, jo respondenti to var izpildīt sev ērtā laikā un atbilžu rezultātus ir vieglāk apkopot.

Anketa tika ievietota Dobeles pilsētas kultūras nama darbinieku sarakstē “WhatsApp” lietotnē, kurā pievienoti visi kultūras nama darbinieki. Anketa tika izsūtīta 2024. gada 8. maijā un respondenti iesniegt savas atbildes varēja līdz 2024. gada 10. maijam. Intervijas atbildes tika saņemtas 2024. gada 10. maijā.

Anketas sākumā tika norādīta informācija par anketas veidotāju, tika minēts vārds, uzvārds, augstskolas un kursa nosaukums, kā arī minēts, ka darba autore ir respondentu kolēģe. Anketas sākumā tika norādīts anketas izveidošanas iemesls, kā arī tas, ka anketa ir anonīma. Anketā iekļauti 10 jautājumi. Pirmais jautājums tika uzdots, lai uzzinātu, cik ilgi darbinieks strādā organizācijā. Otrais jautājums palīdzēja noskaidrot, cik lielai daļai respondentu, darot savus darba pienākumus, ir svarīga organizācijas iekšējā komunikācija. Trešais jautājums tika uzdots, lai uzzinātu vai respondentiem patīk sadarbīties ar kolēģiem. Ceturtais, piektais un sestais jautājums tika uzdots par aplikācijām, kuras izmanto komunikācijā, vai tās respondentiem šķiet ērtas un atbilstošas lietošanai. Septītajā, astotajā un devītajā jautājumā respondentiem bija jānovērtē katra no minētajām aplikācijām no viena (nav ērti lietot darba procesā) līdz pieci (ērti un viegli lietojama aplikācija darba procesā). Desmitais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu vai kādu no minētajiem darbinieku komunikācijas rīkiem būtu jāmaina vai jāuzlabo. Pēdējā jautājumā tika noskaidrots vai respondenti jeb kultūras nama darbinieki uzskata par pietiekošu satikties kopējā sanāksmē, izrunāt aktualitātes, reizi mēnesī, vai arī ir nepieciešams satikties biežāk. Kopumā tika aptaujāti visi 17 Dobeles pilsētas kultūras nama darbinieki (vadība, tehniskie darbinieki, radošie darbinieki un arī apkopējas).

Pētījuma rezultāti

Anketas rezultātu analīze. Anketu izpildīja visi 17 Dobeles pilsētas kultūras nama darbinieki. Ar anketas palīdzību tika noskaidrots darbinieku viedoklis par komunikācijas rīkiem, kurus pašlaik izmanto. Pirmajā jautājumā respondentiem bija jāatzīmē, cik ilgi strādā organizācijā, tika noskaidrots, ka 8 (47.1%) jeb liela daļa darbinieku organizācijā strādā vairāk kā divus gadus, 4 (23.5%) strādā mazāk kā gadu un vēl 4 (23.5%) organizācijā ir vairāk kā desmit gadus un 1 (5.9%) organizācijā ir vienu līdz diviem gadiem.

Otrais jautājums sniedza godīgu atbildi no darbiniekiem, vai savos darba pienākumos ir atkarīgi no labas iekšējās komunikācijas. 15 (88.2%) pārliecinoši uzskata, ka laba sadarbība Dobeles pilsētas kultūras namā ir svarīga, lai spētu veikt savus darba pienākumus un 2 (11.8%) savos darbos nav atkarīgi no labas iekšējās komunikācijas. Darba autore uzskata, ka ir amati organizācijā, kuriem nav nepieciešama pilnvērtīga iekšējā komunikācija, piemēram, apkopēji.

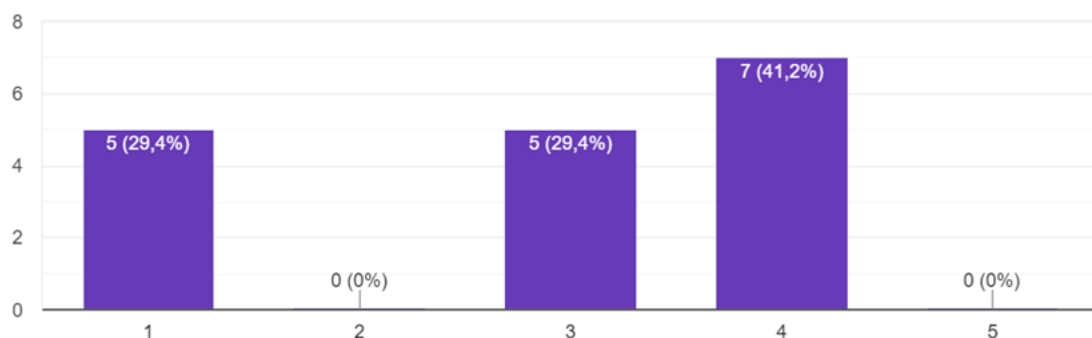
Trešais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu vai darbinieki ir apmierināti ar saviem kolēģiem, jo arī respekts un uzticēšanās darba vidē ir svarīgs uzdevums, lai veidotu kvalitatīvu iekšējo komunikāciju. 11 (64.7%) respondentu jūtās labi strādājot kopā ar saviem kolēģi un 6 (35.3%) neitrāli jūtas kolektīvā un spēj veikt savus darba uzdevumus.

Nākamie jautājumi tika uzdoti par tām aplikācijām, kuras izmanto tagad darba procesā, vai šīs aplikācijas ir piemērotas komunikācijā ar kolēģiem. Ceturtajā jautājumā tika noskaidrots, ka aplikāciju "slack" darba procesā izmantot patīk 9 (52.9%) darbiniekiem un 8 (47.1%) šī aplikācija neliekas piemērota un atbilstoša darba procesā. Piektajā un sestajā jautājumā par aplikācijām "WhatsApp" un "teamup" visi darbinieki pārliecinoši sniedza atbildi, ka šīs aplikācijas ir piemērotas un atbilstošas izmantošanai darba procesā.

Nākamajos trīs jautājumos respondentiem bija jānovērtē katra minētā aplikācija. "Slack" aplikācijai saņemti zemākie novērtējumi - 5 (29.4%) aplikāciju novērtēja ar zemāko atzīmi "1", 5 (29.4%) novērtēja ar "3" un 7 (41.2%) aplikācijai deva vērtējumu "4". Šie rezultāti, salīdzinot ar pārējo divu aplikāciju novērtējumu ir zemākie (skat. 1.att.).

Aplikācija "slack" (informācija par pasākumiem, tehniskie darba plāni)

17 atbildes



1. att. Darbinieku novērtējums aplikācijai "slack" (Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Nākamajā jautājumā tika noskaidrots, ka aplikācija "WhatsApp" darba procesā, novērtējot no "1" līdz "5", 11 (64.7%) deva augstāko vērtējumu aplikācijai un 6 (35.3%) deva vērtējumu "4". Devītajā jautājumā par "teamup" novērtēšanu, 14 (82.4%) deva augstāko vērtējumu un 3 (17.6%) deva vērtējumu "4".

Desmitais jautājums bija neobligāts un tika saņemti divi ieteikumi par šobrīd izmantojamajiem komunikācijas rīkiem organizācijā (skat. 2.att.).

Vai kādu no iepriekšminētajiem iekšējās komunikācijas rīkiem būtu nepieciešams mainīt vai uzlabot?

2 atbildes

Slack ir neparocīga aplikācija, bieži neatnāk "paziņojumi". Esmu palaidis garām informāciju.

Slack neizmanto darba procesā, grūti pārskatāms

2.att. Ieteikumi komunikācijas rīku uzlabošanā (Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēdējais jautājums tika uzdots, lai darbinieki varētu izteikt viedokli par ikmēneša sanāksmēm, vai tās būtu nepieciešams rīkot biežāk. 10 (58.8%) uzskata, ka sapulces jārīko darbiniekiem biežāk tieši "saspringtajā" pasākumu periodā jeb vasarā, 4 (23.5%) no darbiniekiem apmierina pašreizējais sapulču grafiks un 3 (17.6%) vēlas sapulces biežāk - reizi divās nedēļās (skat. 3.att.).

Šobrīd darbinieku kopējā sapulce tiek rīkota vienu reizi mēnesī, vai ir nepieciešams biežāk visiem sanākt kopā un apspriest aktualitātes?

17 atbildes



3.att. Darbinieku viedoklis par sapulcēm (Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Intervijas rezultātu analīze. Pētījumā tika veikta arī intervija ar Dobeles pilsētas kultūras nama direktori Leldi Kluso. Intervija tika veikta elektroniski, nosūtot jautājumus un saņemot atbildes. Tika uzdoti 7 jautājumi saistībā ar iekšējo komunikāciju organizācijā.

Pirmajā jautājumā darba autore vēlējās noskaidrot, vai organizācijas direktore uzskata, ka kvalitatīvi izveidota iekšējā komunikācija ir viens no galvenajiem faktoriem labam darba procesam un izpildei. Organizācijas direktore uz jautājumu atbildēja pozitīvi, skaidrojot, ka kultūras nozarē darba ikdiena ir ļoti saspringta un ir svarīgi izveidot un pielietot labu iekšējo komunikāciju, kas der visiem darbiniekiem.

Otrais jautājums bija par iekšējās komunikācijas rīkiem, kurš, viņasprāt, ir svarīgākais organizācijā. Lelde uzskata, ka labākais rīks ir digitālais kalendārs, kurā var ērti redzēt kultūras nama noslogojumu, kā arī darbiniekiem ir pieejama informācija ar pasākumiem.

Trešajā jautājumā darba autore vēlējās noskaidrot, kā varētu uzlabot iekšējo komunikāciju nākotnē. Organizācijas direktore atbild, ka vajadzētu uzlabot tikšanās jeb sanāksmes, jo kultūras namā ir arī 13 kolektīvi un ar kolektīvu vadītājiem ir grūtāk sanākt kopā un izrunāt aktuālākos jautājumus.

Ceturtais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu kā tika izveidota iekšējā komunikācija Dobeles pilsētas kultūras namā. Lelde uzsver, ka iekšējā komunikācija organizācijā var būt mainīga, jo rīki, kas derēja pirms trīs gadiem, šobrīd iespējams vairs nav tik aktuāli. Lēmumus par rīkiem, kurus izmantot iekšējā komunikācijā pieņem visi darbinieki, nav tā, ka direktore tikai izsaka savu viedokli.

Piektajā jautājumā darba autore vēlējās noskaidrot, vai, viņasprāt, darbinieki ir apmierināti ar izvēlētajiem komunikācijas rīkiem un lēmumiem. Lelde uzskata, ka darbinieki ir apmierināti, jo lēmumus par komunikāciju organizācijā darbinieki kopīgi izskata un pieņem.

Sestais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu, vai darbiniekiem ir iespēja paust savu viedokli par dažādiem uzlabojumiem komunikācijas sistēmā. Uz šo jautājumu Lelde atbildēja pozitīvi, darbiniekiem ir iespēja jebkurā mirklī izteikt savu viedokli un ieteikt kādu uzlabojumus, lai būtu ērtāka komunikācija organizācijā.

Pēdējais jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu, vai Dobeles pilsētas kultūras nama direktore ir apmierināta ar iekšējo komunikāciju šobrīd. Lelde atbildēja, ka iekšējā komunikācija organizācijā šobrīd viņu apmierina un darbinieki var sadarboties kā komanda un kopīgi sasniegt organizācijas mērķi.

Secinājumi

Izveidojot pētījumus un izanalizējot iegūtās atbildes, darba autore ir nonākusi pie vairākiem secinājumiem:

1. Pēc Dobeles pilsētas kultūras nama darbinieku anketēšanas tika noskaidrots tas, ka 8 no 17 darbiniekiem nav apmierināti ar aplikācijas "slack" izmantošanu darba procesā.
2. Apkopojot anketas rezultātus, tika noskaidrots tas, ka 5 darbinieki no 17 aplikāciju "slack" novērtēja ar zemāko atzīmi.
3. 10 no 17 darbiniekiem uzskata, ka ir jārīko sanāksmes biežāk vasaras periodā, kad ir jārīko visvairāk pasākumu.
4. Visus Dobeles pilsētas kultūras nama darbiniekus apmierina aplikāciju "WhatsApp" un "teamup" izmantošana iekšējā komunikācijā.
5. Pēc intervijas rezultātu saņemšanas tika secināts tas, ka darbinieki var paust savu viedokli, lai uzlabotu komunikāciju organizācijā.
6. Darbinieki veiksmīgi pielieto iekšējās komunikācijas rīkus un spēj veiksmīgi sadarboties kā komanda.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Eiders, D. (1999). *Effective communication*. Rīga: "Tipogrāfija Rota".

LumApps. (n.d.). <https://www.lumapps.com/internal-communication/internal-communications-benefits/>

Mazbērziņa, L. (2019, Apr 11). *The lifeblood of a company - communication*. Dienas Business. <https://www.db.lv/zinas/uznemuma-asinsrite-komunikacija-483404>

Reklāma. (2023, 30. septembris). *Kāpēc spēja strādāt komandā ir tikpat svarīga kā spēja strādāt individuāli?* Staburags.lv. <https://staburags.lv/kapec-speja-stradat-komanda-ir-tikpat-svariga-ka-speja-stradat-individuali/>



Jeļena Ozoliņa. IEKŠĒJĀ KOMUNIKĀCIJA KULTŪRAS CENTRĀ “SIGULDAS DEVONS”

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma “Kultūras vadība”
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: izvēlēta pētījuma tēma ir iekšējā komunikācijas izpēte Siguldas novada kultūras centrs „Siguldas devons”.

Pētījuma mērķis: iepazīties ar iekšējās komunikācijas procesu organizācijā, uzzināt darbinieku viedokli par iekšējo komunikāciju, analizēt, kā tā ir saistīta un ietekmē organizācijas kultūru, un izprast iekšējās komunikācijas nepilnības un izteikt priekšlikumus tās uzlabošanai.

Pētījuma metodes: pētījumā tika izmantota intervēšana, anketēšanas metode, grafiskā analīzes metode un aprakstošās statistiskās metode, pētījumā tika veikta Siguldas novada kultūras centrs „Siguldas devons” direktora intervēšana un Siguldas novada kultūras centrs „Siguldas devons” un tā struktūrvienību darbinieku anketēšana.

Pētījuma rezultāti: norāda, ka veiksmīgai uzņēmējdarbībai vadītājam jānodrošina atvērta komunikācija, kurā darbinieki var brīvi izteikties. Iekšējā komunikācija veido organizācijas kultūru un strukturētu domu apmaiņu, tās aktivitātes jāorganizē apzināti. Kultūras centra komunikācija veicina darbinieku sapratni par vīziju un mērķiem, stiprina lojalitāti un veicina mērķu sasniegšanu. Aptaujas liecina par augstu komunikācijas līmeni, taču nepieciešamas biežākas klātienēs tikšanās radošām idejām. Respondenti īpaši, ka komunikācija notiek ārpus darba laika. Vadītājas intervija apliecina, ka efektīva komunikācija veicina darba produktivitāti un vienotu komandas virzību.

Atslēgas vārdi: komunikācija; kultūras centrs; iekšēja komunikācija; darbinieki.

Ievads

Komunikācijas kompetence ir prasme sarunāties un saprasties ar citu cilvēku, sarunas laikā nonākot pie abiem pieņemama rezultāta. Komunikatīvās iemaņas nosaka mūsu iespējas sadarboties ar citiem cilvēkiem un veidot ilgtermiņa komunikāciju. (Apsalons, 2013).

Komunikācija – ir cilvēku mēģinājums rast kopību, nodot vai saņemt informāciju. Komunikācijas moto: informēts darbinieks – produktīvs darbinieks. Efektīva komunikācija ļauj adekvāti un godīgi vērsties citam pie cita, tā ir atbalstoša, kas koncentrēta uz pozitīvu attiecību saglabāšanu, tā palīdz novērst negatīvo atgriezenisko saiti un kopīgi risināt sarežģītas problēmas. Savstarpēja vadības un darbinieku komunikācija nodrošina ikviena darbinieka izpratni par uzņēmuma mērķiem un to, kā darbinieki kā indivīdi var palīdzēt uzņēmumam sasniegt šos mērķus. Darbinieki tiek iedrošināti sniegt savas zināšanas un pieredzi, lai veicinātu lēmumu pieņemšanu un radītu uzlabojumus. Iekšējai informācijai jāatbilst tās iekšējai struktūrai un vajadzībām. Komunikācija var būt formāla vai neformāla. Formālas komunikācijas ietvaros informācijas plūsma var virzīties horizontāli un vertikāli, kā arī no lejas uz augšu (no darbiniekiem uz vadību). (Forands, 2018)

Iekšējās komunikācijas mērķis uzņēmumā ir nodrošināt efektīvu informācijas plūsmu un saziņu starp visām organizācijas struktūrvienībām un darbiniekiem. Šie mērķi ir būtiski, lai veicinātu darbinieku sapratni, iesaisti, korporatīvo kultūru un kopējo organizācijas efektivitāti. Iekšējai komunikācijai jākalpo

efektīvam un vienotam darbam uzņēmumā izvirzīto mērķu sasniegšanai:

1. personāla iesaistīšanai uzņēmumā un lojalitātes veidošanai, kas ir viens no nozīmīgiem personālvadības profesionāļu izaicinājumiem mūsdienās;
2. jaunu darbinieku piesaistei un iesaistīšanai uzņēmumā;
3. personāla attīstībai, profesionālajai pilnveidei; iekšējā komunikācija var palīdzēt gan noderīgas informācijas izplatīšanai, gan, lai saprastu, kādas apmācības darbiniekiem nepieciešamas, gan, lai kolēģi varētu dalīties savā profesionālajā pieredzē;
4. efektīvas sadarbības veicināšanai starp kolēģiem un nodaļām, tādējādi novēršot darbību atkārtošanos; nodrošināt efektīvu komunikāciju starp dažādām nodaļām un darbiniekiem, veicinot labu sadarbību un informācijas apmaiņu;
5. ātrai un atvērtai uzņēmuma informācijas, vadības lēmumu un pārmaiņu ziņojumu izplatīšanai;
6. inovāciju un jaunu ideju attīstībai uzņēmumā;
7. lēmumu pieņemšanai; ja darbinieki skaidri zina uzņēmuma vērtības, mērķus un darba principus, kā arī viņam ērti atrodami un pieejami uzņēmuma materiāli un vadlīnijas, atbilstošus lēmumus pieņemt ir daudz vieglāk;
8. konfliktsituāciju, intrigu un baumu novēršanai uzņēmumā; parasti šādas situācijas rodas nepilnīgas iekšējās komunikācijas rezultātā, kad darbiniekiem nav skaidri vadības lēmumi vai kolēģu atbildība – procesi uzņēmumā nav gana caurspīdīgi;
9. produktu testiem un atsauksmju apkopošanai;
10. mārketinga un ārējo sabiedrisko attiecību aktivitāšu atbalstam;
11. krīzes situācijās kā operatīvs un patiens informācijas nesējs un atbalsts; īpaši sarežģītas situācijas ir negatīvu ziņu sniegšana un skaidrošana, kur iekšējai komunikācijai ir īpaša nozīme;
12. korporatīvās vērtības un kultūras veicināšana - izplatīt un stiprināt organizācijas korporatīvās vērtības un kultūru, lai veicinātu vienotību uzņēmumā (Recruitment, 2015).

Analītiskais apskats

Svarīgi ir, lai iekšējā komunikācija būtu divvirzienu ceļā, nodrošinot iespēju darbiniekiem izteikt savas domas un jautājumus. Efektīva iekšējā komunikācija palīdz veicināt organizācijas panākumus, stiprinot darbinieku saikni ar uzņēmumu un veicinot kopīgo mērķu sasniegšanu. Iekšējā komunikācija organizācijā ir procesi un sistēmas, kas ļauj informācijai plūst starp dažādām organizācijas struktūrvienībām un tās darbiniekiem. Laba iekšējā komunikācija ir būtiska, lai nodrošinātu efektīvu darbu, saskaņotu mērķus un veicinātu kopējo sapratni un sadarbību. Šeit ir galvenie elementi iekšējās komunikācijas organizācijā:

1. stratēģiskā informācija - augstākā līmeņa vadība informē darbiniekus par organizācijas mērķiem, stratēģijām un ilgtermiņa plāniem;
2. operatīvā informācija - nodrošina darbiniekiem nepieciešamo informāciju, lai veiktu savus ikdienas darba pienākumus; ietver informāciju par uzdevumiem, termiņiem, projektiem;
3. pārmaiņu pārvaldība – komunikācija par pārmaiņām organizācijā;
4. darbinieku iesaiste un atzinība - veicina dialogu un saziņu starp vadību un darbiniekiem, iedrošinot darbiniekus dalīties savās idejās, izteikt atzinību un piedalīties lēmumu pieņemšanas procesā;
5. vadības ziņojumi - vadība regulāri informē par organizācijas veiktspēju, panākumiem un izaicinājumiem, lai nodrošinātu atklātību un pārredzamību;
6. korporatīvā kultūra un vērtības - komunikācija stiprina organizācijas korporatīvo kultūru, izplatot tās vērtības un nodrošinot, ka darbinieki saprot un identificējas ar tām.

Iekšējā komunikācija organizācijā notiek dažādos veidos, ieskaitot sanāksmes, e-pastu, intraneta portālus, videokonferences, apmācības un citus komunikācijas kanālus. Ir svarīgi, lai šī komunikācija būtu divvirzienu un veicinātu sadarbību visā organizācijā. Laba iekšējā komunikācija var uzlabot

darbinieku iesaisti, uzņēmuma efektivitāti un kopējo organizācijas tēlu.

Pārmaiņu laikā ļoti svarīga ir nepārtraukta informācija. Ja nav informācijas, tad ir dezinformācija, uzliesmo baumas. Ir jāizmanto pilnīgi visi iekšējās komunikācijas kanāli – jāsūt e-pasts, jāzvana, jāsasauca sapulce, jāpalaiž apkārtraksts un vēlreiz jāpiezvana. Krīze saasina uzmanību, cilvēki kļūst jutīgāki, tāpēc pilnvērtīga vadītāja sniegta informācija var palīdzēt atjaunot drošības sajūtu, radīt kolektīva sajūtu, ka kopībā ir spēks (Zīlīte, 2013, 247. lpp.).

Lai uzņēmējdarbība būtu veiksmīga, vadītājam bieži jārada iespēja darbiniekam pateikt visu, ko viņi vēlas. Komandas dalībniekiem jābūt pārliecinātiem, ka pie vadītāja var vērsties ar jebkuru jautājumu, vienalga, cik tas ir personisks, sāks un šķietami mazsvarīgs, un vadītājs klausīsies uzmanīgi. Plānojot komandas sapulces, darba kārtība jāparedz tāda, lai komandas dalībniekiem būtu iespēja pateikt, kas viņus satrauc, un tos varētu uzmanīgi uzklaut (Frīmens, 2006).

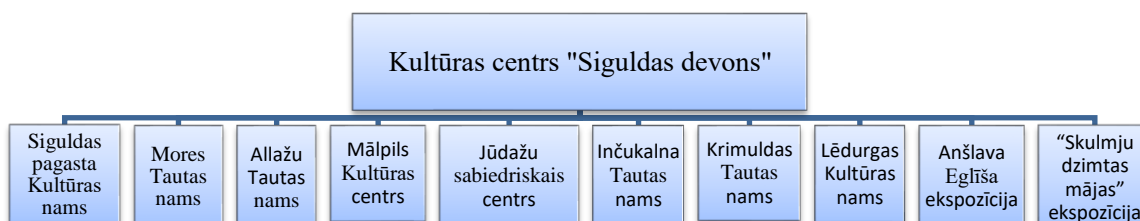
Autore vēlas uzsvērt veidus, kā veicināt darbinieku sadarbību un reizē iekšējo komunikāciju, par pamatu ņemot “Harward Business Review” grāmatu “Sadarbība uzņēmumā (2011):

1. uz sadarbību balstītas uzvedības modelēšana – uzņēmumā, kurā augstākā līmeņa vadītāji demonstrē sadarbību, arī komandas aktīvi sadarbojas;
2. nodrošināšana ar nepieciešamajām prasmēm – personāldaļas, kas māca, kā veidot attiecības, kā nodrošināt veiksmīgu komunikāciju un kā radoši risināt konfliktus, var lielā mērā ietekmēt komandu sadarbības spējas;
3. spēcīgas kopīgas izjūtas atbalstīšana – ja cilvēki izjūt kopību, viņi daudz vieglāk sazinās cits ar citu un labprātāk dalās savās zināšanās.

Autore piekrīt Ulda Pīlena citātam no grāmatas “(mans) uzņēmēja kods”, ka “no pieredzes varu teikt, ka arī biznesā 98% gadījumu, ar cieņu atveroties pret sarunas biedru (klientu, partneri, konkurentu), izbaudīsi labvēlīgu attieksmi pret sevi visā šim cilvēkam dotajā rīcības brīvības amplitūdā. Jāatceras, ka principā cilvēki normālā stāvoklī grib darīt otram labu, tāpēc bez augstprātības, ar labvēlību un iejušanos tu mudināsi otru nonākt daudz, daudz dziļākā un pozitīvākā savstarpējās komunikācijas līmenī (Pīlens, 2018, 215. lpp.).

Cilvēku resursi ir visdārgākie un visgrūtāk atrodamie resursi, tādēļ to vadību neņemt nopietni nozīmē nopietni riskēt ar savu biznesu (Ešenalde, 2008).

Siguldas novada Kultūras centrs „Siguldas devons“ ir daudzfunkcionāla kultūras un mākslas telpa, kas apmeklētājiem piedāvā plašu profesionālās kultūras programmu - mākslas izstādes, teātra izrādes, koncertus un filmu seansus. Visa gada garumā kultūras centrs organizē dažādas mākslas performances, koncertus un pasākumus visai ģimenei arī Siguldas pilsētvidē. „Siguldas devons“ ir arī mājvieta 16 amatiermākslas kolektīviem – dažādu paaudžu deju kolektīviem, koriem, vokālajiem ansambļiem, lietišķo studiju dalībniekiem, pūtēju orķestrim, teātra studijai, bigbendam un folkloras kopai. Šeit uz dažādām aktivitātēm pulcējas arī novada seniori. Kultūras centra “Siguldas devons” pakļautībā ir desmit struktūrvienības.



1.att. Kultūras centra “Siguldas devons” struktūra (Avots: autora izveidots attēls pēc Siguldas novada pašvaldības nolikuma)

Iekšējā komunikācija kultūras centrā ir būtiska, lai nodrošinātu efektīvu sadarbību starp dažādām

nodaļām un darbiniekiem, proti:

1. saziņa par kultūras centra vīziju un vērtībām - iekšējā komunikācija palīdz nodrošināt, ka visi darbinieki saprot kultūras centra vīziju, misiju un vērtības. Tas stiprina darbinieku saikni ar organizāciju un veicina kopīgu mērķu sasniegšanu. Šeit kā pamats ir Siguldas novada Kultūras attīstības stratēģija, kā arī devīze “Devons ir lēciens! Devons maina pasauli un urda mainīties”.
2. darbinieku informēšana par notikumiem - kultūras centra vadība izmanto iekšējo komunikāciju, lai informētu visus darbiniekus par tuvojošajiem notikumiem, koncertiem, izstādēm vai citiem kultūras pasākumiem, kas notiks kultūras centrā. Komunikācija notiek caur e-pastiem, intraneta portālu, regulārām sanāksmēm un individuālām sarunām, kā arī kopīgu Google kalendāru, kur visu informāciju par pasākumiem var ievietot jebkurš darbinieks, kam ir pieejama saite;
3. darbinieku iesaiste un radošu ideju kopīgošana - iekšējā komunikācija veicina darbinieku iesaisti, aicinot dalīties ar savām idejām un ieteikumiem attiecībā uz pasākumiem vai jebkādiem nepieciešamiem uzlabojumiem. Tas notiek ar “prāta vētra” sesijām, kā arī sociālajiem kontiem, kur darbinieki var dalās ar savām idejām, domām un priekšlikumiem;
4. pārmaiņu pārvaldība – ja kultūras centrā plānotas pārmaiņas, tad iekšējā komunikācija ir svarīga, lai informētu darbiniekus par visām izmaiņām, to iemesliem un sekām. Parasti komunikācija notiek tiešā veidā – vadītājs – darbinieks (bez starpniekiem), lai neievieš darbiniekos bailes vai raizes.
5. atzinība par darbinieku sniegumu - kultūras centra vadība izmanto iekšējo komunikāciju, lai izteiktu atzinību par darbinieku sniegumu, īpaši, ja ir bijuši veiksmīgi pasākumi vai projekti. Kultūras centrs piešķir apbalvojumus (diplomas, prēmijas - pēc iespējas, kā arī pauž publisku atzinību);
6. konfliktu risināšana - nodrošina, ka darbinieki ir informēti par konfliktu risināšanas iespējām un mehānismiem, lai saglabātu pozitīvu darba vidi un savstarpējas attiecības.

Pētījuma metodoloģija

Pētījumā tika pielietota sekojošā metodoloģija:

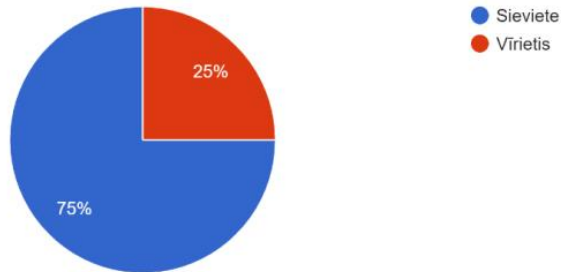
1. Teorētiskā metode: zinātniskās literatūras analīze par komunikāciju organizācijā;
2. Datu ieguves metode: Darba autores veidotā aptaujas anketa darbinieku aptaujai;
3. Datu ieguves metode: Darba autores veidota intervija Kultūras centra direktora intervēšanai.

Pētījuma aptaujā piedalījās Kultūras centra “Siguldas devons” un tā struktūrvienību darbinieki, kas ikdienā komunicē savā starpā un ar tiešo vadītāju. Aptaujas anketas tika izsūtītas Kultūras centra “Siguldas devons” un tā struktūrvienību 32 darbiniekiem uz darbinieku darba e-pastiem. Aptauja norisinājās četras dienas no 2023.gada 5.decembra līdz 8.decembrim. Darba autores sastādītajā aptaujas anketā tika ietverti 19 apgalvojuma jautājumi un 1 atvērtais jautājums. Intervijai ar Kultūras centra “Siguldas devons” direktori tika sagatavoti 6 jautājumi par komunikāciju organizācijā.

Pētījuma rezultāti

No kopējā anketas izsūtīšanas skaita, aptaujā piedalījās 84% respondentu. No kopējā respondentu skaita 75% atbildes sniedza sievietes un 25% vīrieši. Ņemot vērā Kultūras centra darba specifiku, lielāko daļu darbinieku sastāda sievietes, līdz ar ko uz anketas jautājumiem atbildējušo vīriešu skaits ir augsts (2.att.).

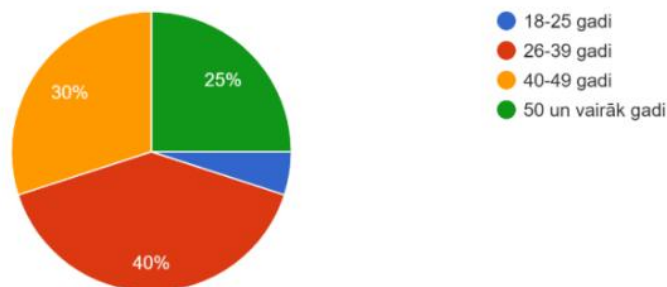
Jūsu dzimums
20 atbildes



2.att. Respondentu skaits pēc dzimuma (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

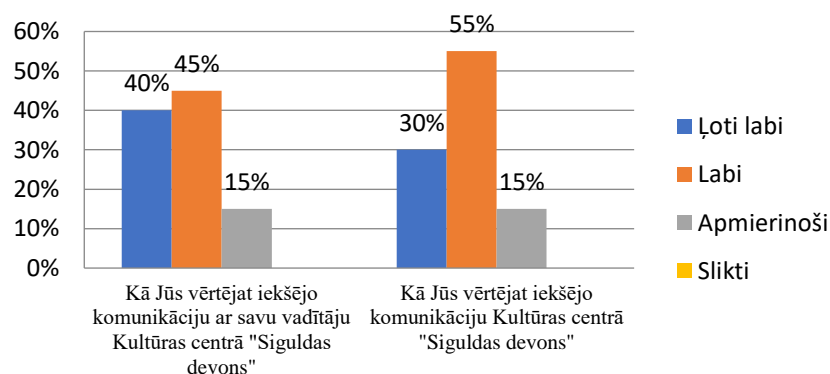
Pētījuma dati parāda ka anketas aizpildīšanā piedalījās 25% respondentu vecumā virs 50 gadiem, 30% vecumā no 40 – 49 gadiem un 40% vecumā no 26 – 39 gadiem (3.att.).

Jūsu vecums
20 atbildes



3.att. Respondentu skaits pēc vecuma (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Anketēšanas rezultāti parāda ka Kultūras centra “Siguldas devons” savstarpējo komunikāciju un vērtē “Ļoti labi” 30%, “Labi” 55% un “Apmierinoši” 15%. Savukārt komunikāciju ar vadītāju vērtē “Ļoti labi” 40%, “Labi” 45%, “Apmierinoši” 15% (4.att.).

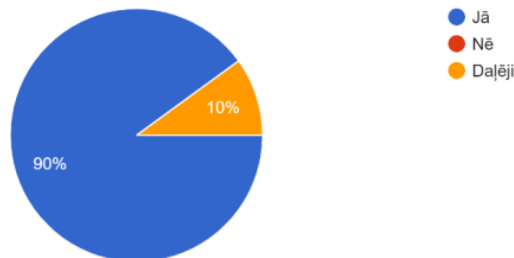


4.att. Respondentu skaits pēc vecuma (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu vai ir viegli komunicēt ar saviem kolēģiem iegūti 90% atbildes ir “Jā” un tikai 10% no respondentiem atbildēja “Daļēji”.(5.att.).

Vai Jums ir viegli komunicēt ar saviem kolēģiem?

20 atbildes

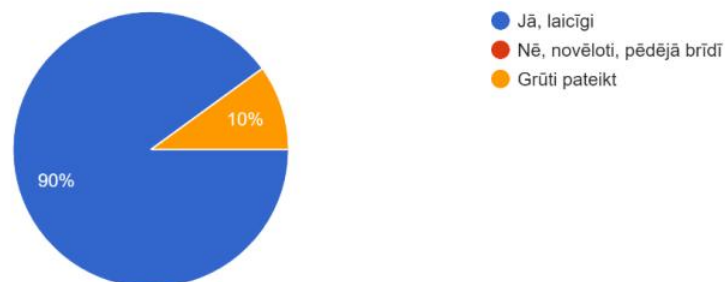


5.att. Viegla komunikācija ar kolēģiem (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu vai darbam nepieciešamo informāciju no vadītāja respondenti saņem laicīgi, 90% atbildēja “Jā, laicīgi”, 10% no respondentiem atbildēja “Grūti pateikt”.(6.att.).

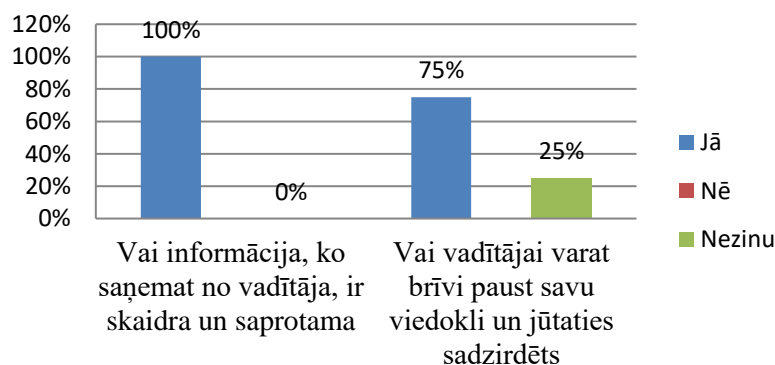
Vai darbam nepieciešamo informāciju no vadības saņemat laicīgi?

20 atbildes



6.att. Informācijas saņemšanas savlaicīgums (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu vai informācija ko respondenti saņem no vadītāja ir skaidra un saprotama, respondentu sniegtās atbildes ir 100%. Savukārt uz jautājumu vai vadītājam varat brīvi paust savu viedokli un jūtaties sadzirdēts 75% aptaujāto atbildēja “Jā”, “Nezinu ” 25%.(7.att.).

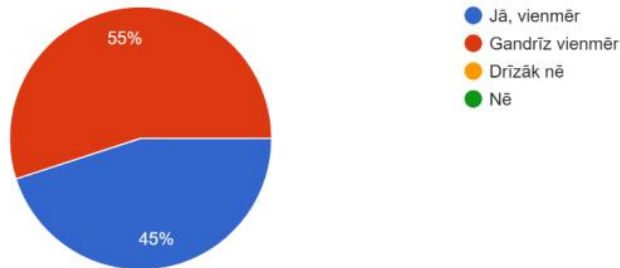


7.att. Informācijas apmaiņa ar vadītāju (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz aptaujas anketas jautājumu par konflikt situāciju savlaicīgu risināšanu 45% aptaujāto atbildēja “Jā, vienmēr”, 55% aptaujāto atbildēja “Gandrīz vienmēr”.(8.att.).

Vai konfliktu situācijas tiek risinātas nekavējoties un atbilstoši?

20 atbildes

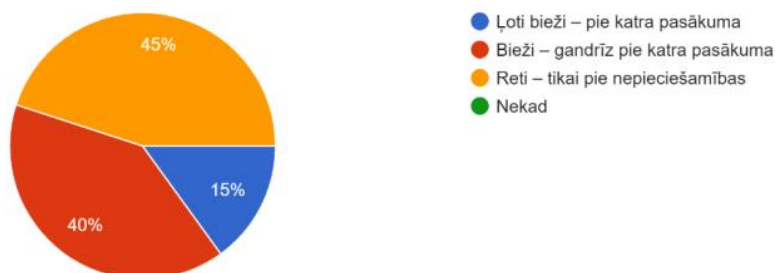


8.att. Konfliktu risināšana (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu cik bieži darbinieki sanāk kopā uz radošu domu apmaiņu, 15% atbildēja “Ļoti bieži pie katra pasākuma”, 40% atbildēja “Bieži, gandrīz pie katra pasākuma”, 45% respondentu atbildēja “Reti, tikai pie nepieciešamības”.(9.att.).

Cik bieži darbinieki sanāk kopā, lai kopīgi veiktu “prāta vētru”, radošu domu apmaiņu?

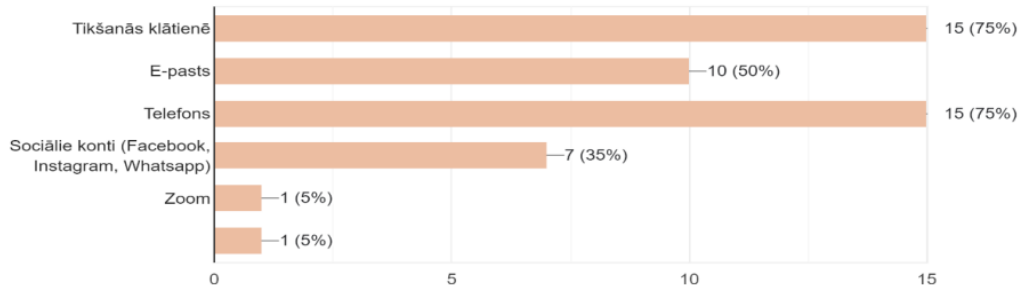
20 atbildes



9.att. Radošu domu aptauja (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Savstarpējai komunikācijai Kultūras centra darbinieki labprātāk izmanto “tikšanos klātienē” 75%, “telefons” 75%, “e-pasts” 50%, “sociālie tīkli” 35%, savukārt “zoom” labprātāk izmanto tikai 5%.(10.att.).

Kādus komunikācijas avotus Jūs labprātāk izmantojat iekšējā komunikācijā? (iespējami vairāki atbilžu varianti)
20 atbildes



10.att. Komunikācijas rīki (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz atvērto anketas jautājumu “Kādi ir Jūsu ieteikumi labākas iekšējās komunikācijas nodrošināšanai Kultūras centrā “Siguldas devons”?” lielākais aptaujāto skaits atbildēja ka uz šo brīdi komunikācija ir laba, bet būtu nepieciešamas vairāk klātienes tikšanās, lai veiktu radošu domu apmaiņu. Vairāki respondenti atbildēja ka iekšējai komunikācijai nevajadzētu notikt ārpus darba laika, vai darbinieku brīvajā laikā, piemēram, atvaļinājumā. Protams, kultūras darbinieku darba laiks ir atšķirīgs no cita biroja darba laika, bet regulāra komunikācija 6.30 no rīta vai 22.00 vakarā rada negatīvas sajūtas pret darba vietu.

Intervija ar kultūras centra “Siguldas devons” vadītāju Jolantu Borīti:

1. *Kā Jūs vērtējat iekšējo komunikāciju ar saviem darbiniekiem kultūras centrā “Siguldas devons”? Iekšējo komunikāciju ar saviem darbiniekiem vērtēju ļoti labi. Komunikācija strādā ar atgriezenisko saiti.*
2. *Kā Jūs vērtējat iekšējo komunikāciju darbinieku starpā kultūras centrā “Siguldas devons”? Darbinieku savstarpējā komunikācija ir ļoti laba, atvērta.*
3. *Cik bieži darbinieki sanāk kopā, lai kopīgi veiktu “prāta vētru”, radošu domu apmaiņu? Kopā sanākam bieži, pirms katra pasākuma, kā arī ar daļu tiekamies iknedēļas sapulcēs, lai izrunātu un plānotu nedēļas darbus.*
4. *Kā jūs vērtējat konfliktsituāciju risināšanu? Konfliktsituācijas kolektīvā nav bijušas, varbūt kāda domstarpība, bet viss ātri tiek atrisināts un izrunāts.*
5. *Kādus komunikācijas avotus visbiežāk izmantojiet iekšējā komunikācijā? Visaktīvāk tiek izmantota WhatsApp grupa, kurā tiek nodotas un saņemtas ātrās reaģēšanas jautājumi. Vēl saziņai tiek izmantots e-pasts, telefons, ja nepieciešams arī attālinātas tikšanās Zoom platformā.*
6. *Kādi ir Jūsu ieteikumi labākas iekšējās komunikācijas nodrošināšanai kultūras centrā “Siguldas devons”? Lai komunikācija būtu laba, ir jārunā, nebaidīties uzdot jautājumus un izrunāt problēmjautājumus.*

Secinājumi

Veicot pētījuma analītisko aprakstu autore var secināt - lai uzņēmējdarbība būtu veiksmīga, vadītājam bieži jārada iespēja darbiniekam pateikt visu, ko viņi vēlas. Komandas dalībniekiem jābūt pārliecinātiem, ka pie vadītāja var vērsties ar jebkuru jautājumu, vienalga, cik tas ir personisks, sīks un šķietami mazsvarīgs.

Iekšējā komunikācija ir organizācijas kultūras veidošana un vispusīgas domu apmaiņas nodrošināšana. Iekšējās komunikācijas aktivitātes ir savstarpēji saistītas, taču kādam ir jā rūpējas, lai šīs aktivitātes norisinātos. Saskaņā ar dažādām teorijām iekšējās komunikācijas aktivitātes var iedalīt vismaz četrās

kategorijās.

Kultūras centra iekšējā komunikācija palīdz nodrošināt, ka visi darbinieki saprot kultūras centra vīziju, misiju un vērtības. Tas stiprina darbinieku saikni ar organizāciju un veicina kopīgu mērķu sasniegšanu.

Aptaujājot darbiniekus un intervējot Kultūras centra vadītāju, autore var secināt, ka komunikācija ir augstā līmenī, tiek pielietoti dažādi komunikācijas veidi un rīki, lai nepieciešamā informācija laicīgi tiktu saņemta.

No aptaujas rezultātiem var secināt, ka būtu nepieciešamas vairāk tieši klātienēs tikšanās, lai veicinātu radošu domu apmaiņu.

Ir jāsecina, ka respondenti uzsvēra to, ka iekšējai komunikācijai nevajadzētu notikt ārpus darba laika, vai darbinieku brīvajā laikā, piemēram, atvaļinājumā.

Pēc klātienēs intervijas ar Kultūras centra direktori Jolantu Borīti autore var secināt, ka vadītāja komunikācijai organizācijā piešķir svarīgu lomu, kas veicina darbinieku lojalitāti un darba efektivitāti. Tas ļauj komandai virzīties uz izvirzītā mērķa sasniegšanu.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Apsalons, Edmunds. (2013). *Komunikācijas kompetence. Kā saprasties un veidot attiecības*. Rīga: Zvaigzne ABC.

Ešenvalde, Inese. (2008). *Personāla vadības mūsdienu metodes*. Rīga: Merkūrijs LAT.

Forands, Ilgvars. (2018). *Menedžmenta mazā enciklopēdija*. Rīga: Latvijas Izglītības fonds.

Frīmens, Deivids. (2006). *Komandas motivācija un vadība*. Rīga: Zvaigzne ABC.

Pīlēns, Uldis. (2018). *(mans) uzņēmēja kods*. Rīga: Zvaigzne ABC.

Recruitment, C. (2015, December 3). *CVO Recruitment. Darba tirgus. Iekšējā komunikācija uzņēmumā*. CVO Recruitment. <https://cvor.lv/darba-tirgus-zinas/iekseja-komunikacija/>

Sadarbība uzņēmumā. (2011). Rīga: Lietišķās informācijas dienests.

Zīlīte, Ligita. (2013). *Personāla vadība un socionika*. Rīga: Turība.

Gunita Strazdiņa. JAUNIEŠU KULTŪRAS AKTIVITĀŠU NEPIECIEŠAMĪBA LATVIJĀ UN SIGULDAS NOVADĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Kultūras vadība"
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Jaunieši ir aktīvākā sabiedrības daļa, tāpēc vēlējos noskaidrot cik daudz kultūras patērē jaunieši Latvijā, it īpaši Siguldas novadā. Pētījumā vēlējos noskaidrot kāda veida aktivitātes vēlas apmeklēt jaunieši un vai ir apmierināti ar kultūras piedāvājumu Siguldas novadā. Ar dažādu materiālu palīdzību noskaidroju, kāpēc jauniešiem ir svarīgi piedalīties kultūras aktivitātes un kā tas ietekmē viņu attīstību. Ņemot vērā, ka Covid – 19 pandēmija būtiski ietekmēja kultūras patēriņu Latvijā un pasaulē, es vēlējos noskaidrot kāda šobrīd ir aktuālā situācija un vai kultūras aktivitāte ir atgriezies pirms pandēmijas apmēros.

Pētījuma mērķis: Izpētīt, cik aktīvi kultūras patērētāji ir jaunieši Latvijā un Siguldas novadā. Izpētīt, kāpēc jauniešiem ir svarīgi piedalīties kultūras aktivitātēs un kā tās veicina jaunieša attīstību.

Pētījuma metodes: Jauniešu anketēšana un pieejamo materiālu izanalizēšana.

Sasniegtie rezultāti: Pētījumā piedalījās 93 Siguldas novada jaunieši, kuri regulāri apmeklē kultūras pasākumus gan Siguldas novadā, gan ārpus tās. Izanalizējot veiktos pētījumus Latvijas mērogā un Siguldas novada mērogā, secināts, ka jauniešiem ir nepieciešamas kultūras aktivitātes. Ļoti būtiski ir veidot aktivitātes kopienā, jo ne vienmēr jauniešiem ir iespēja tikt, piemēram, uz pilsētu. Liela nozīme ir pagastu kultūras namiem un kultūras darba organizatoriem, kā arī jauniešu centriem. Jauniešiem ir nepieciešamas kultūras aktivitātes, lai izveidotos par atbildīgu, kulturālu un emocionāli stabilu pieaugušo. Kultūra ir neatņemama dzīves sastāvdaļa, kas būtiski var ietekmēt jaunieša attīstību un emocionālo stāvokli. Pēc apkopotajiem rezultātiem secināts, ka jaunieši Siguldas novadā ir apmierināti ar kultūras piedāvājumu un kultūras piedāvājumu daudzumu.

Atslēgas vārdi: kultūra; jaunieši; Latvija; Sigulda; kultūrmantojums.

Ievads

Pētījuma galvenais mērķis bija izpētīt kultūras aktivitāšu izpratni jauniešu vidū Latvijā, ar īpašu fokusu uz Siguldas novadu. Mērķis bija iegūt informāciju par jauniešu piedalīšanos kultūras pasākumos un viņu attieksmi pret kultūras piedāvājumu. Lai iegūtu datus, tika izstrādāta aptauja ar vairākiem jautājumiem, aptverot vairāku aspektus – no apmeklētajiem pasākumiem līdz par jauniešu vērtējumam par kultūras piedāvājumu novadā. Aptaujā piedalījās 93 jaunieši vecuma posmā no 13 līdz 20 gadiem, kas ļāva vairāk izprast jauniešu kultūras pasākumu apmeklēšanas aktivitāti. Rezultāti liecina, ka lielākā daļa jauniešu vismaz reizi mēnesī piedalās kultūras pasākumos, norādot dažādas intereses – sākot no izklaides līdz interesei par mākslu un kultūras notikumiem. Pētījumā noskaidroju vai kultūras piedāvājums Siguldas novadā apmierina jauniešus. Šis aspekts ir ļoti būtisks, lai saprastu, vai esošais kultūras piedāvājums atbilst jauniešu interesēm un vēlmēm. Pētījumā iegūtie rezultāti apliecina, ka vairākums jauniešiem apmierina kultūras piedāvājums Siguldas novadā. Pamatojoties uz iegūtajiem rezultātiem, varu izstrādāt ieteikumus kultūras pasākumu organizatoriem un jauniešu centram, kā uzlabot piedāvājumu un piesaistīt vairāk jauniešu. Turklāt, iespējama turpmāka pētniecība - varētu paplašināt izpratni par jauniešu lomu un vēlmēm kultūras jomā.

Analītiskais apskats

Veidojot šo pētījumu vispirms iepazīnos ar materiāliem un teoriju kas ir kultūra un kā to definēt.

“Noteicošais faktors cilvēka tapšanā par garīgi augsti attīstītu subjektu ir kultūra. Neapgūstot kultūru cilvēks nav spējīgs pilnvērtīgi dzīvot sociālajā vidē. Cilvēks ir kultūras vērtību radītājs, patērētājs un kultūras stafetes tālāk nodevējs.. Vajadzību hierarhijā kultūras vērtību vajadzības ieņem nozīmīgu vietu, un to apjoms arvien palielinās. Cilvēku kultūras vajadzību apmierināšanas pakāpe un pieprasījums ir atkarīgs no sociokultūras attīstības periodiem, no to identitātes ar sociāli identitāti laikā un telpā (modernisms, postmodernisms, pozitīvisms, interpretatīvisms).

Kultūras saturu var raksturot trīs aspektos.

1. Personiskā kultūra – dažādu vērtību, sociālo normu klāst, ko sev piedēvē indivīds un atzīst sabiedrība (tikumisko, ētisko, zinātnisko, sabiedrisko, etnisko, politisko, kreatīvo, psihes kvalitāšu kopums).
2. Kultūra kā vēsturisks fenomens – civilizācijas līmenis.
3. Kultūra kā īpašu darbību formu un veidu sociāla sistēma.

Kultūra ir etnocentriska un stereotipiska. Etnocentrisms darbojas kā aizsargmehānisms pret svešu kultūru ietekmi, bet stereotipi un konformisms rada apstākļus kultūras vērtību saglabāšanai. Sabiedrība eksistē, par spīti lielajai vērtību dažādībai subkulturās; indivīdi vērtības biežāk akceptē pragmatiski, nevis teorētiski; sociālā struktūra nevar indivīdam uzspiest vērtību sistēmu (Dictionary of Sociology, 1994).

Kultūra nav viendabīgs fenomens, kultūru veido dažādi struktūrelementi:

- Zīmju simboliskie elementi, valoda, vārdi. Ar valodas palīdzību tiek akumulēta, uzglabāta un tālāk nodota sociālā pieredze;
- Kultūra kā vērtību raksturojoša sistēma; kultūra balstās uz vērtībām – sociāli atzītiem un pieņemtiem priekšstatiem par labo, vērtīgo, vēlamu.

“Atkārtots pozitīvs vai negatīvs novērtējums sabiedrībā var pārtapt par sociālajām normām, kuru ievērošana liecina par kultūras līmeni.” (Garleja, 2006, 70 lpp.)

“Kultūru var definēt kā sociālu vērtību, normu, pārliecību sistēmu, kas tiek pārmantota no paaudzes paaudzēs un izdala cilvēku starp citiem primātiem” (Dictionary of Sociology, 1994, 70.lpp.). “Kultūra, viss, kas sasniegts cilvēku pulēt, lai uzlabotu dzīvi, izkoptu un izteiktu savi kādos objektīvos veidojumus.” (Lasmane et al., 1998, 25. lpp.)

Kultūra ir lēca, caur kuru skatās pasauli. Koordinējošs plāns, kurā integrējas darbība, uzvedība un sociālais mantojums (Garleja, 2006)

“Kultūru var raksturot kā personību un sociālo sistēmu sintēzi, personības grupas, organizācijas, sabiedrības materiālu un mentālo vērtību veselumu. Kultūra ir sabiedrības un ikviena tās locekļa radošo spēju izpausme darbībā, uzvedībā, izvēlē. Plašākā nozīmē kultūra ir laikmeta raksturojums, cilvēka garīgās pasaules redzējums, procesu un parādību interpretācijas spēja. Kultūru veido ne tikai gara sasniegumi, bet viss sabiedrības civilizācijas līmenis, domāšanas veids, vērtīborientācija, uzvedība, emocionālā inteliģence, dzīves pozīcija.” (Garleja, 2006, 71.lpp.)

Kultūra ir neatņemama cilvēka dzīves sastāvdaļa, tāpēc savā pētījumā es vēlējos noskaidro cik daudz jaunieši ikdienā patērē kultūras piedāvājumu. Veicot šo pētījumu apskatīju dažādus pētījumus, kurus ir veikusi Kultūras Ministrija un Izglītības un zinātnes Ministrija (Klāsons et al., 2016). Kultūras ministrijas pasūtījuma kultūras patēriņa pētījumi tiek veikti kopš 2016. gada, tie notiek regulāri – reizi divos gados. Manis apskatītais pētījums tika veikts 2022. gadā. Būtiski šo rezultātus ietekmē Covid – 19 pandēmijas laiks, kad kultūra gandrīz visās tās izpausmēs tika “paralizēta”. Domāju, ka precīzāki dati par kultūras

patēriņu, cilvēku un jauniešu ikdienā, būs redzami pēc šogad veiktā pētījuma, bet atgriežoties pie 2022. gada veiktā pētījuma tiek secināts:

“Vērtējot jauniešu kultūras patēriņu kontekstā ar visu iedzīvotāju kopējiem rādītājiem secināms, ka jaunieši ir izveikti aktīvāki kultūras patēriņā. Ja kopumā 64% Latvijas iedzīvotāju ir apmeklējuši kultūras pasākumus un aktivitātes savā pilsētā vai pagastā, tas jauniešu vidū tādu īpatsvaru ir 78%. Tāpat jaunieši ir aktīvāki arī kultūras pasākumu apmeklēšanā ārpus savas dzīves vietas. Savā reģionā pasākumus apmeklē 44% jauniešu (kamēr tikai 30% no visiem iedzīvotājiem), citā reģionā pasākumus apmeklē 41% (30% visu iedzīvotāju), bet ārpus Latvijas kultūras pasākumus apmeklējuši 15% jauniešu (10% visu iedzīvotāju).

Datu salīdzinājums ar 2020. gada rādītājiem liecina, ka jauniešu vidū šogad īpaši pieaugusi pasākuma apmeklēšana citos reģionos, kā arī savā reģionā, savukārt būtiski kritusies pasākumu apmeklēšana Baltijas valstīs (2020. gadā kopumā 24% jauniešu bija apmeklējuši pasākumus kaimiņvalstīs, bet šogad tiki 9%). Arī personīgajā līdzdalībā jaunieši ir aktīvāki nekā Latvijas iedzīvotāji kopumā.

Aktiermākslā jauniešu aktivitāte ir nedaudz augstāka nekā iedzīvotāju kopējie rādītāji – ja no visiem Latvijas iedzīvotājiem 8% piedalās amatiermākslā, tas jauniešu vidū tādu ir 13%. Jauniešu vidū ir arī sevišķi augsts digitālās kultūras patēriņš.” (Pētījums: jaunieši ir..., 2023)

2023. gadā kopā ar kolēģiem un jaunatnes jomas speciālistiem veicu pētījumu, lai izveido “Siguldas novada jaunatnes politikas programmu 2023. – 2028. gadam”. Šajā pētījumā veicām aptauju, kurā iekļāvām jautājumus ar kultūras pieejamību Siguldas novadā. 2023. gada sākumā tika īstenots pētījums “Siguldas novada jauniešiem: statistisks raksturojums un jauniešu viedokļa izpēte” Siguldas novadā, kuras mērķis bija iegūt Siguldas novada jauniešu (to, kuri dzīvo, mācās vai strādā pašvaldības teritorijā) statistiku un socioloģisku raksturojumu. Aptaujā piedalījās 454 jaunieši. Galvenie secinājumi no pētījuma par kultūras pieejamību Siguldas novadā:

Galvenie secinājumi no pētījuma par kultūras pieejamību Siguldas novadā:

1. Visvairāk jauniešu piedalījušies kultūras pasākumos (43%) un sporta aktivitātēs (38%). Salīdzinoši daudz jauniešu apmeklējuši arī aktivitātes Jaunrades centrā (23%).
2. Lūgti novērtēt savas iespējas Siguldas novadā, vispozitīvāk vērtētas iespējas apmeklēt kultūras pasākumus (67 % novērtē, ka ir plašas vai pietiekamas iespējas), pavadīt brīvo laiku atbilstoši savām vēlmēm (65%).
3. Aptaujas anketā jaunieši tika lūgti brīvā tekstā norādīt, kādas iespējas un aktivitātes vēlētos, lai būtu pieejamas Siguldas novadā. Visbiežāk (69%) jaunieši norādījuši uz dažādām aktīvās atpūtas un sporta aktivitātēm. Bieži minētas arī kultūras un izklaides (42%) aktivitātes. (Sigulda.lv, n.d.)

2023. gadā tika izveidots arī Siguldas novada Kultūras attīstības stratēģija 2023.–2028.gadam. Programmas izveides ietvaros tika veikta SVID analīze, kurā pie Siguldas novada Kultūras nozares vājās puses tiek atzīmēts nepietiekams vai auditorijas interesēm neatbilstošs kultūras piedāvājums ģimenēm ar bērniem, jauniešiem un senioriem. Ņemot vērā šos faktus vēlējos izveidot atsevišķu pētījumu par jauniešu kultūras piedāvājumu un patēriņu Siguldas novadā. Arī ļoti lielas un nozīmīgas kultūras organizācijas runā par jauniešu iesaisti kultūrā, piemēram, UNESCO.

“Jauniešu līdzdalība kultūras dzīvē un kultūras mantojuma iepazīšanā un saglabāšanā ir nepieciešama, lai jaunieši gūtu izpratni par savu un citām kultūrām, kas paplašina jauniešu redzesloku, stiprina viņu spēju risināt konfliktus miera ceļā un veicina cieņu pret kultūru dažādību. UNESCO veic nozīmīgu darbu, aktualizējot jauniešu iespējas sava kultūras mantojuma iepazīšanai, kas atbilst ANO Ilgtspējīgas attīstības 4. mērķa 7. apakšpunktam. Tas akcentē nepieciešamību veicināt izpratni par kultūras daudzveidību un kultūras ieguldījumu ilgtspējīgā attīstībā. Kultūras mantojuma apgūšana stiprina izglītības kvalitāti un veicina jēgpilnāku jauniešu iekļaušanos sabiedrības procesos, piemēram, ilgtspējīga dzīvesveida attīstībā, nevardarbības, cilvēktiesību un dzimumu līdztiesības nodrošināšanā.

Jauniešu līdzdalībai un iesaistei kultūras procesos ir dažādi līmeņi un formas, kas var atšķirties dažādu kultūras mantojuma veidu gadījumā. Iekļaujoša jauniešu līdzdalība ir pamats kultūras vērtību, zināšanu un prasmju apgūvē, lai stiprinātu nacionālo identitāti, latviešu valodu un solidaritāti.” (Metodiskais materiāls, 2022)

Pētījuma metodoloģija

Lai veiktu šo pētījumu veicu anketēšanu Siguldas novada jauniešu vidū. Kopā aptaujāju 93 respondentus, kuri aizpildīja manis sagatavotu anketu par kultūras patēriņu ikdienā. Anketa sastāvēja no 12 jautājumiem – 7 no tiem ar atbilžu variantiem un 5 no tiem atvērtā tipa jautājumi.

Respondenti tika izvēlēti un anketēti ar skolu starpniecību, anketa tika nosūtīta skolu atbildīgajiem skolotājiem, kurš anketu tālāk pārsūtīja skolēniem. Anketēšanā piedalījās jaunieši no Siguldas novada vecumā no 13 līdz 20 gadiem, jaunieši ikdienā dzīvo un mācās Siguldas novadā. 54 jaunieši bija no Siguldas pilsētas un 39 no Siguldas novada pagastiem. 63 no aptaujas dalībniekiem bija meitenes un 30 puīši.

Pētījuma rezultāti

Pētījuma rezultātus apkopāju tabulās.

Jautājums: Kāds ir Tavs dzimums? (Var arī nenorādīt). Šajā pētījumā vairāk piedalījās meitenes (68%) un gandrīz uz pusi mazāk (32%) puīši (1.att.).



1.att. Respondentu sadalījums pa dzimumiem (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautājums: Cik bieži mēnesī Tu apmeklē kultūras pasākumus?

No aptaujātajiem respondentiem 44% jaunieši apmeklē vismaz 2 reizes mēnesī, 34 % apmeklē kultūras pasākumus vismaz 3 reizes mēnesī, 13% vismaz 1 reizi mēnesī un 9% apmeklē 4 kultūras pasākumus vai vairāk (2.att.).



2.att. Cik bieži Tu ceturksnī apmeklē kultūras pasākumus (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautājums: Kurā pilsētā Tu visbiežāk apmeklē kultūras pasākumus?

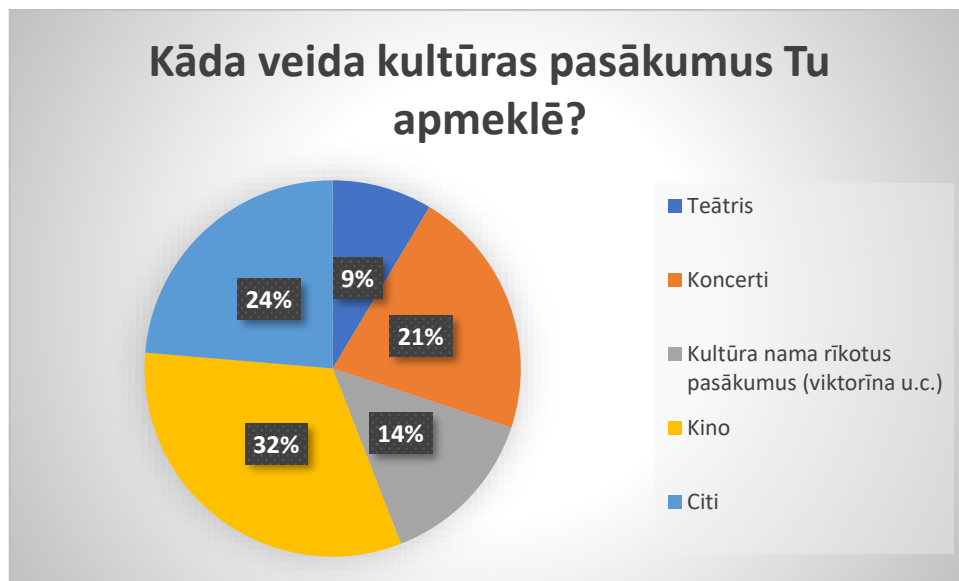
Respondenti visbiežāko kultūras patēriņa vietu atzīmē Rīgu (45%), tikai tad minot Siguldu un Siguldas novadu (40%). Respondenti apmeklē arī kultūras pasākumus Cēsīs (4%), Valmierā (2%) un citur Latvijā (9%) (3.att.).



3.att. Kurā pilsētā Tu visbiežāk apmeklē kultūras pasākumus (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautājums: Kāda veida kultūras pasākumus Tu apmeklē?

32% no aptaujātajiem respondentiem apmeklē kino, 14% apmeklē kultūras namu un jauniešu centra rīkotus pasākumus, 21% apmeklē koncertu, 9% teātri un 24% citus ar kultūras nozari saistītus pasākumus (4.att.).



4.att. Kāda veida kultūras pasākumus Tu apmeklē (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautājums: Vai esi apmierināts ar kultūras aktivitāšu piedāvājumu Siguldas novadā?

Vairākums - 59% respondentu atbildējuši, ka ir apmierināti ar kultūras aktivitāšu piedāvājumu Siguldas novadā, 16% atbildējuši, ka vairāk jā, nekā nē, savukārt 15% atbildējuši, ka drīzāk nē nekā jā un tikai 2% atbildējuši, ka nav apmierināti. 8% respondentu atbildējuši, ka nezina atbildi uz šo jautājumu (5.att.).



5.att. Vai esi apmierināts ar kultūras aktivitāšu piedāvājumu Siguldas novadā (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautājums: Kāpēc biežāk neapmeklē kultūras pasākumus?

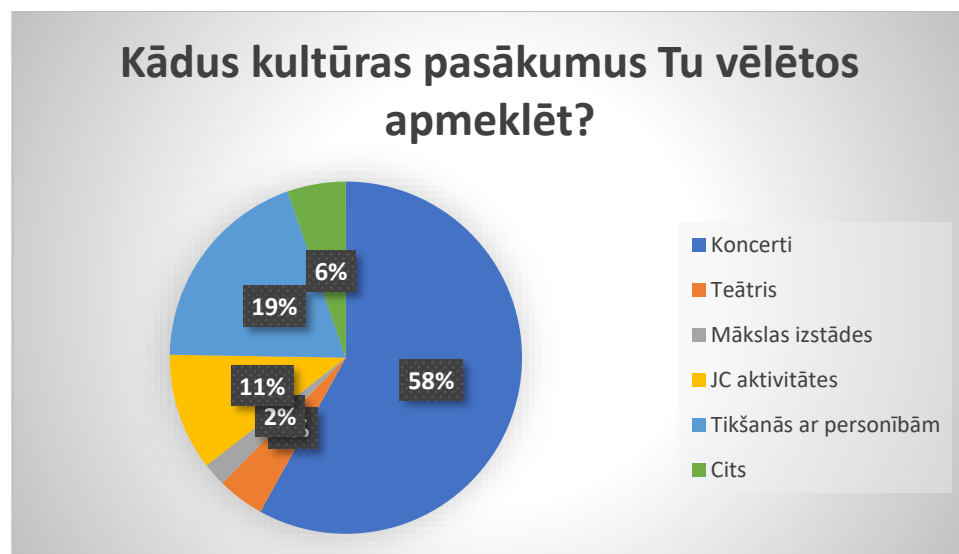
Vairāk kā trešdaļa respondentu (35%) min, ka neapmeklē pasākumus, jo attālums no dzīvesvietas līdz aktivitātei ir pārāk liels un nav iespējams transports kā uz to tikt, 29% respondentu atzīmējuši, ka kultūras pasākumiem nepieciešams papildus finanses, kuras dažkārt trūkst. 13% respondentu atzīmējuši, ka viņiem neinteresē piedāvātās kultūras aktivitātes un 23% jaunieši atzīmējuši citus variantus (6.att.)



6.att. Kāpēc biežāk neapmeklē kultūras pasākumus? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Jautājums: Kādus kultūras pasākumus Tu vēlētos apmeklēt?

Vairāk kā puse respondentu (58%) vēlētos apmeklēt koncertus, 19% respondentu vēlētos tikties ar iedvesmojošām personībām, 11% jaunieši vēlētos piedalīties jauniešu centra rīkotās aktivitātēs, attiecīgi 4% vēlētos apmeklēt teātri un 2% mākslas izstādes. 6% respondentu izvēlētos citu variantu (7.att.)



7.att. Kādus kultūras pasākumus Tu vēlētos apmeklēt? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

Izanalizējot veiktos pētījumus Latvijas mērogā un Siguldas novada mērogā, secinu, ka jauniešiem ir nepieciešamas kultūras aktivitātes. Ļoti būtiski ir veidot aktivitātes kopienā, jo ne vienmēr jauniešiem ir iespēja tikt, piemēram, uz pilsētu. Liela nozīme ir pagastu kultūras namiem un kultūras darba organizatoriem, kā arī jauniešu centriem. Jauniešiem ir nepieciešamas kultūras aktivitātes, lai izveidotos



par atbildīgu, kulturālu un emocionāli stabilu pieaugušo. Kultūra ir neatņemama dzīves sastāvdaļa, kas būtiski var ietekmēt jaunieša attīstību un emocionālo stāvokli.

Pēc apkopotajiem rezultātiem secinu, ka jaunieši Siguldas novadā ir apmierināti ar kultūras piedāvājumu un kultūras piedāvājumu daudzumu.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Garleja R (2006). *Cilvēkpotenciāls sociālajā vidē*. Rīga: "Izdevniecība RaKa"

Klāsons, G., Tjarve, B., Spuriņš, U., Laķe, A., & Culturelab. (2016). KULTŪRAS AUDITORIJA LATVIJĀ: SITUĀCIJA, PROCESI, TENDENCES. In *Valsts Kultūrkapitāla fonda atbalstīts projekts „Kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums”*. Biedrība “Culturelab.” <https://culturelablv.files.wordpress.com/2017/01/kultc5abras-auditorija-latvijs481-2016.pdf>

LR Ministru Kabinets (2022). *Par Kultūrpolitikas pamatnostādņem 2022. – 2027.* *Gadam* <https://likumi.lv/ta/id/330444-kulturpolitikas-pamatnostadnes-2021-2027-gadam-kulturvalsts>

Sigulda.lv - stratēģijas. (n.d.). <https://old.sigulda.lv/public/lat/pasvaldiba/dokumenti/1/strategijas/>

Personu apvienība, ko veido Latvijas Kultūras akadēmija un SIA Pētījumu centrs SKDS (2022). *Kultūras aktivitātes baromentrs 2022*. Kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums. https://www.km.gov.lv/sites/km/files/media_file/kulturas-barometrs_2022_petijums.pdf

Pētījums: jaunieši ir visaktīvākie kultūras patērētāji Latvijā (2023, Jan 26). Satori. <https://satori.lv/article/petijums-jauniesi-ir-visaktivakie-kulturas-pateretaji-latvija>

Sigulda.lv mobile. (n.d.). <https://m.sigulda.lv/?sadala=data&id=10848#:~:text=gadam-.Siguldas%20novada%20Sporta%20un%20akt%C4%ABv%C4%81s%20atp%C5%ABtas%20att%C4%ABst%C4%ABbas%20strat%C4%93%C4%A3ija%202023.,akt%C4%ABv%C4%81s%20atp%C5%ABtas%20att%C4%ABst%C4%ABbas%20priorit%C4%81%C5%A1u%20%C4%ABsteno%C5%A1a%20n%20ai>

METODISKAIS MATERIĀLS JAUNIEŠU KULTŪRPRATĪBAS VEICINĀŠANAI. (2022). Unesco.lv. Retrieved March 2, 2024, from <https://www.unesco.lv/lv/media/1206/download?attachment>



Elizabete Gribuška. BĒRNU AUDZINĀŠANAS PARADUMI UN TO SAISTĪBA AR VECĀKA BĒRNĪBAS PIEREDZI

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma „Kultūras vadība“
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Cilvēki pāris pēdējās paaudzēs tika ļoti dažādi audzināti, jo krasi mainījās gan dzīves apstākļi, iespējas un prioritātes, gan sabiedrības un vecāku izpratne par bērnu audzināšanu, metodēm un emocionālo sastāvdaļu šajā procesā. Ir acīmredzamas izmaiņas attieksmē pret bērnu audzināšanu gan Latvijas teritorijā, gan ārpus tās, jo sabiedrībai ir pieejams arvien vairāk objektīvas un profesionālas informācijas par bērnu radīšanu un audzināšanu. Līdz ar brīvāku informācijas apmaiņu mūsdienu pasaulē, vecākus ietekmē arī citas kultūras un to skatījums uz bērnu audzināšanu. Latvijā, pēdējā pus gadsimtā, diezgan daudz pārmaiņu ieviesa gan politiskā aspekta izmaiņas, gan jaunu resursu parādīšanās, gan, piemēram, attālināšanās no 2. Pasaules kara un ar to saistītajām sekām, kas spēcīgi atbalsojās arī vairāku paaudžu audzināšanā un dzīvēs, līdz ar to mazinot tā ietekmi uz nākamo paaudzi.

Pētījuma mērķis: Uzzināt vai, un ja ir, tad kāda ir saistība starp to kā vecāks tika audzināts un to, kā viņš audzina savus bērnus.

Pētījuma metodes: Mērķauditorija ir vecāki Latvijā, kuri audzināja vismaz vienu bērnu virs 4 gadu vecuma un kuri paši auga ģimenēs. Tika veikta šīs mērķauditorijas pārstāvju anketēšana, atbilžu apkopošana un analīze. Anketu plānots izplatīt sociālajos tīklos un izlases respondentiem privāti.

Sasniegtie rezultāti: Hipotēžu pārbaudes rezultāti: 1. Vecāki ir tendēti izmantot tādas audzināšanas metodes, kādas izmantoja viņu aprūpētāji. Hipotēze nav izteikti apstiprinājusies. 2. Vērtības tiek nodotas no paaudzes paaudzē un daudz nemainās. Hipotēze apstiprinājās daļēji, jo katra paaudze ir viena vai divas vadošās vērtības, kas savu aktualitāti nezaudēja, parējās ir nolasāmas izmaiņas tajā, cik ļoti vērtība paliek aktuāla. Praktiska rezultātu izmantošana: vecāki var pievērst uzmanību saistībai starp bērniībā pieredzētajām audzināšanas metodēm ar viņu pašu pielietotajām metodēm bērnu audzināšanas procesā.

Atslēgas vārdi: audzināšana; vecāks; bērns; paaudzes.

Ievads

Pasaule pēdējā laikā mainās arvien straujāk un līdz ar to mainās arī cilvēku uztvere un domāšana- tajā skaitā arī par bērnu audzināšanu. Kari, okupācijas un citas politiskas pārmaiņas un nestabilitātes ietekmē cilvēku dzīves apstākļus, iespējas un prioritātes. Tās rada cilvēkiem vajadzību ātri pielāgoties notiekošajam un primāri domāt par dzīves pamatvērtībām- savām un atvašu fizioloģiskajām vajadzībām un drošību. Emocionālā sastāvdaļa un mentālā veselība tiek atliktas kā otršķirīgas vērtības, kurām tik daudz laika un uzmanības veltīts netiek. Latvijā, pēdējā pus gadsimtā, tādu pārmaiņu ir bijis diezgan daudz, kas noteikti atstāj nospiedumu ne tikai uz šos laikus piedzīvojušām paaudzēm, bet arī sekojošām. Sabiedrības un vecāku izpratne par bērnu audzināšanu, metodēm un emocionālo sastāvdaļu šajā procesā mainās gan stabilāka pamata zem kājām iegūšanas, gan jaunu resursu parādīšanās ietekmē. Acīmredzamas izmaiņas attieksmē pret bērnu audzināšanu ir gan Latvijas teritorijā, gan ārpus tās, jo sabiedrībai pieejams arvien vairāk objektīvas un profesionālas informācijas par bērnu radīšanu un audzināšanu. Līdz ar interneta parādīšanos un brīvāku informācijas apmaiņu mūsdienu pasaulē, vecākus ietekmē arī citas kultūras un to skatījums uz bērnu audzināšanu. Mūsdienās, kļūst aktuāla “gentle parenting” jeb maigas audzināšanas tendence teorijā, taču vēl nav līdz galam noskaidrots kā tā izpaužas

praksē, īpaši Latvijas teritorijā. “Audzināšanas rokasgrāmatas” 3. sējumā “Būšana un kļūšana par vecākiem” 13.nodaļā “Audzināšanas nodošana starp paaudzēm” aprakstītā teorija paredz, ka vienas ģimenes ietvaros izmantotās audzināšanas metodes un paradumi, paaudzēm mainoties ir tendēti atkārtoties.

Mērķis ir uzzināt vai, un ja ir, tad kāda ir saistība starp to kā vecāks tika audzināts un to, kā viņš audzina savus bērnus. Uzdevumi ir noskaidrot, vai šī teorija Latvijas teritorijā apstiprinās, un, vai audzināšanas paradumi un vērtības vienas paaudzes pārstāvju ietvaros ir līdzīgas.

Hipotēzes:

1. Vecāki ir tendēti izmantot tādas audzināšanas metodes, kādas izmantoja viņu aprūpētāji.
2. Vērtības tiek nodotas no paaudzes paaudzē un daudz nemainās.

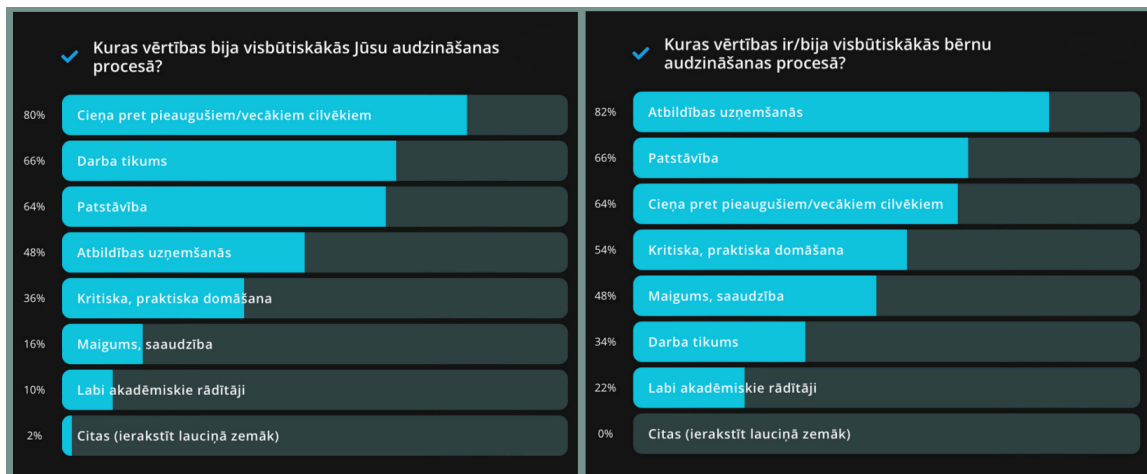
Pētījumā tika izmantota anketēšana un pēc datu ievākšanas visu respondentu datu apkopošana un analīze, kā arī vienas paaudzes ietvaros veikta datu salīdzināšana.

Analītiskais apskats

Acīmredzamas izmaiņas attiekmē pret bērnu audzināšanu ir gan Latvijas teritorijā, gan ārpus tās, jo sabiedrībai kļūst pieejams arvien vairāk objektīvas un profesionālas informācijas par bērnu radīšanu un audzināšanu. Līdz ar interneta parādīšanos un brīvāku informācijas apmaiņu mūsdienu pasaulē, vecākus ietekmē arī citas kultūras un to skatījums uz bērnu audzināšanu. Mūsdienās, kļūst aktuāla “gentle parenting” jeb maigas audzināšanas tendence teorijā, taču vēl nav līdz galam noskaidrots kā tā izpaužas praksē, īpaši Latvijas teritorijā. “Audzināšanas rokasgrāmatas” 3. sējumā “Būšana un kļūšana par vecākiem” 13.nodaļā “Audzināšanas nodošana starp paaudzēm” aprakstītā teorija paredz, ka vienas ģimenes ietvaros izmantotās audzināšanas metodes un paradumi, paaudzēm mainoties ir tendēti atkārtoties.

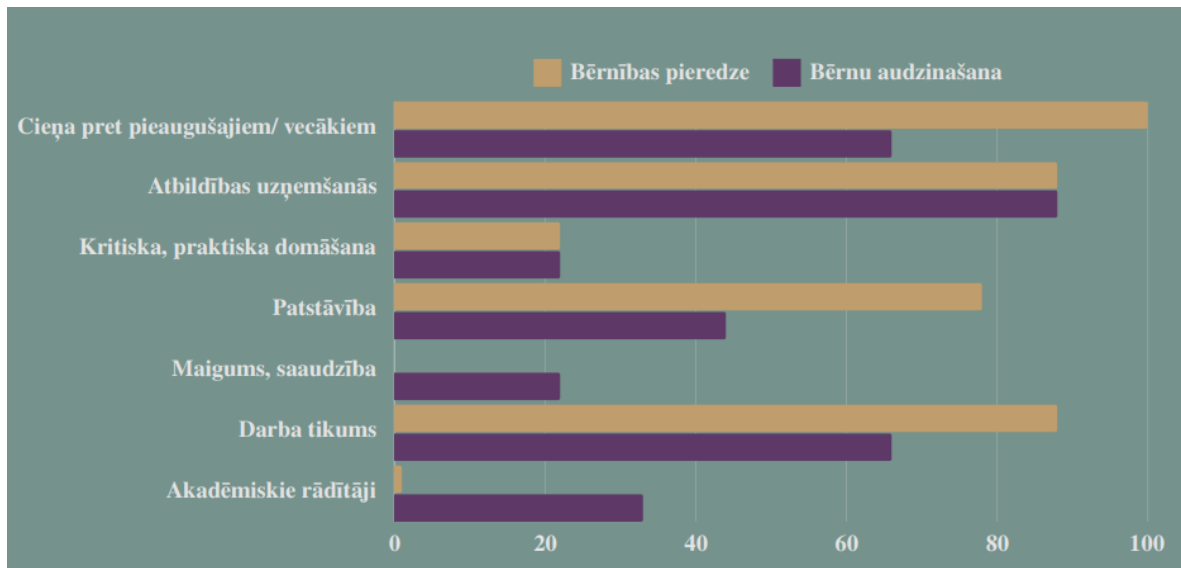
Skatoties Latvijas kontekstā, grāmatā “Sadzīvošana” tika minēs, ka “tas, kāpēc it kā būtiska dzīves joma ir tik saskaldīta, saistīts ar to, ka visbiežāk vecāku attiecības ar bērniem veidojas tāda kā pusapziņas līmenī un tiek uztvertas kā dabiskas. Vien atsevišķas situācijas un mirkli šīs attiecības padara redzamas”. Grāmatas ietvaros veiktās intervijas liecina, ka lielākā daļa vecāku Latvijā bērnus audzina intuitīvi, nereti pat racionalizējot izvēlētas metodes kā izvairīšanos no savu vecāku pieļautajām kļūdām. (Putniņa, 2022)

Atziņa, kas veidojusies grāmatas autorei bija, ka dažādu iemeslu ietekmē darbs paaudžu nomainas laikā kļūst par neviennozīmīgu mērauklu, kas arī apstiprinās pētījuma rezultātā, jo darba tikums respondentu bērniības pieredzē bija otrā būtiskākā vērtība, savukārt respondentu bērnu audzināšanas procesā darba tikums ieņem sesto vietu no septiņām(1.att.)



1.att. Vērtību izmaiņas paaudžu kopskatā (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Tāpat arī apstiprinājās autores atziņa, ka agrāk vecāku un bērnu attiecību standarts bija hierarhiskas attiecības, kur viens no būtiskākajiem rādītājiem ir izteikta cieņa pret vecākiem un pieaugušajiem, kas arī ir vecākās respondentu paaudzes absolūti vadošā vērtība, taču jau nākamajai paaudzei tās nozīme manāmi krītas un attiecības ir nedaudz tendētas būt līdzvērtīgākas. Ar darba tikumu kā vērtības pozicionēšanu tiek nedaudz aizsegts tā neizbēgamās vajadzības aspekts. Tas ir raksturīgs padomju gados augušajām paaudzēm(2.att.)



2.att. Baby boomers paaudzes vērtību izmaiņas (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Audzinašanas metožu izvēle nereti atklāj vairāk par respondentiem, nekā tie pasaka. Piemēram, piespiešana publiski atvainoties, iebiedēšana, ignorēšana, nereālistisku draudu izteikšana ir sava veida manipulācija, kas parāda to, ka audzināšanas process nav visai izkopts.

No papildus darba, kā soda, un atalgojuma par sasniegumiem izriet stingrības un robežu starp pusēm novilkšanu, kas savukārt ir autoratīva, hierarhiska attiecību standarta rādītājs.

Pētījuma metodoloģija

Izmantotās metodes- tika izpētīts bērnu audzināšanas teoriju un procesa ārvalstu skatījums un Latvijai raksturīgā specifika bērnu audzināšanas un paaudžu jautājumos. Izmantota gan izlases anketēšana, gan anketēšanas izplatīšana sociālajos tīklos.

Instrumenti, kas izmantoti anketēšanai ir forms.app lietotne. Datu analīzei netika izmantoti nekādi īpaši instrumenti, tā tika pārsvarā veikta apkopojot datus pašā anketēšanas lietotnē, salīdzinot tos sava starpā viena respondenta, tad paaudzes ietvaros un tad starp paaudzēm. Tad veikta visu paaudžu datu kopskata analīze, veidoti secinājumi, pieņēmumi un hipotēžu pārbaudīšana.

Mērķauditorija ir vecāki, kuri aktīvi piedalījušies vismaz viena bērna virs 4 gadu vecuma audzināšanā, un kuri paši auga ģimenēs.

Aktīva piedalīšanās bērnu audzināšanā ir svarīga nianse, kas nosaka, vai vecāks ikdienā saskarās ar pietiekami daudz un dažādām situācijām, kurās ir nepieciešama audzināšanas metožu izmantošana.

Respondentiem ir jābūt augušiem ģimenēs, kas paredz, ka viņiem ir bijis tiešais aizbildnis, nevis, piemēram, bērnu nama grupas vadītājs. Ģimenes modelis, sastāvs, veids un citi parametri šī pētījuma ietvaros īpaši būtiski nebija, jo tiek likts uzsvars uz to kā audzināja, nevis kurš.

Mērķauditorijas izlase izveidota tā, lai katrs respondents varētu sniegt atbildi uz visiem jautājumiem un sniegt maksimāli aptverošu ieskatu.

Respondentu pārsvars pēc dzimuma ir sievietes, un lielākais atbilžu skaits ir no X paaudzes jeb 1965-1980 gados dzimušajiem pārstāvjiem.

Datu vākšanas procesā bija zināmas grūtības sasniegt līdz 1964.gadam dzimušos respondentus, īpaši vīriešus. Tam ir vairāki iemesli- gan šīs paaudzes mazāka saskarsme ar tehnoloģijām, gan nevēlēšanās runāt par emocionāli sensitīviem jautājumiem, gan pārstāvju, īpaši vīriešu, skaitliskais mazākums. Procesā tika saprasti arī pētījuma vairāki specifiski faktori, kas ietekmēja pētījums secinājumus.

- Respondentu paaudze nosaka arī to, cik sen ir bijusi respondenta bērnība un cik nesenas un pilnvērtīgas ir atmiņas par to un tajā piedzīvoto;
- Cilvēki ir tendēti aizmirst bērnības pieredzi, ja tā ir bijusi traumatiskā;
- Lielai daļai respondentu ir vairāki audzināmie bērni un ar palielu vecum atšķirību, kuri tika audzināti ar dažādu pieredzi un zināšanām, tāpēc ievadītie dati nav tik detalizēti un specifiski;
- Daudzi no jautājumiem pieprasa subjektīvu atbildi, kas ne vienmēr atbilst patiesībai, to mēdz ietekmēt daudzi blakus esoši faktori- cilvēka sensitivitāte, vecums, attieksme pret vecākiem, laiks;
- Atšķirība ir arī tajā, cik gados vecāks bērnu sāka audzināt, cik liela sagatavošanās bija šim procesam, cik vēlams bija bērns ;
- Katras ģimenes situācija ir samērā specifiska, kur atbildes var ietekmēt dažādi aspekti;

Datu analīzes posmi- datu analīzei tika izmantots aptuveni 2/3 izpildīto aptauju. Daļa no respondentu aizpildītajām aptaujām tika atzītas par nederīgām dažādu iemeslu dēļ- nepilnīgas atbildes, nepareizi izpildīta aptauja, neievērota jautājuma atbildēšanas specifika, respondenta neatbilstība mērķauditorijai, atbilžu dublēšanās. Vispirms tika analizētas saistības starp vecāka aprūpētāju izmantotajām un vecāka paša bērnu audzināšanas procesā svarīgākās vērtības. Tad tāds pats process tika veikts arī ar audzināšanas metodēm. Pēc datu grupēšanas pa paaudzēm un analīzes tika meklētas saistības un analizēta situācija.

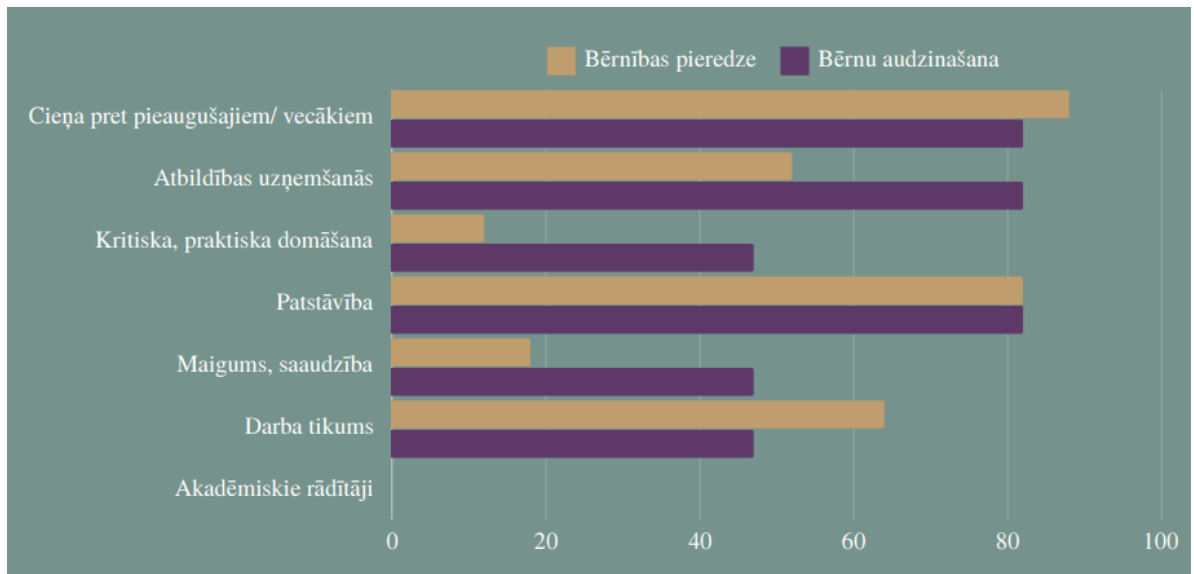
Pētījuma rezultāti

Baby boomers paaudze:

1. Baby boomers paaudzei tika izmantots vismazāk audzināšanas metožu.
2. Paaudze tika pārsvarā audzināta ar pēršanu, situācijas mierīgu izrunāšanu, slavēšanu, kliegšanu.
3. Pārsvarā izmantoja-situācijas mierīgu izrunāšanu, slavēšanu, kliegšanu.
4. Metožu uzsākšana bez saskarsmes ar to bērnībā- likšana kaktā.
5. Visvairāk pārņemtās metodes- situācijas mierīga izrunāšana, kliegšana, papildus darba darīšana, slavēšana.
6. Vismazāk atkārtotas metodes- pēršana.

X paaudze:

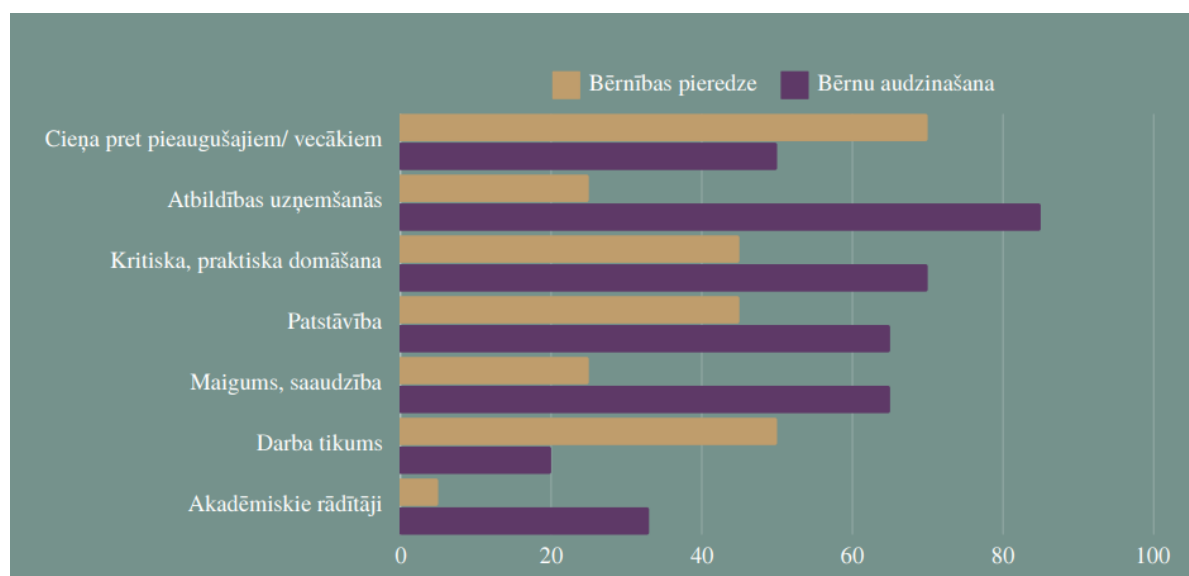
1. Pārsvarā tika audzināti ar kliegšanu, situācijas mierīgu izrunāšanu, pēršanu.
2. Pārsvarā pielietoja- kliegšanu, situācijas mierīgu izrunāšanu, personīgo lietu ierobežošanu, apbalvošanu.
3. Metožu uzsākšana bez saskarsmes ar to bērnībā- slavēšana, situācijas mierīga izrunāšana, apbalvošana, personīgo lietu ierobežošana.
4. Visvairāk pārņemtās metodes- kliegšana, situācijas mierīga izrunāšana, slavēšana, personīgo lietu ierobežošana.
5. Vismazāk atkārtotās metodes- publiska atvainošanās, pēršana, biedēšana.
6. Raksturīgais paaudzei- bez iepriekšējas saskarsmes diezgan izteikti pielietoja slavēšanu, apbalvošanu, situācijas mierīgu izrunāšanu, purināšanu un personīgo lietu ierobežošanu.



3.att. X paaudzes vērtību izmaiņas (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Milēniāļu paaudze:

1. Visvairāk izmantotās ir situācijas mierīga izrunāšana, kliegšana un slavēšana.
2. Pārsvarā audzināti ar kliegšanu, mājas arestu, papildus darba darīšanu, nerealizējamu draudu izteikšanu, pēršanu, biedēšanu.
3. Visvairāk pārņemtās-kliegšana, situācijas mierīga izrunāšana, slavēšana, apbalvošana.
4. Vismazāk vai vispār nepārņemtās – papildus darba darīšana, mājas arests, pēršana, biedēšana, likšana kaktā.
5. Absolūti visi respondenti savu bērnu audzināšanas procesā izmantoja situācijas mierīgu izrunāšanu.
6. Absolūti neviens respondents neizmantoja- likšanu kaktā, publisku atvainošanu, papildus darba darīšanu, gandrīz neviens neizmantoja mājas arestu.
7. Aktīva metodes uzsākšana bez saskarsmes ar to bērnībā ir ar situācijas mierīgu izrunāšanu, slavēšanu, apbalvošanu un personīgo lietu ierobežošanu.
8. Vienīgie, kas izmantoja publisku atvainošanu savu bērnu audzināšanā.



4.att. Y paaudzes vērtību izmaiņas (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Paaudžu kopskats:

1. Pilnīgi visi vecāki, kuru audzināšanā tika pielietota situācijas mierīga izrunāšana, to pārņēma arī savu bērnu audzināšanā.
2. Gandrīz visi, kuru audzināšanā tika pielietota slavēšana to pielietoja arī saviem bērniem audzināšanas procesā.
3. Visvairāk savu bērnu audzināšanā pielietotās vecāku metodes ir situācijas mierīga izrunāšana, slavēšana, kliegšana, apbalvošana.
4. Visvairāk bērībā piedzīvotās metodes vecāku audzināšanā ir kliegšana, pāršana, situācijas mierīga izrunāšana, papildus darba darīšana.
5. Vismazāk vai vispār neatkārtotās metodes ir pāršana, mājas arests, biedēšana, likšana kaktā, ignorēšana, izolēšana, publiska atvainošāns.
6. Visvairāk pārņemtās no bērībā pieredzētā- situācijas mierīga izrunāšana, kliegšana.
7. Visvairāk bez saskarsmes ar metodi bērībā uzsāktās- slavēšana, situācijas mierīga izrunāšana, personīgo lietu ierobežošana, apbalvošana.

1.Tabula. Audzināšanas metožu kopsavilkums visām paaudzēm(Avots: autora apkopojums)

	BB	X	Y
Audzināta ar	Pāršana(70%) , situācijas mierīga izrunāšana(57%), slavēšana un kliegšana(43%)	Kliegšana(65%) , situācijas mierīga izrunāšana(47%), pāršana(35%)	Kliegšana(56%) , mājas arests(50%), nerealizējamu draudu izteikšana, pāršana un biedēšana(44%)
Audzināšanā izmantoja	Situācijas mierīga izrunāšana(70%) , slavēšana, kliegšana(57%)	Situācijas mierīga izrunāšana(82%) , slavēšana(70%), kliegšana un apbalvošana(47%)	Situācijas mierīga izrunāšana(100%) , kliegšana(88%), slavēšana(75%)
Uzsāktās metodes bez saskarsmes bērībā	Likšana kaktā(29%)	Savēšana(53%), situācijas mierīga izrunāšana un apbalvošana(35%)	Situācijas mierīga izrunāšana(63%), slavēšana(50%), personīgo lietu ierobežošana(50%)
Visvairāk pārņemtās metodes	Situācijas mierīga izrunāšana(4/4), kliegšana un slavēšana(2/3), papildus darba darīšana un apbalvošana(2/2)	Kliegšana(7/11), situācijas mierīga izrunāšana(8/8), slavēšana,(3/4)	Kliegšana(9/9), situācijas mierīga izrunāšana(6/6), slavēšana un apbalvošana(4/4)
Vismazāk izmantotās/pārņemtās metodes	Pāršana(1/5)	Publiska atvainošāns(0/1), pāršana(1/6)	Papildus darba darīšana(0/7) , mājas arests(1/8), pāršana(0/7) , biedēšana(1/7), likšana kaktā(0/4)

Secinājumi

Bērnu audzināšanas paradumi ir saistīti ar vecāka bērības pieredzi, situācijas mierīga izrunāšana ir efektīvākā audzināšanas metode, neviena, no uzstādītajām hipotēzēm pilnībā neapstiprinājās. Pētījuma rezultātus var izmantot vecāki, lai aizdomātos un analizētu savus audzināšanas modeļus; pētījumu ir iespējams turpināt, padziļināt un paplašināt.

Hipotēžu pārbaudes rezultāti:

1. Vecāki ir tendēti izmantot tādas audzināšanas metodes, kādas izmantoja viņu aprūpētāji.

Hipotēze nav izteikti apstiprinājusies.

2. Vērtības tiek nodotas no paaudzes paaudzē un daudz nemainās.

Hipotēze apstiprinājās daļēji, jo katra paaudze ir viena vai divas vadošās vērtības, kas savu aktualitāti nezaudēja, parējās ir nolasāmas izmaiņas tajā, cik ļoti vērtība paliek aktuāla.

Praktiska rezultātu izmantošana: vecāki var pievērst uzmanību saistībai starp bērnībā pieredzētajām audzināšanas metodēm ar viņu pašu pielietotajām metodēm bērnu audzināšanas procesā.

Pētījuma turpināšanas iespējas- pētījumu ir iespējams papildināt

- analizējot arī vairākas paaudzes vienas ģimenes ietvaros, saņemot atbildes no abām pusēm, kas parādītu arī to, kā cilvēku uztvere maina atmiņas un attieksmi;
- detalizējot atbildes par audzināšanas metodēm ievācot datus;
- salīdzinot kā vecāku audzināšanas metodes mainās saistībā ar to, kuras paaudzes bērns tiek audzināts, kurš pēc kārtas tas ir audzināmais, cik vecs ir vecāks audzināšanas brīdī;
- cik daudz vecāks ir apguvis informāciju par bērnu audzināšanu, cik apzināts ir process;
- kāds ir ģimenes socio-ekonomiskais stāvoklis;
- aptauju varētu papildināt arī ar jautājumu par to, kuras paaudzes pārstāvis ir respondentu audzinājis, lai izprastu saistību starp paaudzēm raksturīgajām metodēm vēl plašāk.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Bornstein. M. H. (2019). *Handbook of parenting. Volume 3: Being and becoming a Parent Third Edition*. New York: Routledge.

Bornstein. M. H. (2019). *Handbook of parenting. Volume 4: Social Conditions and Applied Parenting Second Edition*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Consequences of the Collapse of the Soviet Union. (n.d.). Norwich University - Online. <https://online.norwich.edu/online/about/resource-library/consequences-collapse-soviet-union>

Putniņa A. (2022). *Sadzīvošana. Etnogrāfiskās pārdomas par attiecībām mūsdienu Latvijā*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.

Speth A. (2019, AUG 19) *How is Second World War Trauma Passed to the Next Generation?* Medscape UK – Online. <https://www.medscape.co.uk/viewarticle/how-second-world-war-trauma-passed-nextgeneration-2019a100001n>

Thompson, R. A. (2012). Changing Societies, Changing Childhood: Studying the Impact of Globalization on Child Development. *Child Development Perspectives*, 6(2), 187–192. <https://doi.org/10.1111/j.1750-8606.2012.00234.x>



Elizabete Zīverte. LATVIJAS AUGSTSKOLU STUDENTU MĀKSLĪGĀ INTELEKTA LIETOŠANAS PARADUMI

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Kultūras vadība"
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Digitalizācijas laikmetā, kur strauji attīstās visa veida tehnoloģijas, ienāk tāda datorprogramma, kā mākslīgais intelekts (MI), kurš tiek izmantots gandrīz visos dzīves aspektos: skolās, darba vietās, uzņēmumos, viedierīcēs un elektronikās, automašīnās, pat sociālajos medijos. Šī tehnoloģija kļūst par neatņemamu dzīves sastāvdaļu, bez kuras mēs drīz vairs nevarēsim iztikt. Arvien vairāk tiek izmantoti MI rīki darba vietās. Tas gan nenozīmē, ka tuvākajā nākotnē kādi profesiju pārstāvju varētu pilnībā tikt aizstāti, bet arvien vairāk darba tirgū būs pieprasītāki savas jomas profesionāļi, kuri mācēs lietot MI rīkus, lai uzlabotu darba ražīgumu. Tieši tāpēc jau studiju laikā ir iespējams apgūt prasmi gudri un lietderīgi izmantot jaunākās tehnoloģijas, tajā skaitā MI piedāvātos resursus un rīkus. Izglītības jomā mākslīgais intelekts tiek bieži izmantots mācību procesa atvieglošanai, lai gan ne vienmēr tas ir labākais instruments, lai paveiktu iecerēto. Tāpēc, ir svarīgi izpētīt šīs tehnoloģijas izmantošanas priekšrocības un trūkumus, lai labāk izprastu tās pielietojumus, kas nekaitētu studentu studiju procesam.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot, kā studenti izmanto mākslīgā intelekta (MI) piedāvātās iespējas un kādi ir tā lietošanas priekšrocības un izaicinājumi.

Pētījuma metodes: Pētījuma ietvaros tiek aptaujāti Latvijā studējošās personas. Aptaujā iekļauti atvērtie, slēgtie un jaukta tipa jautājumi. Tiks veikta atbilžu apkopošana un aptaujas rezultātu analizēšana.

Sasniegtie rezultāti: Tiek noskaidroti mākslīgā intelekta lietošanas paradumi Latvijas studentu vidū un to priekšrocības un trūkumi, ar ko saskaras studenti, izmantojot mākslīgo intelektu.

Atslēgas vārdi: studenti; mākslīgais intelekts; paradumi.

Ievads

Arvien aktuālāki paliek tādi datorrīki, kā mākslīgais intelekts, kas spēj studentam asistēt dažādos veidos un dažādos uzdevumos studiju gaitā. Šobrīd ir simtiem šādi mākslīgā intelekta rīki, kas palīdz studentam rakstīt esejas, uzrakstīt kopsavilkumus gariem tekstiem, ģenerēt jaunus fotoattēlus un video, kā arī atbildēt uz sarežģītiem jautājumiem un formulēt neskaidrus jēdzienus un vēl vairāk (EdTech Staff, 2024). No vienas puses šīs jaunās tehnoloģijas rīki varētu būt noderīgi studentiem, tomēr jāapzinās arī mākslīgā intelekta iespējamie trūkumi un izaicinājumi.

Pētījuma mērķis ir izprast Latvijas studentu mākslīgā intelekta (MI) lietošanas paradumus, kā arī noskaidrot ar kādiem izaicinājumiem studenti saskaras, izmantojot MI rīkus. Lai sasniegtu pētījuma mērķi, tika izvirzīti uzdevumi:

1. Raksturot galvenos un studentu izmantotākos MI rīkus mācību procesā
2. Veikt literatūras analīzi
3. Veikt studentu anketēšanu, lai noskaidrotu, kā studenti izmanto mākslīgā intelekta rīkus un ar kādām

grūtībām studenti saskarās izmantojot MI rīkus mācību procesā.

4. Analizēt aptaujas rezultātus
5. Veikt secinājumus par pētījuma rezultātiem.

Darbu uzdevumu izpildīšanai tika izmantota literatūras analīze, aptauja, pētījumā iegūto datu apkopojums un analīze un secinājumu veikšana.

1. Hipotēze: Latvijas augstskolu studenti plaši izmanto mākslīgā intelekta (MI) piedāvātās iespējas mācību un ikdienas uzdevumu veikšanai.

2. Hipotēze: Latvijas augstskolu studenti saskaras ar izaicinājumiem, lietojot mākslīgo intelektu.

Darbs sastāv no divām daļām. Darba pirmajā daļā tika veikta teorijas analīze. Tika veikta dažādu resursu analīze, lai izprastu, kādas ir MI lietošanas vadlīnijas mācību procesā un kādi ir biežāk izmantotie MI rīki, kas sniedza zināšanas, lai varētu veikt pētījuma praktisko daļu. Darba otrajā daļā tika veikta anketas analīze. Tika pētītas studentu sniegtās atbildes anketās. Šajā daļā darba autore balstās uz datiem, kuri iegūti anketās. Darba nobeigumā tika apkopoti secinājumi un izstrādāti priekšlikumi.

Analītiskais apskats

Jēdzienu “mākslīgais intelekts” 1955. gadā ieviesis Stenfordas profesors Džons Makārtijs (*John McCarthy*) un to definēja kā inteligento mašīnu, īpaši inteligento datorprogrammu, izgatavošanas zinātne un inženierija. MI izmanto datorus, lai saprastu cilvēka intelektu un censtos domāt, kā cilvēks (Manning, 2020).

Šis pētījums vairāk fokusēsies uz to, kā šo mākslīgo intelektu izmanto tieši izglītībā. Ar šo tehnoloģiju attīstīšanos vairākās dzīves jomās, arī izglītībā, nākas pielāgoties tās nestajām pārmaiņām. Ir izglītības iestādes, kas vēlas ieviest pēc iespējas pozitīvākas pārmaiņas un pielāgoties MI attīstībai izglītības jomā, kā arī izmantot MI kā rīku, lai uzlabotu mācīšanās procesu. Piemēram, 8 universitātes Amerikā izmanto MI aprīkotas programmas. Viena no šīm programmām nāk no Ivy Tech Community College, kur ar MI palīdzību ir iespēja noteikt studentus, kuriem semestra pirmajās divās nedēļās draud neveiksmīgas sekmes, koledža norīkoja informatīvos darbiniekus zvanīt katram šim studentam un piedāvāt atbalstu mācībās. Tādā veidā līdz semestra beigām no nesekmīgiem vērtējumiem tika izglābti 3000 skolēnu – 98% no sazvītajiem skolēniem ieguva C vai labāku atzīmi. Pateicoties MI programmai Project Student panākumiem, koledža jau ir palīdzējusi 34 712 studentiem (O'Brien, 2023)

Noskaidrojot to, kā izglītības iestādes cenšas izmantot MI priekšrocības studentu labā, ir vērtīgi ieskatīties tajā, kā studenti paši izmanto MI savām mācību gaitām.

Dati no Vācijas liecina, ka katrs ceturtais students (25.2%) Vācijā izmanto MI balstītus rīkus (ļoti) bieži, kamēr gandrīz vai puse (47.8%) izmanto MI balstītus rīkus (ļoti) reti vai tikai dažreiz. Mazliet vairāk par trešdaļu no studentiem (36.6%) nemaz neizmanto MI balstītus rīkus savās studijās (Von Garell, 2023).

Cits pētījums no Amerikas liecina, ka 47.3% no Kembridžas universitātes studenti ir izmantojuši MI priekš uzdevumiem universitātē. Kā arī šis pētījums uzdeva svarīgu jautājumu par to, cik vērtīgs ir Kembridžas universitātē iegūtais grāds, ja tiek pielietots mākslīgais intelekts mācību procesā (Hennessy, 2023). Tā pat arī 1000 aptaujāto Amerikas studentu atbildes liecina, ka 43% no šiem studentiem atzīst MI lietošanu, kā piemēram ChatGPT priekš studijām. Jāmin, ka šajā pētījumā 51% no aptaujātajiem atzina, ka MI izmantošanas rīki priekš mācību pildīšanas ir krāpšanās un plaģiāts, bet 1 no 5 studentiem to tā pat izmanto (Welding, 2023).

Apzinoties to, ka nav konkrēta likuma par MI izmantošanu izglītībā, izglītības iestāde var izveidot savas vadlīnijas.

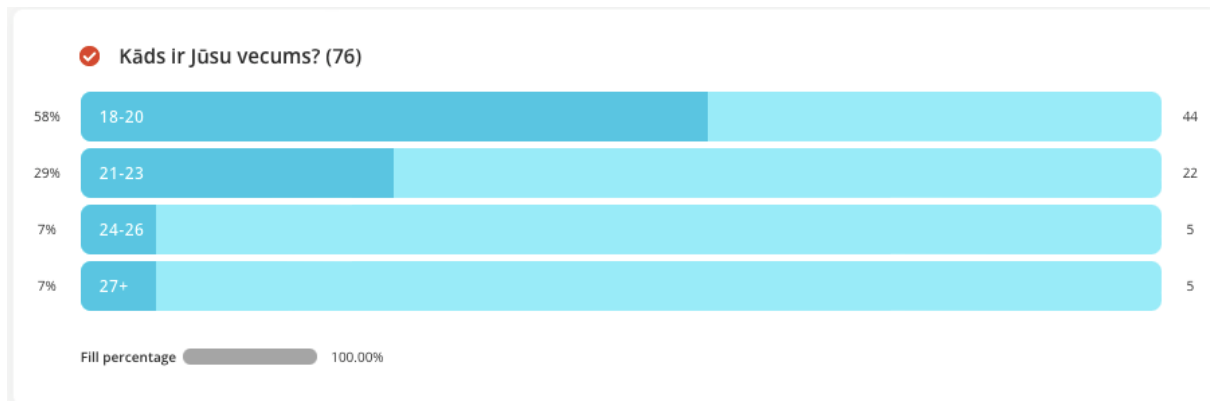
Rīgas Stradiņu universitāte (RSU) Pedagoģiskās izaugsmes centrā izstrādāta Latvijā pirmās vadlīnijas mākslīgā intelekta lietošanai augstākajā izglītībā. Šī dokumenta mērķis ir sniegt ieteikumus studentiem un docētājiem par MI ierobežoto izmantošanu mācību procesā. Kā norāda RSU Pedagoģijas izaugsmes centra direktore asoc. Prof. Nora Jansone-Ratinika: “Mēs aicinām docētājus: pirmkārt, pārdomāt, kā MI izmantojams lietderīgi un kāds MI lietojums būtu atļaujams un veicināms studijuursos, otrkārt, lemt, kāda MI izmantošana būtu ierobežojama. Ierobežojumiem ir jābūt specifiskiem un saistītiem ar konkrētām situācijām un iemesliem, kas pamato, kādēļ MI izmantošana būtu jāierobežo, lai to būtu iespējams efektīvi komunicēt studējošajiem, un tikai noslēgumā apsvērt, kādos gadījumos MI lietošana studiju kursa ietvaros ir aizliegta.” (RSU, 2024)

Pētījumu metodoloģija

Pētījuma veikšanai tika izmantota kvantitatīvā metode- anketēšana, literatūras analīze, pētījumā iegūto datu apkopojums un analīze, kā arī secinājumu veikšana. Sākotnēji tika veikta citu pētījumu un interneta rakstu apskats, kurā iekļāvu arī literatūras analīzi par MI izmantošanu mācību procesā gan no izglītības iestāžu puses, gan no studentu puses. Tālāk veicu anketēšanu. Pētījumam izvēlējies veikt anketēšanu, lai noskaidrotu, vai Latvijas studenti izmanto MI un kādus MI rīkus tie izmanto mācību procesam. Anketēšana notika laika posmā 27.04.2024.-16.05.2024. Šī pētījuma mērķauditorija ir Latvijā studējošie studenti. Anketa tika izveidota ar interneta vietnes “Forms.app” palīdzību, kurā arī notika saņemto atbilžu apkopojums un analīze. Anketa bija pilnīgi anonīma. Aptauja sastāv no 10 jautājumiem un 2 iespējam komentēt savu atbildi. Tā ir veidota ar nodomu, lai dalībnieki varētu izteikt savus viedokļus par MI lietošanu mācību procesā un piedāvātu ieteikumus. Anketa tika izsūtīta caur plašsaziņas līdzekļiem kā “WhatsApp”, “Instagram” un “Facebook”. Kopējo atbilžu skaits sasniedza 76 studentus, vecumā no 18 līdz 27 un uz augšu. Piedalījās studenti no 13 dažādām studiju programmām un dažādiem izglītības līmeņiem – koledžas, bakalaura un profesionālās augstākās izglītības studenti. Tika iegūta informācija par dažādiem mākslīgā intelekta izmantošanas nolūkiem un noskaidroti galvenie izaicinājumi, kā arī studenti dalījās ar ieteikumiem par MI rīku izmantošanu mācību procesā, pierādot iepriekš izvirzīto hipotēzi un izpildot pētījuma mērķi. Atbildes tika apkopotas horizontālo stabiņu diagrammā. Iespējams arī redzēt izpildes procentuālo daudzumu, cik studenti, kas aizpildīja aptauju atbildēja uz doto jautājumu, kas nav bijis obligāti jāatbild.

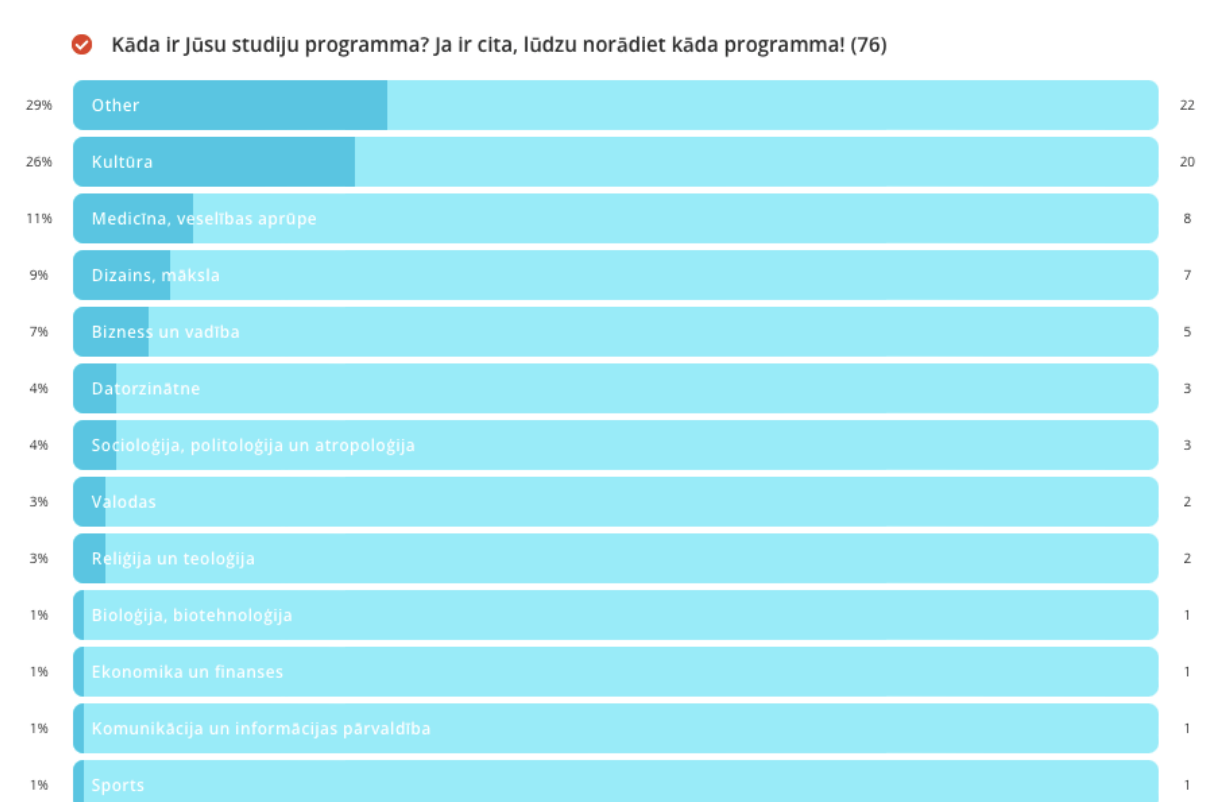
Pētījuma rezultāti

Anketas rezultātu apkopojumā iegūtie dati norāda, ka mākslīgā intelekta rīkus visbiežāk izmanto studenti vecumā no 18 līdz 20 (skat. 1. att).



1.att. Anketēšanas rezultāti – studentu vecums (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

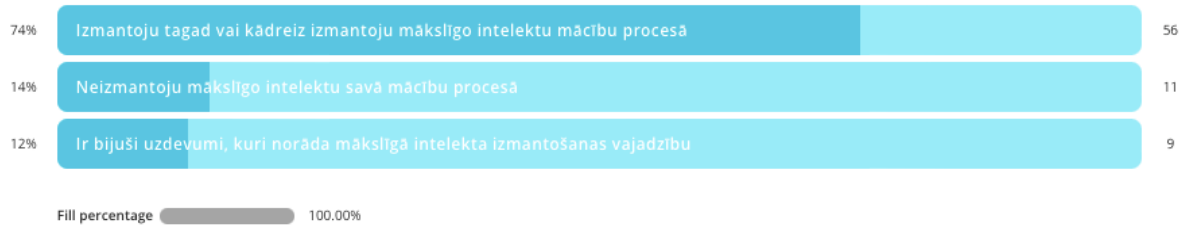
No otrā uzdotā jautājuma varam secināt, ka anketā piedalījās vairāk no kultūras, medicīnas un dizaina, kā arī citas studiju programmas studenti (skat. 2. att).



2. att. Anketēšanas rezultāti – studentu pašreizējā studiju programma (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Kā arī noskaidrojās, ka lielākā daļa aptaujāto studentu izmanto vai ir izmantojuši MI rīkus mācību procesā (skat. 3. att).

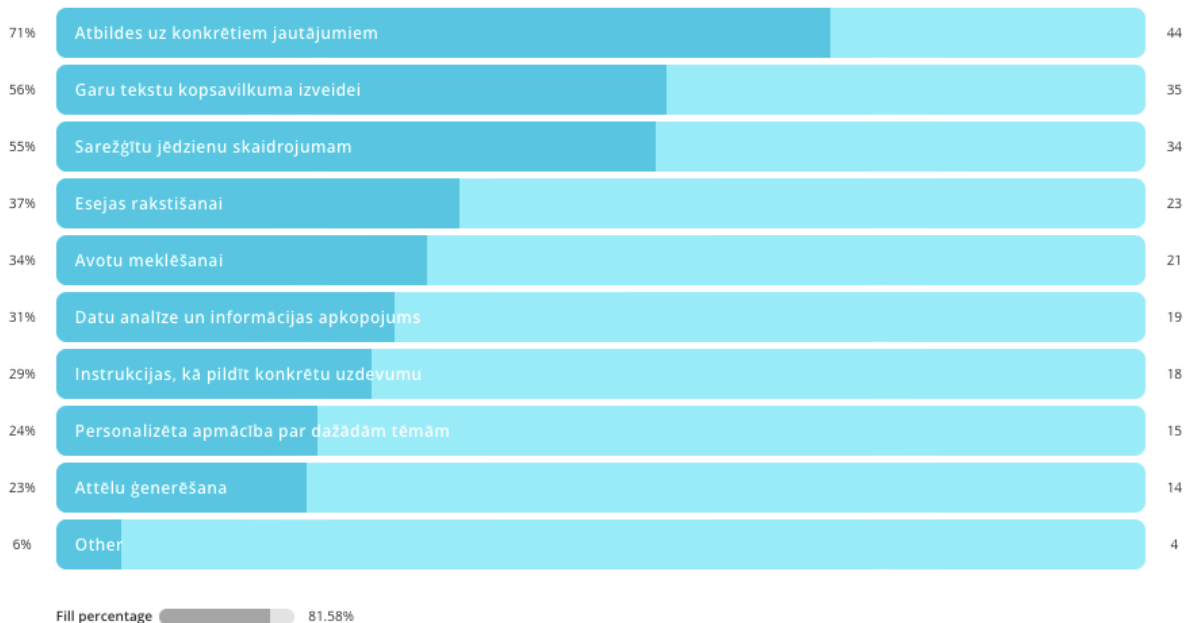
✓ Atzīmē sev atbilstošo apgalvojumu (76)



3. att. Anketēšanas rezultāti – studentu apgalvojums par MI rīku izmantošanu vai neizmantošanu mācību procesā (Avots: autore veiktais aptaujas rezultātu apkopojums)

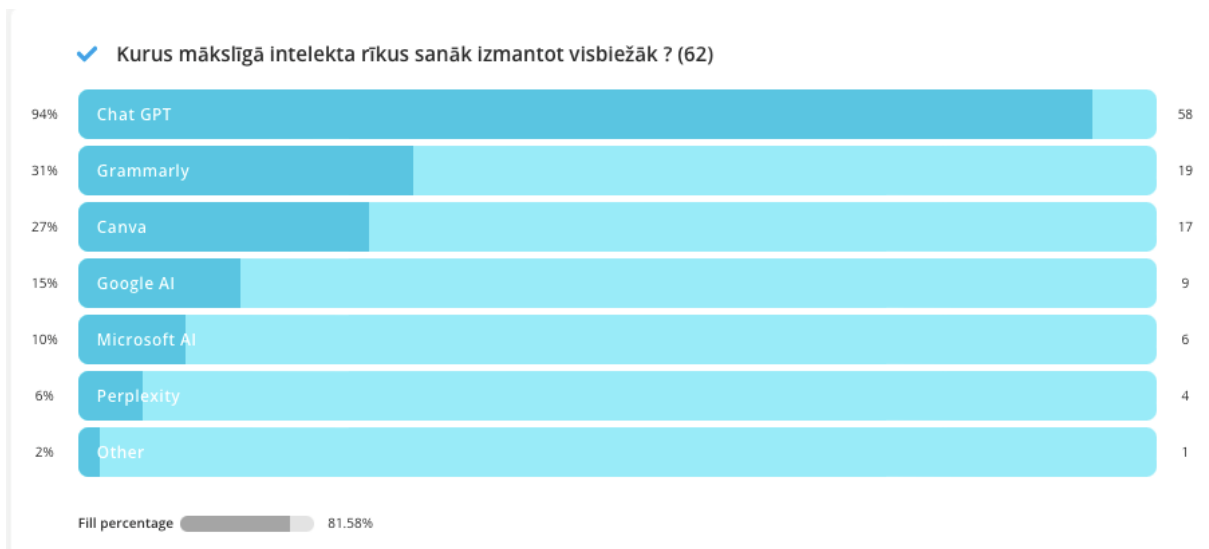
Kā redzams 4. attēlā, studenti visbiežāk izmanto MI rīkus, lai saņemtu atbildes uz konkrētiem jautājumiem, garu tekstu kopsavilkumu izveidei, sarežģītu jēdzienu skaidrojumiem un vēl citiem nolūkiem, kas palīdz studentam izpildīt konkrētus uzdevumus.

✓ Kam Jūs visbiežāk izmantojat mākslīgā intelekta rīkus? (62)



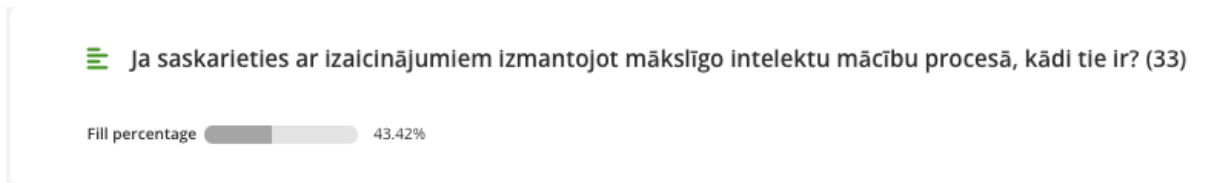
4. att. Anketēšanas rezultāti – studentu apgalvojums par MI rīku izmantošanu vai neizmantošanu mācību procesā (Avots: autore veiktais aptaujas rezultātu apkopojums)

Saņemot atbildes uz jautājumu par to, kurus MI rīkus un programmas studenti izmanto visbiežāk, noskaidrojās, ka tie ir tādi tērzēšanas boti un valodas asistenti, kā Chat GPT un Grammarly, kā arī vizuālo noformējuma asistenti kā Canva. Biežāk arī studenti izmanto MI programmas, kas piedāvā atsaucis, kā piemēram Google AI, Microsoft AI un Perplexity. (skat. 5. att).



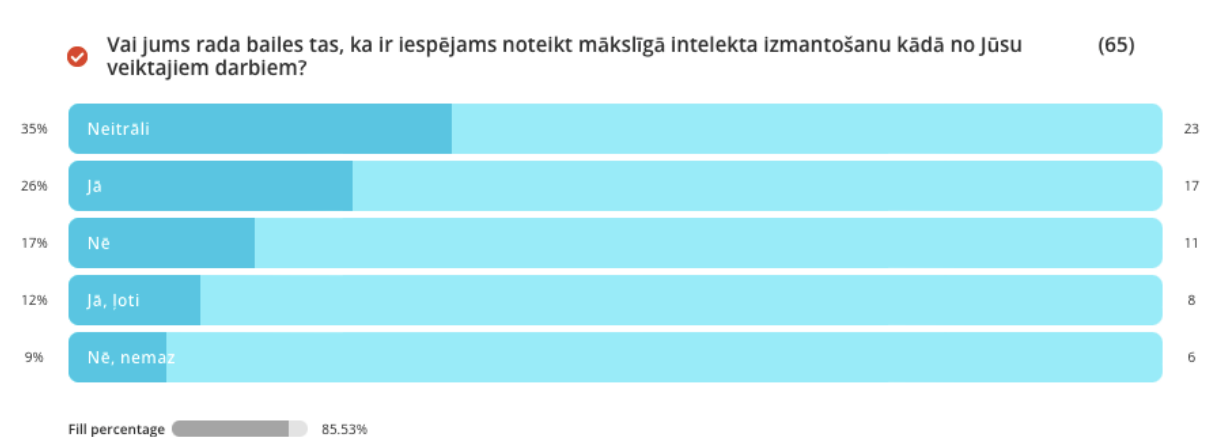
5. att. Anketēšanas rezultāti – visbiežāk izmantotie MI rīki un programmas (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Apkopojot atbildes uz atvērto jautājumu par to ar kādiem izaicinājumiem students saskarās izmantojot MI rīkus, veicu kopsavilkumu, ka visbiežāk studenti saskaras ar tādiem izaicinājumiem kā informācijas neprecizitāte, studenti nesaņem meklēto atbildi un vēl saskaras ar maksas pakalpojumiem izmantojot MI aprīkotas programmas un aplikācijas. Uz šo jautājumu atbildēja 33 studenti (skat. 6. att).



6. att. Anketēšanas rezultāti – atvērtais jautājums par izaicinājumiem, ar ko saskaras studenti, izmantojot MI rīkus (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

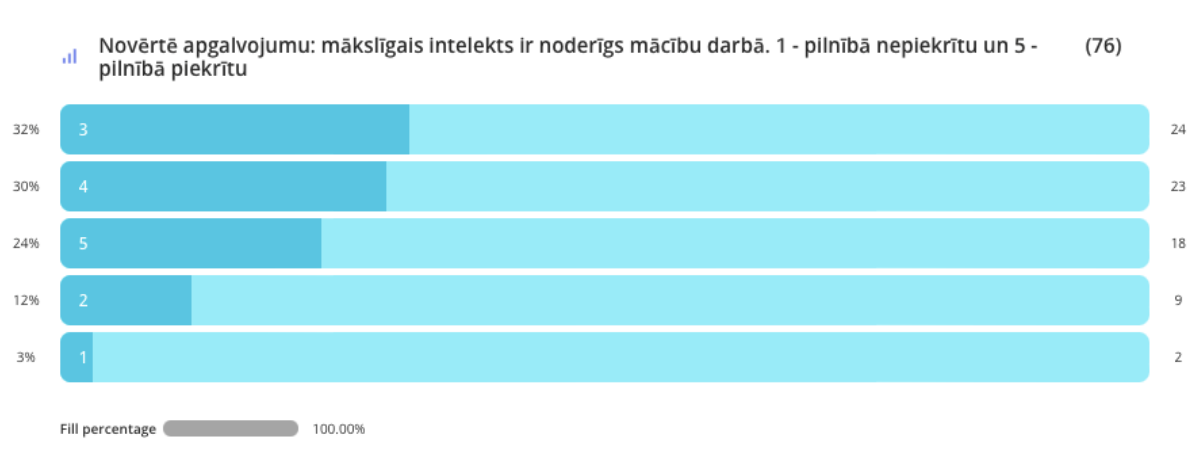
Uz jautājumu vai students izjūt bailes, ka ir iespējams noteikt mākslīgā intelekta izmantošanu studentu veiktajos darbos, vairums izteicās, ka jā / jā ļoti, kā arī citi jūtas neitrāli par šo. (skat. 7. att).



7. att. Anketēšanas rezultāti – apgalvojums par to vai students izjūt bailes par iespējamu MI izmantošanu uzdevumos, kur tas nav ticis norādīts izmantot. (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu

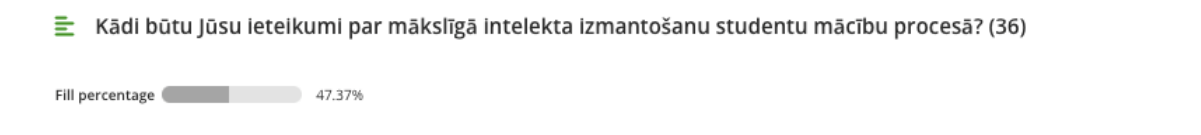
apkopojums)

Apkopojot atbildes uz apgalvojumu, kur studentiem ir jānovērtē apgalvojums par to vai mākslīgais intelekts ir noderīgs mācību procesā, lielākā daļa izjutās neitrāli, bet citi piekrita apgalvojumam vairāk, nekā nepiekrita. (skat. 8. att)



8. att. Anketēšanas rezultāti – apgalvojums par to vai students piekrīt tam, ka MI rīki spēj būt noderīgi mācību procesā (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz pēdējo atvērto jautājumu, kur studentam bija iespēja padalīties ar saviem ieteikumiem par mākslīgā intelekta izmantošanu studentu mācību procesā, uz kuru atbildēja 36 studenti, atklājās, ka vairums uzskata, ka MI rīkus ir jāizmanto kā asistentu, saņemot tikai ieteikums uzdevumu pildīšanai, bet ne visa uzdevuma pildīšanai, ieteicams pārbaudīt informāciju un MI rīki labi noder ideju ģenerēšanai. (skat. 9. att).



9. att. Anketēšanas rezultāti – studentu sniegtie ieteikumi (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

Šī pētījuma mērķis ir sasniegts un tā uzdevumi ir veiksmīgi izpildīti. Hipotēzē apstiprinās – lielākā daļa aptaujāto studentu izmanto MI rīkus mācību procesā un šie rīki ir daudzveidīgi un piedāvā dažādas iespējas.

MI rīki tiešām spēj palīdzēt studentam izpildīt konkrētus uzdevumus un palīdz mācību procesā. Visbiežāk studenti izmanto MI rīkus, lai ātri un efektīvi iegūtu informāciju un zināšanas par konkrētām tēmām. Tomēr MI sniegto priekšrocību izmantošana uzdevumu veikšanai mācību procesā ir kritiski jānovērtē un jāizmanto analītiskā domāšana, nevis akli jāseko MI dotajām atbildēm. Nevar pieļaut, ka tas negatīvi neietekmē studenta loģisko un kritisko, kā arī radošo domāšanu. Ja MI izmanto saprātīgi, tas var kļūt par noderīgu palīgu studentiem mācību procesā.

Tādēļ ieviestās vadlīnijas par MI izmantošanu studiju procesā var palīdzēt vadīt gan studentus, gan pasniedzējus izmantot šos rīkus atbildīgi, jo jāņem vērā, ka mākslīgais intelekts nekur nepazudīs, bet gan strauji attīstīsies, un tāpēc ir svarīgi iemācīties ar to rīkoties un censties izmantot to kā labu resursu un rīku, lai veiktu kādu uzdevumu.

Studenti visbiežāk izmanto MI rīkus, lai iegūtu informāciju konkrēta uzdevuma izpildei, kā arī rakstisku darbu sagatavošanai, kā piemēram, esejas un teksta kopsavilkuma izveidei, ietaupot studentiem laiku un dodot dziļāku izpratni veiksmīgākai satura izveidei. Tomēr biežāk studenti izmanto šos MI rīkus, lai gūtu papildus informāciju vai arī to analizētu. Šie darbi paši par sevi ir nepieciešami studentam, lai uzlabotu savas komunikācijas, kritiskās domāšanas un pētnieciskās prasmes, kā arī iemācīties apstrādāt informāciju, veidot argumentus un izteikt savas domas. Iepriekš minētā iemesla dēļ ieteicams izmantot šos MI rīkus kā asistentu un palīgu, kas drīzāk spētu dot ieteikumus un uzlabojumus, nevis pildīt uzdevumus studenta vietā.

Tomēr jāņem vērā tas, ka MI attīstoties, būs prasmes, kas būs jāiemācās apgūt citos veidos, jo tagad jebkurš students var pajautāt MI, lai izpilda uzdevumus viņu vietā, tādējādi netrenējot loģisko, kritisko un radošo domāšanu, kas ir šo uzdevumu sākotnējais mērķis. Jāatgādina studentiem, ka tas, ko viņi apgūst ir tikai viņu labumam un būs vajadzīgs viņiem pašiem, nevis pasniedzējiem.

Salīdzinot anketēšanā saņemtās atbildes uz diviem jautājumiem- vai students izmanto MI rīkus un vai students uzskata, ka tas noder mācību procesā, var secināt, ka vairums studentu, arī tie, kuri izmanto MI rīkus, piekrīt tam, ka šī tehnoloģija ir noderīga studentiem mācību procesā. Kopumā 56 studenti ir izmantojuši MI rīkus pēdējā laikā vai iepriekš, vai arī noteiktos gadījumos, kur uzdevumā ir norādīta MI rīku izmantošana, tajā skaitā 41 students šo apgalvojumu vērtēja ar “4” vai “5”, kas norāda, ka studenti piekrīt tam, ka MI rīki ir noderīgi mācību procesā.

Apskatot atbildes uz jautājumu, kur studentiem bija jāsniedz atbilde uz jautājumu- vai studentam ir bail, ka ir iespējams noteikt MI izmantošanu uzdevumos, kur šī MI rīku izmantošana nav norādīta, lielākā daļa atbildēja, ka jūtas neitrāli vai arī izjūt bailes. Tas varētu būt tādēļ, ka studenti ziņā, ka pasniedzēji paši nezin vai nav informēti par šādu iespēju. Jāapzinās arī to, ka pastāv iespēja, ka pārbaudot šos darbus ar MI noteikšanas programmām, tās var dot kļūdainu rezultātu un uzrādīt to, ka MI ir izmantots, kaut arī students to nav izmantojis uzdevuma veikšanai. Jāapsver iespējas par šādu programmatūru uzlabošanu vai uzdevuma izpildes formas maiņu (jāpāriet uz mutiskiem un audiāliem uzdevumiem).

Anketēšanas rezultātu analīze un secinājumu apkopošana, kā arī pieejamā informācijas masu medijos norāda, ka MI rīki tiek aktīvi izmantoti mācību procesā un nākotnē to arvien vairāk izmantos gan studenti, gan pasniedzēji. Ņemot vērā iepriekš minēto izglītības iestādēm ir jāuzņemas lielāka atbildība par to, lai studenti šos MI rīkus izmanto gudri, efektīvi un lietderīgi. Šo tēmu ir iespējams pētīt vēl padziļinātāk, pievēršot uzmanību konkrētām studiju programmām vai izvēloties atsevišķas augstskolas, kā arī paplašinot pētāmo jautājumu loku.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Writers, S. (2023, November 22). *56% of College Students Have Used AI on Assignments or Exams* | BestColleges. BestColleges.com. <https://www.bestcolleges.com/research/most-college-students-have-used-ai-survey/>

Staff, E. (2024, October 2). Students Speak: How We Use Artificial Intelligence. *Technology Solutions That Drive Education*. <https://edtechmagazine.com/higher/article/2024/02/students-speak-how-we-use-artificial-intelligence>

Garrel, J., Mayer, J. (2023). *Artificial Intelligence in studies—use of ChatGPT and AI-based tools among students in Germany*. *Humanities & Social Sciences Communications*, 10(799), 5-7.



Hennesy, M. (2023). *Exclusive: Almost half of Cambridge students have used ChatGPT to complete university work*. Varsity Online. <https://www.varsity.co.uk/news/25463>

Manning, C. (2020). *Artificial Intelligence Definitions*. <https://hai.stanford.edu/sites/default/files/2020-09/AI-Definitions-HAI.pdf>

O'Brien, C. (2023). *8 Universities Leveraging AI to Drive Student Success*. Digital Marketing Institute. <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/8-universities-leveraging-ai-to-drive-student-success>

RSU izstrādā Latvijā pirmās vadlīnijas mākslīgā intelekta lietošanai augstākajā izglītībā. (2024, January 15). RSU. <https://www.rsu.lv/aktualitates/rsu-izstrada-latvija-pirmas-vadlinijas-maksliga-intelektalietosana-augstakaja>

Welding, L. (2023). *Half of College Students Say Using AI on Schoolwork Is Cheating or Plagiarism*. Best Colleges. <https://www.bestcolleges.com/research/college-students-ai-tools-survey/>



Samanta Kristiāna Cielēna. ĢIMENES PASĀKUMU APMEKLĒTĪBA VALMIERAS NOVADĀ

Ekonomikas un kultūras augstskola

Studiju programma "Kultūras vadība"

E- pasts: adrese- samanta.cielena@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente, Jeļena, Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Par cik mani interesē pasākumu organizēšana un pedagoģija, es vēlētos pētīt ģimenes pasākumu apmeklētību Valmieras novadā, jo uzskatu, ka ģimenes ar bērniem šos novada rīkotos pasākumus apmeklē diezgan maz. Kā arī Valmieras novadā šis jautājums par ģimeņu pasākumu apmeklētību nav pētīts. Pārsvārā visi kultūras pasākumi nav pieejami bez maksas, kas arī bijis iepriekš un šajā jomā papētīt nekas nav mainījies. Sākumskolas un bērnudārza audzēkņiem ir pieejami dažādi projekti ar kuru palīdzību tiek nodrošināti bezmaksas koncerti, teātri un citi pasākumi "Latvijas skolas soma" un "Skola 2030" ietvaros.

Pētījuma mērķis: Pētījuma mērķis, noskaidrot, vai Valmieras novadā ģimenēm ar bērniem ir pasākumu apmeklētības paradumi.

Pētījuma metodes: Anketēšana interneta vidē kā arī izsūtīt privāti Valmieras novada ģimenēm.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti tiks prezentēti konferences laikā.

Atslēgas vārdi: Valmieras novads; ģimenes pasākumi; pasākumu apmeklētība.

Ievads

Par cik mani interesē pasākumu organizēšana un pedagoģija, es vēlētos pētīt ģimenes pasākumu apmeklētību Valmieras novadā, jo uzskatu, ka ģimenes ar bērniem šos novada rīkotos pasākumus apmeklē diezgan maz. Kā arī Valmieras novadā šis jautājums par ģimeņu pasākumu apmeklētību nav pētīts. Pārsvārā visi kultūras pasākumi nav pieejami bez maksas, kas arī bijis iepriekš un šajā jomā papētīt nekas nav mainījies. Sākumskolas un bērnudārza audzēkņiem ir pieejami dažādi projekti ar kuru palīdzību tiek nodrošināti bezmaksas koncerti, teātri un citi pasākumi "Latvijas skolas soma" un "Skola 2030" ietvaros. Manuprāt Valmieras novada galvenā funkcija būtu, ka šie ģimenes ar bērniem būtu apmierināti, ka pasākumi vispār notiek kā arī, lai būtu interesanti un tiktu kārtīgāk afišās norādīts vai šis pasākums ir kādas sporta aktivitātes vai koncerti utt. Valmieras novads sastāv no 5 pilsētām un 26 pagastiem. Kopējais iedzīvotāju skaits ir 54 642 cilvēki. Pētījuma mērķis ir, noskaidrot, vai Valmieras novadā ģimenēm ar bērniem ir pasākumu apmeklētības paradumi. Uzdevumi:

1. Sazināties ar Aigu Skrastiņu- Zommeri, Valmieras novada izglītības pārvaldes speciālisti vispārējās izglītības jautājumos, par pirmskolas izglītības iestāžu un 1.-4. Klāšu skolēnu skaitu Valmieras novadā.
2. No statistikas datiem saprast cik skolās un bērnudārzos mācās pa visam kopā audzēkņi.
3. Izstrādāt un veikt aptauju sociālo tīklu vidē un izsūtīt to privāti vecākiem kuru bērni mācās Valmieras novada pirmskolas izglītības iestādēs vai 1. -4. klasei.
4. Apkopot aptaujas rezultātus.
5. Apkopot secinājumus.

Izstrādājot darbu tika izmantota kvantitatīvā pētniecības metode. Darbā izvirzīto mērķu sasniegšanai autore izmantoja aptauju, kuras datu apstrādei tika izmantota statistiskā datu analīze, vertikālo stabiņu diagramma, sektoru diagramma un literatūras analīze. Izmantoja zināšanas par Valmieras novada pasākumiem kā arī pēc saviem ieskatiem izvērtēju kuros pasākumos bērni ir visvairāk un kuros ir arī kādā aktivitātes priekš bērniem. Iesaistīja Valmieras novadā mācošo bērnu vecākus aptaujas aizpildīšanā.

Analītiskais apskats

Autore apskatīja iesūtītos literatūras jeb statistikas datus kur veica šo izpēti un analīzi, lai iegūtu informāciju par to cik pa visam Valmieras novadā ir pirmsskolas izglītības iestādes un 1.-4. klases skolas, kā arī cik ir audzēkņu skaits. Darbā tika izmatoti elektroniski pieejami materiāli un iesūtītie statistikas dati.

Uzsākot darba izstrādi, autore apskatīja informāciju par Valmieras novadu kā arī informāciju par katru pasākumu un pārliecinājās vai šie pasākumi pēc autora domām vēl pastāv. Kā arī autorei vajadzēja kārtīgāk izprast kas ir ģimene Latvijā. (Ģimenes modeļi..., 2022) „Latvijas Civillikums jēdzienu „ģimene” definē šaurā izpratnē- kā attiecības starp: laulātajiem; laulātajiem un viņu bērniem, kamēr viņi daļa kopēju saimniecību. Ģimene šaurākā nozīmē ir juridiski atzītas attiecības, kas nodibinātas ar laulību starp laulātajiem un viņu vecākiem, un viņu bērniem, pamatojoties uz bioloģiskām saitēm vai adopciju. Vien vecāka ģimene- ģimene var sastāvēt arī no viena neprecēta vai šķirta vecāka un viņa bērna, kurš dzīvo kopā ar šo vecāku. Partnerattiecības- pārim nav obligāti jābūt precētam, lai to uzskatītu par ģimeni. Faktiskās partnerattiecības- ciešas personiskās attiecības, kas izveidojušās bez jebkādas juridiskas atzīšanas, arīdzan var būt ģimene. Viendzimuma pāris- uz attiecībām starp divām viena dzimuma personām, kuras dzīvo kopā, neatkarīgi no tā, vai partnerattiecības ir vai nav reģistrētas, var atteikties jēdziens „ģimenes dzīve”. Jāņem vērā, ka šobrīd Latvijā nav iespējams precētiem viendzimuma pāriem vai reģistrētiem civilās partnerattiecībās.” (Ģimenes modeļi..., 2022)

Autore secināja, ka pats galvenais ir noskaidrot vai šīm ģimenēm kuru bērni mācās Valmieras novada izglītības iestādēs apmeklē Valmieras novada pasākumus un vai arī kādi savas ģimenes pasākumu apmeklētības paradumi.

Veidojot šo anketēšanu jeb aptauju, autore kārtīgi izvērtēja kādus jautājumus vēlētos uzdot šiem vecākiem, lai kārtīgāk saprastu, kāda veida pasākumi viņiem tieši visvairāk interesē un patīk .

Pētījuma metodoloģija

Aptauja tika veidota *VisiDati.lv*. Darbā tika izmantota kvantitatīvā pētījuma metode, pielietojot aptauju., kurā tika izpētīta par to vai Valmieras novadā ģimenēm ar bērniem ir pasākuma apmeklētības paradumi.

Aptaujas mērķauditorija bija Valmieras novada pirmsskolas izglītības iestāžu un 1.- 4. klašu vecāki, kuriem izsūtīju šo anketu kā arī autore to ievietoja savos sociālajos tīklos un izsūtīja dažām savām paziņām privāti. Aptaujas anketa sastāvēja no 10 jautājumiem, par Valmieras novada ģimeņu pasākumu apmeklētību. Uz aptaujas anketas 10 jautājumiem atbildēja 60 respondenti, jeb Valmieras novadā mācošo audzēkņu vecāki.

Pētījuma rezultāti

Autores pētījuma mērķis bija, noskaidrot, vai Valmieras novadā ģimenēm ar bērniem ir pasākumu apmeklētības paradumi. No sākuma autore sazinājās ar Valmieras novada Izglītības pārvaldes speciālisti vispārējos izglītības jautājumos Aigu Skrastiņu- Zommeri, kur es viņai uzdevu jautājumu par to cik bērnu mācās no 1.5 gada līdz 4. klasei Valmieras novadā. Aiga atsūtīja šos statistikas datus uz e- pastu

kur bijā viena tabula ar pirmsskolas izglītības iestādēm (skat. 1.tabulu) un skolām kurās ir 1.- 4. klase (skat. 2.tabulu), kā arī šo skaitu cik katrā no šīm iestādē mācās audzēkņi.

1.tabula. Valmieras novada pirmsskolas izglītības iestādes un audzēkņu skaits. (Avots: Darba autores veidots)

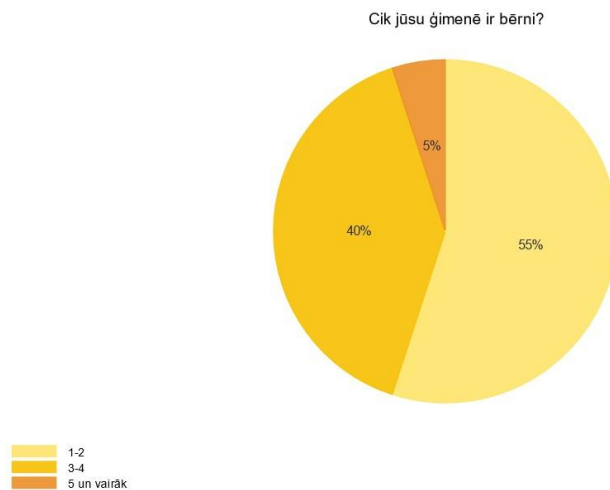
2023./ 2024. m.g.		
	PII	Bērnu skaits kopā 1,5-7 gadi
1	Ezītis	299
2	Ābelīte	164
3	Kārliena	243
4	Pienenīte	156
5	Vālodzīte	152
6	Krācītes	148
7	Sprīdītis	341
8	Buratino	353
9	Pasaciņa	101
10	Burtiņš	299
11	Namiņš	65
12	Sienāzītis	50
13	Auseklītis	234
14	Dārziņš	169
15	Vārpiņa	313
16	Minkāns	148
17	Valmieras 2.vidusskola	233
18	Naukšēnu vidusskola	79
19	Trikātas pamatskola	175
20	Rencēnu pamatskola	68
21	J.Neikena Dikļu pamatskola	123
22	Rubenes pamatskola	101
Kopā:		4014

2. tabula. Valmieras novada 1.-4. Klašu skolas un audzēkņu skaits. (Avots: Darba autores veidots)

Skolas	1.-4. klase
Valmieras Pārgaujas sākumskola	422

Valmieras sākumskola	402
Valmieras Viesturu vidusskola	315
Valmieras 2. vidusskola	139
Valmieras 5. vidusskola	192
Valmieras Gaujas krasta vidusskola- attīstības centrs	72
Matīšu pamatskola	33
Rubenes pamatskola	48
J.Endzelīna pamatskola	51
Rencēnu pamatskola	45
Kocēnu pamatskola	142
Jura Neikena Dikļu pamatskola	43
Trikātas pamatskola	45
Burtnieku Ausekļa pamatskola	41
Strenču pamatskola	83
Naukšēnu pamatskola	47
Rūjienas vidusskola	183
Mazsalacas vidusskola	106
Kopā:	2409

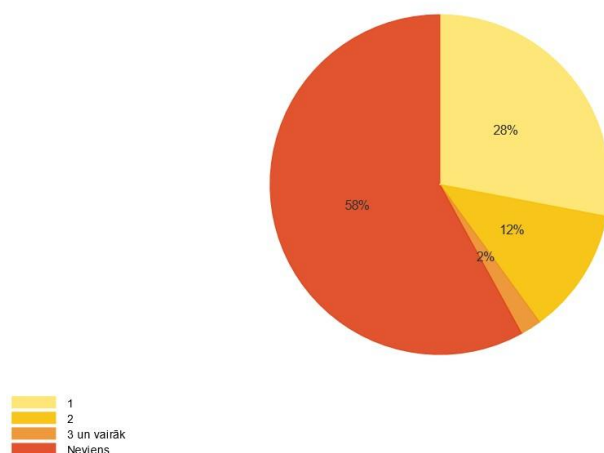
Pēc 1.tabulas un 2. tabulas sapratu cik pavisam audzēkņi mācās Valmieras novadā , kā arī uzzināju kopējo audzēkņu skaitu.



1.att.”Cik jūsu ģimenē ir bērni?” (Avots: Darba autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

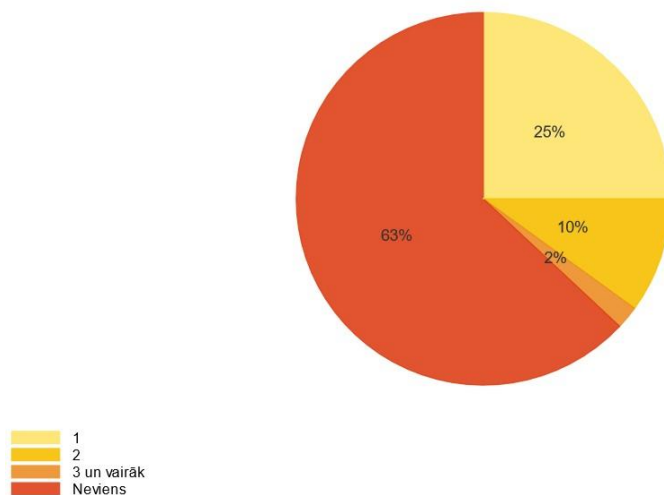
Respondenti atbildot uz jautājumu “Cik jūsu ģimenē ir bērni?”, lielākā daļa 55% jeb 33 respondenti atbildēja, ka 1-2 bērni, 40% jeb 33 respondenti atbildēja 3-4 bērni un 5% jeb trīs respondenti atbildēja, ka 5 un vairāk bērni ir ģimenē. (skat. 1.att.)

Cik bērni apmeklē bērnudārzu?



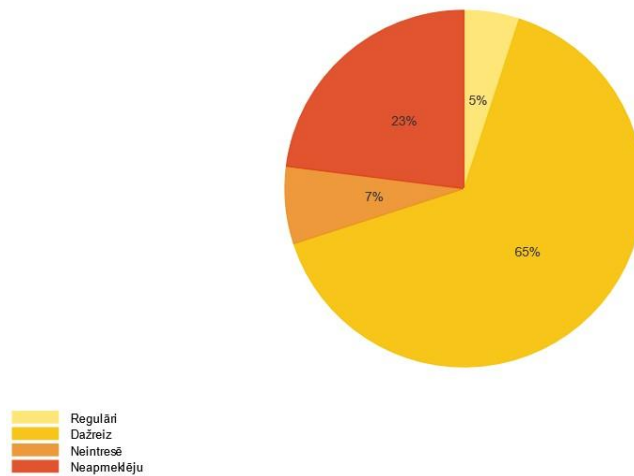
2.att. "Cik bērni apmeklē bērnudārzu?" (Avots: Darba autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)
 Šo jautājumu autore uzdeva, lai saprastu cik tad bērni no ģimenes mācās bērnudārzā. Vairākums, 58% jeb 35 respondenti atbildēja, ka neviens, 28% jeb 17 respondenti atbildēja 1 bērns, bet 12% jeb septiņi respondenti atbildēja 2 bērni un 2% jeb viens respondents atbildēja, ka 3 un vairāk bērni mācās bērnudārzā. (skat. 2.att.)

Cik bērni apmeklē 1.-4. klasi?



3.att. "Cik bērni apmeklē 1.- 4. Klasi?" (Avots: Darba autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)
 Šo jautājumu "Cik bērni apmeklē 1.-4. klasi?" autore uzdeva, lai saprastu cik tad daudz bērni no ģimenēm apmeklē 1.-4. klasi. Vairākums respondenti 63% jeb 38 respondenti atbildēja, ka neviens neapmeklē, 25% jeb 15 respondenti atbildēja 1 bērns apmeklē, 10% jeb seši respondenti atbildēja 2 bērni apmeklē un 2% jeb viens respondents atbildēja, ka 3 un vairāk apmeklē 1. - 4. klasi. (skat. 3.att.)

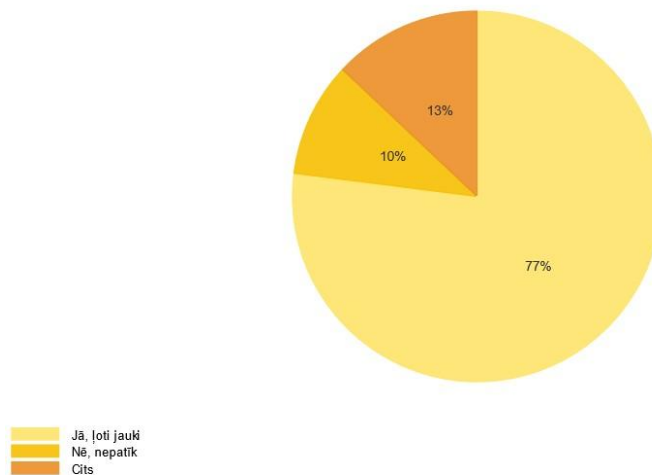
Vai jūsu ģimene ir piedalījusies kādos Valmieras novada ģimenes pasākumos?



4.att. “Vai jūsu ģimene ir piedalījusies kādos Valmieras novada ģimenes pasākumos?” (Avots: Darba autore veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Šāda veida jautājumu autore ģimenēm uzdeva, lai saprastu vai ģimenēm kurām Valmieras novadā mācās bērni ir apmeklējuši kādu pasākumu. Lielākoties 65% jeb 39 respondenti atbildēja, ka dažreiz apmeklē, 23% jeb 14 respondenti atbildēja, ka vispār neapmeklē šos pasākumus, 7% jeb četriem respondentiem neinteresē un regulāri Valmieras novada pasākumos piedalās tikai 5% jeb trīs respondenti. (skat. 4.att.)

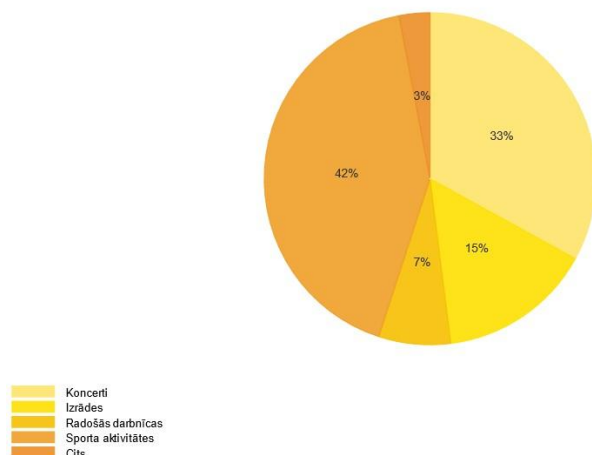
Ja apmeklējat, vai esat apmierināti, ka šādi ģimenes pasākumi notiek?



5.att. “Ja apmeklējat, vai esat apmierināti, ka šādi pasākumi notiek?” (Avots: Darba autore veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Ja ģimenes apmeklē Valmieras novadā rīkotos pasākumus, autore vēlējās uzzināt vai vispār šīs ģimenes ir apmierinātas, ka šādi pasākumi notiek. 77% jeb 46 respondenti atbildēja, ka ir apmierināti un ļoti jauki, ka notiek ģimenes pasākumi, 13% jeb astoņi respondenti atbildēja cits un zem šīs slēpās tādas atbildes, ka neapmeklē, neinteresē, ne vienmēr atbilst vecumam, nepiedalos un šīs minētās atbildes atkārtojās, 10% jeb seši respondenti atbildēja, nepatīk, ka notiek ģimenes pasākumi. (skat. 5.att.)

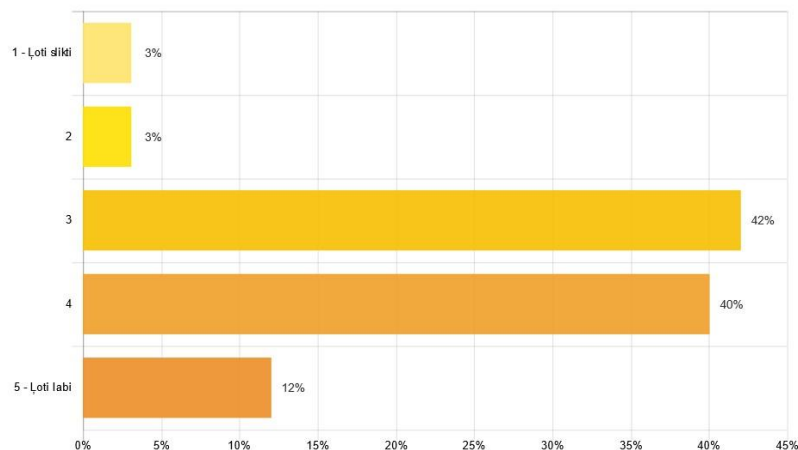
Kādi ģimenes pasākumi jūsu ģimenei visvairāk patīk?



6.att. "Kādi ģimenes pasākumi jūsu ģimenei visvairāk patīk?" (Avots: Darba autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Ar šo jautājumu autore vēlējas noskaidrot kāda veida aktivitātes ģimenēm ar bērniem visvairāk patīk un interesē. Šajā aptaujas jautājumā bija piedāvātas piecas atbildes, kas bija koncerti, izrādes, radošās darbnīcas, sporta aktivitātes un cits. Vairākums respondenti 42% jeb 25 respondenti atbildēja, ka visvairāk patīk sporta aktivitātes, 33% jeb 20 respondenti atbildēja koncerti, 15% jeb deviņi respondenti atbildēja izrādes, 6% jeb četri respondenti atbildēja radošās darbnīcas un 3% jeb divi respondenti atbildēja cits un zem šī cits atbildes paslēpjas, ka neapmeklē vispār un ka neviens nepatīk. (skat. 6.att.)

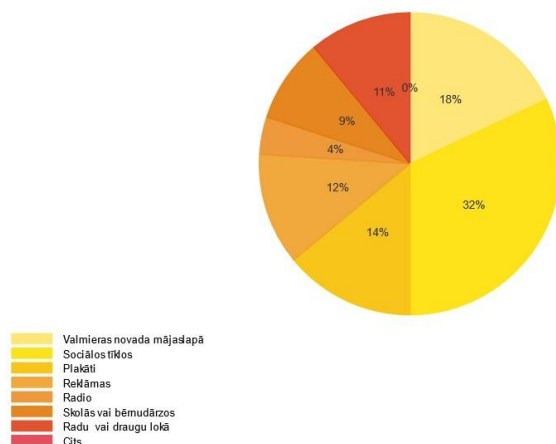
Kā jūs novērtējat Valmieras novadā rīkotos pasākumus ģimenēm?



7.att. "Kā jūs novērtējat Valmieras novadā rīkotos pasākumus ģimenēm?" (Avots: Darba autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Šeit tika izveidota vērtību skala no viens, kas ir ļoti slikti, līdz pieci, kas ir ļoti labi. Vidējais respondentu novērtējums Valmieras novadā rīkotajiem pasākumiem ģimenēm ir 3,53 kā arī vairākums 42% jeb 25 respondenti atbildēja šajā vērtību skalā novērtējumu trīs.(skat. 7.att.)

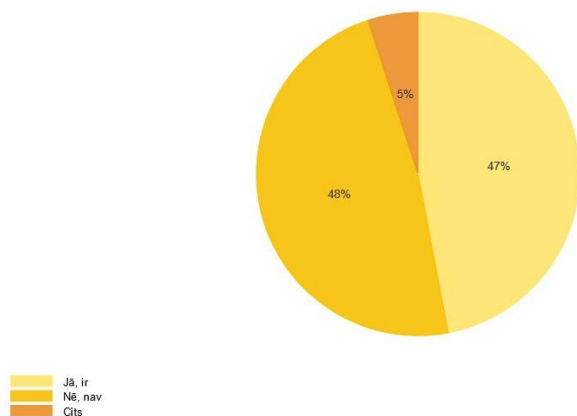
Kur jūs uzzināt informāciju par ģimenes pasākumiem Valmieras novadā?



8.att. “Kur jūs uzzināt informāciju par ģimenes pasākumiem Valmieras novadā?” (Avots: Darba autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Ar šo jautājumu autore vēlējas noskaidrot vai ģimenēm ar bērniem ir viegli uzzināt informāciju par pasākumiem un arī kur tieši iegūst šo informāciju. 32% jeb 47 respondenti atbildēja, ka informāciju uzzina sociālajos tīklos, 18% jeb 26 respondenti uzzina Valmieras novada mājas lapā, 14% jeb 20 respondenti uzzina kad kāda vietā ir izvietots plakāts, 12% jeb 17 respondenti uzzina reklāmās informāciju par ģimenes pasākumiem, 11% jeb 16 respondenti uzzina informāciju radu vai draugu lokā, 9% jeb 13 respondenti uzzina skolās vai bērnudārzos un 4% jeb seši respondenti informāciju par Valmieras novada ģimenes pasākumiem uzzina caur radio. (skat. 8.att.)

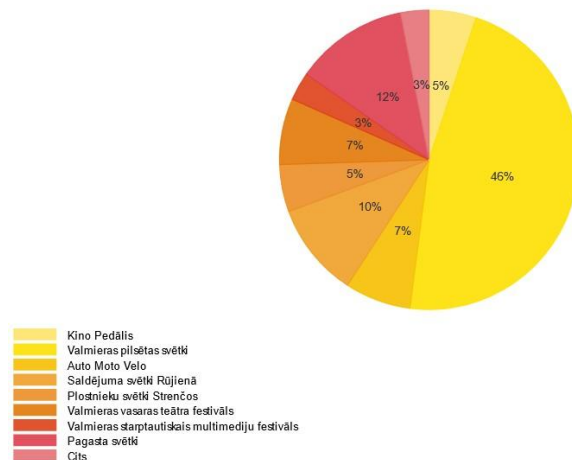
Vai uzskatāt, ka Valmieras novadā ir pietiekoši daudz ģimenes pasākumi par brīvu?



9.att.”Vai uzskatāt, ka Valmieras novadā ir pietiekoši daudz ģimenes pasākumi par brīvu?” (Avots: Darba autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Autore vēlējas ar šo jautājumu uzzināt vai Valmieras novadā ģimenes ar bērniem zina vai rīkoti pasākumi ir par maksu vai arī par brīvu. Vairākums respondenti 48% jeb 29 respondenti atbildēja, ka nav pa maksu, 47% jeb 28 respondenti atbild, ka ir pa maksu un 5% jeb trīs atbild cits – nav ne jausmas vai ir pa maksu vai pa brīvu, nav viedokļa un nezinu. (skat. 9.att.)

Vai jūsu ģimenei ir kāds Valmieras novada pasākums ko apmeklējat katru gadu kā tradīciju?



10.att. “Vai jūsu ģimenei ir kāds Valmieras novada pasākums ko apmeklējat katru gadu kā tradīciju?”
(Avots: Darba autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Visvairāk respondenti 46% jeb 45 respondenti atbildēja, ka katru gadu apmeklē Valmieras pilsētas svētkus un kā jau mēs zinām šajos svētkos aktivitātes ir pieejamas visām vecuma kategorijām gan par maksu, gan par brīvu, 12% jeb 12 respondenti atbildēja pagasta svētki, 10 % jeb 10 respondenti atbildēja saldējuma svētki Rūjienā, 7% jeb septiņi respondenti apmeklē gan Valmieras vasaras teātra festivālu, gan Auto Moto Velo, 5% jeb pieci respondenti apmeklē gan plostnieku svētkus Strenčos, gan Kino Pedāli, 3% jeb trīs respondenti apmeklē Valmieras starptautisko multimediju festivālu un 3% jeb trīs respondenti bija atbilde cits- nē, ka nav pasākums Valmieras novadā ko apmeklētu katru gadu kā tradīciju, nākamā atbilde bija kapu svētki un pēdējā atbilde, ka šos minētos pasākumus apmeklē dažreiz, reizi trīs gados.

Secinājumi

Valmieras novada 1.-4. klašu skolēnu skaits ir 2409 un pirms izglītības iestādes no 1, 5 gada -7 gadiem apmeklējuma skaits ir 4014, Valmieras novada ģimenes, pasākumus apmeklē dažreiz, kas ir 64% no aptaujātajiem respondentiem. No aptaujā piedāvātajiem pasākumiem, respondenti visvairāk apmeklē tieši Valmieras pilsētas svētkus 46%, varu secināt, ka pilsētas svētki ģimenēm ir kā paradums. Vairākums respondenti 70% ir apmierināti, ka tiek rīkoti šie ģimenes pasākumi Valmieras novadā.

Izmantotā literatūra

Ģimenes modeļi — Cilvēktiesību gids. (2022). Cilvēktiesību Gids.
<https://www.cilvektiesibugids.lv/temas/gimene/kas-ir-gimene/gimenes-modeļi>

Valmieras novads. (2024, October 24). *Valmieras novads - Valmieras novads.* Valmieras Novads.
<https://www.valmierasnovads.lv/novads/valmieras-novads/>

Valmieras novada Izglītības pārvaldes konfidenciālie statistiskie dati (2024)

Laura Bišofa. MĀŅĪCĪBAS RITUĀLI KĀ SOCIĀLS FENOMENS UN TO VEIKŠANA SVĒTKU LAIKĀ EHR MEDIJU GRUPAS DARBINIEKU LOKĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma "Kultūras vadība"
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Māņticības ir racionāli neizskaidrojama parādība, ar kurām vairāk vai mazāk, apzināti un neapzināti ir saskarīes teju ikviens cilvēks – sadzīvē, mājās, darbā vai skolā. Radio, kā jau radošajā nozarē, pastāv augsts iekšējais spiediens rast nestandarta risinājumus, un māņticību pielietošana var noderēt kā cilvēka iekšējā mehānisma "uzgriešana". Tāpat 2021. gadā, Covid-19 pandēmijas pilnbriedā, tika atklāts, ka Latvijas sabiedrībā ir ļoti zems uzticēšanās līmenis gan savstarpēji, gan pret valsts institūcijām. (Cimdiņa, 2021) Attiecīgi, māņticību pielietošana ir veids, kā neuzticēties citiem, bet gan sev, ka nākotnē iespējams kļūt veiksmīgam vai turīgam, kā arī iespējams izvairīties no neveiksmēm. Un, protams, viens no aktīvākajiem laikiem, kad cilvēki izvēlas veikt dažādus māņticības rituālus ir gada noslēgums, kad apkārt valda svētku laiks, jo ikkatrs cenšas atminēties pērnā gada veiksmes un neveiksmes, lai ar jauna gada sākumu, piepildītos devīze "Jauns gads – jauns es".

Pētījuma mērķis: Identificēt un izpētīt, vai EHR Mediju grupas darbinieki piekopj dažādus māņticības rituālus - Ziemassvētku un Jaunā gada - svētku laikā.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze. Anketēšana un iegūto datu analīze.

Sasniegtie rezultāti: Analizējot iegūtos rezultātus, var secināt, ka EHR Mediju grupas darbinieces ir māņticīgākas nekā vīriešu kārtas darbinieki. Lai gan vairākums darbinieku neatsakās no dažādu ikdienišķu darbību veikšanas pirms svētkiem, lai "negatīvi" neietekmētu notikumus nākotnē, tomēr vairāk nekā puse respondentu norāda, ka svētkos piekopj dažādus māņticības rituālus, lai vairotu veiksmi vai labklājību Jaunajā gadā. Svarīgi atzīmēt, ka vairākums darbinieku uzskata, ka māņticības spēj svētkiem sniegt pievienoto vērtību, jo padara svētkus interesantākus vai arī to rituāli jau ir iesakņojušās kā svētku tradīcija ģimenē. Kas vēl attiecināms uz ģimeni, tad vairāk nekā divas trešdaļas respondentu norāda, ka par māņticībām svētku laikā uzzinājuši tieši ģimenē.

Atslēgas vārdi: māņticība; Ziemassvētki; Jaunais gads; tradīcijas; rituāli.

Ievads

Jau gadu tūkstošiem cilvēku kultūrā sastopams sociāls fenomens - dažādu talismanu, rituālu un māņticību izmantošana - kas būtiski ietekmējusi cilvēku skatījumu uz dažādiem dzīves notikumiem gan nākotnē, gan pagātnē.

Cilvēku pārliecība, ka talismaniem var piemist īpašas vai sargājošas spējas, ir saglabājušās jau kopš senajiem laikiem. Senās civilizācijas kā talismanus izmantoja, piemēram, dažādus pašdarinātus amuletus vai piekariņus, kuros iegravēti dažādi burti vai simboli. Tā dodot īpašu spēku talismana īpašniekam – veiksmi, laimi, veselību, labklājību, pasargājot īpašnieku no neveiksmēm vai ļaunajiem gariem. Tāpat kā talismani, rituāli ir bijuši svarīgi cilvēku kultūras sastāvdaļa jau kopš senajiem laikiem. Ietverot dažādas ceremonijas, svētkus un kopā sanākšanu, kur secīgi veicot dažādas darbības, tām tiek piešķirta īpaša nozīme, pildot gan reliģiskās, gan garīgās, gan sociālās funkcijas. (Sēja, 2006)

Māņticība uzskatāma par neracionālu praksi, kuras priekšstatu balstīti uz dažādiem talismaniem vai

rituāliem, sniedzot pārlicību, ka kāda darbība vai objekts spēj ietekmēt notikumus nākotnē vai arī kādas darbības iznākumu. (Superstition, 2024)

Lai gan māņticības tiek aktīvi piekoptas ikdienā, bieži vien pat automātiski, jo cilvēki tās praktizējuši jau sen, tomēr Ziemassvētki un gada noslēgums ir laiks, kad cilvēki visaktīvāk pievēršas māņticībai, kas saistāms ar ģimenes kopā sanākšanu, satikšanos un jauna sākuma simbolismu, jo vecais gads noslēdzas un laiks jaunam sākumam, jauniem mērķiem un cerībām.

EHR Mediju grupā bieži vien norisinās dažādas neparedzamas situācijas, darba dienas ir ļoti dinamiskas, tāpēc bieži vien darbinieki ķeras klāt pie māņticībām, lai sasniegtu gadam izvirzītos uzņēmuma un individuālos mērķus. Savukārt gada noslēgumā, kad visur apkārt norisinās svētku laiks, tiek apskatīts gadā paveiktas un protams, veidoti arī jauni plāni un mērķi, kas jāsasniedz nākamajā gadā. Mērķi pirms gada sākuma var šķist nereāli un nesasniedzami, kas tieši vai netieši atkal pieprasa darbiniekiem vērsties pie dažādiem māņticības rituāliem, lai nezināmajā nākotnē sasniegtu karjeras virsotnes, gūtu laimi, augstus ienākumus un izdošanos nākamajā gadā.

Pētījuma mērķis: Identificēt un izpētīt, vai EHR Mediju grupas darbinieki piekopj dažādus māņticības rituālus - Ziemassvētku un Jaunā gada - svētku laikā.

Pētījuma metodes: Literatūras analīze. Anketēšana un iegūto datu analīze.

Pētījuma objekts: EHR Mediju grupas darbinieki.

Pētījuma priekšmets: EHR Mediju grupas darbinieku māņticības rituālu piekopšana svētku laikā.

Pētījuma jautājumi:

1. Vai svētku laikā tiek piekopti māņticības rituāli?
2. Vai darbinieki tic, ka veicot māņticības rituālus svētku laikā tie spēj "ietekmēt" nākotnes notikumus?
3. Kur tika uzzināts par māņticības rituālu eksistenci un kāpēc tie tiek piekopti?

Pētījuma uzdevumi:

1. Veikt literatūras analīzi par māņticības rituāliem un to aktualitāti.
2. Identificēt populārākās māņticības un to rituālus svētku laikā.
3. Izstrādāt pētījuma metodoloģiju un veikt praktisku pētījumu.
4. Veikt darbinieku aptauju un analizēt iegūtos rezultātus par māņticības rituālu piekopšanu svētku laikā.
5. Aprakstīt pētījuma rezultātus un sniegt secinājumus.

Pētījuma rezultāti: Analizējot iegūtos rezultātus, var secināt, ka EHR Mediju grupas darbinieces ir māņticīgākas nekā vīriešu kārtas darbinieki. Lai gan vairākums darbinieku neatsakās no dažādu ikdienišķu darbību veikšanas pirms svētkiem, lai "negatīvi" neietekmētu notikumus nākotnē, tomēr vairāk nekā puse respondentu norāda, ka svētkos piekopj dažādus māņticības rituālus, lai vairotu veiksmi vai labklājību Jaunajā gadā. Svarīgi atzīmēt, ka vairākums darbinieku uzskata, ka māņticības spēj svētkiem sniegt pievienoto vērtību, jo padara svētkus interesantākus vai arī to rituāli jau ir iesakņojušās kā svētku tradīcija ģimenē. Kas vēl attiecināms uz ģimeni, tad vairāk nekā divas trešdaļas respondentu norāda, ka par māņticībām svētku laikā uzzinājuši tieši ģimenē.

Analītiskais apskats

Māņticība var ietekmēt cilvēkus divējādi: no vienas puses, tā var sniegt komfortu, cerību un piederības sajūtu, no otras puses, tā var radīt bailes, veicināt subjektīvu domāšanu un mudināt uz nelogiķisku rīcību. Piemēram, daži cilvēki klauvē pie koka, lai izvairītos no nelaiemes, vai sakrustot pirkstus, lai panāktu

veiksmīgu iznākumu. Jebkurā gadījumā, šie rituāli ir kļuvuši par daļu no cilvēku ikdienas.

Ļoti izplatītas ir māņticības, kas saistītas ar veselību un labklājību, piemēram, nēsājot dažādus amuletus vai talismanus, lai atvairītu slimības vai veicinātu labu veselību. Vairākās kultūrās zināms jēdziens “ļaunā acs” un lai pasargātu sevi no tās ļaunās ietekmes, cilvēki nēsā dažādus amuletus vai veic sevis attīrīšanas rituālus. (The editors..., 2024)

Benno Torglers, ekonomikas profesors, pētījumā “Determinants of Superstition” analizējis vairākus aspektus, kas ietekmē māņticību cilvēkos, piemēram, vecums, dzimums, izglītības līmenis un sociālais statuss. Pētījumā atklāts, ka māņticība visizplatītākā ir jauniešu vidū, vairāk sieviešu, nekā vīriešu, mazāk izglītotiem cilvēkiem, bezdarbniekiem, atraitnēm/atraitņiem vai šķirteniem. Māņticība šādu cilvēku lokā tiek saistīta ar emocionālu atbalstu grūtos dzīves brīžos. (Torgler, 2017)

Amerikas Savienotajās Valstīs 2014. gada janvārī tika veikta tiešsaistes aptauja “Superstition: Do you believe the following, or not?” ar 2236 respondentiem, kas vecāki par 18 gadiem. Pētījumā iegūtie dati liecina, ka 24% tic, ka neveiksmi laulībās nesīs līgavas ieraudzīšana pirms ceremonijas, 23% tic, ka 7 ir laimīgs skaitlis, 21% tic, ka piesišana pie koka “atceļ” nelaimi. 14% tic, ka neveiksmi nes - iešana zem trepēm vai lietussarga atvēršana iekštelpās, kā arī 13. datums piektdienā un spoguļa sasišana. 13% respondentu tic, ka neveiksme būs, ja pār ceļu skries melns kaķis, savukārt 7% tic, ka neveiksme būs, ja uzkāps uz plaisas ceļā. (Statista, 2024)

Ja māņticības regulāri tiek piekoptas ikdienā, tad tās aktīvāk tiek piekoptas ap svētku laiku vai svētkos, kas skaidrojams ar dažādām kultūrām un tradīcijām, kas tiek nodotas no paaudzes paaudzē. Piemēram, Jaunā gada svinības ietver dažādu darbību veikšanu un ticējumus, lai piesauktu laimi un veiksmi Jaunajā gadā. Svētkos tiek aicināti viesi, kas veicina kopienas sajūtu un caur māņticības rituālu veikšanu tiek meklēta satiecība vai labvēlība nākotnē. (Jahoda, 1969)

Vairāki autori ir apkopojuši māņticību elementus un to skaidrojumus, veidojot tādas kā māņticību skaidrojumu vārdnīcas. Piemēram, Ričards Websters grāmatā “Encyclopedia of Superstition” māņticības elementus ir sakārtojis alfabētiskā secībā un sniedzis skaidrojumus dažādiem elementiem, kā arī svētkiem, izmantojot atsauces uz dažādiem literatūras avotiem par māņticību, folkloru, talismaniem, rituāliem un citiem ar māņticības elementiem saistītiem avotiem.

Piemēram, pastāv māņticība, ka līgavainis kāzu dienā nedrīkst redzēt līgavas kleitu līdz pat baznīcas altārim. Tāpat pastāv ticējums, ka līgava līdz kāzu dienai nedrīkst uzvilkt mugurā pilnīgi visu kāzu tērpu, kas var veicināt laulību neizdošanos - šo ticējumu iespējams apiet, nevelkot kādu kurpi vai cimdu. Tāpat pastāv versija, ka, ja līgavainis pirms kāzām ieraudzītu līgavu kāzu kleitā, viņš varētu pārdomāt un atcelt laulības. (Webster, 2008)

Kas attiecināms uz Ziemassvētkiem, tad pieņemts, ka māju nevar rotāt ar Ziemassvētku dekorācijām ilgāk par 6.janvāri, jo tas mājas iemītniekiem var nest neveiksmi. Savukārt, ja kāds izlemj saderināties Ziemassvētku vakarā, tad tas uzskatāms, ka jaunlaulātajiem būs laimīga laulība. (Webster, 2008)

Ar Ziemassvētkiem saistīts tiek rituāls koka bluķa vilkšana apkārt mājai un pēcāk tā nodedzināšana. Tradīcijas vēsta, ka pats bluķis uzskatāms par vīrieti, savukārt zeme – par sievieti, attiecīgi velkot bluķi pa zemi, tiek apaugļota zeme, lai būtu veiksmīga raža nākamajā gadā. Kā arī ar bluķa vilkšanas procesu tiek sakrāta gada laikā uzkrātā negatīvā enerģija, lai bluķi sadedzinot, cilvēkiem rastos gaišas domas un sapņi piepildījums. (Miles, 1976)

Latvijā un citviet pasaulē pieņemts, ka Ziemassvētku galdā jāliek 9 vai 12 ēdieni. Ar 9 simbolizējot gandrīz bezgalību vai auglības un ražības skaitli, savukārt ar 12 – mēnešus gadā. Lai gan nav zināms, cik ēdieniem patiesi jābūt svētku galdā, pieņemts, ka jāēd 9 reizes, lai jaunais gads būtu ražens. (Šterna, 1998)

Arī Jaunā gada svinībās jābūt daudz un dažādiem ēdieniem un dzērieniem, jo tad to nepietrūks arī visu atlikušo gadu. Kas attiecināms uz svētku apģērba izvēli, tad jauna apģērba vilkšana uz svinībām var garantēt, ka jaunajā gadā arī būs daudz jauna apģērba. Tiek pieņemts, ka līdz Jaunajam gadam jānokārto ir visi parādi, citādāk arī jaunajā gadā būs negaidīti parādi. Vecgada vakarā un Jaungadā nevar daudz strādāt, jo tad būs nelaime, savukārt, ja daudz par darbu domāsi, tad gan var būt veiksmē. (Webster,

2008)

Arī Makss Kraijers grāmatā “Superstitions and why we have them” apkopojis māņticības vārdnīcas formā, sniedzot skaidrojumus gan māņticības elementiem, gan svētkiem.

Piemēram, svarīgs Jaunā gada svinību elements ir salūts, kas saistāms ar to, ka gadu mijā vēlams skaļi trokšņot, lai atbaidītu visu negatīvo un melno enerģiju. Tāpat Jaunajā gadā nav vēlams mazgāt mājas vai veļu, jo tas var aizslaucīt vai nomazgāt visu jaungada veiksmi. Iespējams ap māju staigāt ar tukšu ceļojuma somu vai koferi, lai nākamais gads būtu piedzīvojumu un ceļojumu pilns. Savukārt tiek uzskatīts, ka bērni, kas dzimuši 1. janvārī būs veiksmīgi uz visu mūžu. Tāpat iecienīts ir rituāls, makā ievietot zivju zvīņas, lai jaunais gads būtu bagātīgs. (Cryer, 2016)

Kā jau minēts iepriekš, tad vārdnīcās netiek apkopoti tikai māņticības rituāli svētkos, bet arī regulāri piekoptie rituāli ikdienās. Autore pati ikdienā visaktīvāk piekoptj pieklauvēšanu pie koka, kas cēlusies no tā, ka pirms vairākiem gadsimtiem tika uzskatīts, ka dažādi labie gari dzīvo kokos – un pieskaršanās gariem nozīmēja cerību, ka gari tev vēlēs labu. (Cryer, 2016)

Pētījuma metodoloģija

Autore pētījumā izmanto, pirmkārt, literatūras analīzi, lai identificētu māņticības definīciju un tās lomu sabiedrībā, kā arī gūtu priekšstatu par dažādiem māņticības veidiem, kurus cilvēki visbiežāk piekoptj un, kas ir tās situācijas, kurās cilvēki izvēlas pievērsties māņticībām. Otrkārt, autore izmanto kvantitatīvo datu ieguves metodi aptaujas formā, izmantojot elektroniskās aptaujas veidošanas vietni, lai iegūtu datus par EHR Mediju grupas darbinieku veiktajiem māņticības rituāliem svētku laikā, kāda ir darbinieku izpratne par māņticības rituāliem un to tendences. Metode tiek izmantota, lai iegūtu informāciju, kas ir nozīmīga pētījumam, lai noskaidrotu, vai darbinieki apzināti piekoptj dažādus māņticības rituālus kā sociālo fenomenu, kas ietekmē indivīda uzvedību un kopīgās sabiedrības normas.

Pētījuma rezultāti

Veiktā pētījuma aptauja, lai noskaidrotu, EHR Mediju grupas darbinieku māņticības paradumus svētku laikā, sastāv no 11 slēgtiem jautājumiem, uz kuriem respondentiem jāatbild izvēloties pieejamos atbilžu variantus. Kopā aptaujā piedalījās 47 respondenti.

Pirmajā jautājumā respondentiem bija jāatzīmē, savs dzimums. No 47 respondentiem - aptaujā piedalījās 34 sievietes un 13 vīrieši.

Otrajā jautājumā respondentiem bija jāatzīmē savs vecums (1.tabula).

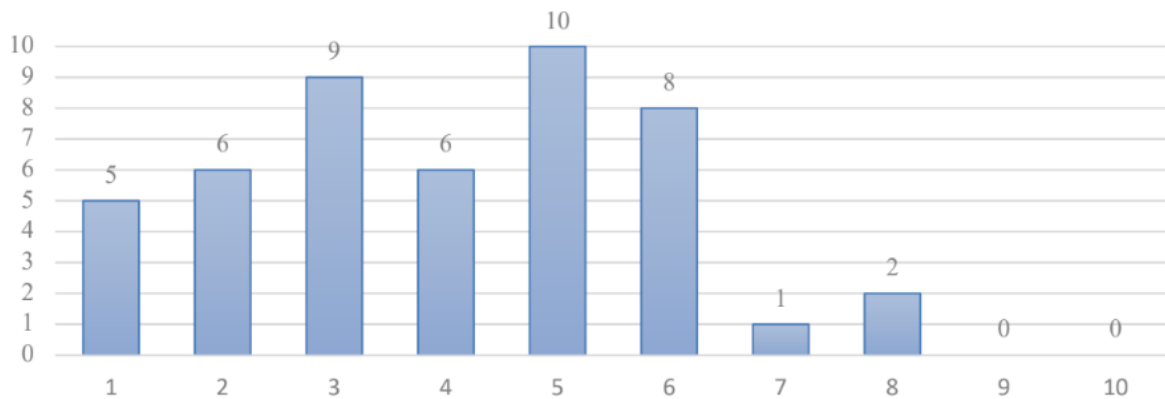
1. tabula. Respondentu sadalījums pa vecuma grupām (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

	Līdz 20 gadiem	21-30 gadi	31-40 gadi	41-50 gadi	51-60 gadi	Kopā
Sievietes	1	8	13	10	2	34
Vīrieši	1	2	4	6	0	13

Trešajā jautājumā respondentiem bija jāatzīmē, vai svētkos piekoptj māņticības rituālus, lai pozitīvi “ietekmētu” notikumus jaunajā gadā? 33 respondenti atzīst, ka rituālus piekoptj, 9 respondenti atzīst, ka rituālus nepiekoptj, savukārt 5 respondenti norāda, ka rituālus piekoptuši kādreiz, bet vairs nepiekoptj.

Ceturtajā jautājumā respondentiem tika jautāts, vai tie svētku laikā atsakās veikt dažādas ikdienišķas darbības, kas pēc mānīcības varētu negatīvi “ietekmēt” notikumus nākotnē? 36 respondenti norāda, ka neatsakās, 7 respondenti norāda, ka atsakās, savukārt 4 respondenti norāda, ka kādreiz atteicās, bet tagad vairs neatsakās.

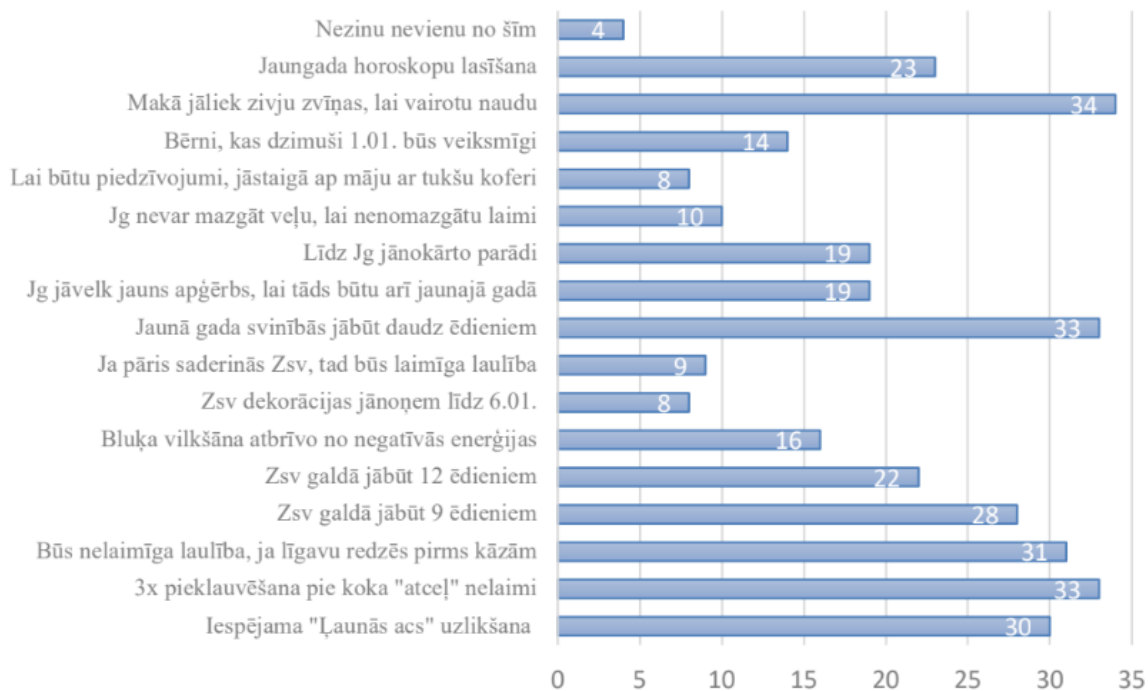
Piektajā jautājumā respondentiem bija jānovērtē savs mānīcības līmenis skalā no 1-10, ar 1 – apzīmējot neticību mānīcībām, ar 10 – apzīmējot ticību mānīcībām (1.att).



1.att. Respondentu vērtējums par savu mānīcības līmeni (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Sestajā jautājumā respondentiem bija jānovērtē, vai mānīcīgāki tie ir ikdienā vai ap svētku laiku. 18 respondenti norāda, ka ir mānīcīgi ikdienā, bet vairāk ap svētku laiku, 10 respondenti norāda, ka ir vienādi mānīcīgi visa gada garumā, savukārt 10 respondenti norāda, ka ir mānīcīgāki ap svētku laiku, bet 9 respondenti norāda, ka nav mānīcīgi vispār.

Septītajā jautājumā respondentiem bija jānorāda ar svētkiem saistītas mānīcības, par kurām respondenti ir dzirdējuši vai tās ir viņiem zināmas (2.att).



2.att. Māņticības, par kurām respondenti ir dzirdējuši vai zina. (Avots: autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Aptaujas astotajā jautājumā respondentiem bija jānorāda, vai svētkos piekopj kādu no atzīmētajām māņticībām. 27 apgalvoja, ka piekopj, 13 respondenti apgalvoja, ka piekopj tikai dažreiz, bet 7 respondenti apgalvoja, ka nepiekopj nevienu no norādītajām māņticībām.

Devītajā jautājumā respondentiem bija jāatzīmē, vai tie tic, ka kāda no viņu atzīmētajām māņticībām spēj “ietekmēt” nākotni. 15 respondenti atzīmēja, ka jā, tic, 12 respondenti atzīmēja, ka tic mazliet. Savukārt 16 respondenti atzīmēja, ka nē, netic, bet 4 respondenti sākuši šaubīties par savu māņticības līmeni veicot aptauju.

Desmitajā jautājumā respondentiem tika jautāts, vai māņticības, viņuprāt, sniedz svētkiem pievienoto vērtību? 22 respondenti atzīmēja, ka jā, caur māņticības rituāliem svētki kļūstot interesantāki, bet 19 respondenti atbild, ka māņticības sniedz pievienoto vērtību svētkiem, jo dažādas tradīcijas iesakņojušās svētku svinēšanā ģimenē. 6 respondenti atzīmē, ka māņticības tikai maldina cilvēkus un nesniedz svētkiem pievienoto vērtību.

Aptaujas noslēgumā jeb vienpadsmitajā jautājumā, respondentiem bija jānorāda sabiedrības loks, kurā viņi apguvuši visvairāk māņticību, kas piekopjamas svētku laikā. 41 respondents norāda, ka tās apguvuši ģimenē, tomēr 5 apgalvo, ka tās apguvuši draugu lokā. Tikai 1 aptaujas respondents norāda, ka māņticību apguvis skolā.

Secinājumi

Kā pirmais pētījuma jautājums tika izvirzīts – vai svētku laikā tiek pieņemti māņticības rituāli? Veicot gan literatūras analīzi, gan darbinieku aptauju, atklājās, ka Ziemassvētku un Jaunā gada laikā tiek pieņemti vairāki māņticības rituāli, lai veicinātu labklājību un pārticību nākamajā gadā. Tas saistāms gan ar dažādu ēdienu likšanu galdā, gan mājas rotāšanu vai enerģijas “attīrīšanu” velkot ozolkoka blūķi un pēcāk to nodedzinot, lai sasniegtu iecerēto jaunajā gadā. Arī Jaunajā gadā tiek veikti dažādi rituāli, lai jaunais gads būtu bagātības pilns – galdā liekot vairākus ēdienus un dzērienus, nemazgājot māju vai apģērbu, tērptoties jaunā apģērbā un pat skrienot ap māju ar tukšu koferi.

Kā otrais pētījuma jautājums tika izvirzīts – Vai EHR mediju grupas darbinieki tic, ka veicot māņticības rituālus svētku laikā tie spēj “ietekmēt” nākotnes notikumus? Aptaujā atklājās, ka vairāk nekā puse respondentu tic, ka svētku laikā veicot māņticības rituālus spēj “ietekmēt” notikumus nākotnē. Protams, otra respondentu puse apgalvo, ka netic, ka spēj mainīt nākotni, bet tikai 4 respondenti atzīmē, ka veicot aptauju ir sākuši šaubīties, vai tiešām spēj mainīt nākotnes notikumus, piemēram, saderinoties Ziemassvētku vakarā, lai laulības būtu izdevušās.

Trešais pētījuma jautājums bija – kur tika uzziņāts par māņticības rituālu eksistenci un kāpēc tie tiek pieņemti? Gandrīz visi aptaujas dalībnieki atbildēja, ka par māņticības rituāliem ir uzziņājuši ģimenes lokā, protams, citi uzziņājuši par rituāliem arī draugu lokā. Ja sīkāk tiek pētīts, kāpēc tieši ģimenē visvairāk tiek uzziņāts par māņticībām un to rituāliem, tad tas skaidrojams ar to, ka ģimenē tiek paaudzes, kas savas zināšanas nodod nākamajai paaudzei vai paši tās piekopj, veidojot ģimenes tradīcijas svētkos, piemēram, 9 vai 12 ēdienu likšanu Ziemassvētku svinību galdā. Vairākums respondentu uzskata, ka māņticības svētkiem sniedz pievienoto vērtību, lai padarītu svētkus interesantākus un atraktīvākus vai lai turpinātu ģimenē iesāktās tradīcijas, piemēram, makā liekot zivju zvīņas, lai vairotu labklājību un finanses.

Tāpat tika noskaidrots, ka cilvēki ir māņticīgi gan ikdienā, gan svētku laikā un pašiem cilvēkiem ir grūti novērtēt savu māņticības līmeni, jo māņticības rituālu veikšana tiek pieņemta no bērnības ģimenē, kur šīs tradīcijas tiek iemācītas vai nodotas mantojumā, attiecīgi cilvēki paši vairs nepievērš uzmanību savām darbībām, jo secīga darbību veikšana noteiktās situācijās jau norisinās automātiski, piemēram, 3x klauvēšana pie koka, lai “atceltu” neveiksmi.

Māņticība ir kā sociāls fenomens, kas ir izplatīta visā pasaulē. Dažādas māņticības atrodamas katrā kultūrā, lai gan doma un forma tām mēdz būt līdzīga, tās var atšķirties no indivīda apkārtējās vides vai tā pieņemtajām kultūras tradīcijām vai normām. Vienmēr būs cilvēki, kas ticēs, ka ar māņticības rituāliem var “ietekmēt nākotni”, un būs arī tādi, kas ticēs, ka nākotni nevar “ietekmēt”, piemēram, “Ļaunās acs” uzlikšana kādam ienaidniekam. Protams, būs arī tādi, kas ticēs, ka nav vērts nemēģināt izdarīt kādu rituālu, varbūt tomēr nostrādās, bet svarīgi tomēr atcerēties, ka māņticīgs vai nē, katrs cilvēks ir pats savs laimes kalējs.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

- Cimdiņa A. (2021). *Sociālantropoloģe: pandēmija izgaismojusi nevienlīdzību* LV portāls - Cilvēks. Valsts. Likums. <https://lvportals.lv/viedokli/328253-socialantropologe%20pandemija-izgaismojusi-nevienlidzibu-202>
- Cryer, M. (2016). *Superstitions and Why We Have Them*, Auckland: Exisle Publishing.
- Jahoda, G. (1969). *The psychology of superstition*. London: Allen Lane The Penguin Press.
- Miles, C. A. (1976). *Christmas customs and traditions, their history and significance*. New York: Dover Publications, Inc.
- superstition. (2024). In *Merriam-Webster Dictionary*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/superstition>
- Sēja, G. (2006). *Kas? Kur? Kad?* Rīga: Zvaigzne ABC.
- Šterna, M. (1998) *Senā gadskārta*. Rīga: Zinātne.
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2024, October 28). *Evil eye | Protection, Superstition & Beliefs*. Encyclopaedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/evil-eye>
- Torgler B. (2007). Determinants of superstition. Elsevier: *The Journal of Socio-Economics* 36 (2007) 713–733.
- United States - belief in common superstitions 2014* | Statista. (2024, August 8). Statista. <https://www.statista.com/statistics/297156/united-states%20common-superstitions-believe/>
- Webster, R. (2008). *The Encyclopedia of Superstitions*. Woodbury: Llewellyn Publications.

Roberts Cēris. SMAGĀ METĀLA MŪZIKAS ŽANRA KLAUSĪTĀJA UN KONCERTU APMEKLĒTĀJA PROFILS LATVIJĀ

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Profesionālā bakalaura studiju programma "Kultūras vadība"
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Smagā mūzika mūsdienu kultūrā globāli ieņem nozīmīgu lomu, par kuras aizsākumiem varētu tikt uzskatīti 20. gs. septiņdesmitie un astoņdesmitie gadi Rietumeiropā un ASV, kad tā strauji guva popularitāti plašā klausītāju lokā, kā arī masu medijos, uz kādu laiku pat dominējot starp neakadēmiskās mūzikas populārākajiem žanriem. Jau vairākas desmitgades smagā metāla mūzikas žanrs acīmredzami ir ietekmējis ne tikai cilvēku mūzikas klausīšanās paradumus un mūzikas industriju kopumā, bet arī citas kultūras jomas, kā, piemēram, modi, filmu industriju, sporta pasākumu organizēšanu, datorspēļu industriju un dažādus subkultūru slāņus. Mūsdienās žanra popularitāte ir šķietami nedaudz mazinājusies gan Latvijā, gan globāli. Bet varbūt tas ir tikai aizvirzījies aiz citām šodienas aktuālākām popkultūras izpausmēm un nostabilizējies kā fundamentāls rokmūzikas sūb žanrs ar savu spēcīgu un uzticīgu subkultūru. Jautājums, kāds ir vidējais Latvijas smagā metāla klausītājs? Tas attiecīgi ietekmē arī Latvijas metāl mūzikas mūziķu un grupu darbību un aktualitāti.

Pētījuma mērķis: Kvantitatīvi izpētīt kāds ir Latvijas smagā metāla mūzikas klausītāja profils, kādi ir klausīšanās un koncertu apmeklēšanas paradumi.

Pētījuma metodes: Aptaujas metode – anketēšana ar dažāda tipa jautājumiem pēc izdevīguma izlases un sniega pikas izlases principa. Datu apstrāde un profila izveide.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti tiks prezentēti konferences laikā.

Atslēgas vārdi: smagais metāls; metāl mūzika; smagā mūzika; klausītājs; koncerta apmeklētājs.

Ievads

Aizvadītais gadsimts raksturīgs ar strauju cilvēces attīstību visdažādākajās jomās. Arī mūzikas nozarē, īpaši neakadēmiskajā vidē, strauji attīstījās dažādi žanri, ieņemot nozīmīgu lomu popkultūras ikdienā. Viens no tādiem bija smagā metāla mūzikas žanrs, par kura pirmsākumiem varētu tikt uzskatīti 20. gs. septiņdesmitie un astoņdesmitie gadi ASV un Rietumeiropā (īpaši Lielbritānijā). Latvijā smagā metāla mūzika uzņēma apgriezienus dažus gadus vēlāk, sakarā ar to, ka padomju okupācijas vara uzraudzīja, lai vietējā kultūras dzīve pārāk neietekmētos no rietumu tendencēm. Ar deviņdesmito gadu sākumu Latvijā strauji pieauga interese par smagā metāla mūziku gan klausītāju, gan pašu mūziķu vidū, lai gan rietumos jau bija jūtamas tendenču svārstības. Informācijas laikmetam strauji attīstoties, smagais metāls tomēr guva popularitāti arī daudzviet citur pasaulē un turpina aizraut jaunas fanu paaudzes. Mūsdienās sastopamas smagā metāla grupas un sekotāji pat Āfrikas valstīs un Āzijā. Pasaules slavenā grupa *Metallica* ir uzstājusies ar koncertu pat zinātniskā izpētes stacijā Antarktīdā 2013. gadā.

Pētījuma mērķis ir izpētīt Latvijas smagā metāla mūzikas žanra cienītāju klausīšanās, koncertu un festivālu apmeklēšanas paradumus un smagās mūzikas ietekmi uz klausītāja ikdienu. Galvenie uzdevumi bija noskaidrot, vai ir kādi līdzīgi pētījumi veikti līdz šim Latvijā, aptaujāt klausītājus, apkopot un izanalizēt datus, izveidot klausītāja profilu. Par hipotēzi tika izvirzīts pieņēmums, ka Latvijas sabiedrībā joprojām pastāv aizspriedumi pret smagā metāla mūziku un tās klausītājiem. Galvenās pētījuma metodes – anketēšana, datu apkopojums un grafiskā analīze. Pētījuma rezultāti sniedz gana plašu ieskatu par

smagās mūzikas klausītājiem. Liela daļa ir labi izglītoti ļaudis, ar daudz un dažādiem hobijiem, kur viens no dominējošiem ir, piemēram, grāmatu lasīšana. Daļēji apstiprinājās arī izvirzītā hipotēze, ka no klausītāju viedokļa daļai sabiedrības tomēr pastāv aizspriedumi pret metāl mūzikas cienītājiem.

Analītiskais apskats

Līdz šim Latvijā nav veikti šādi socioloģiskie pētījumi tieši par smagā metāla mūzikas žanra klausītāju profilu. Līdz ar to šo darbu varētu uzskatīt par pilot pētījumu. Taču pētījuma sākuma stadijā tomēr likās svarīgi apzināt, cik liels varētu būt aptuvenais smagās metāl mūzikas cienītāju skaits Latvijā, tādējādi sniedzot skaidrāku izpratni par pētāmās ģenerālkopas apjomu. 2023. gada rudenī publicotā pētījumā, kuru veica socioloģisko pētījumu aģentūra "Kantar" sadarbībā ar Latvijas izpildītāju un producentu apvienību (LaIPA), tika veikta aptauja par mūzikas ierakstu patērišanu Latvijā. Rezultāti liecina par to, ka mūzikas ierakstus klausās 92% Latvijas iedzīvotāju vecumā no 18 līdz 60 gadiem klausās. Un no tiem 3% dod priekšroku tieši metāl mūzikai (Redakcija, 2023).

Pēc Oficiālās statistikas portāla datubāzes datiem uz 2024. gada sākumu Latvijas Republikā reģistrēti 1 871 882 iedzīvotāju. Līdz ar to, veicot aprēķinus, var provizoriski pieņemt aptuveno smagā metāla mūzikas žanra klausītāju skaitu Latvijā (Iedzīvotāju skaits gadā..., 2024):

$1\ 871\ 882 * 92\% = 1\ 722\ 131,44$ (mūzikas ierakstu klausītāju skaits);

$1\ 722\ 131,44 * 3\% = 51\ 664$ (aptuvenais smagā metāla mūzikas žanra klausītāju skaits Latvijā)

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma metodes pamatā tika veikta aptauja ar anketēšanu interneta vietnē "visidati.lv". Tika izstrādāta anketa ar 33 dažāda tipa jautājumiem, lai kvantitatīvi izpētītu respondentu viedokļus. Respondentu izlase veidojās, galvenokārt uzrunājot cilvēkus *Facebook* un *WhatsApp* domubiedru grupās, kā arī pēc sniega pikas principa. Kopējais respondentu skaits sasniedza gana ievērojamu skaitli – 554.

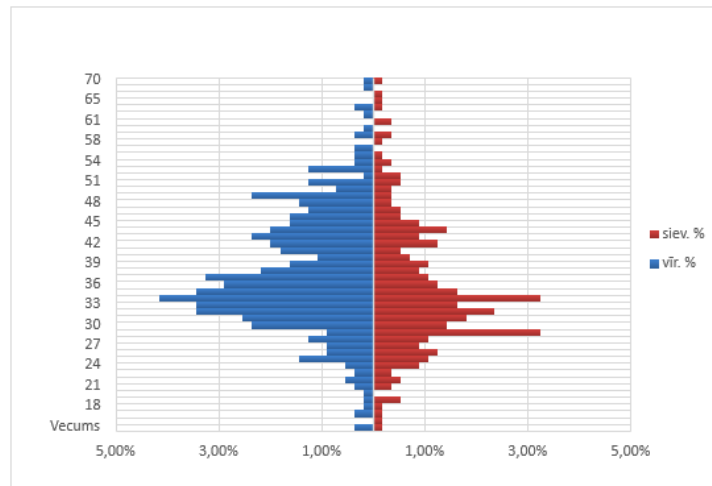
Tika uzdoti pamatjautājumi par respondentu profilu: vecums, dzimums, dzīves vieta, izglītība, nodarbošanās. Tad liela daļa jautājumu saturs bija par mūzikas klausīšanās paradumiem. Būtiska smagās mūzikas klausītāju kā hobijs sastāvdaļa ir arī koncertu apmeklēšana, kas arī tika iztaujāts vairākos jautājumos. Pievērsta uzmanība bija arī metāl mūzikās klausītāju ārējam izskatam, kā arī alkohola lietošanas un smēķēšanas paradumiem. Visbeidzot anketa tika noslēgta ar jautājumu par 3 vismīļākajām smagā metāla mūzikas grupām Latvijā klausītāju vidū.

Dati tika kvantitatīvi apkopoti ar grafiskās analīzes palīdzību, kā arī noslēgumā tika izveidots un tabulā apkopots klausītāju 150 vismīļāko grupu tops.

Autoram ir jāapraksta pētījumā izmantotās metodes un pētījuma veikšanas process. Šajā sadaļā var iekļaut informāciju par datu vākšanas procesu, pētījuma instrumentiem (piem., anketas izstrādāšanu), izlases veidošanas procesu. Aptaujas veikšanas gadījumā var aprakstīt respondentu profilu. Autoram ir jāpaskaidro datu analīzes procesa posmi un instrumenti.

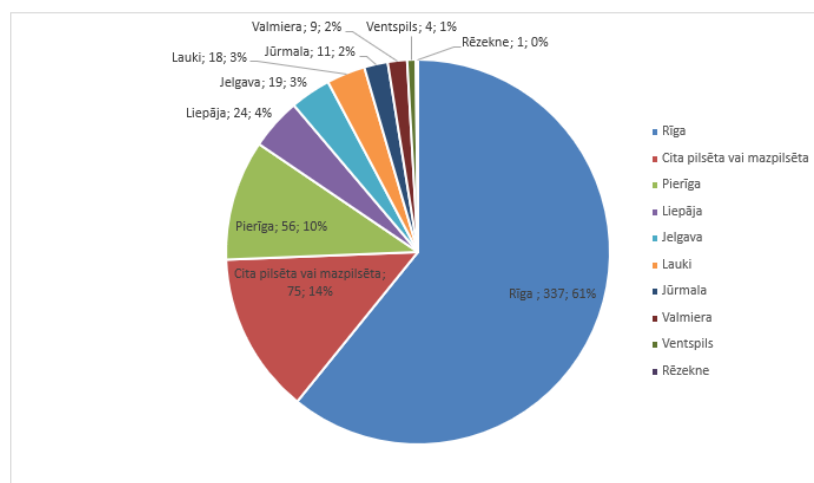
Pētījuma rezultāti

Kopējais respondentu skaits sasniedza 554, kas deva iespēju veikt pētījumu ar pārliecības līmeni (*confidence level*) līdz pat 98% procentu ticamībai par provizoriski pieņemto 51 664 cilvēku lielo ģenerālkopu. Tika ievākti dati no 339 vīriešiem un 215 sievietēm. Jaunākā respondenta vecums bija 15 gadi, un vecākā – 72. Vidējais respondentu vecums – 38 gadi (1. att.).



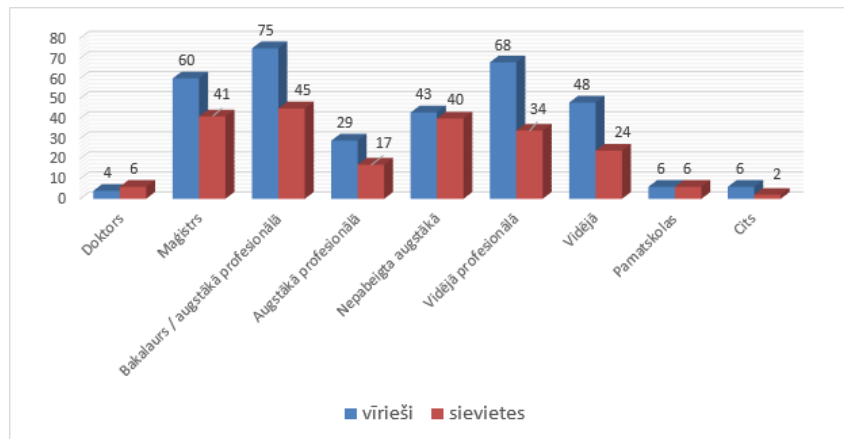
1. att. Populācijas koks (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Kā varēja paredzēt, lielākā daļa respondentu ir Rīgas un Pierīgas iedzīvotāji. Taču nedaudz vairāk kā ceturtdaļa no aptaujātajiem ir citu pilsētu vai reģionu iedzīvotāji (2. att.).



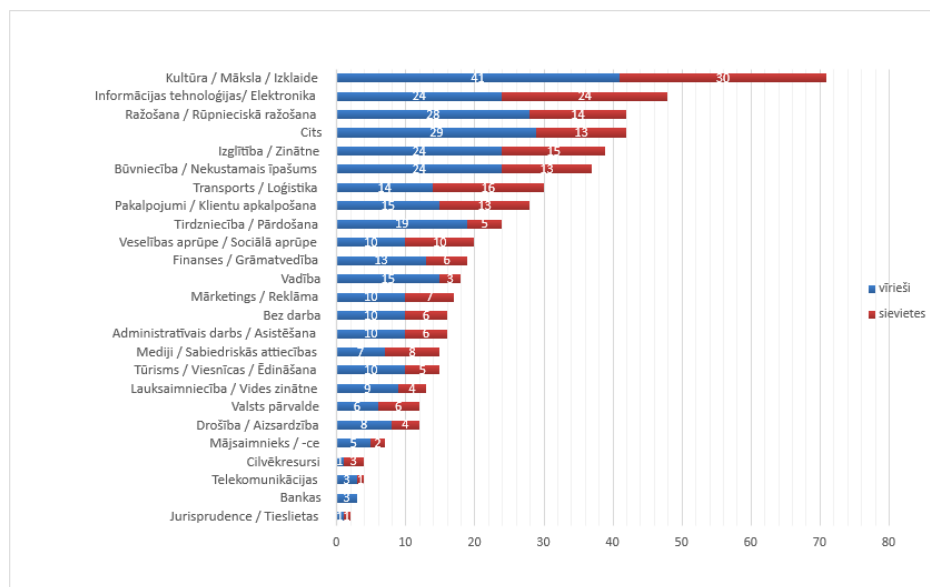
2. att. Dzīves vieta (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēc izglītības līmeņa vērojama daudzveidība klausītāju vidū, taču redzams, ka vislielāko īpatsvaru veido cilvēki ar augstāko izglītību. 554 respondentu vidū gandrīz piektdaļa ir ar maģistra grādiem un pat 10 doktori (3. att.).



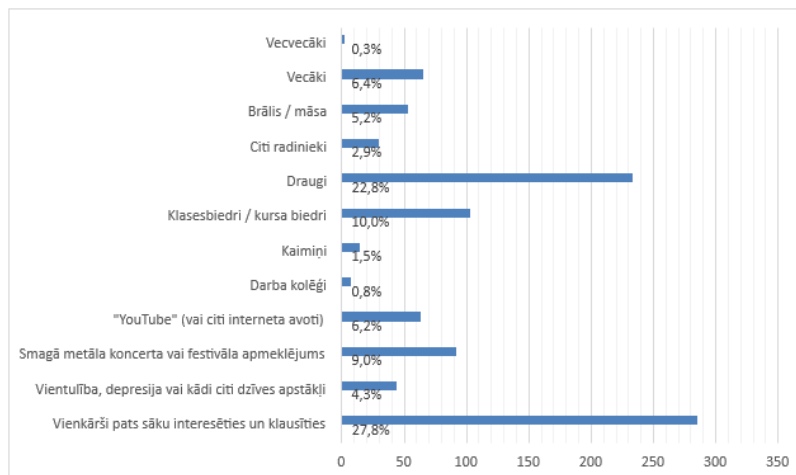
3. att. Izglītības līmenis (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Pēc profesijas un nodarbošanās visvairāk atsaucās kultūras, mākslas un izklaides jomā strādājošie – 12,8% jeb 71 cilvēks. 8,7% (48 cilvēki) ir no informāciju tehnoloģiju jomas, kurai tuvu seko ražošanas, izglītības un zinātnes jomas u.c. (4. att.)



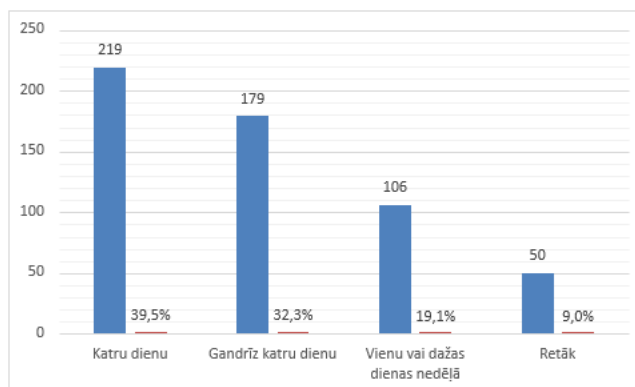
4. att. Nodarbošanās (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Vairums klausītāju smago mūziku sev atklājuši patstāvīgā ceļā – 27,8%, daudzus pamudinājuši arī draugi – 22,8%, bet visretāk tika pieminēti vecvecāki (viens respondents) un darba kolēģi – 0,8% (5. att.).



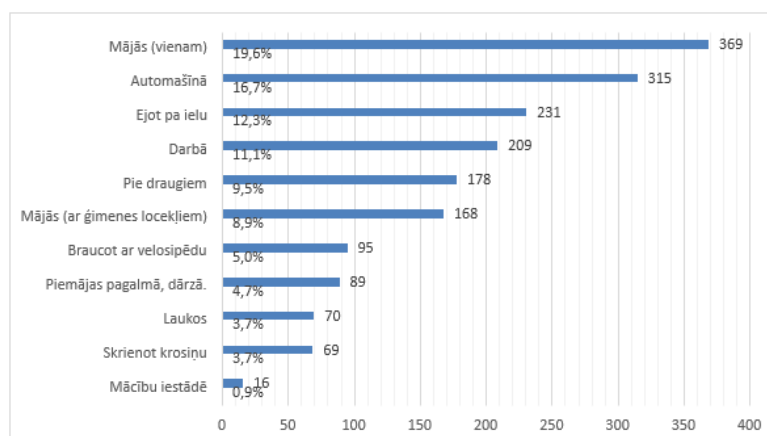
5. att. Kas jūs pamudināja sākt klausīties smago metālu? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Gandrīz 40% respondentu apgalvo, ka smago metāla mūziku klausās katru dienu. Gandrīz trešdaļa klausītāju klausās gandrīz katru dienu (6. att.).



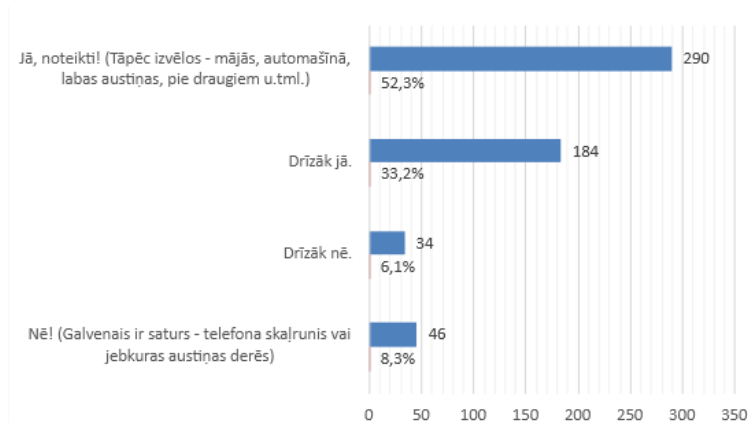
6. att. Cik bieži jūs klausāties smagā metāla mūziku? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Visvairāk respondentiem sanāk klausīties mājās - 19,6% , automašīnā - 16,7%, ejot pa ielu – 12,3%, kā arī darbā - 11,1%, un citur (7. att.).



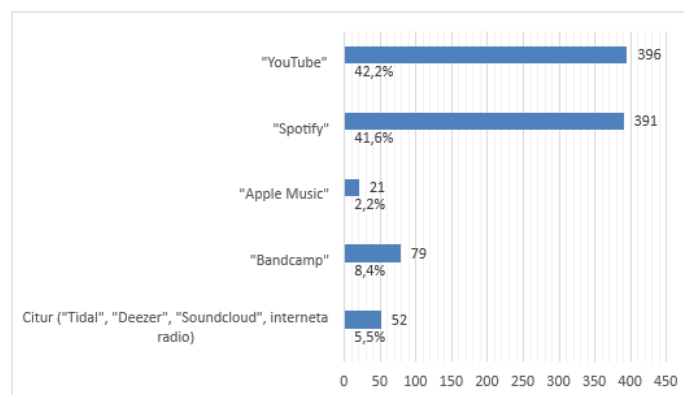
7. att. Kur jums visbiežāk sanāk klausīties smagā metāla mūziku? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Lielākajai daļai (52,3 %) smagās mūzikas klausītāju ir noteikti svarīgi, ka mūzika tiek atskaņota no augstas kvalitātes atskaņošanas aparatūrām (8. att.).



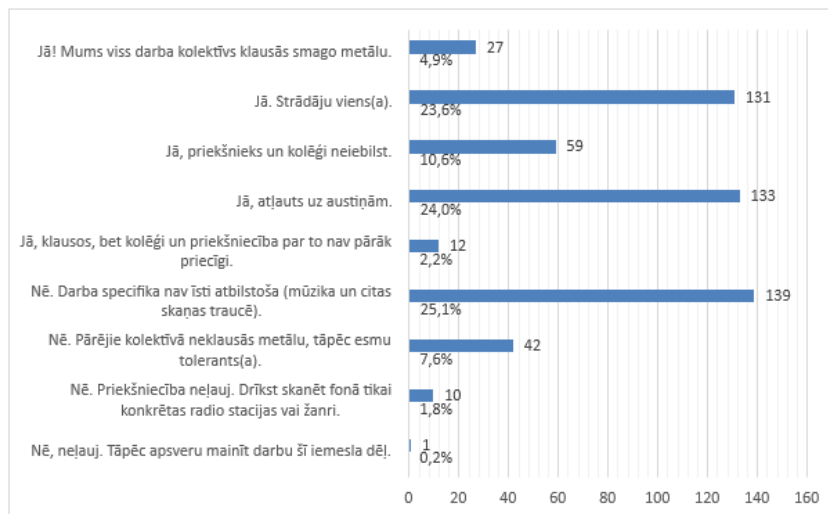
8. att. Vai jums ir svarīgi klausīties smago mūziku uz kvalitatīvas atskaņošanas aparatūras? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Aizvien retāk mūsdienās cilvēki klausās mūziku no fiziskiem datu nesējiem kā kompaktdiski (CD) (11,7%) un biežāk izmanto viedtālruņus (41,2%) vai datorus (32,4%). Lielākā daļa klausītāju uzmeklē un klausās smago mūziku internetā, kur no minētā dominē vietnes "YouTube" (42,2%) un "Spotify" (41,6%) (9. att.).



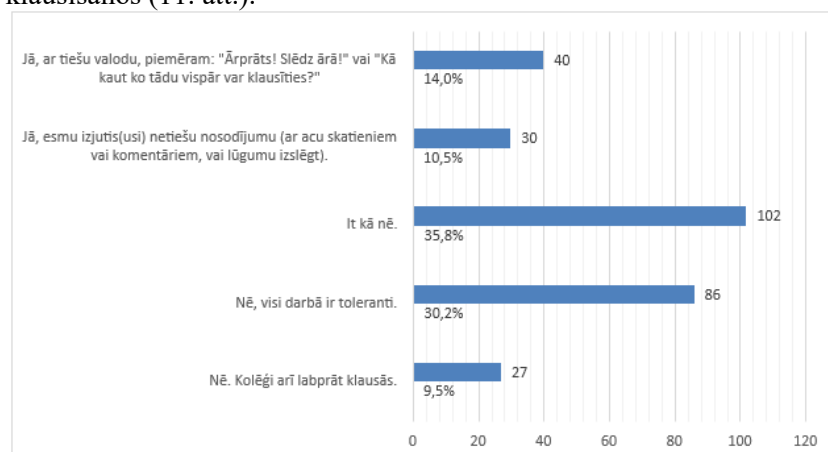
9. att. Kur klausāties mūziku internetā? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Smago metāla mūziku cilvēki labprāt klausās arī darbā. Liela respondentu daļa minēja, ka strādā vieni, tāpēc brīvi var klausīties sev izvēlētu mūziku - 23,6%. Tad daudzi minēja, ka darbā klausās ar austiņām - 24%. Bet vēl būtiska daļa respondentu atbildēja, ka darba vides specifika neatļauj klausīties mūziku vispār 25,1% (10. att.).



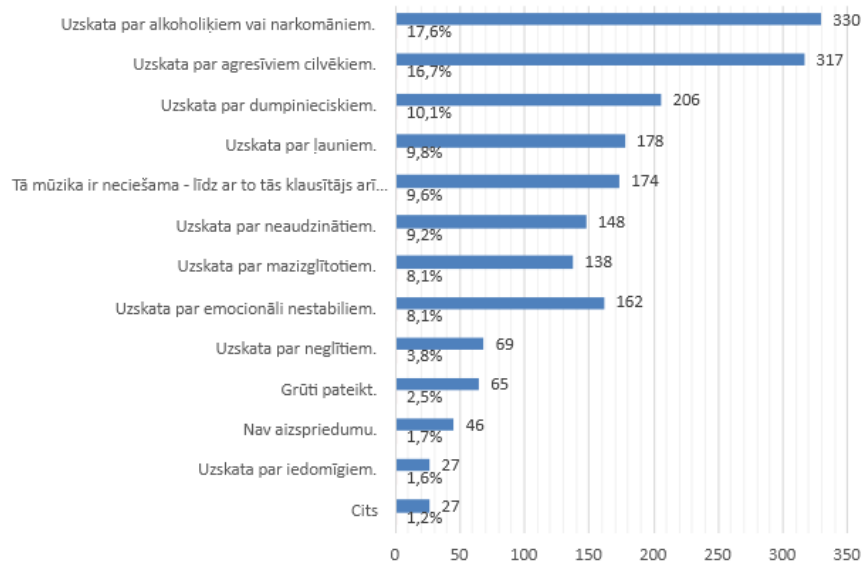
10. att. Smagā mūzika darbā - jā vai nē? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Uz jautājumu, vai respondenti ir izjutuši nosodījumu darba vidē par smagās mūzikas klausīšanos, lielākā daļa (35,8%) atbildēja, ka it kā neizjūt nosodījumu, un 30,2% respondentu ir pārliecināti, ka šādi nosodījumi nepastāv darba vidē un nesaredz kolēģos aizspriedumus. Taču 10,5% klausītāju ir izjutuši netiešu nosodījumu. Un 14% atbilžu rāda, ka pat ir saņemti aizrādījumi un nosodījumi darbā par smagā metāla mūzikas klausīšanos (11. att.).



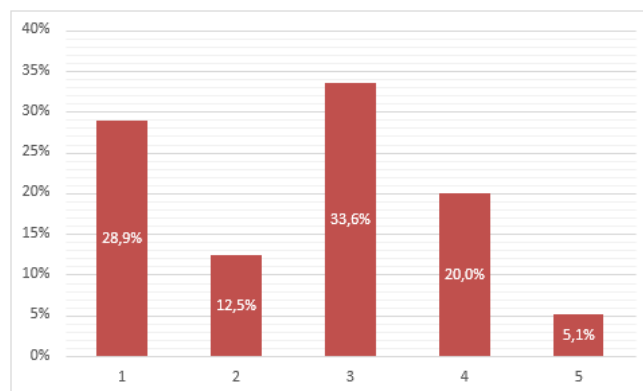
11. att. Vai esat kādreiz izjutis(usi) vai saskaries(usies) ar nosodījumu no kolēģiem vai priekšniecības par smagās mūzikas klausīšanos darbā? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Tika uzdots jautājums: "Kādi aizspriedumi pret smagās mūzikas cienītājiem, jūsuprāt, pastāv sabiedrībā?" Uz to atbildot, liela daļa pieļauj, ka sabiedrībā pastāv viedoklis, ka smagā metāla mūzikas subkultūras pārstāvji asociējas ar alkoholiķiem un narkomāniem - 17,6%, agresīviem cilvēkiem - 16,7%, dumpinieciskiem cilvēkiem - 10,1%, ļauniem cilvēkiem - 9,8%, neciešamiem cilvēkiem - 9,6%. Bet uz atbilžu variantu "Nav aizspriedumu" atbildēja tikai 1,7% respondentu (12. att.).



12. att. Kādi aizspriedumi pret smagās mūzikas cienītājiem, jūsuprāt, pastāv sabiedrībā? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Par ārējo izskatu runājot, vērojama dažādība. 28,9% atbildējuši, ka izskatam absolūti nav nozīmes, līdz ar to īpaši nepiedomā pie metālistiem raksturīga ģērbšanās stila (ādas jakas, tumšs apģērbs, ķēdes un tml.). Savukārt ļoti svarīgs ģērbšanās stils ir 5,1% respondentu (13. att.).



13. att. Cik jums ir svarīgs jūsu ģērbšanās stils, kas raksturīgs metāl mūzikas cienītājiem? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Tabulās apkopoti vēl daži zīmīgi fakti par smagās metāla mūzikas klausītāju fizisko profilu, alkohola un smēķēšanas paradumiem. Bieži aktuāls jautājums ir par matu garumu (1. tabula).

1. tabula. Vai jums ir gari mati? (Avots: autora apkopojums)

Jā, ir.	237	42,8%
Pusgari.	107	19,3%
Nē, nav.	156	28,2%
Skūta galva.	54	9,7%

Jautājums par tetovējumiem (2. un 3. tabula).

2. tabula. Vai jums ir tetovējumi? (Avots: autora apkopojums)

Nav.	275	49,6%
Viens.	70	12,6%
Daži.	130	23,5%
Daudz.	79	14,3%

3. tabula. Vai kāds no jūsu tetovējumiem ir radīts, ietekmējoties no smagā metāla mūzikas? (Avots: autora apkopojums)

Jā.	112	40,0%
Nē.	157	56,1%
Cits	11	3,9%

Alkohola lietošanas paradumi. Pie atbilžu varianta "cits" tika minēti tādi apgalvojumi kā: "Dzeru reti" vai "dzeru tikai koncertos" (4. tabula).

4. tabula. Vai jūs lietojat alkoholu? (Avots: autora apkopojums)

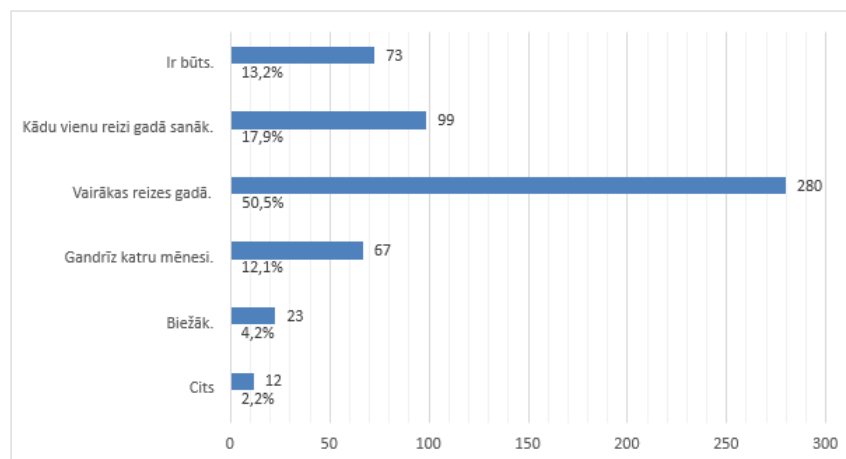
Jā.	402	72,6%
Nē.	105	19,0%
Cits	47	8,5%

Smēķēšanas paradumi. Arī šeit pie "cits" cilvēki minēja, ka smēķē reti, tikai pasākumos vai, ka tikai veipo (smēķē e-cigaretēs).

5. tabula. Vai jūs smēķējat? (Avots: autora apkopojums)

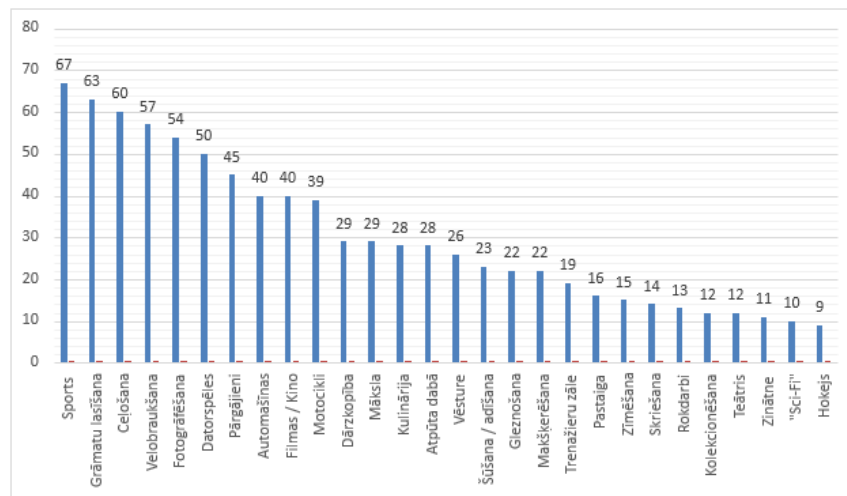
Jā.	259	46,8%
Nē.	259	46,8%
Cits	36	6,5%

Aptuveni pusei respondentu (50,5%) koncertus apmeklēt sanāk vairākas reizes gadā. Kāds ir bijis tikai dažas vai vienreiz dzīvē (13,2%), bet 4,2% apmeklē biežāk kā reizi mēnesī (14. att.).



14. att. Cik bieži apmeklējat smagā metāla mūzikas koncertus? (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Respondenti tika aicināti minēt vēl kādus sev iecienītus hobijus. Rezultātu augšgalā figurē interese par sportu (12,1%), tuvu iedzinējos ir grāmatu lasīšana (11,4%), ceļošana (10,8%), velo braukšana (10,2%), fotografēšana (9,7%), datorspēle (9%), pārgājieni (8,1%), automašīnas un kino (katrs 7,2%), motocikli (7%) u.c. (15. att.).



15. att. Citi hobiji (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

Pētījuma apkopotie rezultāti sniedz plašu ieskatu par smagā metāla klausītājiem, pateicoties ļoti lielajai respondentu atsaucībai (554 respondenti). Tas vien jau liecina par šo cilvēku aizrautību un pieķeršanos savam vienam no hobijiem - smagā metāla mūzikai. Ievāktie populācijas raksturojošie dati liecina, ka smagās metāl mūzikas vidējais klausītājs ir aptuveni vecumā no 30 līdz 40. Iespējams, respondentu izlasi varētu veidot vēl reprezentatīvāku, ja tiktu sasniegts lielāks tieši jauniešu skaits līdz 18 gadu vecumam.

Smagā metāla mūzikas klausītāji ir gana izglītoti cilvēki, kuriem ir svarīgs savs personīgais viedoklis un izvēles. Par to liecina dati, ka šo mūzikas žanru izvēlējušies klausīties un iepazīt galvenokārt patstāvīgas izvēles rezultātā un velta tam laiku lielākoties katru dienu. Lielākā daļa cilvēku ir kādas kultūras un izklaides, kā arī IT vai ražošanas jomas pārstāvji.

Pētījuma sākumā izvirzītā hipotēze, ka sabiedrībā varētu vēl joprojām pastāvēt aizspriedumi pret metāl mūzikas cienītājiem daļēji piepildās, par ko liecina ievāktie dati. Lai gan šo informāciju varētu paplašināt ar kādiem citiem turpmākiem pētījumiem, piemēram, aptaujājot daļu no visas sabiedrības, lai uzzinātu viedokli par metālistiem no malas.

Šī pētījuma rezultāti varētu būt noderīgi izklaides industrijas pārstāvjiem, piemēram, koncertu organizētājiem. Pēc alkohola un smēķēšanas paradumu datiem varētu veikt aprēķinus, piemēram, cik alus tirgošanas letes vajadzētu ierīkot pasākumā, cik smēķēšanai atvēlēt lielu telpu vai teritoriju, cik pārvietojamās tualetes ierīkot un tam līdzīgi.

Pētījums, iespējams, varētu likties noderīgs arī jebkuram darba devējam, lai labāk izprastu šīs subkultūras pārstāvjus, apsverot kādus cilvēkus izvēlēties par potenciālajiem darbiniekiem.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Iedzīvotāju skaits gada sākumā, tā izmaiņas un dabiskās kustības galvenie rādītāji 1920 - 2024-Oficiālās statistikas portāls. (2023). Oficiālās Statistikas Portāls. https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_POP_IR_IRS/IRS010/table/tableViewLayout/1/

Redakcija, L. K. (2023). Aptauja: 92% Latvijas iedzīvotāju klausās mūzikas ierakstus, stabilos līderos popmūzikā. LSM.LV. <https://www.lsm.lv/raksts/kultura/muzika/31.10.2023-aptauja-92-latvijas-iedzivotaju-klausas-muzikas-ierakstus-stabilos-lideros-popmuzika.a529864/>

Zane Lazdiņa. IZDEGŠANAS SPECIFIKA MŪZIKAS NOZARES DARBINIEKIEM

*Ekonomikas un kultūras augstskola,
Studiju programma “Kultūras vadība”*

E-pasts: zanes.lazdinas@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente, Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Mūzikas nozarē kā skatuves māksliniekiem, tā arī tehniskajiem darbiniekiem darba grafiks ir atkarīgs no projekta – koncerts, koncerttūre, muzikāla izrāde u.c. Tomēr ikvienā projektā darba laiks ir nevienmērīgs un svārstās robežās no 9 – 22 darba stundām dienā. Intensīvos darba apstākļos atpūta un miegs ir otršķirīgs, ēdienreizes var būt retākas vai izpalikt, savukārt darbs un enerģijas līmenis, kas ir jāiegulda darba procesā palielinās. No tā ir atkarīga arī emocionālā un mentālā veselība. Izdegšana mūzikas nozarē ir aktuāla, ņemot vērā arī indikatoru, ka daudzi nozares darbinieki vienlaikus strādā vairākās darba vietās vai projektos, lai spētu nopelnīt pietiekamu iztiku un realizēt iecerētās idejas.

Pētījuma mērķis: Noskaidrot kuri ir galvenie darba apstākļi, kas ietekmē izdegšanu mūzikas nozares darbiniekiem, cik daudzi ir saskaršies vai saskaras ar izdegšanu un kā tiek risinātas izdegšanas sekas.

Pētījuma metodes: Literatūras un pētījumu apskats, anketēšana, intervija (1-2) ar uzņēmuma vadītāju mūzikas nozarē.

Sasniegtie rezultāti: Rezultāti tiks prezentēti Studējošo konferencē “Inventio” 2024, maija mēnesī. Dotajā brīdī norit pētījuma process.

Atslēgas vārdi: izdegšana; mūzikas nozare; darbinieki; iemesli.

Ievads

Būt mūziķim var būt aizraujoši, gandarījumu un prieku raisoši, tomēr tā var būt arī prasīga, neprognozējama un saspringta profesija (Embleton & Jones 2020). Gan skatuves māksliniekiem, gan tehniskajiem darbiniekiem darba dienas nosaka projekti, to daudzums un veids. Lielākā daļa Latvijas mūzikas nozares darbinieku vienlaicīgi piedalās vairākos projektos. Kā arī paralēli projektam strādā citu darbu, no kura gūt patstāvīgus ienākumus. Laika plānošana, neregulārs miegs un ēdienreizu režīms, sociālās vides ietekme un emocionālā piesaiste projektam ir noteicošais faktors labsajūtai, kura ilgtermiņā var strauji mazināties un ietekmēt nozares darbinieka spēju turpināt darbu. Nonākot līdz izdegšanas sindromam, ir nepieciešama papildus enerģija, lai to risinātu, atgūtos un vienlaicīgi arī turpinātu pelnīt iztiku.

Pētījuma mērķis ir noskaidrot galvenos darba apstākļus, kas ietekmē izdegšanu mūzikas nozares darbiniekiem (skatuves māksliniekiem un tehniskajiem darbiniekiem), cik daudzi ir saskaršies vai saskaras ar izdegšanu un kā tiek risinātas izdegšanas sekas. Mērķa sasniegšanai ir izvirzīti šādi uzdevumi:

1. Izpētīt esošo informāciju par izdegšanas sindroma aktualitāti mūzikas nozarē;
2. Aptaujāt mūzikas nozares skatuves mākslniekus un tehniskos darbiniekus par izdegšanas sindroma aktualitāti, ietekmi un individuāliem ārstēšanas veidiem.
3. Apkopot aptaujas datus;
4. Veikt iegūtās informācijas rezultātu analīzi;
5. Veikt secinājumus.

Izmantotās pētījuma metodes:

1. Sekundāro datu analīze;
2. Anketēšana.

Analītiskais apskats

Darba spēka samazināšanās ir aktuāla tēma dažādās nozarēs. Viens no iemesliem darbinieku trūkumam ir vispārējs cilvēku emocionālās, mentālās un fiziskās veselības noturības līmeņa kritums. Darbinieki ir prasīgāki pret darba devēju – darba apjoma samazinājums, papildus materiāls darba novērtējums, zemāku stresa līmeni, elastīgāku darba laiku. Šie minēti faktori ir pretstats tam, ko pieprasa mūzikas nozare. Producenti meklē darbiniekus, kuri spēj ilgstošo strādāt lielas slodzes darbu, pavadīt garas mēģinājumu stundas, iespējams, arī apvienot to ar papildus ienākumu avota darbu un nedēļas nogales pavadīt koncertos un izrādēs. Un saņemtais atalgojums attiecas tikai uz gala produkta prezentēšanu.

Izdegšana ir cilvēka ķermeņa fiziskā un emocionālā reakcija uz darbu vai privātās dzīves apstākļiem, kuri ir izaicinoši un prasīgi. Kā rezultātā tiek pārbaudītas cilvēka zināšanas, prasmes un fiziskā un mentālā noturība, kuru trūkuma gadījumā ir liela iespēja saskarties ar izdegšanas sindromu (Marquez, 2022).

Pētījumi liecina, ka izdegšanas sindroms vairākumā gadījumu ir saistīts ar darbu, tā apstākļiem un ietekmi – liela noslodze, pārāk ilgas darba stundas, pārāk liels darba apjoms uz vienu darba dienu. Savukārt privātās dzīves ietekme uz izdegšanu ir atsevišķs faktors, kas var papildināt jau esošo izsīkuma sajūtu. Līdz ar to izdegšanas sindroms tiek uzskatīts par arodslimību.

Pazīmes, kas liecina par izdegšanu ir visdažādākās un katram cilvēkam to izpausme ir individuāla. Tomēr ir pamata vadlīnijas, kas palīdz nošķirt ikdienišķu stresu no emocionālā, fiziskā vai mentālā izsīkuma. Mentālā izsīkuma ietekme uz cilvēku var izpausties ar ieinteresētības un motivācijas trūkumu, atmiņas pasliktināšanos, bezcerības sajūtu un biežu pienākumu un uzdevumu atlikšanu vai darīšanu pēdējā brīdī. Fiziskās izmaiņas ir ievērojamas, ja mainās ķermeņa miega režīms – tas kļūst neregulārs, konstanta noguruma sajūta, krasas izmaiņas apetītē – palielinās vai samazinās ēstgriba, palielinās veselības problēmu biežums. Savukārt emocionāli indikatori par izdegšanu izpaužas ar trauksmi vai depresijas izpausmēm, vieglu aizkaitināmību vai dusmām, cinismu darba vietā vai hronisku stresu.

Cēloņi, kas izraisa emocionālu, fizisku vai mentālu izsīkuma sajūtu, kā jau augstāk pētījumā konstatēts, ir saistīti ar darba vidi un tās ietekmi. Faktori, kas ir saistīti ar pašu indivīdu ir darba un privātās dzīves līdzsvara trūkums, indivīda rakstura iezīmes – pārmērīgs apzinīgums, ekstraversija un neirotizisms. Darba novērtējumam, gan materiālā, gan verbālā formātā ir liela nozīme, darbinieka labbūtībā. Neatbilstošs morālais un materiālais novērtējums tiek uzskatīts par vienu no lielākajiem izdegšanas cēloņiem. Augsta atbildība, nespēja ietekmēt darba procesu un sliktas attiecības ar darba kolēģiem arī tiek uzskatīti par ietekmējošiem faktoriem labbūtības negatīvai ietekmei.

Personas profesionālā produktivitāte un attiecības ar darba kolēģiem tiek būtiski ietekmētas saskaroties ar izdegšanas sindromu. Attiecībā uz darba izpildi, rodas grūtības noturēt uzmanību un koncentrēties uz darba uzdevumiem un to izpildi, līdz ar to samazinās kvalitatīvi darba rezultāti un efektīva ikdienas pienākumu veikšana. Ļoti biežā gadījumā skaitā cilvēks saskaras ar “prombūtnes līmeni” – fiziski ir klātesoši, bet intelektuāli un emocionāli atsvešināti. Šie izsīkuma ietekmēti darba pildīšanas šķēršļi var mazināt apmierinātību ar darbu, izraisīt domstarpības ar vadītājiem un kolēģiem. Kā arī cilvēka personībā ir lielas izmaiņas, kas var negatīvi ietekmēt attiecības ar ģimenes locekļiem, draugiem un arī personīgās dzīves ritējumu (Yildirim, 2024)

Mūzikas nozares darbinieki ir cilvēki, kas ir izvēlējušies strādāt darbu, kas galvenokārt sniedz emocionālu gandarījumu. Ir svarīgi apzināties, ka strādāt mūzikas nozarē, nozīmē nesaņemt daudzas priekšrocības, ko sniedz pilna laika darbs, piemēram, tiešie vadītāji, ikgadējs atvaļinājums, regulāra darba alga, noteiktas darba stundas un skaidras robežas starp darbu un privāto dzīvi (Embleton & Jones, 2020)

Mūzikas nozarē, papildus augstāk aprakstītajām vispārīgajām izdegšanas sindroma izpausmēm, mūzikas nozarē strādājošajiem raksturīga var būt koncertu vai citu darbu atcelšana, atteikšanās no mēģinājumiem vai pārāk bieža praktizēšanās, biežāka kaitīgo vielu lietošana, kā arī citas atkarību izraisošas rīcības, piemēram, bieža sociālo tīklu lietošana (Musicians Union, 2024).

Pētījumos izstrādātie risinājumi izdegšanas sindroma novēršanai tieši mūzikas nozares darbiniekiem sevī ietver vēršanos pie veselības aprūpes speciālista, ar kura palīdzību izprastu savu fizisko un emocionālo kapacitāti un nepieciešamības. Būtiski tiek uzsvērtā robežu noteikšana gan attiecībā uz darba apjomiem, gan privātās un darba dzīves nodalīšanu, piemēram, izveidojot rutīnu, kura tiek pieņemta darba procesā vai pirms uzstāšanās un, kā no tās pārslēgties un privātās dzīves laiku. Gan skatuves māksliniekiem, gan tehniskajiem darbiniekiem iesaka nopietni uztvert laika plānošanu arī lielas darba noslodzes periodā, ieplānojot regulāras ēdienreizes, pietiekamas miega stundas, fiziskas aktivitātes un darba periodā, kurā ilgstoši jāpavada laiks dīkstāvē parūpēties par aktivitātēm, kuras palīdz šajā laikā atpūtināt prātu un ķermeni neatkarīgi no vietas. Kā noslēdzošo risinājumu piedāvā konkrētu un reālistisku mērķu izvirzīšanu, attiecinot tos tieši uz darbu mūzikas nozarē, iedomājoties to, kas sniedz vislielāko gandarījumu un vizualizēt procesu uz mērķa sasniegšanu.

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma veikšanai tika izmantota kvantitatīvā metode – anketēšana. Darba autore izveidoja digitālu anketu Google forms platformā, ar mērķi aptaujāt mūzikas nozares skatuves māksliniekus un tehniskos darbiniekus par izdegšanas sindroma aktualitāti un iepazīties ar nozares darbinieku uzskatiem par izdegšanu.

Anketa sastāvēja no 4 sadaļām un 14 jautājumiem:

1. Sadaļa ietver informāciju, kas nepieciešama respondentam pirms aptaujas izpildes;
2. Sadaļa sastāv no 3 sociāldemogrāfiskiem jautājumiem;
3. Sadaļa iekļauj gan atvērtos gan slēgtos jautājumus par respondenta darbību mūzikas nozarē un izdegšanas aktualitāti;
4. Sadaļa sastāv no atvērtā un slēgta tipa jautājumiem ar mērķi uzzināt izdegšanas sindroma ietekmi un ārstēšanas veidus.

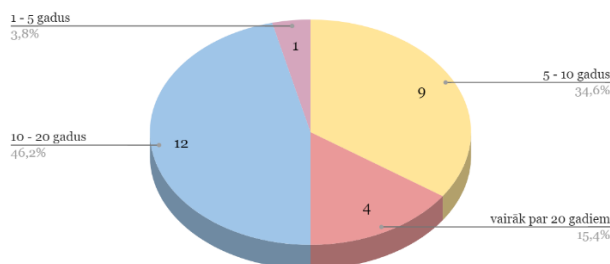
Anketas izpildei tika uzrunāti vairāki uzņēmumi, kas darbojas mūzikas nozarē – SIA “Full Stage”, SIA “Forte Production”, SIA “Producentu grupa 7”, kā arī vairāki Latvijas kori. Uzrunātie uzņēmumi piekrita nodot anketu iekšējās saziņas tīklos ar skatuves māksliniekiem un tehniskajiem darbiniekiem.

Kopumā aptaujā iesaistījās 26 respondenti vecumā no 18 – 53 gadiem, no kuriem 24 bija skatuves mākslinieki un 2 tehniskie darbinieki.

Pētījuma rezultāti

Anketas rezultātu apkopojumā iegūtie dati liecina, ka lielākā daļa respondentu mūzikas nozarē strādā jau 10 – 20 gadus (12 respondenti), nedaudz mazāks procents 5 – 10 gadus (9 respondenti), savukārt 4 respondenti vairāk kā 20 gadus un 1 respondents ir sākumposmā (skat. 1.att.).

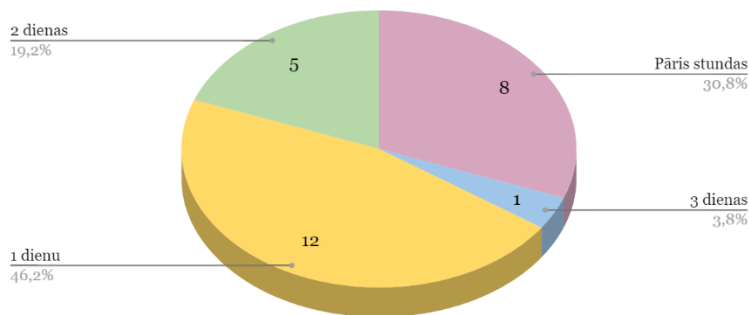
Skaitis: Cik ilgu laiku esi mūzikas nozares pārstāvis?



1.att. Anketēšanas rezultāti – respondentu darbības laiks mūzikas nozarē (Avots: autora aprēķini)

Apkopojot atbildes uz jautājumu – cik dienas nedēļā ir iespēja veltīt atpūtai (skat. 2.att.), ir noskaidrots, ka lielākajai daļai tā ir tikai viena diena nedēļā, savukārt nedaudz mazākam skaitam tās ir tikai dažas stundas. Ieplānot 2 dienu atpūtu iespējams tikai 4 respondentiem, turpretī 3 atpūtas dienas sasniedza tikai 1 respondents.

Cik dienas nedēļā ir iespēja veltīt atpūtai?



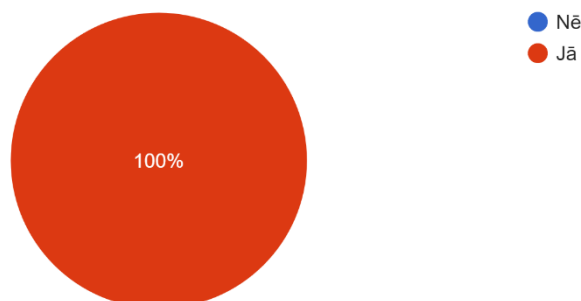
2.att. Anketēšanas rezultāti – iespējamās atpūtas dienas nedēļā (Avots: autora aprēķini)

Darba autore uzdeva jautājumu par visbiežāko dienas plānu, lai noskaidrotu, nozares darbinieku ikdienas noslogotību un pienākumus. Visu respondentu atbildēs 1 dienas ietvaros iekļaujas darbs dienas pirmajā pusē, mēģinājums un/vai darbs otrajā darba vietā, koncerts un mācības izglītības iestādē, vai mācības pie materiāla apguves. Vairākkārtīgi tika minēts, ka, ja uzstāšanās ir ieplānota darba dienā un dienas pirmajā pusē ir jāpilda darba pienākumi, tālāk seko gatavošanās vakara uzstāšanai un nav iespējas atpūties, jo jau nākamajā rītā jānododas uz darbu un dienas ritējums ir ar līdzīgu noslogotību. Respondentiem, kuri vēl studē izglītības iestādē, pirmo dienas daļu ~ 8h garumā pavada mācībās, kam seko mēģinājums vai projekta materiāla apguve ~5h garumā, sastādot kopējo dienas garumu ~13 stundu apmērā. Vairāk kā puse no aprakstītajiem dienas plāniem iekļaujas līdz 15 stundu darba dienā.

Lai gan atbildes uz iepriekšējiem jautājumiem ir atšķirīgas, atbilde par saskaršanos ar izdegšanu karjeras darbības laikā bija vienbalsīga (skat. 3.att.). Neatkarīgi no vecuma, dienas plāna, atpūtas daudzuma, dzimuma un citiem parametriem visi respondenti ir saskaršies ar izdegšanas sindromu.

Vai savā karjeras darbības laikā esi saskāries ar izdegšanu?

26 atbildes

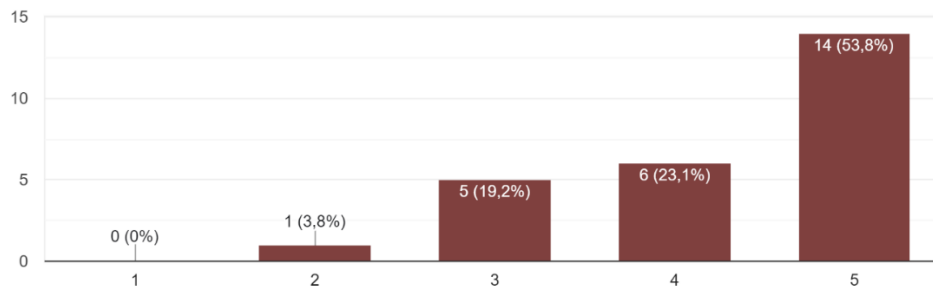


3.att. Respondentu saskaršanās ar izdegšanas sindromu karjeras darbības laikā (Avots: autora aprēķini)

Secinot respondentu saskarsmi ar izdegšanu svarīgi bija uzzināt cik lielā mērā tā ietekmēja fizisko labsajūtu, novērtējot to 5 baļļu skalā, kur 1 apzīmē labu pašsajūtu, bet nepieciešamību pēc atpūtas un 5 apzīmē pilnīgu iztukšotības sajūtu (skat. 4.att.). Atbildes uz nākamā jautājumu atspoguļo to, ka visi

anketas dalībnieki izjuta fiziskās labsajūtas kritumu un vairākumam šī ietekme bija kritiski augsta un fiziskā pašsajūta definējās kā pilnīga iztukšotības sajūta.

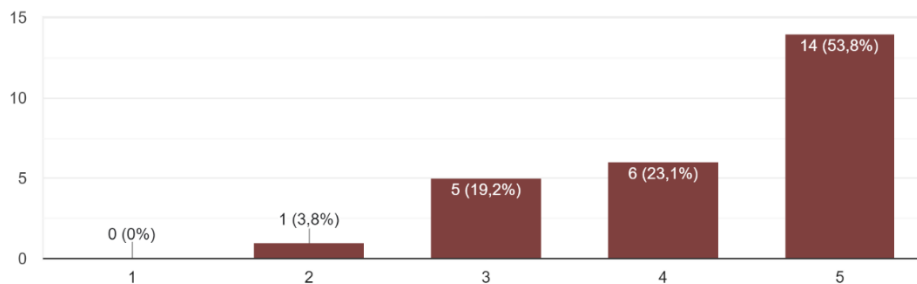
Ja uz iepriekšējo jautājumu atbildēji ar "Jā", cik lielā mērā izdegšana ietekmēja Tavu FIZISKO labsajūtu?
26 atbildes



4.att. Izdegšanas sindroma ietekme uz fizisko labsajūtu (Avots: autora aprēķini)

Noskaidrojot fiziskās labsajūtas ietekmējumu, sekoja jautājums par mentālo labsajūtu (skat. 5.att.). Arī šajā jautājumā respondentiem bija jānovērtē izdegšanas sindroma ietekme ar Likerta skalas palīdzību, kur 1 apzīmē labu pašsajūtu, bet nepieciešamību pēc atpūtas un 5 apzīmē pilnīgu iztukšotības sajūtu. Atbildes uz šo jautājumu atspoguļoja to, ka ietekme uz mentālo labsajūtu bija tieši tāda pati kā uz fizisko labsajūtu.

Ja uz iepriekšējo jautājumu atbildēji ar "Jā", cik lielā mērā izdegšana ietekmēja Tavu MENTĀLO labsajūtu?
26 atbildes

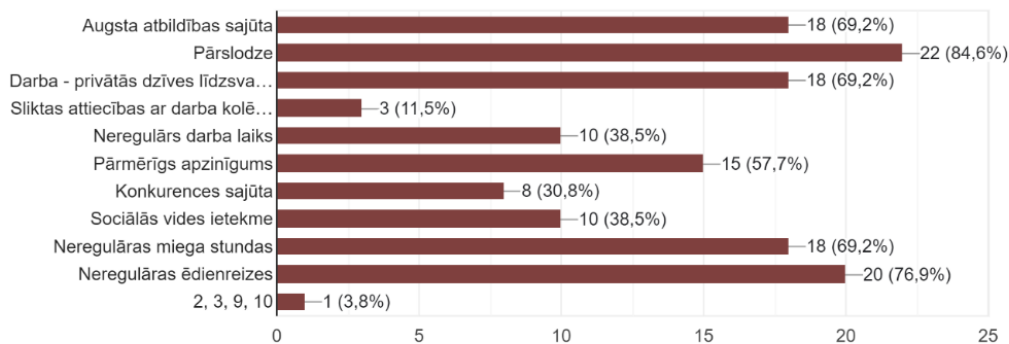


5.att. Izdegšanas sindroma ietekme uz fizisko labsajūtu (Avots: autora aprēķini)

Uzdodot jautājumu par izdegšanas sindroma rašanās cēloņiem (skat. 6.att.), respondentu vairākumam tā bija pārslodze. Savukārt otrs biežākais iemesls bija neregulāras ēdienreizes. 18 respondentu izsīkuma sajūtu radīja augsta atbildības sajūta, neregulāras miega stundas un darba – privātās dzīves līdzsvara trūkums. Stipri mazāka ietekme uz fizisko, mentālo un emocionālo labsajūtu bija sociālajai videi un konkurences sajūtai. Un sliktas attiecības ar darba kolēģiem bija tikai 3 respondentiem.

Kuri faktori ietekmēja izsīkuma sajūtas parādīšanos?

26 atbildes

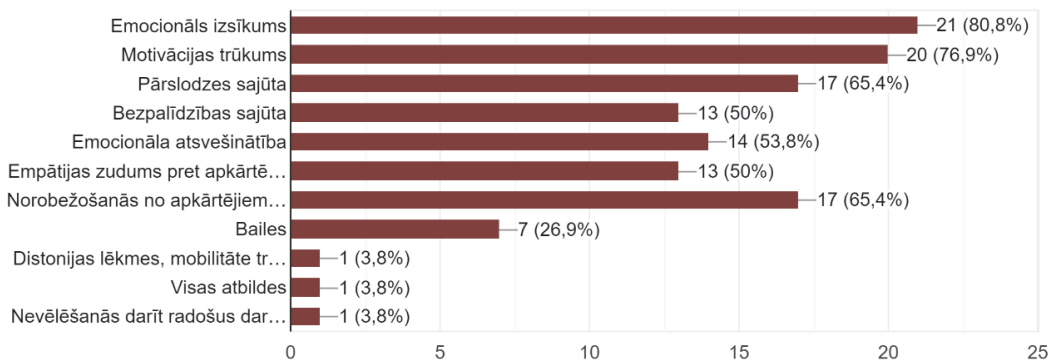


6.att. Izdegšanas sindroma rašanās cēloņi (Avots: autora aprēķini)

Ar nākamo jautājumu darba autore vēlējās noskaidrot, kuras izdegšanas sindroma pazīmes respondenti novēroja izsīkuma sajūtas periodā (skat. 7.att.). Rezultātu apkopojums uzrādīja, ka emocionālu izsīkumu novēroja gandrīz visi respondenti. Otrs biežākais indikators bija motivācijas trūkums, savukārt trešajā vietā visbiežākais izsīkuma sajūtas indikators bija pārslodzes sajūta vai bailes. Mazākā mērā respondenti saskarās ar bezpalīdzības sajūtu, emocionālu atsvešinātību, empātijas zudumu un norobežošanos pret apkārtējiem. Ārpus piedāvātajiem indikatoriem, tika minētas distonijas lēkmes un mobilitātes traucējumi, kā arī nevēlēšanās darīt radošus darbus.

Kuras pazīmes raksturo Tavu izsīkuma sajūtu? (vari atzīmēt vairākas)

26 atbildes

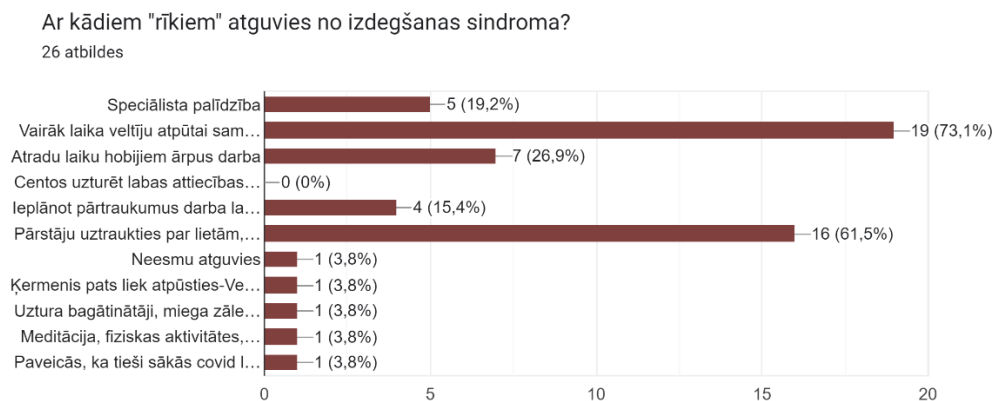


7.att. Pazīmes, kuras raksturo izdegšanas sajūtu (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Nākamais jautājums atspoguļoja respondentu atveseļošanās periodu pēc tam, kad tika konstatēta izdegšanas sajūta. Šajā jautājumā respondenti paši rakstīja savu atveseļošanās periodu, kas gandrīz katram bija atšķirīgs no dažām dienām līdz pat 1 gadam. 4 respondentiem tās bija 2 – 7 dienas pilnīgā atpūtā. Tālāk sekoja svārstības starp 1 nedēļu līdz 1 mēnesim (samazinot darba slodzi un veltot vairāk laika atpūtai). Vairākumam tie bija mēneši laika griezumā no 1 – 6 mēnešiem. Daži respondenti joprojām veic atveseļošanos no izdegšanas sindroma. Savukārt viens respondents uzdeva pretjautājumu – vai ir iespējams atgūties.

Apzinot atveseļošanās periodus, darba autore uzdeva jautājumu par “rīkiem” ar kādiem izdevās uzlabot fizisko un mentālo labbūtību piedāvājot variantus no citu ekspertu pētījumiem vai uzrakstot savu

risinājumu (skat. 8.att.). Lielākā daļa pētījuma dalībnieku samazināja darba slodzi vairāk laika veltot atpūtai. Jautājuma apkopojums parādīja arī to, ka 16 respondentiem pirms tam ir bijis uztraukums par lietām, kuras nespēj ietekmēt. Mazāk aktuāls palīdzības rīks bija speciālista palīdzība, hobiji un pārtraukumi darba laikā. Ārpus piedāvātajiem ārstēšanas rīkiem tika minēti uztura bagātinātāji un miega zāles, atsaucoties uz miega un ēdienrežu neregularitāti, kā arī meditācija un fiziskas aktivitātes. Vienam respondentam pandēmijas periods bija pozitīvs iznākums, kas deva iespēju lielākai atpūtai.



8.att. "Rīki" ar kādiem iespējams atgūties no izdegšanas (Avots: autora veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Noslēdzošajā jautājumā darba autore uzdeva jautājumu vai ir iespējams izvairīties no izdegšanas sindroma mūzikas nozarē. Respondentu viedokļi dalījās aptuveni 50 – 50 robežās jeb nedaudz vairāk kā puse uzskata, ka ir iespējams, ja laicīgi novēro brīdinājuma pazīmes, izvērtē darbu daudzumu un noslodzi, velta laiku fiziskām aktivitātēm, miegam un regulārām ēdienreizēm. Ļoti būtiski tika uzvērts darba novērtējuma faktors, paužot viedokli, ka lielāks atalgojums par darbu, ļautu izvairīties no nepieciešamības strādāt vairākos darbos un projektos vienlaicīgi, tādējādi izvairoties no pārslodzes un nekvalitatīva darba rezultāta. Savukārt otra puse respondentu uzskata, ka nav iespējams izvairīties no izdegšanas, jo nozare pieprasa lielu ieguldījumu par salīdzinoši nelielu atalgojumu. Kā arī atkārtoti tika pausts viedoklis, ka katram ir vienu reizi jāsaskaras ar izdegšanas sindromu, lai spētu izvērtēt ikdienas darbu daudzumu un noslodzi ar kādu spēj strādāt, un atrast pareizos risinājumus sabalansētai darba dienai ar atpūtu.

Secinājumi

Darba autore, izpētot esošos pētījumus par izdegšanas sindromu, tā specifiku mūzikas nozarē un iegūtos rezultātus no mūzikas nozares darbinieku aptaujas secina, ka:

- 1) Izdegšanas sindroms mūzikas nozares skatuves mākslinieku un tehnisko darbinieku vidū ir izplatīts veselības traucējums gan fiziskajai, gan mentālajai veselībai;
- 2) Neregulārs darba laiks, liela darba noslodze un nepieciešamība apvienot vairākas darba vietas ir galvenais labbūtības pasliktināšanās ietekmējošais faktors;
- 3) Apkopojot informāciju par izdegšanas sindroma ārstēšanas veidiem, visi aptaujātie nozares darbinieki turpina darba procesu arī kritiskas pašsajūtas gadījumā, mazinot noslodzi;
- 4) Būtiskākā specifika izdegšanas sindroma ārstēšanai mūzikas nozarē ir atsevišķa rutīnas izveide darba procesam pirms koncerta, izrādes vai cita muzikāla darba prezentēšanas un cita rutīna pārslēdzoties un privāto dzīvi, lai spētu veselīgi atdalīt abas dzīves sadaļas.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Bianchi R., Schonfeld I. S. (2023). *Examining the evidence base for burnout*. https://cdn.who.int/media/docs/default-source/bulletin/online-first/blt.23.289996.pdf?sfvrsn=ed6ac77d_3

Emblestone T., Jones B. (2020). *Mental health*. <https://musiciansunion.org.uk/MusiciansUnion/media/resource/Guides%20and%20reports/Health%20and%20Safety/A-Young-Freelancers-Guide-to-Mental-Health-and-the-Music-Industry.pdf?ext=.pdf>

Kaņējeva A. (2023). *Izplatītākās profesionālās "izdegšanas" pazīmes ir pastāvīgs fizisks vai emocionāls nogurums, kā arī nevēlēšanās uzņemties jaunus pienākumus*. Latvijas Personāla Vadišanas Asociācija <https://lpva.lv/articles/360/izplatitakas-profesionalas-izdegsanas-pazimes-ir-pastavigs-fizisks-vai-emocionals-nogurums-ka-ari-nevelesanas-uznemtis-jaunus-pienakumus>

Maxima, I. (2021, August 3). *Izdegšanas sindroms*. eVeselībasPunkts. <https://eveselibaspunkts.lv/lv/Article/Read/izdegsanas-sindroms>

Musicians Union (2024). *Burnout Advice for Musicians*. <https://musiciansunion.org.uk/health-safety-wellbeing/mental-health-and-wellbeing/musicians-wellbeing-guidance-pack/burnout>



Sabīne Lasmane. ĒRĢĻU PAGASTĀ DZĪVOJOŠO JAUNIEŠU IESAISTĪŠANĀS UN APMEKLĒTĪBA PAGASTĀ NOTIEKOŠAJOS KULTŪRAS PASĀKUMOS

*Ekonomikas un Kultūras augstskola
Studiju programma "Kultūras vadība"
Zinātniskais vadītājs: MBA, docente, Jeļena Budanceva*

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Ir svarīgi attīstīt jauniešu un visu attiecīgo ieinteresēto personu kultūras kompetences mūžizglītības perspektīvā, jo tas ir saistīts ar citām pamatprasmēm. Kultūra ir svarīga kā līdzeklis sociālās iekļaušanas, vienlīdzības un jauniešu aktīvas līdzdalības veicināšanai, kā arī diskriminācijas un nabadzības apkarošanai (kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums, 2018). Sabiedrībā pastāv dažāda izpratne par jauniešu lomu un nozīmi kultūras un sabiedrības attīstībā. Jauniešu līdzdalība kultūras pasākumos ir svarīga, gan viņu personīgajai attīstībai, gan sabiedrības labumam, taču tai joprojām ir daudz izaicinājumu. Ērģļu pagasts, kā daudzi citi pagasti, saskaras ar problēmām saistībā ar jauniešu līdzdalību un iesaistīšanos kultūras pasākumos. Tāpēc pētījums sniedz svarīgu ieguldījumu, jo var atklāt faktorus un iemeslus, kas ietekmē jauniešu piedalīšanos kultūras pasākumos Ērģļu pagastā un ieteikumus kā palielināt jauniešu interesi un aktīvu līdzdalību. Pētījums būs gan teorētisks, gan praktisks, jo tā rezultāti var kalpot konkrētu stratēģiju izstrādāšanai un pasākumu organizēšanai, lai veicinātu jauniešu iesaistīšanos kultūras dzīvē pagastā. Tas ir svarīgi gan no jauniešu personīgās attīstības un izaugsmes perspektīvas, gan no sabiedrības un kopienas ilgtspējīgas attīstības viedokļa.

Pētījuma mērķis: Izpētīt Ērģļu pagasta jauniešu dalību kultūras pasākumos, analizēt ietekmējošos faktorus, un apkopot ieteikumus, lai palielinātu viņu aktīvu iesaistīšanos un interesi par kultūras notikumiem.

Pētījuma metodes: Informācijas vākšanas metodes – dokumentu analīze (literatūra un esošie pētījumi) un viedokļa noskaidrošanai Ērģļu pagasta jauniešu vidū tiek izmantota anketēšana, un papildus aktuālās informācijas noskaidrošanai tika veiktas intervijas ar Ērģļu saietā nama vadītāju un Ērģļu Multifunkcionālā centra vadītāju. Anketēšanā iegūto datu apkopošanai tika izmantota datu statistiskās analīzes metode, iegūtie dati attēloti kolonnu un sektoru diagrammās.

Sasniegtie rezultāti: Tika iegūtas un apstrādātas 57 respondentu iesniegtās atbildes uz anketas "Ērģļu pagastā dzīvojošo jauniešu iesaistīšanās un apmeklētība pagastā notiekošajos kultūras pasākumos" jautājumiem un apkopota intervijās iegūtā informācija, kas palīdzēja veikt secinājumus, kuri var kalpot konkrētu stratēģiju izstrādāšanai un pasākumu organizēšanai, lai veicinātu jauniešu iesaistīšanos kultūras dzīvē pagastā.

Atslēgas vārdi: jaunieši; kultūras pasākumi; apmeklētība; paradumi; Ērģļu pagasts.

Ievads

Iekļaujoša jauniešu līdzdalība ir pamats kultūras vērtību, zināšanu un prasmju apguvē, lai stiprinātu nacionālo identitāti, latviešu valodu un solidaritāti (Latvijas Nacionālā Komisija, 2023). Mūsdienu sabiedrībā kultūras pasākumiem ir būtiska loma ne tikai kā izklaides un izglītības līdzeklim, bet arī kā nozīmīgam instrumentam sabiedrības saliedēšanai un jauniešu personīgajai attīstībai. Īpaši svarīgi ir veicināt jauniešu iesaistīšanos vietējās kultūras aktivitātēs, jo tas palīdz veidot viņu sociālo un kultūras identitāti, kā arī stiprina kopienas garu. Ērģļu pagasts, tāpat kā daudzas citas lauku teritorijas, saskaras ar izaicinājumiem, kas saistīti ar jauniešu aktīvu līdzdalību un interesi par vietējiem kultūras

pasākumiem, kas visbiežāk ir tradicionālie, piemēram, Muzeju nakts. Mūsdienās kultūrpolitikā viens no galvenajiem jautājumiem ir auditorijas palielināšana, jo globalizācijas un digitālā laikmeta ietekmē kultūrā ir notikušas ievērojamas izmaiņas (Barovska A., 2014). Tāpat sabiedrības līdzdalība kalpo kā vērtīgs informācijas avots par vietējo situāciju, problēmām un iespējamajiem alternatīvajiem risinājumiem (Barovska A., 2014). Mūsdienās dzīves kvalitātes noteicošs faktors ir pakalpojumu pieejamība, līdz ar ko ir svarīgi, ka pagastam ir spēja nodrošināt kultūras pasākumu daudzveidību atbilstoši sabiedrības pieprasījumam, taču nedrīkst aizmirst, ka ir būtiski saglabāt tradicionālos pasākumus.

Raksta mērķis ir izpētīt Ērgļu pagasta jauniešu dalību kultūras pasākumos, faktorus, kas ietekmē viņu apmeklētību un vēlmi piedalīties pagasta pasākumos. Uzzināt jauniešu ieteikumus, lai palielinātu viņu aktīvu iesaistīšanos un interesi par kultūras notikumiem. Lai sasniegtu darba mērķi, tika izvirzīti darba uzdevumi:

1. Analizēt esošos pētījumus un teorētisko informāciju par kultūras patēriņu un līdzdalības ietekmi.
2. Veikt aptauju, lai noskaidrotu jauniešu iesaistīšanos un apmeklētību pagastā notiekošajos pasākumos, kā arī viņu viedokli un ieteikumus šajā jomā.
3. Veikt interviju ar Ērgļu saietā vadītāju, lai noskaidrotu viņas viedokli par šo tēmu.
4. Apkopot, analizēt aptaujas un intervijas rezultātus un salīdzināt jauniešu viedokli ar eksperta viedokli.
5. Veikt secinājumus par pētījuma rezultātiem.

Rakstā izmantotās metodes: statistikas analīze; literatūras analīze; aptauja; intervija; pētījumā iegūto datu apkopojums un analīze; secinājumu veikšana.

Hipotēze: Jaunieši labprāt piedalās un apmeklē kultūras pasākumus, taču liela daļa no tiem pilnīgi neatbilst viņu interesēm un vecumam.

Pētījuma laikā tika izstrādāti secinājumi par jauniešu dalību kultūras pasākumos, analizējot faktorus, kas ietekmē viņu aktīvu iesaistīšanos un interesi par kultūras notikumiem, kā arī apkopoti jauniešu ieteikumi ko vajadzētu uzlabot.

Analītiskais apskats

“Jaunieši” tiek galvenokārt definēti kā sociāli demogrāfiska sabiedrības grupa, kuras galvenā pazīme ir noteikts vecuma posms, vienlaikus skatot viņus arī kā īpašu resursu sabiedrības attīstības un transformāciju kontekstā (Latvijas Kultūras Akadēmija, 2022). Kultūrpolitikas pamatnostādņēs 2022. – 2027. gadam jauniešu līdzdalības sekmēšana atzīmēta kā būtiska ne tikai nemateriālā kultūras mantojuma vērtību ilgtspējas nodrošināšanai, bet arī mūsdienu kultūras popularizēšanai. Tādēļ nemateriālā kultūras mantojuma saglabāšanas procesā īpaši svarīgi ir attīstīt jauniešu prasmi, kopjot mantojumu, to izmantot arī mūsdienīgā un radošā veidā (Latvijas Nacionālā Komisija, 2023).

Balstoties uz Latvijas Kultūras akadēmijas un SIA Pētījumu centrs SKDS izstrādātā kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījuma - Kultūras aktivitātes barometrs 2022 datiem, par jauniešu kultūras patēriņu var secināt, ka jaunieši ir izteikti aktīvāki nekā pārējie Latvijas iedzīvotāji, taču procentuālais skaits vērtējot konkrētu kultūras aktivitāšu patēriņu un līdzdalību nepārsniedz 50%.

Jauniešiem ir svarīgi apmeklēt un piedalīties kultūras pasākumos vairāku iemeslu dēļ:

1. Personīgā attīstība
 - 1.1. Izglītība un zināšanu paplašināšana: Kultūras pasākumi, piemēram, teātra izrādes, izstādes un koncerti, piedāvā iespējas uzzināt vairāk par dažādām mākslas formām, vēsturi un kultūru.
 - 1.2. Radošuma attīstīšana: Piedalīšanās mākslinieciskās aktivitātēs stimulē radošumu, inovācijas

un kritisko domāšanu.

- 1.3. Emocionālā un psiholoģiskā labklājība: Kultūras pasākumi var sniegt emocionālu piepildījumu un palīdzēt jauniešiem izpaust savas jūtas un domas mākslas formā.
2. Sociālās prasmes un integrācija
 - 2.1. Sociālā mijiedarbība: Kultūras pasākumi ir iespēja satikt jaunus cilvēkus, veidot draudzības un stiprināt esošās attiecības.
 - 2.2. Komandas darbs: Piedalīšanās kolektīvos mākslas projektos, piemēram, teātra trupā vai mūzikas grupā, veicina komandas darba prasmes un kopības sajūtu.
 - 2.3. Kultūras daudzveidības izpratne: Apmeklējot dažādus kultūras pasākumus, jaunieši iepazīstas ar dažādām kultūrām un tradīcijām, kas veicina toleranci un sapratni par kultūras daudzveidību.
3. Sabiedrības iesaistīšanās un pilsoniskums
 - 3.1. Kopienas saliedētība: Jauniešu iesaiste vietējos kultūras pasākumos stiprina kopienas saiknes un veicina saliedētību.
 - 3.2. Pilsoniskā līdzdalība: Aktīva dalība kultūras dzīvē veicina jauniešu izpratni par savu lomu sabiedrībā un iedrošina viņus piedalīties sabiedrības dzīvē un attīstībā.
 - 3.3. Sociālā atbildība: Piedaloties kultūras pasākumos, jaunieši var attīstīt atbildības sajūtu pret sabiedrību un vēlmi veicināt pozitīvas pārmaiņas.
4. Karjeras attīstība
 - 4.1. Profesionālie kontakti: Kultūras pasākumi var būt vieta, kur satikt profesionāļus no dažādām jomām un izveidot noderīgus kontaktus nākotnes karjerai.
 - 4.2. Prasmes un pieredze: Piedalīšanās kultūras projektos un pasākumos sniedz praktiskas prasmes un pieredzi, kas var būt noderīga turpmākajā profesionālajā dzīvē, piemēram, komunikācijas prasmes, projektu vadība un radošā domāšana.
5. Identitātes un piederības sajūta
 - 5.1. Identitātes veidošana: Kultūras aktivitātes palīdz jauniešiem izzināt un veidot savu identitāti, balstoties uz kultūras mantojumu, tradīcijām un personīgajām interesēm.
 - 5.2. Piederības sajūta: Aktīva dalība kultūras dzīvē veicina piederības sajūtu kopienai un sabiedrībai kopumā, palīdzot jauniešiem justies kā daļai no kaut kā lielāka.
6. Izklaide un relaksācija
 - 6.1. Izklaides iespējas: Kultūras pasākumi piedāvā izklaides iespējas, kas ir svarīgas atpūtai un garīgajai atslodzei no ikdienas stresa.
 - 6.2. Intelektuālā stimulācija: Kultūras aktivitātes piedāvā intelektuālu un emocionālu stimulāciju, kas ir svarīga vispārējai labklājībai un dzīves kvalitātei.

Aplūkojot Madonas novada pašvaldības 2022. gada publisko pārskatu un 2023. gada pārskatu, kas nav vēl publiskots, var redzēt to, ka pasākumu kopējais norišu skaits ir 98 un apmeklējuma skaits ir 13 205, kas ir par 880 apmeklētājiem vairāk salīdzinot ar 2022. gadu (skat 1.att.). Pašdarbības kolektīvu skaits ir 14 ar 211 dalībniekiem + pūtēju orķestris ar 30 dalībniekiem. Jauniešiem ir svarīgi piedalīties interešu izglītības pulciņos, jo tas sniedz daudzpusīgas priekšrocības, kas veicina viņu personīgo, akadēmisko un sociālo attīstību, kā arī palielina interesi par attiecīgo kultūru, taču lielākoties jaunieši pasākumos ņem dalību kā dalībnieki līdz ar ko tie ir arī apmeklētāji un šie dati parāda potenciālo jauniešu apmeklējuma skaitu. Galvenie iemesli kādēļ jaunieši neapmeklē kultūras pasākumus:

1. Interesu neatbilstība
 - 1.1. Pasākumu saturs: Kultūras pasākumu saturs var nebūt pietiekami interesants vai saistošs jauniešiem. Jauniešiem bieži interesējas par mūsdienīgām un aktuālām tēmām, kas ne vienmēr ir atspoguļotas tradicionālajos kultūras pasākumos.
 - 1.2. Pasākumu dažādība: Nepietiekama dažādība pasākumos var atbaidīt jauniešus, ja piedāvātie pasākumi neatbilst viņu interesēm.
2. Informācijas trūkums
3. Pieejamības problēmas
 - 3.1. Transports: Grūtības nokļūt pasākuma vietā var būt nozīmīgs faktors, jo īpaši lauku apvidos, kur sabiedriskais transports ir ierobežots.
 - 3.2. Finansiālie ierobežojumi: Biļešu cenas vai citi izdevumi, kas saistīti ar pasākumu apmeklēšanu, var būt pārāk augsti jauniešiem ar ierobežotiem līdzekļiem.
4. Sociālie un kultūras faktori
 - 4.1. Draugu un ģimenes ietekme: Jauniešu kultūras patēriņu lielā mērā ietekmē draugu un ģimenes loks. Ja tuvākajā lokā nav tradīcijas apmeklēt kultūras pasākumus, arī jaunieši var neizrādīt interesi.
 - 4.2. Kultūras normu un vērtību neatbilstība: Dažkārt kultūras pasākumi var neatbilst jauniešu vērtībām vai dzīves stilam.
5. Tehnoloģiju ietekme
 - 5.1. Digitālā izklaide: Tehnoloģiju attīstība piedāvā daudz alternatīvu izklaides veidu, piemēram, sociālos medijus, videospēles un straumēšanas pakalpojumus, kas var konkurēt ar tradicionālajiem kultūras pasākumiem.
6. Personiskās preferences un prioritātes
7. Pasākumu kvalitāte un pievilcība
 - 7.1. Pasākumu kvalitāte: Zema pasākumu kvalitāte vai nepietiekami pievilcīgi organizatori var atbaidīt potenciālos apmeklētājus.
 - 7.2. Iepriekšējā pieredze: Negatīva pieredze ar iepriekšējiem pasākumiem var samazināt interesi par turpmāku pasākumu apmeklēšanu.

Nozīmīgākie pasākumi:

Latvijas Skolu ziemas festivāls 2023

Vidējās paaudzes deju kolektīvu pasākums „Jautrā pastaļņa- 2023”

Jura Jurjāna Starptautiskais jauno izpildītāju konkurss

"Jaunais mežradznieks – 2023

XVI Starptautiskais sarīkojumu deju konkurss “Ērgļu vizbulīte-2023”

6. Latvijas lauku kopienu parlaments Ērgļos

2. Plenērs “KOKA SIMFONIJA” Ērgļos

Rūdolfa Blaumaņa 19. Literārās prēmijas konkursa noslēguma pasākums

1.att. Nozīmīgākie kultūras pasākumi 2023.gadā

(Avots: Madona.LV, 2023)

Madonas novada rīcību plānā 2021-2027.gadam tiek minēts par mūsdienīgās kultūras infrastruktūras attīstīšanu un kultūrvides sakārtošanu, daudzveidīgu kultūras produktu piedāvājumu un tā pieejamību dažādām mērķa grupām, sadarbību, sadarbības līdzdalību kultūras procesos u.c., taču netiek minēts nekas

par jauniešu iesaisti, kultūras interešu atbalstīšanu u.c., kas nozīmē, ka aktīvākai jauniešu iesaistei kultūras dzīvē un pilnīgai interešu nodrošināšanai nav pievērsta lielāka uzmanība.

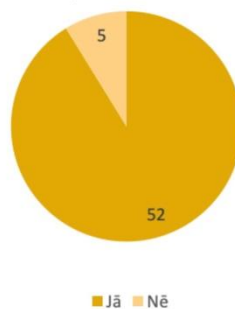
Pētījuma metodoloģija

Kā pētnieciskās metodes darbā tiek izmantotas informācijas vākšanas metodes – dokumentu analīze (literatūra un esošie pētījumi), intervijas ar jomas profesionāļiem un viedokļa noskaidrošanai Ērgļu pagasta jauniešu vidū tika izmantota anketēšana. Kopumā tika anketēti 57 respondenti vecumā posmā no 13 līdz 18 gadiem, no tiem 38 meitenes un 19 zēni. Anketēšanā iegūto datu apkopošanai tika izmantota datu statistiskās analīzes metode, iegūtie dati attēloti kolonnu un sektoru diagrammās. Sākotnēji autore analizēja pieejamo literatūru un esošos pētījumus par izvēlēto sociālo problēmu, lai noskaidrotu cik būtiski ir kultūras pasākumi un to ietekme uz identitātes veidošanos un personīgo attīstību jauniešiem, kāds ir kultūras patēriņš un nepieciešamību izpētīt kādi ir kultūras lietošanas paradumi mazā pagastā. Analizējot pieejamo literatūru tika noskaidrots, ka ir svarīgi attīstīt kultūras kompetences mūžizglītības perspektīvā, jo tas ir saistīts ar citām pamatprasmēm. Kultūra ir svarīga kā līdzeklis jaunieša identitātes veidošanai un vērtību stiprināšanai. Tas ir svarīgi gan no jauniešu personīgās attīstības un izaugsmes perspektīvas, gan no sabiedrības un kopienas ilgtspējīgas attīstības viedokļa. Jauniešu kultūras patēriņa samazināšanās ir aktuāla problēma Latvijā, taču pētījumos nav analizēti mazie pagasti, ciemi, lauku teritorijas, kurām būtu jāpievērš lielāka uzmanība ņemot vērā ierobežotās iespējas un līdzekļus. Ērgļu pagasta attīstības potenciālie jaunieši ir Ērgļu vidusskolas skolēni, līdz ar to tā tika izvēlēta kā pētījuma ģenerālkopa. Tika izveidota aptaujas anketa, kuru izsūtīt Ērgļu vidusskolas 7.-9. un 11.-12.klašu skolēniem, tika iegūta informācija par dažādu vecuma jauniešu dalību kultūras pasākumos. Anketa sastāvēja no vairākiem slēgtiem un atvērtiem jautājumiem. Atbilžu varianti tika veidoti koncentrējoties, lai iegūtu informāciju, kas palīdzētu pilnvērtīgi veidot pētījumu.

Pētījuma rezultāti

Pētījuma ietvaros veiktajā aptaujā piedalījušies un savas atbildes uz anketas jautājumiem snieguši 57 respondenti, no kuriem lielākajai daļai, konkrēti, 52 respondentiem, kultūras pasākumi ir vērtība (skat. 2.att.). Lielākā daļa jeb 38 respondenti ir sievietes un 19- vīrieši. Aptaujā piedalījās Ērgļu vidusskolas jaunieši, kas ir vecumā no 13 līdz 18 gadiem.

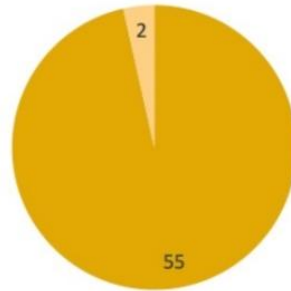
Vai kultūras pasākumi ir Tava vērtība?



2.att. Informācija par kultūras pasākumiem kā vērtību Ērgļu pagasta jauniešiem
(Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Aplūkojot iegūtos datus, redzams, ka 55 respondenti piedalās kultūras pasākumos un 55 respondenti apmeklē kultūras pasākumus, kas notiek pagastā, pēc kā var izvirzīt pieņēmumu, ka Ērgļu pagastā notiekošajos pasākumos lielākoties jaunieši ir apmeklētāji tikai tāpēc, ka ir arī dalībnieki (skat. 3.att. 4.att).

Vai Tu apmeklē kultūras pasākumus Ērgļu pagastā?

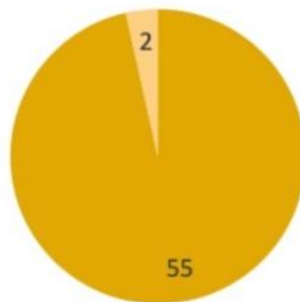


■ Jā ■ Nē

3.att. Ērgļu pagasta kultūras pasākumu apmeklētība
(Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

4.att. Piedalīšanās Ērgļu pagasta kultūras pasākumos

Vai Tu piedalies kultūras pasākumos Ērgļu pagastā?

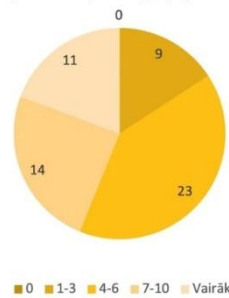


■ Jā ■ Nē

(Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

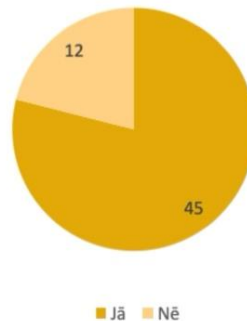
Kā pierāda aptaujas rezultāti (5.att.) 23 respondenti apmeklē 4-6 kultūras pasākumus gadā, 14 respondenti apmeklē 7-10 kultūras pasākumus gadā, 9 respondenti apmeklē 1-3 kultūras pasākumus gadā un tikai 11 respondenti ir tādi, kuri apmeklē vairāk nekā 10 kultūras pasākumus gadā, kas, izpētot Madonas novada pašvaldības 2023.gada publisko pārskatu, ir salīdzinoši mazs rādītājs jauniešu kultūras patēriņam šajā pagastā.

Cik kultūras pasākumus gadā, Ērgļu pagastā, Tu apmeklē?



5.att. Kultūras pasākumu apmeklējums gadā
(Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

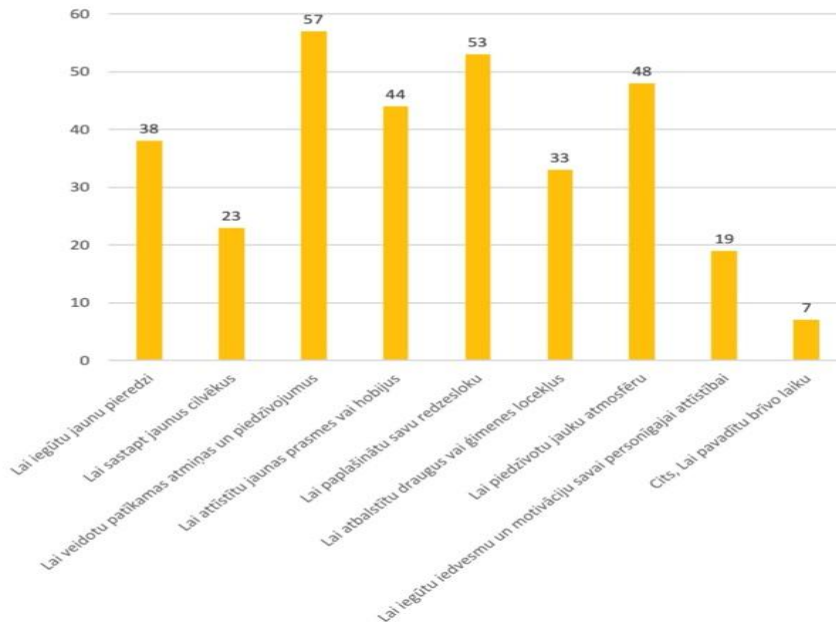
Vai Tev šķiet, ka kultūras pasākumi Ērgļu pagastā ir pietiekami daudz un dažādi?



6.att. Kultūras pasākumu pietiekamība
(Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Respondenti norādījuši, ka izvēlas apmeklēt kultūras pasākumus galvenokārt, lai veidotu patīkamas atmiņas un piedzīvojumus, paplašinātu savu redzesloku, piedzīvotu jauku atmosfēru un attīstītu jaunasprasmes vai hobijus (skat. 6.att.), kas parāda to, kādu ieguvumu šie kultūras pasākumi sniedz jauniešiem. Šis jautājums tika uzdots, lai noskaidrotu vai pēc respondentu domām pagastā notiek daudz un dažādi kultūras pasākumi. Uz šo jautājumu lielākā daļa, kas ir 45 respondenti atbildēja, ka ir pietiekami daudz un dažādi (skat. 7.att.)

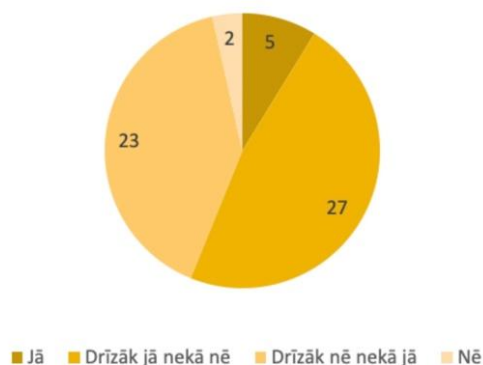
Kāpēc Tu izvēlies apmeklēt kultūras pasākumus? (iespējamās vairākas atbildes)



7.att. Atbilstība jautājumam par pasākumu daudzumu un dažādību (Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Balstoties uz iepriekšējā jautājuma datiem, kas liecina par Ērgļu pagastā notiekošo kultūras pasākumu daudzumu un dažādību, tika uzdots nākamais jautājums, kura mērķis bija saprast vai šie pasākumi atbilst jauniešu interesēm un vēlmēm (skat. 8.att.). Vairākums respondentu atbildēja, ka šie kultūras pasākumi drīzāk atbilst nekā neatbilst viņu un drīzāk neatbilst nekā atbilst viņu vēlmēm un interesēm. Savukārt tikai 5 respondenti atzina, ka šie pagastā notiekošie kultūras pasākumi pilnībā atbilst viņu interesēm un vēlmēm.

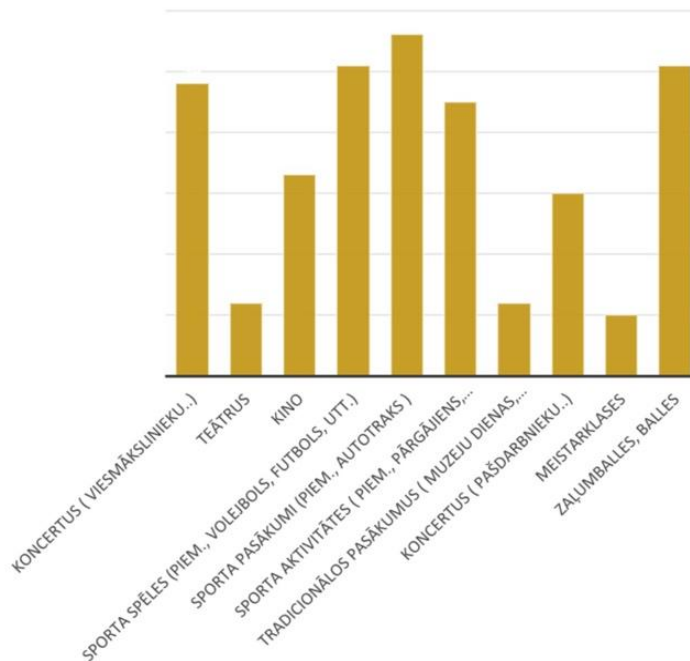
Vai Tev šķiet, ka kultūras pasākumi Ērgļu pagastā atbilst tavām interesēm un vēlmēm?



8.att. Atbilstība jautājumam par interesēm un vēlmēm (Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Lai varētu sākt darbu pie Ērgļu jauniešu kultūras dzīves uzlabošanas bija svarīgi noskaidrot kādi pasākumi jauniešus interesē vairāk un kādi mazāk, līdz ar ko varētu saprast kuri ir tie kultūras pasākumi, kuriem ir jāpievērš lielāka uzmanība, lai tos normu robežās padarītu aktuālākus un jauniešiem piesaistošākus (skat. 9.att.). Kā var redzēt labprātāk apmeklētie pasākumi būtu sporta spēles, aktivitātes un pasākumi, kā arī viesmākslinieku koncerti un zaļumballes, balles.

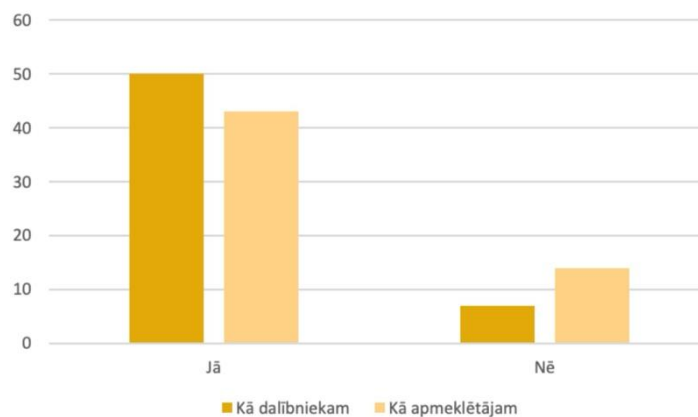
Kādus pasākumus Tu labprāt apmeklē?



9.att. Pasākumu piesaiste atbilstoši jauniešu interesēm (Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Veicot anketēšanu, darba autorei bija svarīgi noskaidrot jauniešu domas par pasākumiem Ērgļu pagastā un to vai jauniešiem ir vēlme aktīvāk piedalīties kultūras dzīvē Ērgļu pagastā, lai pārliecinātos, ka ir svarīgi pievērst šim uzmanību. Atbildot uz jautājumu par aktīvāku dalību kultūras dzīvē kā apmeklētājam, lielākā daļa respondentu atbildēja, ka vēlas to darīt aktīvāk, kā arī piedalīties aktīvāk kultūras dzīvē kā dalībniekam, vairākums respondentu atbildēja pozitīvi (skat. 10.att.).

Vai Tev ir vēlme aktīvāk piedalīties kultūras dzīvē Ērgļu pagastā?



10.att. Informācija par kultūras dzīves aktīvāku iesaisti (Avots: Autores veiktās aptaujas rezultātu apkopojums)

Secinājumi

Pamatojoties uz iegūtajiem pētījuma rezultātiem autore izveidotā hipotēze apstiprinājās un viņa secina, ka Ērgļu pagasta jauniešiem kultūras pasākumi ir vērtību sarakstā, kas pierāda to, ka viņiem ir svarīgi un vērtīgi apmeklēt šos pasākumus. Jaunieši atdzīst, ka tādā veidā tiek iegūta jauna pieredze, paplašināta sava sociālā vide, iepazīstoties ar jauniem cilvēkiem, iegūta iedvesma un motivācija savai personīgajai attīstībai, u.c. Svarīgi piebilst arī to, ka ņemot vērā lielo kolektīvu skaitu (dejojāju, koru, u.c.), nereti, jaunieši apmeklē pasākumus, jo tajos ir kā dalībnieki. No 57 aptaujātajiem respondentiem tikai 5 sniedza atbildi, ka pagastā notiekošie pasākumi atbilst viņu vēlmēm un interesēm. Neskatoties uz to, ka gandrīz visi no aptaujātajiem respondentiem atbildēja, ka piedalās un apmeklē šos pasākumus vēlētos vēl aktīvāk piedalīties kultūras dzīvē šajā pagastā kā to darīja līdz šim.

Apkopojot jauniešu ieteikumus autore piedāvā veikt aptaujas jauniešu vidū par viņu interesēm un aktualitātēm, aicināt uz sarunām, diskusijām un iesaistīt viņus organizēšanā (piemēram, veicot brīvprātīgo darbu), lai gūtu pieredzi un turpmāk jaunieši paši būtu gatavi veidot savus pasākumus, jo balstoties uz intervijās iegūto informāciju, jauniešiem šāda iespēja- pašiem rīkot pasākumus- ir, taču jaunieši baidās, tāpēc ir nozīmīgi, ka viņiem tiktu dota pieredze, priekšstats un tiktu nostiprinātas esošās prasmes. Pētījuma rezultātus var izmantot kā instrumentu, lai piesaistītu vairāk jauniešus un veidotu viņiem interesējošus pasākumus, radot lielāku vēlmi palikt pagastā un nostiprinātu viņos esošo vērtību.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Latvijas kultūras akadēmija (2022). *Kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums*. https://www.km.gov.lv/sites/km/files/media_file/kulturas-barometrs_2022_petijums.pdf

Latvijas Nacionālā Komisija. Unesco. (2023). *Metodiskais materiāls jauniešu kultūrprātības veicināšanai (2023)*. <https://www.unesco.lv/lv/media/1206/download?attachment>

Barovska Aija. (2014) *IEDZĪVOTĀJU LĪDZDALĪBA LATVIJAS LAUKU TERITORIJAS KULTŪRAS CENTROS*. Latvijas Kultūras Akadēmija. https://academia.lndb.lv/ftp/85/barovska_aija_20103403.pdf

Publiskais pārskats - Madona.lv. (2022). <https://www.madona.lv/lat/publiskais-parskats>

Madonas novada pašvaldības 2023.gada konfidenciālie dati.

Madona.lv (2023). *Madonas novada rīcību plāns 2021.-2027.gadam*. https://www.madona.lv/lat/box/files/PlanosanasDokumenti/AP/ricibu_plans.pdf



Endija Klaučāne. COVID-19 IETEKME UZ DARBINIEKU MOTIVĀCIJU UZŅĒMUMĀ “MOGOTEL HOTEL GROUP” AS

*Ekonomikas un kultūras augstskola
Studiju programma “Kultūras vadība”*

E-pasts: klaucanee@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: MBA, docente Jeļena Budanceva

Anotācija

Pētījuma aktualitāte: Covid-19 pandēmija ir radījusi izmaiņas darba vidē un darbinieku motivācijas dinamikā, pētījums ir aktuāls, jo sniegs iespēju izprast, kā ir mainījies darba vides dinamika un darbinieku attieksme, kā arī pasākumi, kas nepieciešami, lai veicinātu darbinieku labklājību un darba efektivitāti. Attālinātais darbs kā jauns motivējošais faktors un tā specifika labklājības nodrošināšanā.

Pētījuma mērķis: izpētīt Covid-19 ietekmi uz darbinieku motivāciju uzņēmumā Mogotel Hotel Group AS.

Pētījuma metodes: Literatūras un elektronisko datu analīze. Šī uzņēmuma darbinieku anketēšana, izmantojot izdevīguma izlases metodi, intervija un tās transkripcija ar cilvēkresursu vadības nodaļas vadītāju, aprakstošā statistika un grafiskā metode.

Sasniegtie rezultāti: Pētījuma rezultāti sniegs ieskatu par to, kā Covid-19 pandēmija ir ietekmējusi darbinieku motivāciju uzņēmumā Mogotel Hotel Group AS, identificējot gan problēmu jomas, gan pozitīvas prakses, kas var kalpot par pamatu turpmākajai stratēģijai uzņēmuma vadībā.

Atslēgas vārdi: Covid-19; motivācija; darbinieki; ietekme.

Ievads

Uzņēmums Mogotel Hotel Group AS ir starptautisks tūrisma nozares dalībnieks. COVID-19 pandēmija skāra ikkatru nozari un darbinieku, taču pētījums ir aktuāls, jo tūrisms tika pakļauts daudzām neparedzamām un mainīgām situācijām, kuras iekļāva ne tikai ceļotājus, bet arī darbiniekus. Spēja vispareizāk rīkoties šādā laikā un uzņēmuma dzīves posmā ir atstājusi dažādus iespaidus, gan pozitīvus gan negatīvus uz darbinieku darba motivāciju kā tādu.

Pētījuma mērķis ir izpētīt Covid-19 ietekmi uz darbinieku motivāciju uzņēmumā Mogotel Hotel Group AS.

Pētījuma uzdevumi ir:

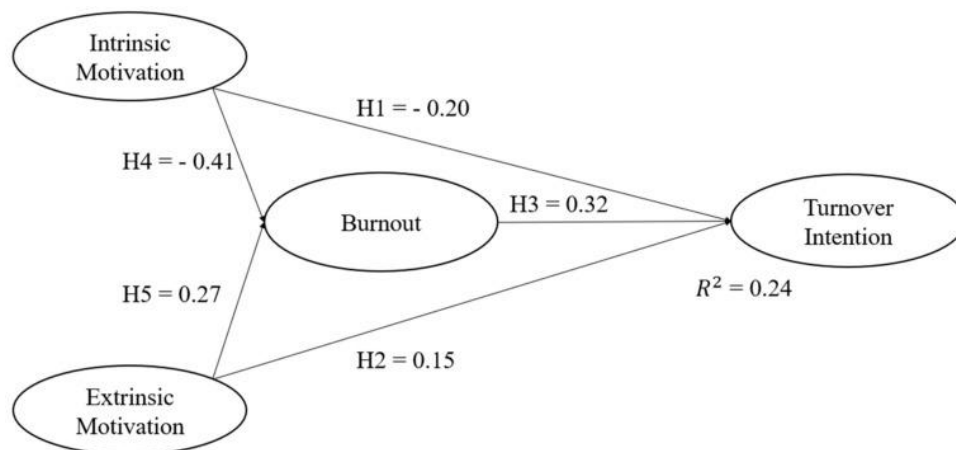
1. Izanalizēt aktuālo informāciju par problēmjautājumu,
2. Veikt anketēšanu uzņēmuma Mogotel Hotel Group biroja darbiniekiem ar mērķi uzzināt viņu darba motivācijas izmaiņas, strādājot pandēmijas laikā,
3. Intervēt uzņēmuma personāla nodaļas un attīstības vadītāju,
4. Apkopot iegūtos datus,
5. Veikt secinājumus pamatojoties uz faktiem.

Pētījuma izstrādē tika izmantota literatūras un elektronisko datu analīze, kā arī aptaujas metode-anketēšana un intervija. Pētījuma rezultāti sniegs ieskatu kā Covid-19 pandēmija ir ietekmējusi darbinieku motivāciju uzņēmumā Mogotel Hotel Group AS, identificējot gan problēmu jomas, gan pozitīvas prakses, kas var kalpot par pamatu turpmākajai stratēģijai uzņēmuma vadībā.

Analītiskais apskats

Pētījuma autore turpmākajā sadaļā sniedz un izklāsta informāciju par līdz šim citviet pasaulē veiktiem problēmu saistošiem pētījumiem un informāciju, kuru paskaidro zinātniskas cēloņsakarības. Pandēmija ir atstājusi sekas uz ikkatras nozares darbinieku, līdz ar to ir dažādi mehānismi un instrumenti, kurus pielietojot var izprast un uzlabot uzņēmuma iekšējo vidi pēc pandēmijas, kad darbinieku motivācijas līmeņi atšķiras. Pētījumi gan psiholoģijas, gan uzņēmējdarbības jomā liecina, ka darbiniekiem pēc traumatizējoša vai dzīvi izmainošā notikuma veidojas atšķirīga attieksme un uzskati par darbu un darba dzīvi (Devito et al., 2018). Viens no visvairāk skartajiem aspektiem ir darbinieku motivācija, kas var vai nu palielināties, vai samazināties atkarībā no paša notikuma, no tā, kā tas ietekmēja darbiniekus un viņu darbu un kā tas tika pārvaldīts (Emplpye motivation..., 2023).

Pētījumā par darba motivāciju, izdegšanu un nodomu pārtraukt darbu COVID-19 pandēmijas laikā, tika atklāts (sk. 1.att.), ka rezultāti liecina- iekšējai motivācijai ir negatīva un statistiski nozīmīga ietekme uz izdegšanu un maiņas nodomu. Tāpat tiek parādīts, ka ārējai motivācijai ir pozitīva un nozīmīga ietekme uz izdegšanu un maiņas nodomu. Turklāt tiek konstatēts, ka pastāv pozitīva un statistiski nozīmīga ietekme starp izdegšanu un maiņas nodomu (Paredes-Aguirre et al., 2022) .



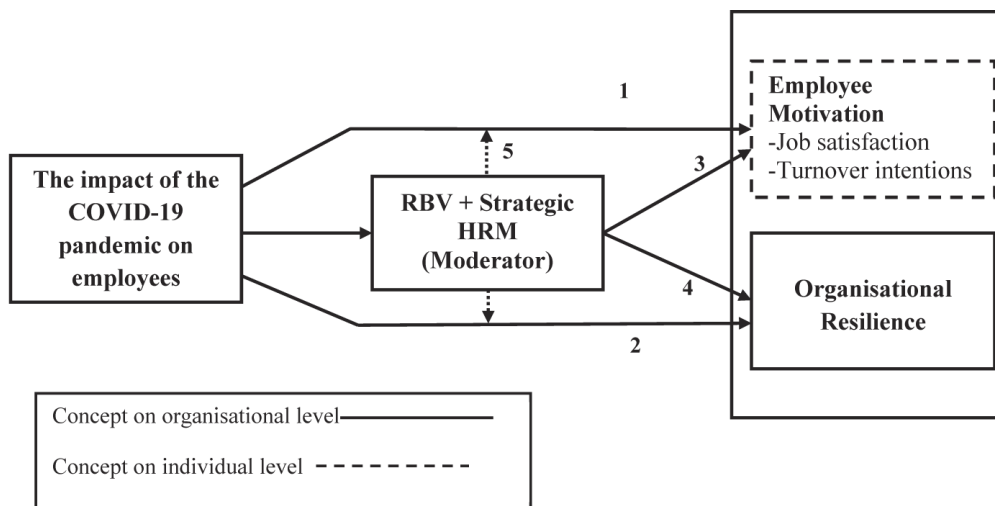
1. Att. Izdegšanas konceptuālais modelis (Avots: Paredes-Aguirre, 2022)

Vispārīgi laika posmā no 2018. līdz 2022. gadam pieauga divu motivatoru skaits: drošība un finansiālās vajadzības. Krīzes un nenoteiktības laikā ir loģiski, ka šie divi motivatori, kas ir ļoti populāri cilvēku vidū kopumā, pandēmijas laikā kļuva vēl izplatītāki. Tikmēr no 2018. līdz 2022. gadam samazinājās citi iekšējās motivācijas faktori: autonomija, konkurence, atgriezeniskā saite, inovācija, progress un racionalitāte. No otras puses, daži cilvēki ekonomikas lejupslīdes laikā veiksmīgi izmanto inovācijas. Taču trīs motivatori, kas lielākoties nav būtiski mainījušies ir altruisms (nesavtība), sociālās attiecības un statuss (Riley, 2023). Darbinieku motivācija savstarpēji mijiedarbojas ar darba vidi un darba motivāciju. Darba vidū arī motivācijas skartie organizatoriskie jautājumi tiek risināti. Ņemot vērā to, ka COVID-19 ir ietekmējis katru sektoru,- pētījumā par COVID-19 pandēmijas ietekmi uz darbinieku motivāciju un organizācijas noturību, stratēģiskās cilvēkresursu vadības lomu: tiek piedāvāts atjaunots, uz resursiem balstīts, daudz līmeņu konceptuālais modelis (sk. 2. att.) dod ieguldījumu organizatoriskajos pētījumos šādās jomās vairākos veidos. Pirmkārt, uzsverot pašreizējo literatūru par stratēģisko cilvēkresursu vadības menedžmentu (SHRM) un uz resursiem balstītu skatījumu (RBV), šis modelis izskaidro COVID-19 pandēmijas krīzi un tās ietekmi uz darba devējiem un darba ņēmējiem, darbinieku motivāciju (piemēram, apmierinātību ar darbu un nodomiem mainīt darba vietu) un organizācijas motivāciju, noturību.

Stratēģiskais cilvēkresursu vadības menedžments atbalsta gan darbinieku motivāciju, gan organizācijas noturību un atbalsta divus stingrus punktus: darbinieku motivēšanu augstākai veikspējai un talantīgu darbinieku noturēšanu. Šis modelis veicina SHRM koncepcijas paplašināšanu, lai risinātu izaicinājumus.

COVID-19 pandēmijas izaicinājumiem, lai paaugstinātu darbinieku motivāciju (piemēram, apmierinātību ar darbu un mainības nodomiem) un organizācijas noturību.

Šis modelis piedāvā daudz līmeņu (piemēram, individuālo un organizatorisko) modeli, lai pārvarētu pašreizējos un turpmākos draudus, ko rada COVID-19 pandēmijas draudi un meklēt praktiskus risinājumus organizācijas noturībai (Haque, 2023). Zinātnieki ierosina steidzami pieprasīt labāku novērtēšanu un ziņošanu par sekām, kas saistītas ar COVID-19 pandēmijas ietekmi uz darbinieku motivāciju un organizācijas noturību.



2.Att. Daudz līmeņu konceptuālais modelis (Avots: Haque, 2023)

COVID-19 pandēmijas ietekmes uz darbinieku motivāciju mērīšanas pieeja un organizācijas noturība var būt daudzšķautņaina un ietvert gan subjektīvus, gan objektīvus mērījumus. Piemēram, subjektīvie mērījumi var ietvert pašnovērtējuma mērījumus par darbinieku apmierinātību ar darbu (Haque & Khan, 2023), darbinieku maiņas nodomus, un darbinieku uztveri par organizācijas reakciju uz pandēmiju. No otras puses, objektīvie pasākumi var sastāvēt no datiem par darbinieku darba kavējumu (Grigore, 2020), produktivitāti un finanšu rezultātiem. organizācijas darbību pandēmijas laikā un pēc tās. Turklāt mērījumu pieejā var ņemt vērā arī dažādu cilvēkresursu vadības prakšu ietekmi, piemēram, apmācību un attīstība, darbinieku saziņa un attālinātā darba organizēšana, uz darbinieku motivāciju un organizācijas noturību pandēmijas laikā. Tādējādi visaptveroša mērījumu pieeja var atspoguļot daudzdimensiju ietekmi uz pandēmijas ietekmi, uz darbinieku motivāciju un organizācijas noturību, un nodrošināt visaptverošu novērtēšanu izpratni par stratēģiskās cilvēkresursu vadības prakses efektivitāti pandēmijas seku mazināšanā uz organizācijas rezultātiem.

Ir piedāvāti vairāki attālināta darba līmeņi (modeļi):

- 100% attālināts darbs: šīs pozīcijas ir pilnībā attālinātas un ļauj strādāt visu laiku ārpus biroja;
- attālinātais darbs pandēmijas laikā (piespiedu attālinātais darbs);
- daļējs attālināts darbs: blakus attālinātajam darbam kāds laiks tiek pavadīts uzņēmuma birojā;
- attālā darba iespēja: šie darbi dod darbiniekiem iespēju strādāt vai nu mājās, vai doties uz biroju, vai arī izmantot abas iespējas.

Pētījuma metodoloģija

Pētījuma izstrādē tika izmantota literatūras un elektronisko datu analīze, aptaujas metode- anketēšana un intervija.

Mogotel Hotel Group AS ir starptautisks viesnīcu operators, kura galvenais birojs atrodas Rīgā, Latvijā, ar vairāk nekā 22 gadu pieredzi Eiropas līmeņa pamata un papildu pakalpojumu sniegšanā un draudzīgu attieksmi pret katru klientu. Uzņēmums piedāvā augstus standartus un pakalpojumus ar dažāda veida viesnīcām, kas atbilst ikviena viesā vajadzībām. Šobrīd Mogotel pārvalda 24 viesnīcas 10 valstīs, kopumā piedāvājot vairāk nekā 3100 numuru. Uzņēmums pārvalda viesnīcas Latvijā, Igaunijā, Vācijā, Polijā, Ungārijā, Slovēnijā, Slovākijā, Zviedrijā, Bulgārijā un Ukrainā, pārstāvot savus zīmolus: Wellton Hotels, Rixwell Hotels, RIJA Hotels, Rixwell Collection, Wyndham, Wyndham Garden, Ramada by Wyndham, Ibis Styles, Voco un Novotel. Visas viesnīcas atbilst starptautiskajiem viesnīcu nozares standartiem, un neatkarīgi no viesnīcas klases tās raksturo atbilstība visiem drošības pasākumiem, plašs pakalpojumu klāsts un nemainīga viesmīlības kvalitāte. Mogotel veiksmīgi izmanto visus mūsdienīgos viesnīcu nozares rīkus, tehnoloģijas un inovācijas, lai atrisinātu jebkuras problēmas un radītu maksimālu komfortu saviem viesiem (Mogotel AS, 2024).

Autore anketēja 20 Mogotel Hotel Group biroja darbiniekus vecumā no 18-65 gadiem. Tika izstrādāta anketa, kuras mērķis bija uzzināt viņu darba motivācijas izmaiņas, strādājot pandēmijas laikā. Autore intervēja uzņēmuma personāla nodaļas un attīstības daļas vadītāju Līgu Viti.

Aptauja tika izveidota elektroniskā formātā *Google Forms*, tā tika izsūtīta respondentiem izmantojot hipersaites (linka) formu, caur galvenā biroja administratora e-pastu *Outlook*. Aptauja bija anonīma. Ievad jautājumi veido demogrāfisko sadaļu, tai seko pamatdaļa. Anketā kopā bija 15 jautājumi no kuriem respondentiem tika uzdoti 13 izvēles jautājumi un divi atvērtie jautājumi, kur tiek piedāvāta opcija norādīt savu atbildes variantu, lai iegūtu plašākus datus par problēmjautājumu. Ņemot vērā to, ka anketēšana bija anonīma respondenti varēja patiesi izteikties. Anketēšana tika veikta no 2024. gada 13.-15. maijam. Trīs dienu laikā atbildes tika saņemtas no 20 respondentiem vecumā no 18-65 gadiem; no tiem 18 sievietes, 2 vīrieši. Divas vadošākās vecuma grupas bija no 25-35 gadiem un no 35-45 gadiem.

1. **Tabula.** Demogrāfiskie rādītāji. (Autores rezultātu apkopojums)

Vecums	Sievietes (18)	Vīrieši (2)	Kopā (20)
18-25 gadi	2		2
25-35 gadi	7	1	8
35-45 gadi	6	1	7
45-55 gadi	2		2
55-65 gadi	1		1

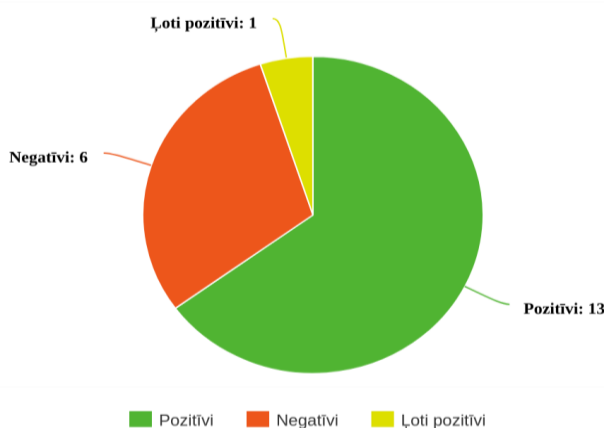
Anketa tika veidota balstoties uz nosacījumiem, lai tās izpilde būtu saprotama, viegli uztverama un lai tā neaizņemtu daudz laika. Aptaujā ir iekļauti jautājumi par darbinieku motivāciju pēc pandēmijas, uzņēmumā piedāvātajām motivēšanas programmām un darbinieku iesaisti tajās.

Pētījuma rezultāti

Anketēšanas rezultātu analīze. Respondenti, 20 uzņēmuma Mogotel Hotel Group AS biroja darbinieki, kuri pandēmijas laikā ir strādājuši uzņēmumā.

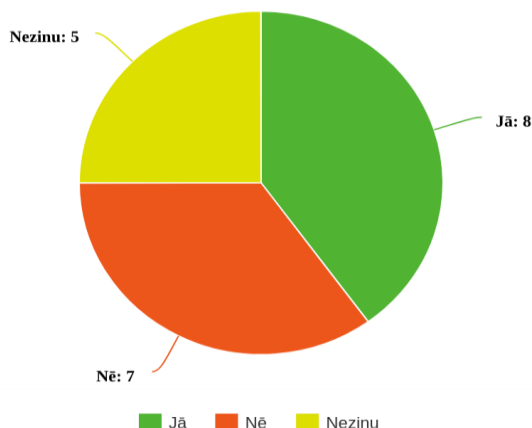
Uz jautājumu "Vai Jums ir iespēja strādāt attālināti?" visi respondenti atbildēja ar *Jā*, savukārt uz

jautājumu “*Vai Jums patīk strādāt attālināti?*” 5 respondenti atdzīst, ka viņiem nepatīk. Autore secina, ka uzņēmums piedāvā attālināto darbu, kā vienu no motivējošajiem faktoriem darbiniekiem, kuriem patīk strādāt attālināti. Taču tiem, kuriem nepatīk, var izvēlēties palikt birojā. Uz jautājumu “*Kā COVID-19 pandēmija ir ietekmējusi jūsu darba motivāciju?*” (sk.3.att.) 13 respondentus tā ir ietekmējusi pozitīvi, 6 uzskata, ka viņu darba motivācija ir tikusi ietekmēta negatīvi, taču viens cilvēks ir guvis ļoti pozitīvu pieredzi saistībā ar darba motivācijas uzlabošanos. Atbildes ir dažādas, jo tajā laikā notika neskaitāmas pārmaiņas, kurām bija sarežģīti pielāgoties, it sevišķi, cilvēkiem, kuriem nepatīk darba attālināti, bet tas tika darīts piespiedu kārtā. Darbiniekus ietekmēja arī darba stāvoklis, darbinieks dīkstāvē, vai darbinieks birojā, pandēmijas un nozares lejupslīdes epicentrā izjuta dažādu motivāciju strādāt.



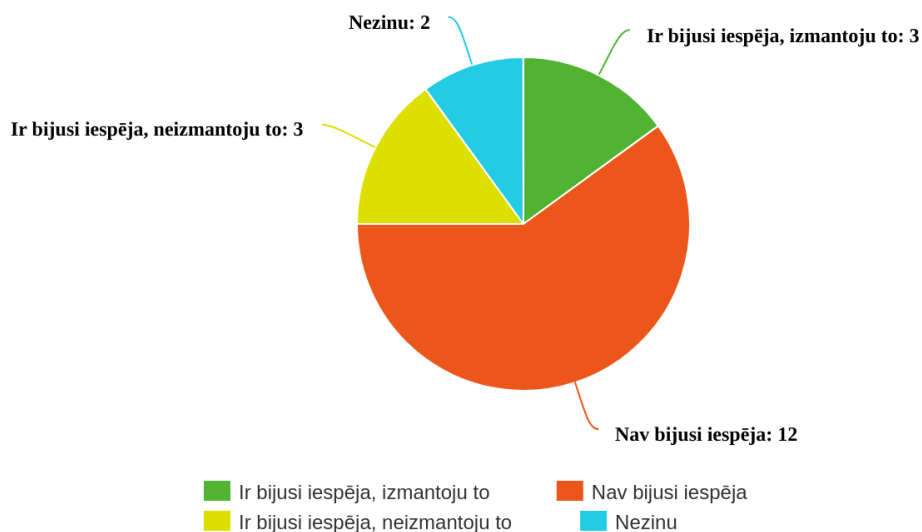
3. att. Jautājums. “*Kā COVID-19 pandēmija ir ietekmējusi jūsu darba motivāciju?*” (Autores datu apkopojums)

Uz jautājumu “*Vai uzņēmums pandēmijas laikā ir veicis pasākumus darbinieku motivēšanas vai garastāvokļa uzturēšanai?*” (sk.4.att.) atbildes ir dalītas, 8 cilvēki norāda, ka tādas ir bijušas veiktas, turpretī 7 cilvēki ir pārliecināti, ka tādas nav bijušas, tostarp 5 respondenti nezina. Autore secina, ka informācijas plūsma un tās uztveršana pandēmijas laikā var raisīt darbiniekiem citādas prioritātes, līdz ar to, ja tas netika pildīts ļoti uzskatāmi vai iesaistoši, darbinieki noslodzes un stresa laikā par to var aizmirst.



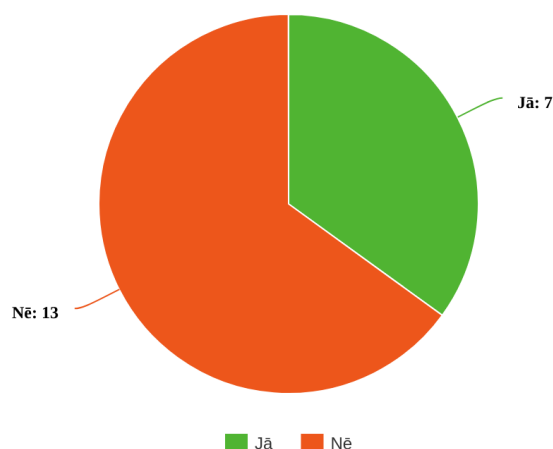
4. att. Jautājums. “*Vai uzņēmums pandēmijas laikā ir veicis pasākumus darbinieku motivēšanas vai garastāvokļa uzturēšanai?*” (Autores datu apkopojums)

Savukārt, sekojošais jautājums “*Ja uz iepriekšējo jautājumu atbildējāt ar “Jā”. Vai uzņēmuma veiktie pasākumi pandēmijas laikā ir palīdzējuši uzturēt vai uzlabot jūsu motivāciju un darba garastāvokli?*” palīdz noteikt, ka 7 cilvēkiem uzņēmumā veiktie pasākumi ir daļēji palīdzējuši uzlabot darba motivāciju, bet 3 cilvēkiem motivācija veidoto pasākumu dēļ noteikti ir palielinājusies. Turpretī viens respondents atzīst, ka tie nemaz nav ietekmējuši viņa motivācijas maiņu. Pēc jautājuma “*Vai Jums ir bijusi iespēja piedalīties papildu apmācībās,ursos vai attīstības programmās pandēmijas laikā?*” (sk.5.att.) tika secināts, ka lielākajai daļai respondentu (12) nav bijusi iespēja tajās piedalīties, kas liecina par to nepieejamību, taču 3 cilvēkiem ir bijusi iespēja, bet tā netika izmantota, šeit parādās citu iespējamu faktoru iesaiste darbinieku ikdienā, kas liedz vai ierobežo viņu iesaisti attīstības programmā. 3 ir izmantojuši iespēju, bet 2 nezina, vai tāda iespēja ir bijusi.



5. att. Jautājums. “Vai Jums ir bijusi iespēja piedalīties papildu apmācībās,ursos vai attīstības programmās pandēmijas laikā?” (Autores datu apkopojums)

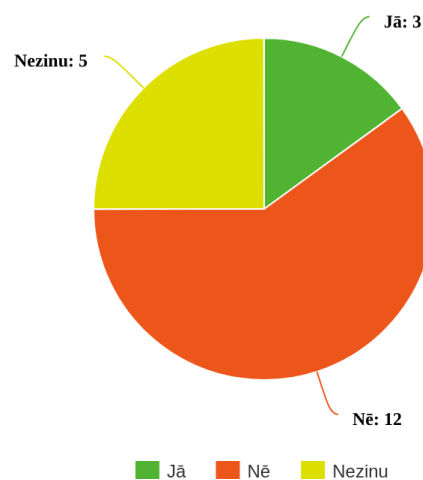
Lai uzzinātu uzņēmuma darbinieku šī brīža motivācijas un labklājības stāvokļa iespējamu augšupeju vai lejupslīdi ar jautājumu “*Vai Jums šobrīd ir nepieciešamība pēc papildu atbalsta vai resursiem, lai uzlabotu Jūsu darba motivāciju un labklājību nākotnē?*” (sk.6.att) tika noskaidrots, ka 13 cilvēkiem nav nepieciešamības pēc papildu atbalsta, vai resursiem, taču 7 respondentiem ir nepieciešamība pēc pasākumiem, programmām vai citiem faktoriem, kas uzlabotu viņu darba motivāciju.



6. att. Jautājums. “Vai Jums šobrīd ir nepieciešamība pēc papildu atbalsta vai resursiem, lai uzlabotu Jūsu darba motivāciju un labklājību nākotnē?” (Autores datu apkopojums)

Lai noskaidrotu darbinieku domas par uzņēmuma komunikāciju pandēmijas ietekmē par nozari un tajā strādājošiem tika uzdots jautājums *“Vai uzskatāt, ka uzņēmums ir pienācīgi komunicējis ar Jums par pandēmijas ietekmi uz uzņēmumu un Jūsu darbu?”*. Lielākā daļa darbinieku (17) ir pārliecināti, ka uzņēmums ir veiksmīgi sasniedzis viņus ar skaidrojumu par pandēmijas atstāto ietekmi uz to, 3 cilvēki uzskata, ka tas netika darīts pienācīgi. Lai noskaidrotu iespējamās iemeslus, no respondentiem, kurus uzņēmums iepriekšējā jautājumā nesasniedza tika izvirzīts sekojošus atvērta tipa jautājums *“Ja uz iepriekšējo jautājumu atbildējāt ar “nē”, kāds būtu jūsu vēltais komunikācijas veids vai biežums?”*. Respondents ir uzsvēris, ka *Komunikācija notiek vadības līmenī, savukārt atkarīgs no vadītāja prasmēm kā notiek komunikācija ar savu komandu un ārējās vides atstāto iespaidu skaidrošana par procesiem uzņēmumā*. Autore secina, ka nepietiekamu komunikācijas prasmju dēļ, informācijas pasniegšana un uztveršana var ietekmēt tās kvalitāti un nozīmīgumu darbinieka acīs, līdz ar to tās būtiskums netiek apšaubīts vai pietiekami ņemts vērā.

Ņemot vērā pandēmijas darba apstākļus tika izvirzīts jautājums *“Vai Jūs esat piedalījies kādās virtuālās sociālajās aktivitātēs vai pasākumos, kas organizēti, lai stiprinātu darbinieku saikni un komandas garu, īpaši strādājot attālināti?”* uz kuru 17 respondenti atbildēja noliedzot, bet 3 cilvēki tomēr ir piedalījušies virtuālā komandas gara būvēšanā. Attālinātais darbs var būt gan motivējošs, gan demotivējošs darba vidē, lai noskaidrotu darbinieku pieredzi ar privātās dzīves līdzsvaru- jautājums *“Kādas ir Jūsu pieredzes ar līdzsvara nodrošināšanu starp darbu un personīgo dzīvi, strādājot no mājām?”* 15 cilvēkiem nav problēmu ar līdzsvaru personīgajā dzīvē, kad viņi strādā no mājām, 3 cilvēkiem tomēr ir grūti līdzsvarot personīgo dzīvi no darba, bet 2 cilvēki nemaz nestrādā no mājām. Taču, lai saprastu darbinieku informētību par iespējam- jautājums *“Vai uzņēmums piedāvā kādus konkrētus pasākumus vai programmas, kas palīdz uzturēt šo līdzsvaru?”* (sk.7.att.) 3 cilvēki uzskata, ka tiek piedāvāta šāda palīdzība, 12 cilvēki domā, ka nav, taču 5 nav pārliecināti.



7. att. Jautājums. *“Vai uzņēmums piedāvā kādus konkrētus pasākumus vai programmas, kas palīdz uzturēt šo līdzsvaru?”* (Autores datu apkopojums)

Respondentiem tika piedāvāts arī atvērums, kur izteikt atbildi pēc vēlēšanās. *“Bija ideāli, ka pandēmijas laikā ar datoru varēju sēdēt mājās un darboties. Pietrūka tāda lieta kā telefons. Sarunas nebija daudz, taču ar starptautiskiem numuriem un nācās izmantot savu privāto telefonu”* autore secina, ka attiecīgajam darbiniekam tas bija nepieciešama un piemērota darba vides maiņa.

Intervijas rezultātu analīze. Pētījuma ietvaros tika veikta arī intervija ar uzņēmuma Mogotel Hotel Group personāla nodaļas un attīstības daļas vadītāju Līgu Vīti (sk. 3.pielikumu), kurā darba autore uzdeva 5 jautājumus saistībā ar uzņēmuma darbinieku motivāciju un apmācības iespējām pandēmijas laikā un pēc tās. Intervija notika klātienē birojā, 29.04.2024. ar datu izmantošanas piekrišanu, kas parakstīta ar elektronisko parakstu (sk. 2. pielikumu).

Autore pirmajā jautājumā vēlējas noskaidrot vai pēc, Līgas Vītes domām, darbinieku motivācija strādāt uzņēmumā pēc pandēmijas ir lielāka vai mazāka. Atbildot uz jautājumu Līga uzsvēra, ka daudziem ir bailes par nozares stabilitāti kā tādu, taču Mogotel pandēmijas laikā ļoti veiksmīgi risināja šo jautājumu-samazināja slodzes, darbiniekus neatbrīvoja, attiecīgi darba vietas kā tādas saglabājās un bija drošība. Pēc pandēmijas laika ir palikušas COVID ilgstošās sekas, kas ir augsts stresa līmenis, apjukums, nogurums, šobrīd ir jācinās ar to, ka cilvēki ir izsmelšanas robežās. Viesnīcas pandēmijas laikā uzņēma, izmitināja arī karantīnas pacientus.

Nākamajā jautājumā autore vēlējas noskaidrot vai uzņēmums ir adaptējies jauninājumiem un kā jārikojas nākotnē. Līga atbild, ka ir grūti būt izvēlīgam, ir ļoti svarīgi strādāt tieši uz ārējo un iekšējo komunikāciju, kas veido darba devēja tēlu, jāvēsta, ka darbiniekam šeit strādāt ir forši, ka es gribu tur strādāt un man patīk tur strādāt. Tāpēc ir ārkārtīgi milzīga loma tieši darba devēja tēla veidošanā.

Lai noskaidrotu, vai tiek rīkoti pasākumi, kas saistīti ar apmācībām, attīstību, komandas saliedēšanu pēc pandēmijas Līga vēsta, ka pagājušajā gadā (2023) bija seminārs ar uzņēmuma augstāko vadību un īpašnieku par to, lai nodefinētu misiju vīziju un vērtības, kopā bija 14 semināri, katru nedēļu notika ar visa veida darbiniekiem, gan viesnīcās, gan birojā. Liels pasākums ar nosaukumu "Citāda darba diena" ar dažādām aktivitātēm, komandu orientēšanās spēlēm un izklaidi. Caur vērtībām jeb ikmēneša akcijas "Vērtību vēstnesis" tiek noskaidrots mēneša darbinieks. Ir izveidots pusotra gada plāns, kas vēl mums (HR nodaļai) ir jādara sakarā ar misiju vīziju un vērtībām. Gada sākumā - janvārī un februārī biju uz visām citām mūsu viesnīcām Eiropā, kur arī vadīju šādus seminārus.

Jauns motivātors un tā izmantošana, šī brīža aktuālais darbinieku motivēšanā pēc Līgas domām ir Mākslīgā intelekta lietojums, bet cilvēki baidās no tā. No tā nevajadzētu baidīties viņu vajadzētu uztvert par digitālo asistentu un izmantot visu, ko vien Mākslīgais intelekts piedāvā kas var darbu padarīt ātrāku.

Secinājumi

Apmācībām un attīstības programmām ir pozitīva ietekme uz darba motivāciju, taču tām ir jābūt pietiekami pieejamām darbspēkam un darbiniekiem jābūt informētiem. Pārredzams lēmumu pieņemšanas process un līderu iejūtīga uzvedība mazina darbinieku trauksmi nenoteiktības laikā un mudina darbiniekus veikt inovatīvas darbības, lai pārvarētu nezināmo nākotni. Ilgtermiņa stratēģijas izstrāde darbinieku noturības nodrošināšanai palīdz strukturēta plāna pieņemšanu uzņēmuma korporatīvas labklājības veidošanā. Uzņēmējdarbības, tostarp tūrisma nozares spēja atgūties no krīzēm un katastrofām būtībā ir atkarīga no darbinieku, vadītāju un ieinteresēto personu noturības. Mākslīgais intelekts viens no potenciāliem nākotnes darbinieku motivēšanas instrumentiem darba pienākumu ātrākai izpildei.

Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksts

Employee Motivation After the COVID-19 Pandemic | Essay example. (2023, November 10). BeesyPapers. <https://beesypapers.com/employee-motivation-after-the-covid-19-pandemic>

Blūmenfelda L., Gandijs N., Komms A., un Polners F., (2023). *Kā pandēmija mainīja HR funkcijas lomu uzņēmumos?* | Raksts | SmartHR Latvia. <https://smarthr.lv/personala-vadibas-funkcija-pec-pandemijas>

Chorpenning, K. (2024, October 16). What is a remote job? Definition and meaning. *FlexJobs Job Search Tips and Blog.* <https://www.flexjobs.com/blog/post/what-is-a-remote-job/>

Devito, L., Brown, A., Bannister, B., Cianci, M., & Mujtaba, B. (2018). *Employee Motivation based on the Hierarchy of Needs, Expectancy and the Two-Factor Theories Applied with Higher Education Employees.* NSUWorks. https://nsuworks.nova.edu/hcbe_facarticles/267/

Grigore, O. M. (2020). Factors Contributing to Work-Related Absenteeism during the COVID-19 Pandemic. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 8(4), 401. Retrieved from <https://www.managementdynamics.ro/index.php/journal/article/view/374>

Haque, A., & Khan, S.I. (2023). Promoting meaningfulness in work for higher job satisfaction: will intent to quit make trouble for business managers? *Journal of Organizational Effectiveness People and Performance*, 10(3), 455–476. <https://doi.org/10.1108/joepp-02-2022-0020>

Haque, A. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on employee motivation and organizational resilience and the role of strategic HRM: renewal of a resource-based conceptual model. *Management Matters*, 20(2), 117–133. <https://doi.org/10.1108/manm-02-2022-0022>

Jessyoung. (2021, November 9). *How to keep your employees motivated and engaged Post Pandemic*. Engage for Success. <https://engageforsuccess.org/crisis-and-change/how-to-keep-your-employees-motivated-and-engaged-after-the-pandemic/>

Mogotel AS iekšējie konfidenciālie dati, 2024.

Paredes-Aguirre, M. I., Barriga Medina, H. R., Campoverde Aguirre, R. E., Melo Vargas, E. R., & Armijos Yambay, M. B. (2022). Job Motivation, Burnout and Turnover Intention during the COVID-19 Pandemic: Are There Differences between Female and Male Workers?. *Healthcare* (Basel,

Riley E., (2023). What Moves Us: How Intrinsic Motivation Has Changed Since the Pandemic. *From day one*. <https://www.fromdayone.co/stories/2023/5/10/what-moves-us-how-intrinsic-motivation-has-changed-since-the-pandemic>