

Izpratnes veidošanas kampaņa
par nulles toleranci attiecībā uz
vardarbību pret sievietēm

SOCIĀLĀ DIZAINA PERSPEKTĪVA

Projekta Nr. JUST/2016/RGEN/AG/VAWA/9944



Līdzfinansē
Eiropas Savienības programma
„Tiesības, vienlīdzība un pilsonība“



Labklājības ministrija

Dizaina izpētes autores

Barbara Ābele

Latvijas Mākslas akadēmijas Dizaina nodaļas Funkcionālā dizaina apakšnozares asociētā profesore. Piedalījies tādos projektos, kā „BaltSe@nioR”, „Stur Dust.” *Comfort in living for Elderly people*”, „Radošais izaicinājums” Latvijas Neredzīgo biedrība, RaPaPro Radošās partnerības projektā, “Iesakņotāji”.

Anna Žabicka

Sociālantropoloģe ar galveno darbības virzienu medicīnas antropoloģijas apakšnozarē. 2014. gadā ieguvusi maģistra grādu sociālajā antropoloģijā, šobrīd ar Fulbraita stipendijas atbalstu turpina studijas Veinas Valsts universitātē, ASV. Piedalījās projekta “Iesakņotāji”.

Jekaterina Stakle

Dizainere ar pieredzi sociālā dizaina jomā. Macibspēks LKK KK un RSU. Piedalījies tādos projektos, „Stur Dust.” *Comfort in living for Elderly people*”, “Iesakņotāji”.

Izsakām vislielāko pateicību **Violai Korpai, Viktorijai Boļšakovai, Agnesei Gailei** par uzticēšanos un vērtīgas informācijas sniegšanu – bez jūsu vēlmes līdzdarboties šis darbs nebūtu bijis iespējams.

Redaktore

Austra Gaigala

2017. gads

Rīga

Pēdējā desmitgadē dizains ir mainījis savu veidolu, izteiksmi un instrumentus, tas ir kļuvis līdzdalīgs visdažādākajās norisēs – sociālā atbildībā, pakalpojumu un vides kvalitātē, ilgtspējas procesos un citās jaunās pieredzēs.

Blakus tradicionālajām dizaina jomām attīstās jauni starpdisciplināri sadarbības veidi. Tie veido lietotāja (individa vai sabiedrības grupu) mijiedarbību un tiešu iesaisti un līdzdalību dažādos procesos, tostarp dzīves kvalitātes (labbūtības) veidošanā vai uzlabošanā.

Ikviens vēlas dzīvot sakārtotā, saprotamā, ērtā, drošā vidē un saņemt labus produktus un pakalpojumus. Tomēr cilvēks lieto to preču un pakalpojumu kopumu, kuru pieejamību nosaka informatīvi, ģeogrāfiski un finansiāli apstākļi, kā arī personiskas vajadzības un zināšanas. Tās ir mazas un lielas ikdienas vajadzības un problēmas, kuru risināšanā dizains ir viens no galvenajiem spēlētājiem.

Šī publikācija ir tapusi Eiropas Savienības programmas «Tiesības, vienlīdzība un pilsonība» finansiālu atbalstu projekta “Izpratnes veidošanas kampaņa par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm. “Vardarbībai patīk klusums”” ietvaros. Nr.JUST/2016/RGEN/AG/VAWA/9944

Par publikācijas saturu pilnībā atbildīgi ir tās autori, un tas neatspoguļo Eiropas Komisijas oficiālo viedokli.

Ziņojums sagatavots Eiropas Savienības programmas „Tiesības, vienlīdzība un pilsonība” projekta „Izpratnes veidošanas kampaņas par nulles toleranci pret sievietēm, kuras cietušas no vardarbības novēršanu „Vardarbībai patīk klusums”” (Nr.JUST/2016/RGEN/AG/VAWA/9944) ietvaros ar nolūku veikt informēšanas kampaņas par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm priekšnosacījumu izpēti un kampaņas elementu testēšanu. Izpēte veika laika posmā no 2017. gada maija līdz oktobrim.

Dizaina izpētes projekta „Izpratnes veidošanas kampaņa par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm „Vardarbībai patīk klusums” pirms rekomendāciju sniegšanas periodā galvenie mērķi ir bijuši 1) izveidot teorētiskā un praktiskā izpētē balstītu detalizētu redzējumu par intīmo partneru vardarbībā iesaistītajām pusēm un potenciālajām tālākās sociālas kampaņas mērķgrupām, 2) veikt efektīvas Latvijas un citu valstu informēšanas, sociālo un īpaši pret vardarbību vērsto kampaņu, elementu un īstenošanas nosacījumu analīzi, to izmantojot tālākas kampaņas elementu bāzes veidošanai, 3) veikt kampaņas elementu testēšanu, 4) ņemot vērā izpētes rezultātus iepriekšējos posmos, izstrādāt iespējamās problēmu risinājumus šī ziņojuma ietvaros definētajām mērķgrupām – vardarbībā cietušajām sievietēm un viņu tuviniekiem, viriešu

varmāku tuviniekiem, kaimiņiem, policijas darbiniekiem un vardarbības novēršanā iesaistīto ministriju darbiniekiem, 5) izstrādāt rekomendācijas un ieteikumus kampaņas izveidei.

Ziņojums ir rezultāts starpdisciplinārai pieejai, izmantojot gan antropoloģijas, gan sociālā dizaina domformas un metodes, tā analizējot un interpretējot cilvēku pieredzē balstītus datus – domas, procesus, stāvokļus – un tos izmantojot tālākai modelēšanai un ļoti praktisku risinājumu meklēšanai tolerances pret intīmo partneru vardarbības samazināšanai (*intimate partner violence*, IPV – angļu val).

Pirmais modelēšanas posms ietver ar dzimumu saistītas vardarbības ekosistēmas jeb vardarbības problēmā iesaistīto dalībnieku kartējuma izveidi un būtiskāko vardarbības ekosistēmā iesaistīto pušu stipro un vājo pušu izvērtēšanu, kas balstīta uz dizaina kvalitātes principiem – pieejamību, nolasāmību un lietojamību. Vardarbības ekosistēmas centrā ir novietota no intīmā partnera vardarbības cietusi sieviete. Izvēle ekosistēmas centrā novietot sievieti izriet no ziņojuma izveides gaitā gūtā apstiprinājuma par vardarbības upuriem paredzētas palīdzības un atbalsta pakalpojumu pieejamības, sinhronizētas (sa)darbības trūkumiem, kas neļauj runāt par aizsardzības, palīdzības un atbalsta sistēmu, bet gan tikai par visai nestabilu tiklojumu. Tādējādi sieviete vardarbības

ekosistēmas centrā ir, pirmkārt, jāuztver kā atgādinājums par cilvēka dzīvības, veselības, cieņas, goda un autonomijas vērtību un, otrkārt, par vēlamo, bet diemžēl ne vienmēr esošo pakalpojumu mīļiedzības kvalitāti vardarbības izbeigšanā, novēršanā un izskaušanā.

Otrais posms aptver efektīvas kampaņas nosacījumu analīzi par vardarbības pret sievieti novēršanu. Esošo kampaņu analīze ir kalpojusi par pamatmateriālu intervijām un aptaujām ar izpētē iesaistītajiem cilvēkiem, kā arī sniegusi vērtīgas atziņas par konkrētās sociālās telpās potenciāli iedarbigiem kampaņu elementiem. Savukārt trešais modelēšanas posms atspoguļo uz sociālā dizaina pamatnostādņēm balstītas praktiskās izpētes rezultātu, veidojot t.s. personas – uz reāliem cilvēku viedokļiem, nostājām, pieredzēm, pazīmēm un tēliem balstītu mērķgrupu pārstāvju modeļus, kuriem tiek pielāgoti tālākās kampaņas scenāriji un elementi.

Ziņojums sastāv no sešām nodaļām, kas iedalītas sīkākās apakšnodaļās. Pirmā nodaļa „Dizaina process un metodes” veltītas īsam, konspektīvam apskatam par to, kas ir sociālais dizains, kādi ir tā darbības pamatprincipi, tā sniedzot lasītajam priekšstatu par dizaina izmantošanu sociālu problēmu risināšanā. Otrā nodaļa „Vardarbības ekosistēma” ir veltīta jau minētajai vardarbībā iesaistīto pušu kartēšanai un kritiskai analīzei. To var

uzskatīt par ziņojuma sākuma punktu un bāzi. Trešā nodaļa „Kampaņas” ir teorijā un specifisku gadījumu apskatos balstīta nodaļa, kuras galvenais mērķis ir sniegt detalizētu un pamatotu skatījumu par informēšanas kampaņu par vardarbības pret sievietēm novēršanu mērķiem, veidiem, nosacījumiem un veiksmīgākajiem risinājumiem. Ceturtā nodaļa „Sabiedrība” sniedz atbildi uz jautājumu, kam paredzēta kampaņa, un var tikt uzskatīta kā ievads piektajai nodaļai „Testēšana”. Līdzīgi kā trešā nodaļa, arī nodaļa „Sabiedrība” ir teorijā un gadījumu izpētē balstīts pamatojums, tikai šoreiz par mērķgrupu iedalījumiem un izvēli. Secīgi, „Testēšana” ir praktiskās izpētes rezultātu apkopojums un analīze un tādējādi arī „visdzīvākā” nodaļa, kurā tiek ieskicēti dzīvesstāsti, atklājas pieredzes, redzējumi, vērtējumi, domas un sajūtas. Šī ir nodaļa, kurā, balstoties uz veiktajām intervijām un aptaujām, tiek veidotas personas (sīkāk par tām var lasīt apakšnodaļā „Testēšanas metodoloģija”) un tām pielāgoti kampaņas elementi, kas apkopoti noslēdzošajā sestajā nodaļā „Kampaņu elementi”. Šajā nodaļā ir koncentrētā veidā apkopotī būtiskākie kampaņu elementi, kas jāņem vērā kampaņas izveidē katrai no ziņojumā ietvertajai mērķgrupai.

SATURS

1. INFORMĀCIJAS DIZAINS / DIZAINA PROCESS / DIZAINA METODES	5
1.1. Dizaina process	06
1.2. Infomācijas dizains	07
1.3. Sociālais dizains	09
2. VARDARBĪBAS EKOSISTĒMA	12
2.1. Vardarbības redzējumi	13
2.2. Vardarbības problēmā iesaistītās puses	18
2.3. Vardarbības ekosistēmas SVID	19
2.4. Secinājumi par ekosistēmu	47
3. KAM? SABIEDRĪBA	48
3.1. Kam paredzēta kampaņa?	49
3.2. Mērķgrupu izvēles pamatojums	54
4. KAMPAŅAS. ELEMENTU AUDITS, ANALĪZE UN TESTĒŠANA	56
4.1. Kampaņu veidi un mērķi	57
4.2. Nosacījumi efektīvas kampaņas izveidei	60
4.3. Latvijas un ārzemju kampaņu piemēri un audits	62
4.4. Testēšanas metodoloģija	84
4.5. Testēšanas rezultāti	86
5. REKOMENDĀCIJAS EFEKTĪVĀS KAMPAŅAS IZVEIDĒ	99
5.1. Kaimiņi	100
5.2. Varmāku draugi	102
5.3. Policija	104
5.4. Sievietes	107
5.5. Ierēdņi	111
<i>Lietotie termini un saīsinājumi</i>	112
<i>Literatūras saraksts</i>	113

1.

INFORMĀCIJAS DIZAINS
DIZAINA PROCESS
DIZAINA METODEDES

DIZAINA PROCESS

Veiksmīgas kampaņas izveides ieteikumu pamatā ir dizaina process, ar kura starpniecību tiek meklēts veiksmīgākais informācijas dizaina risinājums. **Izmantojot dizaina procesu – dizaina domāšanu un metodes –, tiek atklāts gan problēmu loks, gan identificētas atsevišķas konkrētas problēmas, kas ir saistītas ar šīs informācijas lietotājiem – dizaina procesa rezultātā identificētām mērķauditorijām.** Ņemot vērā, ka vardarbība ir sociāla problēma, informācijas dizainā tiek ietverti arī sociālā dizaina aspekti, tāpat tiek izvērtēti arī tie aspekti, kas saistās ar informācijas nodošanas formātu un vidi, lai tā sasniegtu attiecīgo mērķauditoriju un būtu tai saprotama. Šajā posmā savukārt tiek izmantoti pieredzes un procesa dizaina elementi.

Dizaina process aizsākas ar īstās (konkrētās) problēmas noskaidrošanu un noslēdzas ar tās atrisinājumu. Dažādos izpētes, ideju ģenerēšanas, prototipēšanas un testēšanas posmos tiek pielietotas dažādas metodes, kas aprobežtas starptautiskos dizaina pētniecības un izglītības centros.

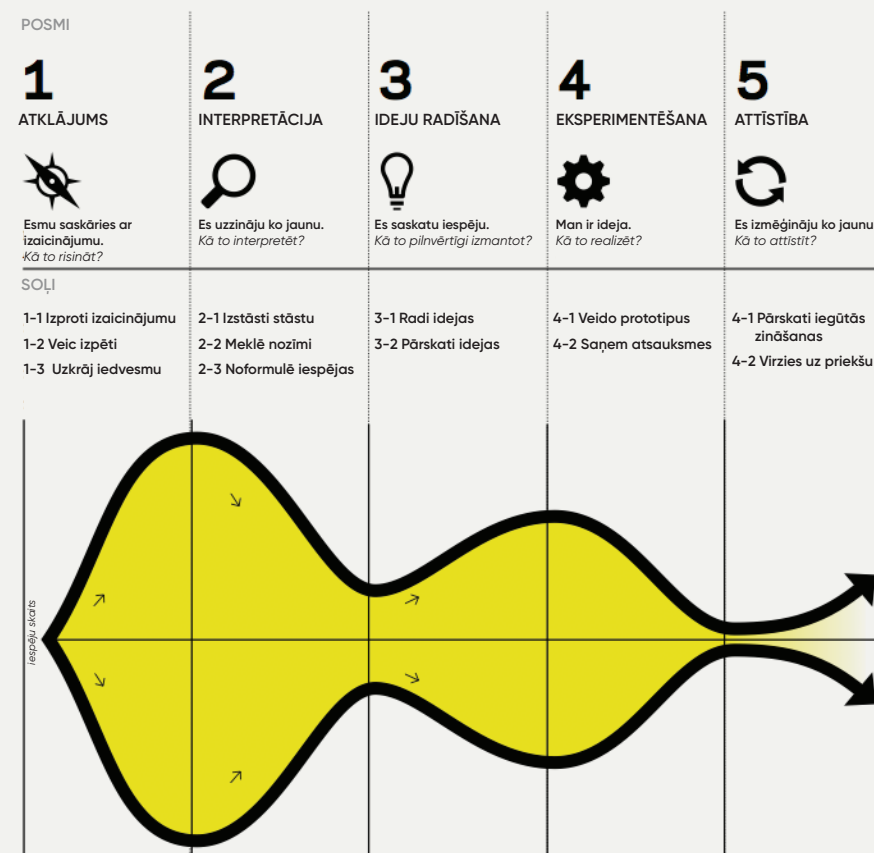
Informācijas dizainā (1.2. att.), **sociālajā dizainā** (1.3. att.) **un procesa dizainā** (1.1. att.) **pielietoto metožu kombinācija ļauj rast iespējami precīzākos risinājumus izvēlēto mērķauditoriju informēšanai par vardarbības problēmām pret sievieti partnerattiecībās.** Prognozējot, ka dizaina pētniecības rezultātā tiks identificēta viena vai vairākas mērķauditorijas – gala lietotājs/-i (*end user* – angļu val.), izpēte paredz arī noskaidrot katrai konkrētai auditorijai raksturīgo informācijas uztveres vidi un veidu.

Dažādo dizaina jomu pārklāšanās, iesaistīto pušu (nozaru) kompetenču starpdisciplināritāte un iesaistīto speciālistu sadarbība padara problēmas definēšanu, izpēti, procesa modelēšanu, rezultāta izstrādi un rezultātu integrāciju par visaptverošu, ļoti apjomīgu un koordinētu procesu.

Tieši vairāku nozaru pārklāšanās spēj nodrošināt produkta, pakalpojuma vai informācijas lietotājam/-iem pilnvērtīgāku, kompleksāku, efektīvāku un ilgtspējīgāku problēmas risinājumu.

1.1. Dizaina procesa piecas fāzes. Dizaina uzņēmums IDEO

The five phases of the design process.
Design company IDEO



INFORMĀCIJAS DIZAINS

Informācijas dizainā tāpat kā jebkurā citā jomā var tikt izmantots pilns dizaina process, kas sastāv no vairākiem posmiem, kuros tiek veikta izpēte, identificēta konkrēta problēma, apskatīti vairāki problēmas risināšanas veidi, tālāk atlasīts atbilstošākais, kas tiek prototipēts, testēts, uzlabots un piegādāts. Katrā posmā pēc vajadzības var tikt pielietota viena vai vairākas dizaina metodes – kartēšana, intervēšana, anketēšana, „prāta vētras”, ēnošana, personas izveide, darīt pēc parauga, lietotāja profils, scenāriji, lomu spēles, iejušanās lietotāja ādā / empātija, vizualizēšana, kolāža, prototipēšana, riki, lietotāja dienasgrāmata, skaitļi, kvantitatīvās aptaujas, scenārija modelēšana (*storyboarding* – angļu val.) u.c.

Procesu veido 3 posmi – izpēte, izgatavošana, pārbaudīšana un piegādāšana. Katru posmu veido 2 soļi, kopumā **6 soļos** tiek sasniegts vēlamais rezultāts. Katrā posmā pēc vajadzības var tikt pielietotas viena vai vairākas dizaina metodes.

1. IZPĒTE

Atklāt – situācijas izpēte (kopīgais konteksts – vēsture, fakti, liecība, konteksts).

Definēt – problēmas definēšana (iss lietas izklāsts – izpratne, vajadzība, mērķis).

2. IZGATAVOŠANA

Attīstīt – ideju / koncepciju attīstīšana (daudzi iespējamie risinājumi – idejas, infografiki, skices, maketi u.c.).

Izgatavot – idejas prototipēšana reālā situācijā (izšķiršanās par 1 nozīmīgāko ideju – sagatavošanās testēšanai).

3. PĀRBAUDĪŠANA UN PIEGĀDĀŠANA

Atrast – nepilnību un kļūdu noskaidrošana (testēšana – jautāt, uzklaut, atgriezeniskā saite ar lietotāju, ieraudzīt nepilnības, uzlabot).

Attīrīt – visa liekā atmešana (nodošana lietotājam – vizuālais, tehniskais, informatīvais materiāls, saprotamība visām iesaistītajām pusēm).

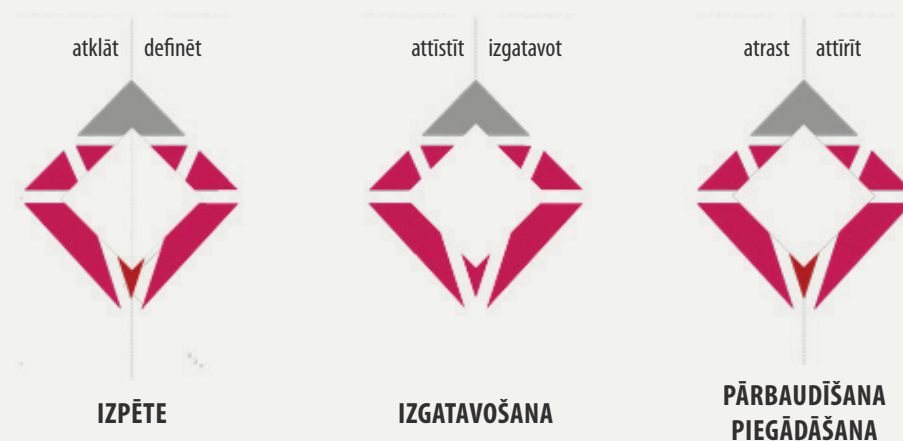


1.2. Trīskāršie dimanti.

Britu Dizaina padome un Starptautiskais informācijas dizaina institūts.

Triple Diamond.

British Design Council and International Institute of Information Design IIID.



INFORMĀCIJAS DIZAINA PROCESS

Iespējamā mērķauditorija

Varmākas draugs

IZPĒTE		IZGATAVOŠANA		PĀRBAUDĪŠANA UN PIEGĀDĀŠANA	
<p>atklāt</p> <p>Varmākas draugam nav pietiekamas informācijas un izpratnes par to, kas ir vardarbība partnerattiecībās, kādi ir vardarbības veidi un to atpazīšana. Viņš nevar palīdzēt draugam vardarbības izskaušanā, jo viņš nezina, kā to izdarīt.</p> <p>Metodoloģija Ar vardarbību saistītas informācijas apkopošana: cēloņi, iemesli, sekas, likumdošanas akti, publikācijas u.tml.</p>	<p>definēt</p> <p>Problēmas definēšana – pārprastas neitralitātes ievērošana draudzīgo, lietišķo vai darījuma attiecību vārdā. Ilglaicīgi sabiedrībā kultivētie stereotipi, ka vardarbība ģimenē ir personiska lieta.</p> <p>Metodoloģija Cilvēku personiskās pieredzes un rīcības modeļu apkopošana, situācijas kartēšana, lietotāja (varmākas drauga) profila izveide – mērķauditorijas raksturīgāko iezīmju apkopošana.</p>	<p>attīstīt</p> <p>Iespējamie risinājumi: radīt informācijas rīku vīrieša varmākas draugam, lai viņš pastarpinātā veidā varētu nodot ziņu varmākam, ka vīriešu kopiena viņu izstums, novērsīsies no viņa, ka ir iespējas brīvprātīgi un piespiedu kārtā ārstēties, ka pretējā gadījumā viņam draud ieslodzījuma vieta.</p> <p>Metodoloģija Iespējamā negatīvā scenārija vizualizēšana ar kartēšanas (<i>storyworld</i> – angļu val.) un scenārija izveides (<i>storyboard</i> - angļu val.) metodi.</p>	<p>izgatavot</p> <p>Idejas/-u pārvēršana prototipos – rīkos, kas var palīdzēt varmākas draugam atpazīt vardarbību un sarunāties ar draugu varmāku. Izgatavot komiksu, kurā ar negatīvu tēlu palīdzību tiek izstāstīts neglaimojošais stāsts.</p> <p>Metodoloģija Radīt informācijas prototipu testēšanai reālā vidē – sociālajā vietnē draugu grupas ietvaros, neminot vardarbīgās personas vārdu.</p>	<p>atrast</p> <p>Apkopot un analizēt sociālajā vietnē gūtos komentārus. Izmantot tos komiksa vizuālo un tekstuālo kvalitāšu uzlabošanā.</p> <p>Metodoloģija Izmantojot metodi „pēc izvēlētā parauga”, lietot veiksmīgu analoģu sociāli svarīgas informācijas nodošanai ar animācijas paņēmienienu.</p>	<p>attīrīt</p> <p>Par vardarbību partnerattiecībās stāstošā komiksa iespējamā pārvēršana animācijā un jaunu informācijas kanālu izmantošana plašākas vīriešu mērķauditorijas informēšanai par vardarbības juridiskajām sekām.</p> <p>Metodoloģija Tiek radīts scenārijs, balstīts uz reāliem notikumiem.</p>

SOCIĀLAIS DIZAINS

Sociālais dizains – dizaina virziens, kas izmanto dizaina pamatprincipus sociālu problēmu (piemēram, nabadzība, diskriminācija) risināšanā, kā arī ilgtspējīgas sabiedrības radīšanā un labbūtības līmeņa celšanā.


Sociālā problēma – jebkuri apstākļi vai uzvedība, kam ir negatīva iedarbība uz lielu cilvēku skaitu.

Sociāli atbildīgā dizaina modeļa būtība ir dažādu sfēru sadarbības nozīme vēlamu rezultātu sasniegšanai. Jaunākie sociālā dizaina modeļi var neietvert sevi priekšmetiskās vides dizainēšanu, tie var veidot jaunas sistēmas, stratēģijas un scenārijus vai arī pilnveidot jau esošās formas cilvēku labbūtības vairošanai. Sociālo problēmu veiksmīgai risināšanai kopīgā sadarbības sistēmā var tikt iekļautas valsts institūcijas, nevalstiskās organizācijas, privātie uzņēmumi, vietējās kopienas un citi. Jāatzīmē, ka, veidojot kādu sociālā dizaina modeļi, svarīgi ir veikt konteksta izpēti (lokālā kultūrvēsture, teritoriālās īpatnības, sociālantropoloģija / minietnogrāfija u.c.), jo vienai konkrētai situācijai izveidotais veiksmīgi funkcionējošais risinājums var būt pilnīgi neefektīvs citur atšķirīgā konteksta dēļ.

Sociālā dizaina procesu ievada konkrētās sociālās problēmas konteksta priekšizpēte un noslēdz vēlamā rezultāta sasniegšana.

Sociālā dizaina procesu veido 6 posmi:

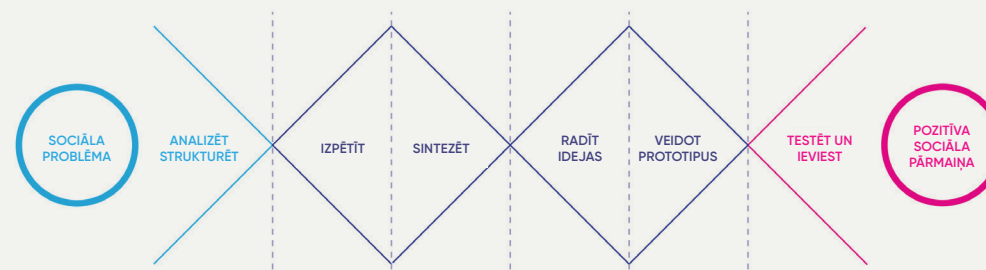
- 1) analizēt un strukturēt –** problēmloka konteksta (vēstures, etnogrāfijas, vietas u.c.) cēloņu un sakarību noskaidrošana un strukturēšana;
- 2) izpētīt –** mērķauditorijas situācijas (uzvedības modeļi, vērtības, tradīcijas, ieradumi, pulcēšanās vietas, informācijas iegūšanas un apmaiņas formas u.c.) izpēte un empatizēšana;
- 3) sintezēt –** vienas nozīmīgākās problēmas identificēšana;
- 4) radīt idejas –** vairāku vienas problēmas risinājuma variantu ģenerēšana;
- 5) veidot prototipus –** izšķiršanās par piemērotāko risinājumu un tā izgatavošana / maketēšana / prototipēšana;
- 6) testēt un ieviest –** idejas testēšana reālā situācijā, nepilnību un kļūdu pamanīšana, novēršana, uzlabošana un ieviešana.

 1.3. **Sociālā dizaina procesa shēma**
Sociālās ietekmes centrs
Social design process
The Center of Social impact

Uz cilvēku centrēta pieeja
Izprast un definēt sociālās problēmas

Sadarbības pieeja
Saskatīt iespējas un radīt idejas

Dizaina pieeja
Rīkoties, lai radītu pozitīvas sociālās pārmaiņas



SOCIĀLĀ DIZAINA PROCESS

Iespējamā mērķauditorija

Cietusī sieviete

SOCIĀLĀS PROBLĒMAS	TULKOT UN STRUKTURĒT	IZPĒTĪT	SINTEZĒT
<p>Vardarbīgās partnerattiecībās cietušās sievietes neapzinās savas tiesības. Šīm sievietēm nav skaidri rīcības modeļi, kā rīkoties vardarbības gadījumā.</p>	<p>Mērķauditorijai – cietušajai sievietei – paredzētās informācijas apzināšana.</p> <p>Mērķauditorijai palīdzību un atbalstu sniedošo institūciju apzināšana (Valsts un pašvaldības policija, atbalsta platformas, NVO u.c.). To pieredze un rīki darbā ar vardarbības pret sievieti problēmjaūtājumu loku.</p> <p>Metodoloģija Dažādo rīku apzināšana un apkopošana. Dažādu formātu (klātienē, telefoniski) intervijas ar cietušajām sievietēm.</p>	<p>Informācijas (kampaņas, atbalsta tālruņi, publikācijas, pieteikumi policijai un tiesai par nošķiršanu u.c.) vizuālā un tekstuālā formāta izpēte. Attiecīgā materiāla testēšana kopā ar cietušajām sievietēm un viņām atbalstu sniedošām institūcijām vai platformām. Vizuālo kodu un teksta satura pārbaude tiešajā mērķauditorijā.</p> <p>Metodoloģija Esošā vizuālā, tekstuālā materiāla un rīku korekcija atbilstoši iesaistītās mērķauditorijas ieteikumiem.</p>	<p>Jaunas informācijas izplatīšanas formas, kas atbilst mērķauditorijas ieradumiem, ikdienas aktivitāšu struktūrai un secībai.</p> <p>Metodoloģija Vēlamā vizuālā, tekstuālā materiāla un rīku korekcija atbilstoši iesaistītās mērķauditorijas ieteikumiem.</p>

SOCIĀLĀ DIZAINA PROCESS

Iespējamā mērķauditorija

Cietusi sieviete

RADĪT IDEJAS	RADĪT PROTOTIPUS	TESTĒT UN IEVIEST	POZITĪVĀ SOCIĀLĀ PĀRMAIŅA
<p>Ideju ģenerēšana – kādi scenāriji, rīki, formas u.c. nodarētu kritiskā situācijā nonākušas sievietes informēšanai, nepieciešamo darbību un saziņas atvieglošanai.</p> <p>Ņemot vērā iepriekš iegūto informāciju un izmantojot personas izveides metodi, noteikt divas galvenās mērķauditorijas grupas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) sociāli labvēlīga un finansiāli nodrošināta grupa; 2) sociāli nelabvēlīga un finansiāli nenodrošināta grupa. <p>Metodoloģija</p> <p>Jaunu formu informācijas materiāla dizainēšana atbilstoši</p> <p>2 dažādu sieviešu mērķauditoriju saziņas valodai, dzīvesveidam un ieradumiem.</p>	<p>Ideju pārvēršana prototipos (elektroniskie baneri, skrejlapas, uzlīmes uz noteiktām produktu grupām u.c.).</p> <p>Metodoloģija</p> <p>Informatīvā materiāla izgatavošana dažādos formātos un to pirmstestēšana šaurākā lokā – nelielās grupās, iesaistot 2 dažādu sieviešu mērķauditoriju dalībnieces un viņām pietuvinātas personas.</p> <p>Informācijas kanālu identificēšana atbilstoši attiecīgajām mērķgrupām.</p>	<p>Jaunradītā informācijas dizaina produkta testēšanā un ieviešanā tiek veikta mērķtiecīga projektēšana – informācijas kanāla izvēles sasaiste ar mērķauditorijas/-u visvairāk lietotajiem medijiem, nevis ar reitingu vai skatījumu skaitu.</p> <p>Informācijas izplatīšanai var tikt izskatītas arī neelektroniskās vai citas plašsaziņas formas, ka arī citi alternatīvi veidi.</p> <p>Metodoloģija</p> <p>Testēt idejas plašākā lokā – gan ar abu mērķgrupu iesaisti, gan pilnīgi atšķirīgās mērķauditorijās.</p> <p>Veidot atgriezenisko saiti un apkopot testa rezultātus.</p> <p>Pilnveidot idejas, sagatavot tās ieviešanai.</p>	<p>Mērķis – pozitīvas sociālas pārmaiņas – var tikt sasniegts īslaicīgi un ilgākā laika posmā, ja tajā savstarpēji koordinēti iesaistās visas attiecīgās puses.</p> <p>Piemēram, ja policija, kas ir pirmā institūcija, pie kuras vēršas cietusi sieviete, nebūs veikusi policistu apmācību par korektu un raitu reakciju vardarbīgā situācijā, tad jebkura jauna kampaņa, kas iedrošinās sievieti rīkoties, nerasniegs vai pat deformēs vēlamo sociālo pārmaiņu.</p> <p>Dizainētā aktivitāte sasniegs vēlamo rezultātu, ja tā tiks izmantota kā daudzkārtējs, ilglaicīgs pasākums ar pēctecību un ja tā būs kompleksa risinājuma daļa.</p>

2.

**VARDARBĪBAS
EKOSISTĒMA**

VALSTS INSTITŪCIJAS



- LABKLĀJĪBAS MINISTRIJA
- TIESLIETU MINISTRIJA
- IEKŠLIETU MINISTRIJA
- IZGLĪTĪBAS UN ZINĀTNES MINISTRIJA
- VESELĪBAS MINISTRIJA
- MINISTRU KABINETS
- SAEIMA, SAEIMAS KOMISIJAS
- JURIDISKĀS PALĪDZĪBAS ADMINISTRĀCIJA
- VALSTS TIESU MEDICĪNAS EKSPERTĪZES CENTRI
- TIESAS
- TIESĪBSARGS
- VALSTS PROBĀCIJAS DIENESTS
- VALSTS BĒRNU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS INSPEKCIJA
- VESELĪBAS APRŪPES IESTĀDES UN TO DARBINIEKI

TIESISKĀS IETVARS



- MK NOTEIKUMI NR. 161. KĀRTĪBA, KĀDĀ NOVĒRŠ VARDARBĪBAS DRAUDUS UN NODROŠINA PAGAIÐU AIZSARDZĪBU PRET VARDARBĪBU
- MK NOTEIKUMI NR.790 „SOCIĀLĀS REHABILITĀCIJAS PAKĀLPOJUMU SNIEGŠANAS KĀRTĪBA NO VARDARBĪBAS CIETUŠĀM UN VARDARBĪBU VEIKUŠĀM PILNGADĪGĀM PERSONĀM”
- CIVILPROCESA LIKUMS
- LIKUMS „PAR POLICIJU”
- KRIMINĀLPROCESA LIKUMS
- PSIHOLOGU LIKUMS
- LIKUMPROJEKTS „PAR EIROPAS PADOMES KONVENCIJU PAR VARDARBĪBAS PRET SIEVIETĒM UN VARDARBĪBAS ĢIMENĒ NOVĒRŠANU UN APKAROŠANU”
- BĒRNU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS LIKUMS
- BĀRIŅTIESU LIKUMS

POLITISKĀS PLĀNOŠANAS DOKUMENTI



- ĢIMENES VALSTS POLITIKAS PAMATNOSTĀDNES 2011.- 2017.GADAM
- INFORMATĪVIE ZĪŅĀJUMI „PAR VARDARBĪBAS PRET SIEVIETĒM UN VARDARBĪBAS ĢIMENĒ GADĪJUMIEM, TO IZPLĀTĪBU UN DINAMIKU” 2012., 2013., 2014., 2015. GADĀ
- NAP
- VALSTS POLICIJAS ATTĪSTĪBAS KONCEPCIJA 2016. - 2018. GADAM
- SABIEDRĪBAS VESELĪBAS PAMATNOSTĀDNES 2014.-2020. GADAM

STARPTAUTISKS ATBALSTS

- ZIEMEĻU MINISTRU PADOMES BIROJS LATVIJĀ „NORDEN”
- CENTRS „ALTERNATĪV TIL VOLD”
- (INTERVENĒS PROGRAMMA „ALTERNATĪVA VARDARBĪBAI”) (NORVĒGIJA)
- „OAK FOUNDATION” (ŠVEICE)
- PASAULES VESELĪBAS ORGANIZĀCIJA (WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO)
- ANO

PAŠVALDĪBU INSTITŪCIJAS



- PAŠVALDĪBAS
- PAŠVALDĪBU POLICIJAS
- PAŠVALDĪBU SOCIĀLĪE DIENESTI
- BĀRIŅTIESAS
- VESELĪBAS APRŪPES IESTĀDES UN TO DARBINIEKI

MEDIJI



- ELEKTRONISKE
- DRUKĀTIE
- SOCIĀLIE
- TV
- RADIO

IZGLĪTĪBA



- PAMATIZGLĪTĪBA
 - VISPĀRĒJĀ VIDĒJĀ IZGLĪTĪBA
 - PROFESIONĀLĀ IZGLĪTĪBA
 - AUGSTĀKĀ IZGLĪTĪBA
 - PROFESIONĀLĀS PILNVEIDES IZGLĪTĪBA
 - TĀLĀKIZGLĪTĪBA / MŪŽIZGLĪTĪBA
 - SEMINĀRI, KONFERENCES, DARBŅĪCAS
- Specifiski - ar problēmjaudātājumu saistītu profesijas pārstāvju izglītība - policisti, medicīnas un sociālie darbinieki, tiesneši, valsts un pašvaldības ierēdņi u.c.*

STATISTIKA, DATI



- SOCIĀLO DIENESTU DATI PAR VALSTS FINANSĒTĀJIEM SOCIĀLĀS REHABILITĀCIJAS PAKĀLPOJUMIEM VARDARBĪBĀ CIETUŠĀM PILNGADĪGĀM PERSONĀM UN VARDARBĪBAS VEICĒJIEM
- VALSTS POLICIJAS DATI PAR REĢISTRĒTĀJIEM ĢIMENES KONFLIKTIEM, NOŠĶĪRUMIEM UN POLICIJAS AIZSARDZĪBĀ ESOŠĀJĀM PERSONĀM
- IEKŠLIETU MINISTRIJAS INFORMĀCIJAS CENTRA DATI PAR UZSĀKTĀJIEM KRIMINĀLPROCESIEM
- SLIMĪBU PROFILAKSES KONTROLES CENTRA TRAUMU REĢISTRA DATI PAR STACIONĒTĀJIEM CILVĒKIEM, KAS GUVUŠI TRAUMAS VARMĀCĪBAS REZULTĀTĀ.



ATBALSTS



- NVO
- ATBALSTA UN PALĪDZĪBAS CENTRI
- INFORMATĪVAIS ATBALSTS
- FINANSIĀLAIS ATBALSTS
- RELIĢIĀS KONFESIJAS / BAZŅĪCA

SABIEDRĪBA



PĒTĪJUMI

VARDARBĪBAS EKOSISTĒMA

STARPTAUTISKS ATBALSTS



- ZIEMEĻU MINISTRU PADOMES BIROJS LATVIJĀ „NORDEN”
- CENTRS „ALTERNATĪV TIL VOLD”
- (INTERVENĒS PROGRAMMA „ALTERNATĪVA VARDARBĪBAI”) (NORVĒGIJA)
- „OAK FOUNDATION” (ŠVEICE)
- PASAULES VESELĪBAS ORGANIZĀCIJA (WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO)
- ANO

- EIROPAS DZIMUMU LĪDZTIESĪBAS INSTITŪTS (THE EUROPEAN INSTITUTE FOR GENDER EQUALITY - EIGE)
- EIROPAS KOPIENAS RĪCĪBAS PROGRAMMA DAPHNE
- ES PROGRAMMA „TIESĪBAS, VIENLĪDZĪBA UN PILSONĪBA” („RIGHTS, EQUALITY AND CITIZENSHIP” PROGRAMME)

- SOMIJAS VĒSTNICĪBA
- NĪDERLANDES KARALISTES VĒSTNICĪBA
- NORVĒGIJAS KARALISTES VĒSTNICĪBA
- ASV VĒSTNICĪBA

STARPTAUTISKS ATBALSTS



- ANO DEKLARĀCIJA PAR VARDARBĪBU PRET SIEVIETĒM MAZINĀŠANU (1993)
- EIROPAS PADOMES KONVENCIJA VARDARBĪBAS PRET SIEVIETI UN VARDARBĪBAS ĢIMENĒ NOVĒRŠANU UN APKAROŠANU (2011, STAMBULAS KONVENCIJA)
- EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA 2012/29/ES, AR KO NOSAKA NOZIEGUMOS CIETUŠO TIESĪBU, ATBALSTA UN

- AIZSARDZĪBAS MINIMĀLOS STANDARTUS UN AIZSTĀJ PADOMES PAMATLĒMUMU 2001/220/TI (2012)
- ZINIET SAVAS TIESĪBAS - DIREKTĪVA PAR CIETUŠO TIESĪBĀM (JUSTĪCIJA. EIROPAS TIESĪBU TĪKLS)

SOCIALO DIENESTU DATI PAR VALSTS
FINANSĒTAJĒM SOCIĀLĀS
REHABILITĀCIJAS PAKALPOJUMIEM
VARDARBĪBĀ CIETUŠĀM PILNGADĪGĀM
PERSONĀM UN VARDARBĪBAS VEICĒJĀM

VALSTS PROBĀCIJAS DIENESTS

VESELĪBAS APRŪPES IESTĀDES UN
TO DARBINIEKI SEMINĀRI, KONFERENCES, DARBNĪCAS
GIMENES VALSTS POLITIKAS PAMATNOSTĀDNES 2011.-2017.GADĀM
"BĀRĪNTIESU LIKUMS"

ZINIET SAVAS TIESĪBAS - DIREKTĪVA
PAR CIETUŠO TIESĪBĀM . JUSTICIA.
EIROPAS TIESĪBU TĪKLS.

SABIEDRĪBAS VESELĪBAS
PAMATNOSTĀDNES
2014.-2020.GADĀM
VALSTS BĒRNU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS INSPEKCIJA

EIROPAS PADOMES KONVENCIJA VARDARBĪBAS
PRET SIEVĒTI UN VARDARBĪBAS GIMENĒ
NOVĒRŠANU UN APKAROŠANU (2011.) (SAMPH)
PAMATIZGLĪTĪBA
LAS KONVENCIJA.)

LĪKUMS "PAR POLICIJU"
TĀLĀKIZGLĪTĪBA / MŪŽIZGLĪTĪBA
(INTERVENES PROGRAMMU "ALTERNĀTĪVA VARDARBĪBAI") (NORVĒGIJA)

PASAULES VESELĪBAS ORGANĪZĀCIJA
(WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO)
VESELĪBAS APRŪPE
IESTĀDES UN TO DARBINIEKI

TIESAS
IEKŠLIETU MINISTRIJAS
INFORMĀCIJAS CENTRA DATI PAR
UZSĀKTAJĒM KRIMINĀLPROCESIEM,

INFORMĀTĪVIE ŽIŅOJUMI
"PAR VARDARBĪBAS PRET
SIEVĒTIEM UN VARDARBĪBAS
GIMENĒ GADIJUMIEM,
TO IZPLĀTĪBU UN
DINAMIKU" 2012., 2013.,
2014., 2015.GADĀ

ELEKTRONISKIE

"PSIHOLOGU LIKUMS"

"BĒRNU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS LIKUMS"

"KRIMINĀLPROCESU LIKUMS"

SAIMA, SAIMAS KOMISIJAS

RADIO

DRUKĀTIE

SOCIĀLIE

LĪKUMPROJEKTS "PAR EIROPAS
PADOMES KONVENCIJU PAR
VARDARBĪBAS PRET SIEVĒTIEM UN
VARDARBĪBAS GIMENĒ NOVĒRŠANU
UN APKAROŠANU"
*Specifiski - ar problēm jautājumu saistītu
profesijas pārstāvju izglītība - policisti,
medicīnas un sociālie darbinieki, tiesneši,
valsts un pašvaldības ierēdņi u.c.



BĀRĪNTIESAS
PAŠVALDĪBU POLICIJA

JURIDISKĀS PALĪDZĪBAS ADMINISTRĀCIJA

NAP



MK NOTEIKUMI NR.790 "SOCIĀLĀS
REHABILITĀCIJAS PAKALPOJUMU
SNIEGŠANAS KĀRTĪBA NO VARDARBĪBAS
CIETUŠĀM UN VARDARBĪBU VEIKUŠĀM
PILNGADĪGĀM PERSONĀM".



TV

ANO DEKLARĀCIJA PAR VARDARBĪBU PRET
SIEVĒTIEM MAZINĀŠANU (1993.).

PAŠVALDĪBU SOCIĀLIE DIENESTI

RELIGIĀSKĀS KONFESIJAS/ BAZNĪCA

ATBALSTA UN PALĪDZĪBAS CENTRI

MK NOTEIKUMI NR. 161.- KĀRTĪBA,
KĀDĀ NOVĒRŠ VARDARBĪBAS
DRAUDUS UN NODROŠINA PAGAIÐU
AIZSARDZĪBU PRET VARDARBĪBU.

IZGLĪTĪBAS UN ZINĀTNES MINISTRIJA
LABKLĀJĪBAS MINISTRIJA

VALSTS POLICIJAS ATTĪSTĪBAS KONCEPCIJA
2016. - 2018. GADĀM

NVO



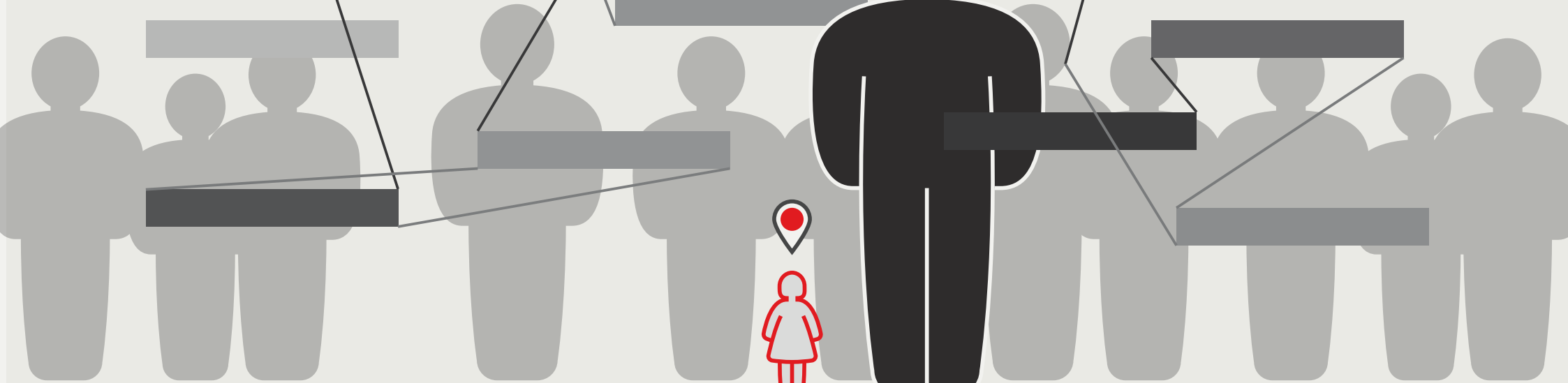
FINANSIĀLAIS ATBALSTS

PROFESIONĀLĀS BILNVEIDES IZGLĪTĪBA

INFORMĀTĪVAIS ATBALSTS



EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA
2012/29/ES, AR KO NOSAKA NOZIEGUMOS
CIETUŠO TIESĪBU, ATBALSTA UN AIZSARDZĪBAS
MINIMĀLOS STANDARTUS UN AIZSTĀJ PADOMES
PAMATLĒMUMU 2001/220/TI. (2012.)



2.1.

RELIGISKĀS KONFESIJAS/ BAZNĪCA

ATBALSTA UN PALĪDZĪBAS CENTRI

NVO



FINANSIĀLAIS ATBALSTS

INFORMATĪVAIS ATBALSTS

MK NOTEIKUMI NR. 161. – KĀRTĪBA,
KĀDĀ NOVĒRŠ VARDARBĪBAS
DRAUDUS UN NODROŠINA PAĢAIDU
AIZSARDZĪBU PRET VARDARBĪBU

IZGLĪTĪBAS UN PĀRVEIDZĪBAS
LABKLĀJĪBAS MINISTRIJA

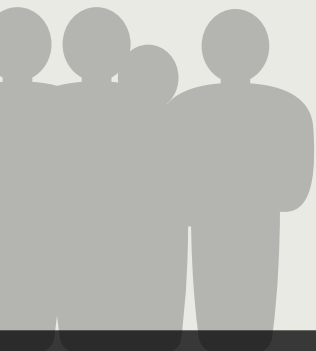
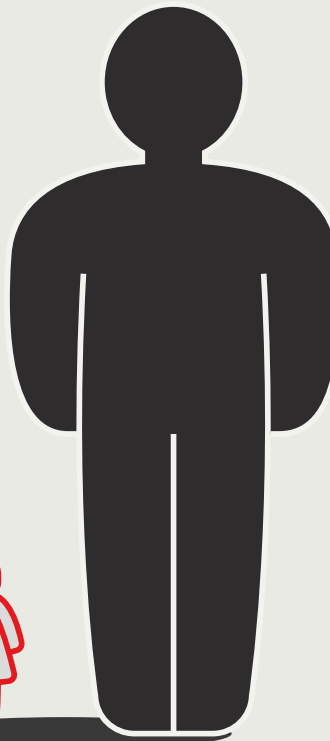
VALSTS POLICIJAS DATI PAR
REĢISTRĒTĀJIEM ĢIMESNES KONFLIKTIEM,
ROSKĪRUMIEM UN POLICIJAS AIZSARDZĪBĀ
ESOŠAJĀM PERSONĀM

VALSTS POLICIJAS ATTĪSTĪBAS KONCEPCIJA
2016. – 2018. GADAM

EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA
2012./29/ES, AR KO NOSAKA NOZIEGUMOS
CIETUŠO TIESĪBU, ATBALSTA UN AIZSARDZĪBAS
MINIMĀLOS STANDARTUS UN AIZSTĀJ PADOMES
PAMATLĒMUMU 2001/220/TI. (2012.)



PROFESIONĀLĀS PĒRNEVEIDES IZGLĪTĪBA

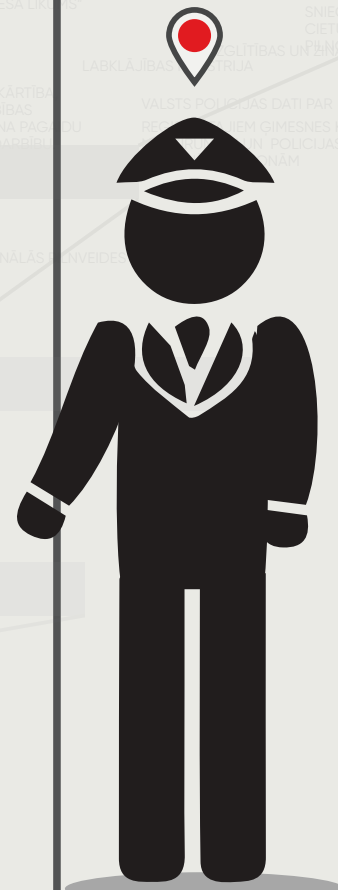


2.1.

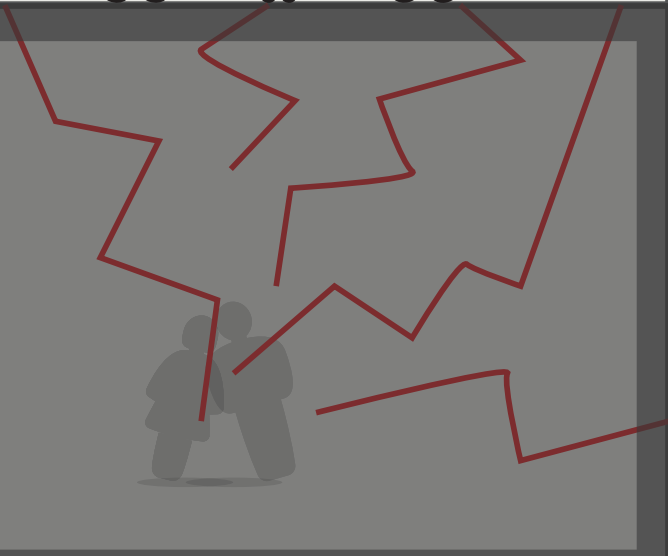
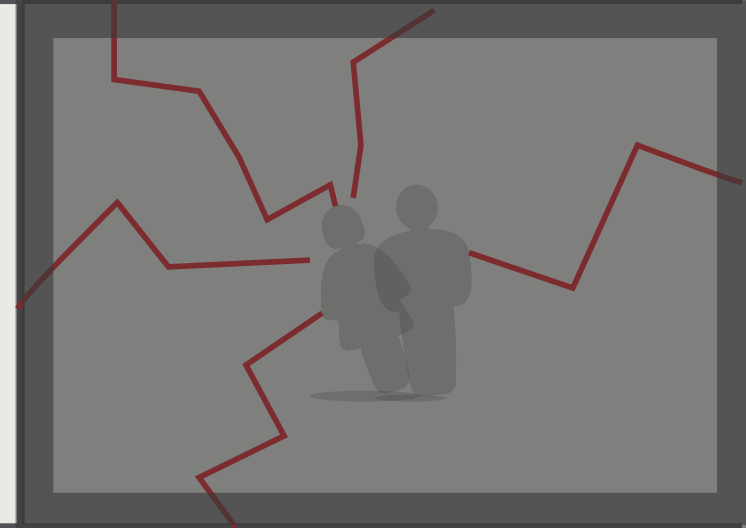
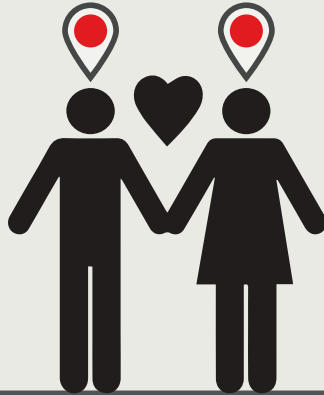
SOCIĀLO DIENESTU DATI PAR VALSTS

FINANSĒTIJĒM SOCIĀLĀS
REHABILITĀCIJAS PAKALPOJUMIEM
VARDARBĪBĀ CIETUSĀM PILNGADĪGĀM
PERSONĀM UN VARDARBĪBAS VEICĒJĒM

*Specifiski - ar problēmā izstrādājumu saistītu
profesijas pārstāvju izglītība - policisti,
medicīnas un sociālie darbinieki, tiesneši,
valsts un pašvaldības ierēdņi u.c.



2.1.



VARDARBĪBAS PROBLĒMĀ IESAISTĪTIE DALĪBNIEKI

Vardarbības ekosistēma veidota kā vardarbības problēmā iesaistīto dalībnieku kartējums / modelis.

Līdzīgi kā dabaszinātnēs, arī šeit ekosistēmu veido „dzīvie organismi” un „nedzīvā vide”, starp kuriem noris nepārtraukta mijiedarbība: kompleksa informācijas un enerģijas aprīte. „Dzīvie organismi” šajā gadījumā ir problēmsituācijā iesaistītie indivīdi, sabiedrības grupas, institūcijas u.c., kas problēmas risināšanā vai nerisināšanā izmanto „nedzīvos” elementus, piemēram, datus, starptautiskās normas, tiesību aktus u.c.

Ekosistēmas mērķis ir vienkopus attēlot visus vardarbībā iesaistītos

dalībniekus un elementus, uzsverot, ka vardarbība ģimenē nav privāta, divu cilvēku starpā radusies konfliktsituācija, bet gan komplicēta, strukturāla problēma.

Kā redzams shēmā, vīrietis varmāka ir tikai neliela daļa no vardarbībā pret sievieti iesaistītā personu un procesu loka, lai arī nešaubīgi – vistiešākā. Tomēr no vardarbībā cietušas sievietes skatupunkta vīrietis varmāka ir teju vienīgā problēma. Ekosistēmas kopējā darbība var vai nu sekmēt vardarbības izskaušanu un mazināt vīrieša varmākas ietekmi pār sievieti, vai – gluži pretēji – to veicināt. Ekosistēmas centrā ir novietota no vardarbības cietusi sieviete, tā uzsverot nepieciešamību pēc uz personu orientētas, institucionāli saskaņotas atbalsta sistēmas, kas šobrīd nav realitāte,

jo (potenciālajā) sievietes atbalsta sistēmā vērojama sadrumstalotība.

Vēl viens ekosistēmas modeļa mērķis ir pievērst uzmanību, ka sabiedrība, institūcijas, lēmējvara u.c. nav anonīma masa.

Aiz jebkura problēmā iesaistītā dalībnieka slēpjas konkrēts indivīds – ierēdnis, ārsts, sociālais darbinieks, ministrs u.c., kuri vienlaikus pārstāv arī atsevišķi izdalītās mērķgrupas, proti, kāds ir cietusi, kāds ir varmāka, kāda ir tuvinieks vai kaimiņš, kas izliekas nedzirdam, kāds – garāmgājējs, kas nekad nav saskāries ar vardarbību ģimenē. Tādējādi svarīgi apzināties, ka kampaņas tiek mērķētas arī uz šo cilvēku izglītošanu, papildus akcentējot viņu profesionālās darbības mērķus un atbildību.

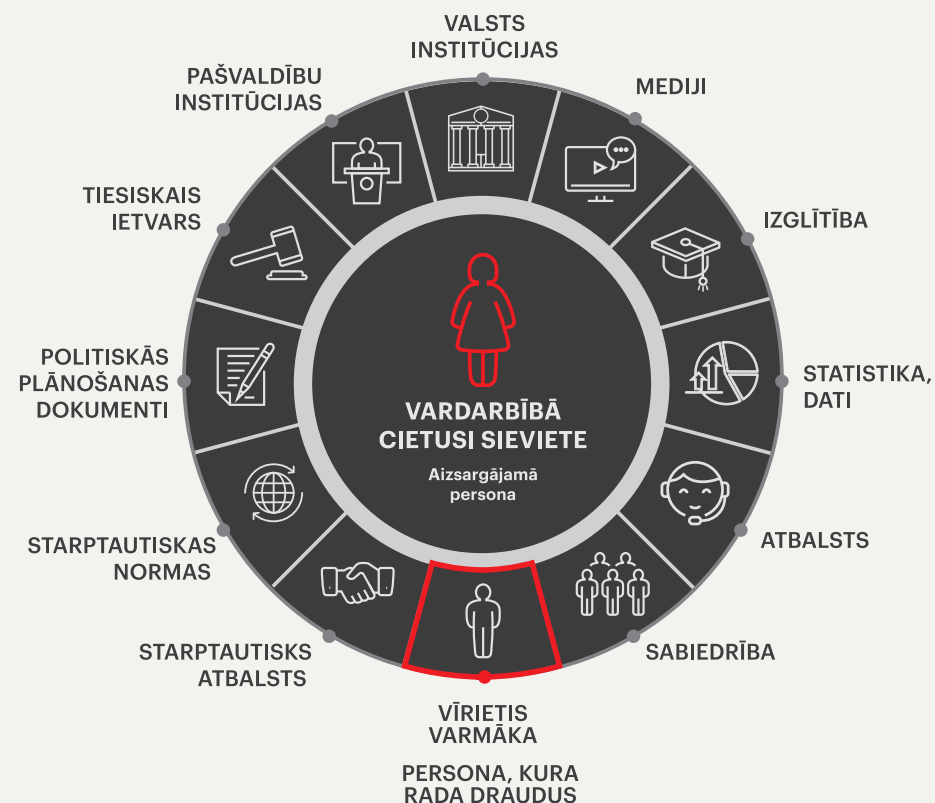
BŪTISKĀKO EKOSISTĒMAS DALĪBNIKU ANALĪZE


Izmantojot tādus dizaina kvalitātes kritērijus kā pieejamība, nolasāmība, lietojamība, turpmāk tiek veikts iesaistītā loka apskats.

Identificētie vardarbības sistēmas dalībnieki, to iesaistes līmenis un funkcijas tiek skatītas no pašu iesaistīto primāro un sekundāro mērķgrupu skatupunkta, pamatojoties ar vardarbību saistītās informācijas pieejamībā, saprotamībā jeb nolasāmībā un lietojamībā.

Tiek izmantota lietotāja ceļa (klienta maršruta, *user journey* – angļu val.) aplūkošana saistībā ar dažādu institūciju darbību, funkcijām, kā arī attieksmi pret lietotāju vai lietotājam svarīgiem jautājumiem. Katram iesaistītajam

dalībniekam (ne tikai vardarbībā cietušajai sievietei) ir atšķirīgs vienas vai vairāku ikdienas gaitu vai profesionālo problēmu risinājuma meklējumu ceļš. Procesa un informācijas dizainēšanā ir jāvērtē visu lietotāju visas „pieturvietas”. Pakalpojumu vai informācijas sniegšanas vietās un vidē ir jāieņemta gala lietotāja ādā. Jebkuram problēmjasūtājumam – juridiskas, medicīniskas, sociālas vai finansiālas dabas – ir jāpiedāvā vienkāršs, skaidrs un ērts risinājums, lai tas būtu pieejams ikvienai aizsardzību, aizstāvību un atbalstu meklējošai sievietei neatkarīgi no viņas vecuma, tautības, izglītības līmeņa, materiālā stāvokļa un citiem nošķirumiem.





 TIESISKAIS IETVARŠ	
Ministru kabineta (MK) noteikumi Nr. 161 „Kārtība, kādā novērš vardarbības draudus un nodrošina pagaidu aizsardzību pret vardarbību”	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
<p>Kopš 31.03.2014 ir spēkā MK noteikumi Nr. 161 „Kārtība, kādā novērš vardarbības draudus un nodrošina pagaidu aizsardzību pret vardarbību”, kur noteikta kārtība, kā tiek novērsti vardarbības draudi, nosaucot iesaistītās puses un piedāvājot nepieciešamo dokumentu formas aizsardzības pakalpojuma saņēmējam un sniedzējam.¹</p>	<p>MK noteikumu Nr. 161 „Kārtība, kādā novērš vardarbības draudus un nodrošina pagaidu aizsardzību pret vardarbību” un šī dokumenta pielikumu komunicēšana sabiedrībā un konkrētās mērķgrupās (policijas darbinieki, sociālie darbinieki, sievietes, cietušās sievietes u.c.) netiek prasmīgi veikta, jo nav identificētas mērķgrupu vajadzības – kādās situācijās katra mērķgrupa lieto dokumentus, kādas ir zināšanas, lai lietotu attiecīgos dokumentus, kur un kā apdraudētā persona var iegūt šo informāciju.</p>
	<p>Par kārtību, kādā risināmi vardarbības jautājumi un veicams nošķiršanas process, nav informēti pieteikami daudz valsts un pašvaldības policijas darbinieku.²</p>
<p>Funkcionāli ērti, ka likuma pielikumā ir atrodami ar likumu saistītie dokumenti – pieteikumu formas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. pielikums „Pieteikums policijas lēmuma par nošķiršanu pieņemšanai un pieteikums tiesai par pagaidu aizsardzību pret vardarbību”; 2. pielikums „Policijas lēmums par nošķiršanu”; 3. pielikums „Pieteikums par pagaidu aizsardzību pret vardarbību”. 	<p>Nespeciālistam (no vardarbības cietušajai sievietei, sievietes tuviniekam u.c.) grūti atšķirt, kura pieteikuma forma jāizmanto, kāda ir atšķirība starp pieteikumu saņēmējiem un līdz ar to arī aizsardzības formām.³</p>

¹ MK noteikumi Nr. 161
<https://likumi.lv/doc.php?id=265314>

² No intervijām ar 32 pašvaldības un valsts policijas darbiniekiem Rīgā un reģionos.

³ Informācija iegūta intervijās ar vairāk nekā 70 sievietēm.

 TIESISKAIS IETVARŠ	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
	<p>3. pielikuma forma un valoda ir sarežģīti uztverama, nav saprotams, kas tieši ir rakstāms katrā pieteikuma punktā. Līdz ar to tiek pieļautas interpretācijas un kļūdu iespējas, turklāt netiek vairots vardarbībā cietušās sievietes pašnovērtējums, ja viņa nespēj patstāvīgi aizpildīt pieteikumu. Šāds formāts ir lietotājam nedraudzīgs.</p>
	<p>Policijas darbinieki partnerattiecību konfliktos reti rosina sievietes sniegt pieteikumus par pagaidu aizsardzību pret vardarbību, tādējādi arī paši neaizpilda 2. pielikumu „Policijas lēmums par nošķiršanu”.</p>
	<p>Gadījumos, kad policijas darbinieks pieņem lēmumu par nošķiršanu un aizpilda attiecīgo dokumentāciju, tas ir ļoti laikietilpīgi (dokumenti jā sagatavo 3 eksemplāros), tas paildzina aizsardzības pakalpojuma sniegšanas laiku un ir neparocīgi konflikta risināšanas brīdī.</p>

TIESISKAIS IETVARŠ	
 Citi uz varmācības partnerattiecībās novēršanu attiecināmie likumi, veiktie grozījumi un likumprojekti	
<p>Civilprocesa likums¹ Iespēja izolēt no ģimenes (mājokļa) fiziskas, seksuālas, psiholoģiskas vai ekonomiskas vardarbības veicēju. Pagaidu aizsardzību pret vardarbību var lūgt caur tiesu (1 darbadienas laikā). Atvieglota pierādījumu nasta vardarbības upuriem, vienlaikus pastiprinot atbildību par nepatiesu ziņu sniegšanu tiesai.</p> <p>Likums „Par policiju”² Policijai ir tiesības pieņemt lēmumu par nošķiršanu izsaukuma laikā, ja pastāv tūlītēji draudi, pieņemot lēmumu likt personai, kas rada draudus, nekavējoties atstāt mājokli uz laiku līdz 8 dienām.</p>	<p>Policijas lēmumā par nošķiršanu var noteikt arī aizliegumu personai, kas rada draudus, kontaktēties ar aizsargājamo personu.</p> <p>Bāriņtiesu likums³ Bāriņtiesai ir iespēja patstāvīgi vērsties tiesā par pagaidu aizsardzību pret vardarbību (kas vērstā pret bērnu vai personu, kas pastāvīgi dzīvo ar to kopā), ja bērna vecāks vai aizbildnis objektīvi ir kavēts to darīt.</p> <p>Kriminālprocesa likums⁴ Noteiktas īpaši aizsargājamās cietušo kategorijas (tostarp nepilngadīgie,</p>
<p>+ Stiprās puses</p>	<p>- Vājās puses</p>
<p>Latvijas Republikas (LR) Tieslietu ministrija, LR Iekšlietu ministrija un Valsts policija ir ieguldījušas vērā ņemamus pūliņus, lai sakārtotu tiesisko ietvaru vardarbībā cietušās sievietes aizsardzībai un tiesību aizstāvībai – ir veikti grozījumi tiesību aktos, ierosināti likumprojekti, radīti noteikumi un normatīvie akti.</p>	<p>Likumu lielā skaita un iesaistīto institūciju dažādas piekritības dēļ ir sarežģīti izveidot koordinētu un uz viena problēmjaudātāja atrisināšanu vērstu darbību, tādēļ dažādos likumos paredzētā vardarbībā cietušās sievietes aizsardzība un aizstāvība netiek realizēta pietiekami efektīvi.</p>
<p>Paplašinātas Juridiskās palīdzības administrācijas funkcijas, nodrošināta cietušo personu konsultēšana. Funkcijas īstenošanai noslēgts līdzdarbības līgums ar križu un konsultāciju centru „Skalbes”. Aktivizēts palīdzības dienesta noziedzumu upuriem tālruna numurs – 116006.</p>	<p>Varmācības gadījumā cietusī sieviete viena pati nespēj orientēties dažādajās likumu normās, kas saistītas ar varmācības aktu un tiesisko aizsardzību, varmākas nošķiršanu, rehabilitācijas pakalpojumus, normatīvajos aktos, kas saistās ar bērnu tiesībām vecāku konflikta situācijā. Ir akūti nepieciešams juridisks atbalsts konsultāciju un pārstāvniecības tiesā formā.</p>

¹ Civilprocesa likums
<https://likumi.lv/doc.php?id=50500>

² Likums „Par policiju”
<https://likumi.lv/doc.php?id=67957>

³ Bāriņtiesu likums
<https://likumi.lv/doc.php?id=139369>

⁴ Kriminālprocesa likums
<https://likumi.lv/doc.php?id=88966>

⁵ Bērnu tiesību aizsardzības likums
<https://likumi.lv/doc.php?id=49096>

⁶ Psihologu likums
<https://likumi.lv/doc.php?id=290115>

⁷ Ministru kabineta noteikumi Nr.790
<https://likumi.lv/doc.php?id=50500>

⁸ Likumprojekts „Par Eiropas Padomes Konvenciju par vardarbības pret sievietēm un vardarbības ģimenē novēršanu un apkarošanu”
<https://likumi.lv/doc.php?id=271251>



VALSTS INSTITŪCIJAS

Labklājības ministrija, Tieslietu ministrija, Iekšlietu ministrija,
Izglītības un zinātnes ministrija, Veselības ministrija

+ Stiprās puses

- Vājās puses

Piecas no trīspadsmit LR ministrijām ir iesaistītas vienas – varmācība pret sievieti – problēmas risināšanā un novēršanā. Daudzi likumu grozījumi ir starpministriju un to pārraudzībā esošo institūciju darba rezultāts.

Starp piecām ministrijām pastāv fragmentāra un samērā smagnēja sadarbība gan rīcībdokumentu izstrādē, gan to satura respektēšanā, gan informācijas uzkrāšanā un izplatīšanā, gan ierēdņu izglītošanā u.c. Uz kopīgu mērķi vērstai efektīvai darbībai un pakalpojumu prototipēšanai pirms ieviešanas trūkst nepieciešamo resursu.

LR Tieslietu ministrija beidzamajos gados ir veikusi grozījumus virknē likumu, kuros tiek paredzēta aizsardzība pret vardarbību ģimenē un vardarbību pret sievieti. Attiecīgie materiāli atrodami LR Tieslietu ministrijas mājaslapā. Juridiskās palīdzības administrācija (JPA) ir LR Tieslietu ministrijas padotības iestāde, kuras pārraudzībā ir valsts nodrošinātas juridiskās palīdzības un valsts kompensācijas cietušajiem pārraudzība. Attiecīgā informācija ērti pieejama LR Tieslietu ministrijas un JPA mājaslapās.

LR Labklājības ministrija beidzamajos gados kopā ar lokāliem un starptautiskiem partneriem ir iniciējusi vairākas tālākizglītības / mūžizglītības formas, lai vairotu izpratni par varmācības dažādajām formām: 3 konferences, 2 seminārus, 1 darbnīcu speciālistiem. Divi no šiem pasākumiem veltīti tieši starpinstitucionālās sadarbības sekmēšanai.

LR Labklājības ministrijas mājaslapā (meklētājā izmantojot atslēgas vārdus „vardarbība pret sievieti”, „vardarbība”) nav atrodami tur esošie konferenču un semināru materiāli. Lai nokļūtu pie vērtīgajiem lokālo un starptautisko pētījumu, politiskās plānošanas, konferenču u.c. materiāliem, ir jāveic garš ceļš caur vairākiem šķēršļiem: nozares politika / bērni un ģimene / noderīga informācija / vardarbība ģimenē un vardarbība pret bērnu. Šāda digitālā vide ir nefunkcionāla un neļauj piekļūt informatīvajam materiālam plašākam lietotāju lokam.

LR Labklājības ministrija ir iniciējusi vairākus grozījumus un likumprojektus, kas saistīti ar vardarbības pret sievietēm novēršanu un apkarošanu.

LR Labklājības ministrijas mājaslapā (meklētājā izmantojot atslēgas vārdus „vardarbība pret sievieti”, „vardarbība”) nav atrodami tur esošie uz problēmjautājumu attiecināmie normatīvie akti un informācija par sociālo pakalpojumu pieejamību cietušajai sievietei.


**Labklājības ministrija, Tieslietu ministrija, Iekšlietu ministrija,
Izglītības un zinātnes ministrija, Veselības ministrija**

+ Stiprās puses

- Vājās puses

Divas LR valsts institūcijas vienlaikus realizē divus ar varmācības problēmjautājumu saistītus projektus. LR Labklājības ministrija realizē projektu „Izpratnes veidošanas kampaņa par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm „Vardarbībai patīk klusums”” un LR Labklājības ministrija sadarbībā ar Valsts policiju – projektu „Soli tuvāk: Kopienas vienotā atbilde uz vardarbību pret sievietēm gadījumiem”, tādējādi aptverot lielāku vardarbības ekosistēmā iesaistīto pušu un primāro un sekundāro mērķgrupu skaitu.

Projekti „Izpratnes veidošanas kampaņa par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm „Vardarbībai patīk klusums”” un „Soli tuvāk: Kopienas vienotā atbilde uz vardarbību pret sievietēm gadījumiem” ir sabiedrības izpratnes vairošanai un iecietības mazināšanai ārkārtīgi nozīmīgi, tomēr koordinācija, norišu laika grafiks un sazobe iesaistīto pušu un projektu aktivitāšu starpā ir nepietiekama – netiek apzināti kopīgie problēmjautājuma risināšanai nepieciešamie instrumenti, netiek kopīgi izmantoti iepriekšējie resursi (varmācības tēmai veltītās infografikas) un aktuālie rīki (policijas darbinieku apmācības un viņiem domāti informatīvie materiāli nonāks lietotāja rokās 2018. gada pirmajā pusē) vienotai informatīvai kampaņai, kā arī darbības sinhronizācija.

LR Veselības ministrija ir bijusi līdzdalīga, un tās mājaslapā ar ļoti sarežģītas elektroniskās saites palīdzību, aplūkojot citus informācijas avotus, var atrast tādus nozīmīgus materiālus kā, piemēram, “Vardarbība ģimenē pret sievieti” – rekomendācijas reprodūktīvās veselības ārstiem par pacientu izmeklēšanu un palīdzības sniegšanu.

LR Veselības ministrijas mājaslapā (meklētājā izmantojot atslēgas vārdus „vardarbība pret sievieti”, „vardarbība”) nav atrodama informācija par veselības aprūpes un citu ar to saistīto pakalpojumu pieejamību vardarbībā cietušajai sievietei.

LR Izglītības un zinātnes ministrijas mājaslapā atrodamas saites uz MK noteikumiem Nr. 281 „Noteikumi par valsts vispārējās vidējās izglītības standartu, mācību priekšmetu standartiem un izglītības programmu paraugiem”.¹

LR Izglītības un zinātnes ministrijas mājaslapā (meklētājā izmantojot atslēgas vārdus „vardarbība” un „vardarbība pret sievieti”) nav atrodama informācija par mācību priekšmeta saturu, kurā tiktu apskatītas cēloņsakarības vardarbībai pret sievieti problēmas skaidrošanā.

Veselības mācības saturā ir atrodamas norādes uz vairākām vardarbības problēmu skarošām sadaļām: 4. Mācību satura komponents „Sociālā vide laikā un telpā”: 4.9. veselība ģimenē; 4.10. vardarbība, tās veidi un palīdzības iespējas cietušajiem; 4.11. droša fiziskā vide; 8. Mācību satura komponents „Sociālā vide laikā un telpā”: 8.14. zina dažādu sabiedrisko normu un tradīciju uzskatu atšķirības par ģimeni un laulību; 8.15. apzinās nevienlīdzības un tiesību ierobežošanas situācijas ģimenēs.

Daži ar varmācību pret sievieti saistīti notikumi ir atrodami LR Iekšlietu ministrijas mājaslapas meklētājā. Piemēram, starptautiska konference „Novēršana, aizsardzība un reaģēšana uz vardarbību pret sievietēm: no normatīvajiem aktiem līdz to efektīvai izpildei” (22.05.2014).

LR Iekšlietu ministrijas mājaslapā (meklētājā izmantojot atslēgas vārdus „vardarbība” un „vardarbība pret sievieti”) nav atrodama informācija par aktivitātēm, kas tiek veiktas, lai sniegtu aizsardzību vardarbībā cietušām sievietēm.

¹ MK noteikumiem Nr. 281
<https://likumi.lv/doc.php?id=257229>



Ministru kabinets

+ Stiprās puses

- Vājās puses

MK ir likumu ierosināšanas tiesības, tas spriež un pieņem lēmumus par visu ministriju izstrādātajiem likumprojektiem un valsts politikas jautājumiem, arī par LR Labklājības izstrādātajām „Ģimenes valsts politikas pamatnostādņēm 2011.–2017. gadam”. Atsevišķa sadaļa tajās apskata tieši vardarbības problēmjautājumus ģimenē.

MK sastāvu veido visu ministriju ministri, un viņi ir informēti par ikvienas ministrijas izstrādātajiem likumprojektiem un valsts politikas pamatnostādņēm nozarēs. Tas nozīmē, ka vardarbības pret sievieti problēmjautājums ir zināms ne tikai piecām ar šīs problēmas risināšanu saistītām ministrijām (LR Labklājības, Tieslietu, Iekšlietu, Izglītības un zinātnes, Veselības ministrijai), bet arī visām pārējām.

Ministru politiskā piederība un viņu pārstāvētās partijas prioritātes un pārliecība reizumis var palēnināt likumprojektu virzību.



Saeima un Saeimas komisijas un komitejas

Saeima lemj par atbalstu likumprojektiem, komisiju deputāti uzklausa atbildīgo ministriju argumentus, kā arī nozares lietpratējus, sociālo partneru un nevalstisko organizāciju viedokļus.

Beidzamajos gados vairākos likumos, kas skar vardarbības ģimenē un partnerattiecībās tiesiskos aspektus, personu aizsardzību, tiesības u.tml., ir veikti grozījumi. Tie ir tikuši skatīti un apstiprināti Saeimā, tādējādi arī Saeimas deputāti ir informēti un līdzdalīgi vardarbības pret sievieti problēmjautājuma risināšanā.

Saeimā pārstāvēto deputātu politiskā piederība un viņu pārstāvētās partijas prioritātes un pārliecība reizumis var palēnināt likumprojektu pieņemšanu.



Juridiskās palīdzības administrācija

+ Stiprās puses

- Vājās puses

Nodrošina valsts nodrošināto juridisko palīdzību civillietās, tostarp pieteikuma par pagaidu aizsardzību pret vardarbību iesniegšanai tiesai. Ja pret personu ir vēsta vardarbība, tā tiek uzskatīta par īpašo situāciju, kas liedz personai nodrošināt savu tiesību aizsardzību. Valsts nodrošinātā juridiskā palīdzība var tikt piešķirta neatkarīgi no tā, vai personai ir vai nav piešķirts trūcīgas vai maznodrošinātas personas statuss.

Atbilstoši tiesiskajam regulējumam lēmums var tikt pieņemts 21 dienu laikā. Kaut arī praksē tiek ņemta vērā katra konkrētā situācija, lai pēc iespējas ātrāk palīdzētu cietušajai personai, tomēr krīzes situācijā nonākušai sievietei laika faktors ir ļoti svarīgs.

Cietusi persona pieprasījuma veidlapu ar pievienotajiem dokumentiem Juridiskās palīdzības administrācijā var iesniegt personīgi, nosūtīt pa pastu vai e-pastu jpa@jpa.gov.lv, izmantojot drošu elektronisko parakstu ar laika zīmogu vai portālu www.latvija.lv.

Dokumentu iesniegšana elektroniskā formātā ir komplikēta, ne visiem lietotājiem – cietušajām personām tā ir pieejama.

Funkcijas īstenošanai noslēgts deleģēšanas līgums ar krīžu un konsultāciju centru „Skalbes”, aktivizēts tālruna numurs 116006 „Palīdzības dienests noziegumu upuriem” un interneta vietne www.cietusajiem.lv. Zvanot uz šo tālruni, persona var saņemt emocionālu un psiholoģisku atbalstu, informāciju par cietušo procesuālajām tiesībām, iespējamiem pakalpojumiem un dienestiem.

Informācija par deleģēšanas līgumu JPA mājas lapā uzreiz nav pamanāma. Nav pieejama informācija – rīcības modeļa verbāls un vizuāls kompakts un viegli uztverams izklāsts (infografikas), kas varētu palīdzēt vardarbībā cietušai sievietei saprast, kurā brīdī kurš pierādījumu, palīdzības vai atbalsta instruments ir pieejams un attiecas tieši uz viņu, cik un kādi tie ir.



Tiesībsargs


+ Stiprās puses


- Vājās puses

Vardarbībā cietusi sieviete var vērsties pie Tiesībsarga, ja ir pārkāptas viņas cilvēktiesības, ja viņa ir tikusi diskriminēta vai nav ticis ievērots valsts varas tiesiskums vai labas pārvaldības princips viņas aizsardzības nodrošināšanā.

Neeksistē kompakts un viegli uztverams rīcības modeļa verbāls un vizuāls izklāsts (infografikas), kādā situācijā un kādā formā vardarbībā cietusi sieviete var vērsties pie Tiesībsarga.




2.3. Būtiskāko ekosistēmas dalībnieku analīze

	Tiesas
<p>Valstī darbojas 42 tiesas – 35 rajonu (pilsētu) tiesas, 6 apgabaltiesas un Augstākā tiesa, kas izskata civillietas, krimināllietas un administratīvās lietas. Normatīvais regulējums ir sakārtots un paredz gan civiltiesiskus, gan krimināltiesiskus līdzekļus vardarbībā cietušas sievietes aizstāvēšanai.</p>	
<p>Cietušajai sievietei tāpat kā ikvienam ir tiesības uz lietas izskatīšanu taisnīgā, objektīvā un neatkarīgā tiesā. Civilprocesa likums paredz, ka procesuālās aizsardzības līdzekļi ir piemērojami, konstatējot fizisku, psiholoģisku, seksuālu, ekonomisku vardarbību, kā arī vardarbīgu kontroli.</p>	<p>Krimināllietu izskata tiesa, kuras darbības rajonā izdarīts noziedzīgs nodarījums, tādējādi vardarbībā cietušajai sievietei nav iespējas izvēlēties tiesu, kas neatrodas viņas dzīves vietas tuvumā, ja vardarbība notikusi dzīves vietā.</p>
<p>Tiesu datu bāzē www.tiesas.lv atrodamas visu Latvijas tiesu adreses, nosaukumi un tālrunu numuri.</p>	<p>Neeksistē rīcības modeļa īss verbāls un vizuāls izklāsts (infografikas), kādā situācijā un kādā formā vardarbībā cietušajai sievietei jāvērstas tiesā.</p>
<p>MK noteikumos Nr. 96 „Noteikumi par tiesas sniegtajiem maksas pakalpojumiem” ir noteikts precīzs izdevumu apmērs, izdevumu noteikšanas principi, kā arī atbrīvojumi no samaksas.</p>	<p>Tiesāšanās ir saistīta ar izdevumiem – valsts nodeva, kancelejas nodeva, maksa par advokāta pakalpojumiem u.c. –, kas var atturēt vardarbībā cietušo sievieti vērsties tiesā, ja viņai nav brīvu naudas līdzekļu uzkrājums.</p>

 Valsts policija (VP)	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
<p>VP ir viena no tām institūcijām, kas viskvalitatīvāk izglīto savus darbiniekus par aizsardzības sniegšanu vardarbībā cietušām sievietēm.</p> <p>VP un Valsts Policijas koledža vairākkārt ir iesaistījušies kopīgā konferencē un semināru rīkošanā ar LR Labklājības ministriju un nevalstisko organizāciju partneriem.</p>	<p>VP darbinieku iesaiste varmācībā cietušās sievietes aizsardzības nodrošināšanā ir atšķirīga dažādās pašvaldībās.</p> <p><i>Rīgā, piemēram, VP dodas uz izsaukumu gadījumos, kad uz konfliktā iesaistītās personas vārda ir reģistrēts šaujamerocis. Tādējādi vardarbīgu ģimenes konfliktu risināšanā Rīgā VP neiesaistās bieži. Savukārt pašvaldībās, kurās nav savs pašvaldības policijas veidojums, tieši VP ir iesaistīta šādu jautājumu risināšanā.</i></p>
<p>VP ir iesaistījusies LR Labklājības ministrijas, resursu centra sievietēm „Marta”, LR Tieslietu ministrijas un Latvijas Lauku ģimenes ārstu asociācijas īstenotajā projektā „Soli tuvāk: Kopienas vienotā atbilde uz vardarbību pret sievietēm gadījumiem”.</p>	
<p>Atsevišķos semināros policijas darbiniekiem tiek skaidroti MK noteikumi Nr. 161 „Kārtība, kādā novērš vardarbības draudus un nodrošina pagaidu aizsardzību pret vardarbību”. No 2014. gada apmācīti 686 VP darbinieki.</p> <p>Valsts policijas uzskaitē pašlaik atrodas 1180 personas, par kurām pieņemts tiesas lēmums par pagaidu aizsardzību pret vardarbību.</p>	<p>Nav sagatavoti un izglītoti pietiekami daudz VP darbinieku ģimenes konfliktu risināšanai. Trūkst konkrētas, viegli uztveramas instrukcijas, kā rīkoties jauniešiem, tikko darbu sākušajiem policistiem.</p> <p>VP darbiniekiem trūkst informācijas par atbalsta formām un rehabilitācijas pakalpojumiem vardarbībā cietušajām sievietēm, tādēļ šāda informācija netiek nodota tālāk cietušajai. VP joprojām nepietiekami sadarbojas ar tādām vardarbībā cietušo sieviešu atbalsta platformām kā krīžu un konsultāciju centrs „Skalbes”, resursu centrs sievietēm „Marta” un līdzīgām galvaspilsētas un reģionālām organizācijām, kam ir ilglaicīga pieredze psiholoģiskās un konsultatīvās palīdzības sniegšanā. Nepietiekama ir sadarbība ar bāriņtiesām un sociālajiem dienestiem.</p>
<p>Valsts policijas rīcībā ir paškopējošās dokumentu veidlapas, kas samazina to aizpildīšanas laiku izsaukuma un konflikta risināšanas brīdī.</p>	<p>Nošķiršanas procedūra ietilpīgo pieteikumu veidlapu aizpildīšanas dēļ aizņem pārāk daudz laika – no 40 minūtēm līdz pāris stundām. Tas kavē policijas darbinieku laiku un ir viens no iemesliem, kas nemotivē viņus rosināt vardarbībā cietušo sievieti aizpildīt pieteikumu par pagaidu aizsardzību no vardarbības.</p>

 Valsts policija (VP)	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
	Policijas darbiniekiem trūkst atbalsta instrumentu – izdales materiālu (infografiku ar īsiem informatīviem tekstiem) ģimenes konfliktā iesaistītajām pusēm, kas precīzi izklāstītu gan varmācībā cietušās sievietes, gan varmākas tālākās rīcības soļus un tiesības.
VP mājaslapas sākumā augšējā izvēlnē ir atrodamī „Drošības padomi”, sadaļā „Vardarbība” tiek skaidroti vardarbības cēloņi un sekas.	VP mājaslapas sākumā augšējā izvēlnē ir atrodamī „Drošības padomi”, sadaļā „Vardarbība” nekas netiek minēts ne par vardarbībā ģimenē vai partnerattiecībās iesaistīto pušu rīcības modeļiem, tiesībām un juridiskām sekām, ne arī par procesuālo kārtību, kādā situācija risināma.
VP darbinieki lielākoties ir lepni par savu profesiju un vēlas papildināt savas zināšanas konkrētajā problēmjautājumā – vardarbība pret sievieti partnerattiecībās.	Policijas struktūrvienībās trūkst funkcionālas iekšējas informācijas aprites un pieredzes apmaiņas šajā un citos problēmjautājumos.
	Daudzos gadījumos sievietes nevēlas atkārtoti lūgt policijas aizsardzību, ja, pirmoreiz vēršoties pēc palīdzības policijā, bijusi negatīva pieredze.
	VP nav datu bāzes par vīriešiem ar vardarbības noslieci pret sievieti, kuri šī iemesla pēc atkārtoti ir nonākuši policijas redzeslokā visā LR teritorijā, līdz ar to policijas darbinieki nevar sniegt informāciju sievietei par viņas partnera noslieci uz vardarbīgu uzvedību, ja viņš, piemēram, maina dzīves vietu un regulāri izturas varmācīgi pret savām partnerēm dažādu pašvaldību teritorijās.

2.3. Būtiskāko ekosistēmas dalībnieku analīze

 Valsts bērnu tiesību aizsardzības inspekcija (VBTAI)	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
VBTAI uzrauga bērnu tiesību ievērošanu LR.	Trūkst informācijas, vai un kādos gadījumos var vērsties VBTAI.
Pārrauga 131 bāriņtiesas LR teritorijā, koordinē to darbību un uzrauga vienotu metodisko vadību.	
VBTAI nodrošina Bērnu un pusaudžu uzticības tālruņa vienoto numuru 116111. Ir starptautiskās Uzticības tālruņa asociācijas biedrs.	
 Valsts probācijas dienests (VPD)	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
VPD datu bāzē ir visapjomīgākā uzkrātā informācija par personām, notiesātām par vardarbību.	
VPD īsteno sociālās uzvedības korekcijas programmas darbā ar vardarbīgiem klientiem. Tas ir obligāts pasākums probācijas klientiem, kuri ir notiesāti par vardarbību.	
 Valsts tiesu medicīnas ekspertīzes centrs	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
Iespēja veikt tiesu medicīnas ekspertīzi (TME) visos Latvijas reģionos. Iespēja iegūt dokumentāli apliecinātus pierādījumus, jo bez TME nevar turpināt kriminālprocesu par fizisku vai seksuālu vardarbību.	Liels noslogojums, pieprasījumus pēc ekspertīzēm pārsniedz ekspertīžu veikšanas kapacitāti (viens eksperts uz reģionu). Strādā tikai darba dienās līdz plkst. 16.00, kas neatbilst vardarbības konfliktu dinamikas laikam – vakara stundas, nedēļas nogales) –, bet dažas liecības vai pierādījumi ir jāsavāc uzreiz.
	Neeksistē īss verbāls un vizuāls rīcības modeļa izklāsts (infografika), kas varētu palīdzēt vardarbībā cietušai sievietei saprast, kurā brīdī kurš pierādījumu, palīdzības vai atbalsta instruments ir pieejams un attiecas uz viņu, cik un kādi tie ir.

 NEVALSTISKĀS ORGANIZĀCIJAS (NVO)	
Latvijas Lauku ģimenes ārstu asociācija, Latvijas Ģimenes ārstu asociācija, Latvijas Ginekologu un dzemdniecības speciālistu asociācija	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
Piedalās vardarbības pret sievieti fakta konstatācijā, analīžu noņemšanā, palīdzības sniegšanā un rehabilitācijā, kā arī ziņošanā policijai un bāriņtiesai. Gatavo atzinumus par veselības stāvokli tiesai.	Nosaukto NVO mājaslapās nav atrodamā nevienu liecība par to iesaisti vardarbības pret sievieti problēmsituāciju risināšanā.
NVO līdzdalība rekomendāciju izstrādē reprodūktīvās veselības speciālistiem par pacientu izmeklēšanu un palīdzības sniegšanu „Vardarbība ģimenē pret sievieti”.	Neeksistē īss verbāls un vizuāls rīcības modeļa izklāsts (infografikas), kas varētu palīdzēt vardarbībā cietušai sievietei saprast, kurā brīdī kurš pierādījumu, palīdzības vai atbalsta instruments ir pieejams un attiecas uz viņu, cik un kādi tie ir.
Ir izstrādāti (arī tulkoti latv. val.) daudzi Pasaules veselības organizācijas informatīvie materiāli, kuros ir iespēja gūt informāciju par labās prakses piemēriem.	Ne katrs ģimenes ārsts vai ginekologs ir informēts par nepieciešamo rīcību vardarbības akta konstatācijas gadījumā, pierādījumu savākšanā un citiem pienākumiem.
Latvijas Lauku ģimenes ārstu asociācijas iesaiste vardarbības pret sievieti problēmjautājuma risināšanā ir aktīva.	Latvijas Ģimenes ārstu asociācijas iesaiste vardarbības pret sievieti problēmjautājuma risināšanā ir mazaktīva.
 Latvijas Bērnu fonds	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
Sociālās rehabilitācijas pakalpojumi bērniem, kas cietuši prettiesiskās darbībās (arī vardarbībā), tostarp ģimenē, sniedz arī atbalstu meitenēm līdz 18 gadu vecumam. Sociālās rehabilitācijas pakalpojums tiek nodrošināts arī bērna pavadoņiem, kas praksē bieži vien pats ir cietis vardarbībā ģimenē.	Neeksistē vardarbībā cietušās sievietes rīcības modeļa kompakts verbāls un vizuāls izklāsts (infografikas), lai saprastu, kurā brīdī kurš pierādījumu, palīdzības vai atbalsta instruments ir pieejams un attiecas uz viņu, cik un kādi tie ir.

2.3. Būtiskāko ekosistēmas dalībnieku analīze



No vardarbības cietušo sieviešu un bērnu atbalsta centri – krīžu un konsultāciju centrs „Skalbes”, resursu centrs sievietēm „Marta”, centrs „Dardedze” un līdzīgas organizācijas visā LR teritorijā

+ Stiprās puses

- Vājās puses

Ilglaicīga lokāla prakse un starptautiskas pieredzes pārņemšana dažāda atbalsta sniegšanā sievietēm un sievietēm ar bērniem, kas cietušas no varmācības partnerattiecībās.

Pieredze dažādu informatīvo materiālu sagatavošanā un izdošanā.
Piemēram, ar resursu centra „Marta” starpniecību veidotā filma „Sievas”¹ ir dažādu sieviešu stāsti par pieredzēto vardarbīgajās partnerattiecībās un uzdrīkstēšanos tās pārtraukt.

Prasme sadarboties ar citām NVO un valsts institūcijām semināru, konferenču, projektu realizēšanā.
Krīzes un atbalsta centru kopīgais projekts www.pretvardarbibu.lv ir vietne, kur apkopota svarīgākā informācija, kas būtu jāzina, saskaroties ar vardarbību partnerattiecībās.

LR ir daudz centru, kas sniedz palīdzību, un katram no tiem ir sava kontaktinformācija – tālruna numurs, mājaslapa. Trūkst vienotas un ērti lietojamas informācijas bāzes.
Neeksistē īss verbāls un vizuāls rīcības modeļa vai modeļu izklāsts, kas varētu palīdzēt vardarbībā cietušai sievietei saprast, kurā brīdī kurš pierādījumu, palīdzības vai atbalsta instruments ir pieejams un attiecas uz viņu, cik un kādi tie ir.



Reliģiskās konfesijas

+ Stiprās puses

- Vājās puses


Dažas Latvijas reliģiskās konfesijas un atsevišķas draudzes iestājas par Eiropas Padomes Konvencijas par vardarbības pret sievieti un vardarbības ģimenē novēršanu un apkarošanu (Stambulas konvencija) ratifikāciju.


Latvijas kristīgo baznīcu (Latvijas Evaņģēliski Luteriskā baznīca, Romas Katoļu baznīca, Latvijas Pareizticīgo baznīca, Latvijas Baptistu draudžu savienība) vadītāju atklātā vēstule LR MK pret LR pievienošanos Stambulas konvencijai.


Latvijas Evaņģēliski luteriskās baznīca izdevusi grāmatu „Baznīca saka Nē vardarbībai pret sievietēm” (2010). Izdevums sniedz derīgu informāciju gan vardarbības upuriem, gan cilvēkiem, kuri vēlas tiem palīdzēt.

Nav vienotas visu konfesiju nostājas problēmjautājumā par varmācību pret sievieti un sievietes tālākas rīcības modeļa – aiziešanas no varmākas – akceptēšanā.

¹ <http://vimeo.com/88867070>

 PAŠVALDĪBU INSTITŪCIJAS	
Pašvaldības	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
<p>Pašvaldības, it sevišķi mazās pašvaldības, labi pārzina savu iedzīvotāju sastāvu, vajadzības un viņu ieradumus un visefektīvāk var reaģēt uz jebkuras problēmas novēršanu savā teritorijā – pilsētā vai novadā.</p> <p>Tādām pašvaldības institūcijām kā policija, sociālais dienests un bāriņtiesa ir pienākums savas kompetences ietvaros iesaistīties vardarbības ģimenē problēmu risināšanā.</p>	<p>Katrā pašvaldībā ir saistoši LR pieņemtie normatīvie akti, kā arī pašvaldības pašas iniciētie un apstiprinātie saistošie noteikumi, tādējādi tiek iezīmētas pašvaldībai svarīgās jomas un normas. Biežāk tās ir saistītas ar kārtību sabiedriskās vietās, alkohola lietošanas noteikumiem, nepilngadīgo personu uzvedību, vides kvalitāti, nepievēršot nepieciešamo uzmanību vardarbības ģimenē un partnerattiecībās novēršanai. Savā ziņā šī problēmjasūtājuma risināšana atkarīga no attiecīgā sasaukuma deputātu subjektīvās informētības un izpratnes. Pašvaldības policijas izveide arī ir katras pašvaldības lēmums.</p>
	<p>Pašvaldībām nav saistošas ar MK rīkojumu Nr. 65 apstiprinātās „Ģimenes valsts politikas pamatnostādnes 2011.–2017. gadam”.</p>

 Pašvaldības policija (PP)	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
<p>Pārsvarā PP darbinieki ir lepmi par savu profesiju un vēlas papildināt savas zināšanas konkrētā problēmjasūtājuma – vardarbība pret sievieti partnerattiecībās – risināšanā.</p>	<p>Praksē PP pienākumi, kā arī sadarbības formas ar VP var atšķirties atkarībā no pilsētas vai novada pašvaldībām. PP skaits LR teritorijas pašvaldībās ir mainīgs, PP veidojumi ir apmēram 60 pašvaldībās.</p>
<p>Rīgā lielākoties PP kompetencē ir ģimenes konfliktu risināšana un vardarbībā cietušās sievietes aizsardzības nodrošināšana.</p>	
<p>Atsevišķos semināros policijas darbiniekiem tiek skaidroti MK noteikumi Nr. 161 „Kārtība, kādā novērš vardarbības draudus un nodrošina pagaidu aizsardzību pret vardarbību”. No 2014. gada apmācīti 921 PP darbinieki.</p>	<p>Nav sagatavoti un izglītoti pietiekami daudz PP darbinieku ģimenes konfliktu risināšanai. Trūkst konkrētas, viegli uztveramas instrukcijas, kā rīkoties jaunajiem, tikko darbu sākušajiem policistiem.</p>

 Pašvaldības policija (PP)	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
	PP darbiniekiem trūkst atbalsta instrumentu – izdales materiālu (infografiku ar īsiem informatīviem tekstiem) ģimenes konfliktā iesaistītajām pusēm, kas precīzi izklāstītu gan varmācībā cietušās sievietes, gan varmākas tālākās rīcības soļus un tiesības.
	PP darbiniekiem pārsvarā nav pazīstami un netiek pielietoti līdz šim radītie citu institūciju informācijas resursi – bukleti, plakāti, skrejlapas, infografikas.
Atsevišķās pašvaldībās, piemēram, Tukuma novadā, PP un VP, tiesa, sociālais dienests, bāriņtiesa, ārstniecības personāls un citi speciālisti ir aizsākuši institucionālo sadarbību vardarbības pret sievieti problēmjautājuma risināšanā un ir iesaistījušies projektā „Soli tuvāk: Kopienas vienotā atbilde uz vardarbību pret sievietēm gadījumiem”.	PP darbiniekiem trūkst informācijas par atbalsta formām un rehabilitācijas pakalpojumiem vardarbībā cietušajām sievietēm, tādēļ šāda informācija netiek nodota tālāk cietušajai ne izsaukuma laikā, ne pieņemšanas laikā iecirknī. Izpēte liecina, ka PP nepietiekami sadarbojas ar tādām vardarbībā cietušo sieviešu atbalsta platformām kā križu un konsultāciju centrs „Skalbes”, resursu centrs sievietēm „Marta” un līdzīgām galvaspilsētas un reģionālām organizācijām, kam ir ilglaicīga pieredze psiholoģiskās un konsultatīvās palīdzības sniegšanā. Nepietiekama pēctecība ar bāriņtiesām un sociālajiem dienestiem vardarbības gadījumu risināšanā.
Konkrētajā problēmjautājumā profesionāli sagatavoti PP darbinieki pārzina lokālo situāciju, potenciālo varmāku. Regulāra un ilglaicīga viņa novērošana var darboties kā preventīva metode vardarbības izskaušanai attiecīgajā pašvaldībā.	Ne visās pašvaldībās ir PP; tajās pakalpojumu sniedz VP vai sabiedrisko kārtību vai drošību nodrošinoši formējumi. Šādās situācijās mēdz gadīties, ka cietušajai sievietei nav skaidra rīcības plāna ziņošanai, palīdzības lūgšanai un iegūšanai. Veids, kā sniegt palīdzību mazās pašvaldībās dzīvojošām sievietēm vardarbības apdraudējuma situācijā, paliek attiecīgās pašvaldības kompetences un informētības ziņā, kas nosaka, vai cietušajai tiek vai netiek piedāvāta aizsardzība.
	Izpēte liecina, ka cietušajām sievietēm raksturīgā kauna, vainas, baiļu sajūta, kā arī atpazīstamība nelielas pašvaldības ietvaros attur sievietes no ziņošanas un palīdzības lūgšanas sabiedrisko kārtību uzturošajai institūcijai.

 Pašvaldības policija (PP)	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
	<p>Varmācībā cietušās sievietes nelielās pašvaldībās vai apdzīvotās vietās pašas atturas gan no iesnieguma, gan no pieteikuma par pagaidu aizsardzību pret vardarbību rakstīšanas un iesniegšanas policijai, pārsvarā lūdzot amatpersonas iesaisti varmācīgās personas „norāšanā”.</p>
	<p>Neeksistē vienota informācija pašvaldību mājaslapās par PP pienākumiem, sniegtajiem pakalpojumiem un iedzīvotāju tiesībām un pienākumiem, katrai PP ir savs atšķirīgs mājaslapas un informācijas saturs formāts.</p> <p><i>Piemēram, Rīgas PP mājaslapas sākuma izvēlnes sadaļas „Padomi” šķirklis „Bukleti”, „Īsfilmas” un „Ieteikumi kārtībai un drošībai” nav atrodams skaidrojums nevienam vardarbības ģimenē aspektam.</i></p> <p>Izpētes gaitā konstatēts, ka arī citviet, piemēram, Liepājas, Daugavpils, reģionālās PP (Ķekavas, Inčukalna, Ikšķiles) mājaslapās, nav atrodams ne skaidrojums par vardarbību ģimenē, ne rīcības modelis attiecīgajā konfliktsituācijā, ne procesuālā kārtība.</p> <p>Daudzām PP vispār nav mājaslapu vai arī viņu pienākumi nav atrunāti pašvaldības mājaslapās, kurās iedzīvotājiem būtu viegli atrast informāciju par pašvaldības darbību un sniegtajiem pakalpojumiem vardarbībā cietušām personām.</p>
	<p>Daudzos gadījumos sievietes nevēlas atkārtoti lūgt policijas aizsardzību, ja, pirmoreiz vēršoties pēc palīdzības policijā, bijusi negatīva pieredze.</p>

 Pašvaldību sociālie dienesti	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
119 pašvaldību sociālie dienesti LR pilsētās un novados nodrošina sociālo palīdzību un dažādus sociālos pakalpojumus.	Pašvaldību sociāliem dienestiem vispār nav mājaslapu, vai arī viņu pienākumi nav atrunāti pašvaldību mājaslapās, kurās iedzīvotājiem būtu viegli atrast informāciju par pašvaldības darbību un sniegtajiem pakalpojumiem vardarbībā cietušām personām.
Nodrošina valsts apmaksātus sociālās rehabilitācijas pakalpojumus vardarbībā cietušajiem pieaugušajiem un vardarbības veicējiem.	Pašvaldībās izmanto atšķirīgas institūcijas sociālā pakalpojuma – rehabilitācijas pakalpojumi vardarbībā cietušajiem pieaugušajiem un vardarbības veicējiem – nodrošināšanai. Piemēram, Rīgas pilsēta nesniedz šo pakalpojumu, bet iepērk to no NVO. Ir pašvaldības, kas nenodrošina šo pakalpojumu nekādā formā.
	Neeksistē kompakts vardarbībā cietušās sievietes rīcības modeļa verbāls un vizuāls izklāsts (infografikas), lai saprastu, kurā brīdī kurš pierādījumu, palīdzības vai atbalsta instruments ir pieejams un attiecas uz viņu, cik un kādi tie ir.
 Bāriņtiesas	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
131 bāriņtiesu darbība LR pilsētās un novados nodrošina bērnu tiesības un labbūtnību un ir tieši saistītas ar problēmsituāciju risināšanu ģimenēs, arī lēmumu pieņemšanu par bērnu izņemšanu no ģimenes.	Praksē bāriņtiesas iespēja cietušās personas vietā iesniegt tiesā pieteikumu par pagaidu aizsardzību netiek izmantota, jo notiek diskusijas par to, kādi ir tie objektīvie apstākļi, kuru dēļ cietusi sieviete pati pieteikumu iesniegt nevar.
Bāriņtiesu likuma 19.1 pantā noteikts, ka bāriņtiesa cietušās personas vietā var iesniegt tiesā pieteikumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību, lai aizsargātu bērna intereses.	Cietušās sievietes no vēršanās bāriņtiesā attur informācijas trūkums, kādos gadījumos to iespējams darīt, vai šāda iespēja ir arī gadījumos, kad vardarbīgos ģimenes vai partnerattiecību konfliktos cieš vai ir klātesoši bērni. Sievietes nezina, kādiem jābūt pierādījumiem, kā iespējams izvairīties no manipulēšanas ar bērniem.
Koordinēta sadarbība ar Valsts bērnu tiesību aizsardzības inspekciju. Klātienē informāciju pie tās inspektoriem var iegūt Rīgā, Valmierā, Rēzeknē, Liepājā, Daugavpilī.	Neeksistē vardarbībā cietušās sievietes rīcības modeļa īss verbāls un vizuāls izklāsts (infografikas), lai saprastu, kurā brīdī kurš pierādījumu, palīdzības vai atbalsta instruments ir pieejams un attiecas tieši uz viņu, cik un kādi tie ir.



IZGLĪTĪBA

Izglītības saturs dažādos mācību līmeņos un nozarēs līdz šim nav apsejots vardarbības ģimenē un partnerattiecībās, kā arī to cēloņu un seku aspektā. Tabulā ietverts tikai ieskats šī brīža situācijā.

+ Stiprās puses

- Vājās puses

LR Labklājības ministrija ir izstrādājusi vadlinijas mācību grāmatu veidotājiem „Dzimumu līdztiesības principu integrēšana mācību grāmatās” (2005).

Formālajā izglītībā (pamatizglītība un vispārējā vidējā izglītība) dzimumu līdztiesības un varmācības tēma tiek skatīta ļoti nelielā apjomā Sociālo zinību un Veselības mācības (Veselības izglītības) ietvaros, un tēmas izklāsts ir atkarīgs no katra atsevišķa pedagoga sagatavotības attiecīgajā jomā.

Valsts izglītības satura centrs (VISC) izstrādājis metodisko materiālu „Veselības izglītība” vispārējā vidējā un profesionālajā izglītībā.¹

VISC mājaslapā atrodams pamatzglītības mācību priekšmeta programmas paraugs² „Sociālās zinības 1.–9. klasei”. 7.–9. klašu programmas saturā sadaļā „Izpratne par cilvēka un sabiedrības attīstības norisēm un likumsakarībām” netiek ietverts ne vardarbības aspekts ģimenē, ne vardarbība pret sievieti.¹¹

Profesionālās un augstākās izglītības programmās, kas gatavo speciālistus darbam policijā un citās tiesībsargājošās institūcijās, studiju saturā nav vai ļoti nelielā apjomā ir iekļauts saturs par vardarbību ģimenē un partnerattiecībās.


Rīgas Stradiņa universitātes (RSU) Juridiskajā fakultātē tiek īstenota profesionālā bakalaura studiju programma „Tiesību zinātne”, iegūtās zināšanas ļauj veikt izmeklētāja, policista vai jursikonsulta darbu.

RSU Juridiskās fakultātes īstenotajā profesionālā bakalaura studiju programmā „Tiesību zinātne” Cilvēktiesību un Cilvēkdrošības studiju kursu aprakstos nav atrodamas tēmas, kas būtu saistītas ar varmācību ģimenē vai partnerattiecībās.

RSU Juridiskajā fakultātes lekcijās drošības un civilās aizsardzības studiju virzienā tiks īstenota jauna profesionālā bakalaura studiju programma „Policijas darbs” (2017). Studiju kursu apraksti nav atrodami, nav zināms, vai kāda studiju kursa saturā tiks ietverta ar vardarbību ģimenē vai partnerattiecībās saistīta tēma.

¹ http://www.visc.gov.lv/vispizglitiba/saturs/dokumenti/metmat/veselibas_izglitiba_vispvid_un_profizgl.pdf

² <http://www.visc.gov.lv/vispizglitiba/saturs/dokumenti/programmas/pamskolai/soczin.pdf>

 IZGLĪTĪBA	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
<p>Valsts Policijas koledžā (VPK) ir iekšējie resursi – infrastruktūra, kas var nodrošināt policijas darbinieku izglītošanu visā LR par vardarbību ģimenē un partnerattiecībās.</p> <p>VPK realizē Profesionālās pilnveides izglītību policijas darbinieku profesionālajai pilnveidei, un VPK Profesionālās pilnveides nodaļa ir izveidojusi reģionālās mācību klases Rīgā, Daugavpilī, Jelgavā, Rēzeknē, Aizkrauklē, Liepājā, Kuldīgā, Cēsis, Gulbenē.</p>	<p>VPK realizējamo programmu studiju kursu saturs nav pieejams mācību iestādes mājaslapā, var iepazīties tikai ar programmu mērķiem, uzdevumiem, studiju kursu nosaukumiem un nodarbību sarakstiem.</p>
<p>VPK piedāvā pieaugušo neformālās izglītības kursu „Policijas darbinieka rīcība gadījumos, kas saistīti ar vardarbību ģimenē”.</p>	<p>Pētījuma veikšanas laikā nevienā reģionā profesionālās pilnveides izglītībā netiek piedāvāts kurss „Policijas darbinieka rīcība gadījumos, kas saistīti ar vardarbību ģimenē” – ne kā prioritārais, ne kā izvēles kurss.</p>
<p>Bērnu tiesību aizsardzības likumā ir noteiktas profesijas (policisti, sociālie darbinieki, tiesneši u.c.), kam ir pienākums regulāri ik pēc 5 gadiem papildināt zināšanas bērnu tiesību aizsardzības jomā. Viena no tēmām ir vardarbība pret bērnu un vardarbība bērna ģimenē.</p>	
<p>LR MK noteikumos vardarbība tiek paredzēta kā viena no medicīnas izglītības satura tēmām. MK noteikumi Nr. 268 „Noteikumi par ārstniecības personu un studējošo, kuri apgūst pirmā vai otrā līmeņa profesionālās augstākās medicīniskās izglītības programmas, kompetenci ārstniecībā un šo personu teorētisko un praktisko zināšanu apjomu” paredz, ka ārstnieciskās darbības veikšanai ārstam ir teorētiskās zināšanas un praktiskās iemaņas šādos jautājumos: rīcība, saskaroties ar pacientu (it īpaši bērnu), kurš cietis no vardarbības.</p>	<p>Medicīnas darbinieku tālākizglītības / mūžizglītības saturs ir atkarīgs no dažādo medicīnas jomu profesionāļu asociācijām, kam nav vienojošas centralizētas struktūras.</p>
<p>LR Labklājības ministrija iniciē un organizē dažādas tālākizglītības / mūžizglītības formas – konferences, seminārus, darbnīcas – sadarbībā ar Ziemeļu ministru padomes biroju Latvijā NORDEN, Pasaules veselības organizāciju, ASV vēstniecību, OAK foundation (Šveice), Somijas vēstniecību, Nīderlandes karalistes vēstniecību, centru <i>Alternativtjvold</i> (Norvēģija).</p>	



POLITIKAS PLĀNOŠANAS DOKUMENTI UN INFORMĀCIJA

Izglītības saturs dažādos mācību līmeņos un nozarēs līdz šim nav apsekojams vārdu darbības ģimenē un partnerattiecībās, kā arī to cēloņu un sekas aspektā. Tabulā ietverts tikai ieskaits šī brīža situācijā.

+ Stiprās puses

- Vājās puses

Nacionālās attīstības plānā ir minēta ar dzimumu saistītas vārdu darbības problemātika.¹

Visi LR radītie normatīvie akti ir pieejami vietnē likumi.lv, un visu nozaru politikas plānošanas dokumentu (kopš 1993. gada) datu bāze atrodama Valsts kancelejas izveidotajā datu bāzē POLSIS.

Neeksistē tāda vietne vai cits informāciju apkopojošs un saglabājošs formāts, kurā vienuviet būtu apkopoti tieši tie normatīvie akti, politiskās plānošanas dokumenti, informatīvie materiāli u.c., kurus radījušas tās piecas ministrijas, kas iesaistījušās vārdu darbības problēmu ģimenē risināšanā. Ar meklētāja palīdzību, izmantojot atslēgas vārdus „vārdu darbība pret sievieti”, „vārdu darbība”, attiecīgie dokumenti ir grūti atrodami ministriju mājaslapās. Vienota datu bāze (vietne) atvieglotu informācijas iegūvi gan cietušajai sievietei, gan dažādu nozaru profesionāļiem, kas iesaistīti problēmjautājumu risināšanā.

LR Labklājības ministrija ir izstrādājusi divus nozares politikas plānošanas dokumentus:

- Programma vārdu darbības ģimenē mazināšanai 2008.–2011. gadam;
- Ģimenes valsts politikas pamatnostādnes 2011.–2017. gadam, kur sadaļā „Vārdu darbība ģimenē” aplūkoti tieši šie problēmjautājumi.

Izpratne par vārdu darbības jautājumiem laika gaitā ir mainījusies – no situācijas apzināšanas pirmajos dokumentos un ar tiem saistītajos ziņojumos līdz konkrētam rīcības plānam Ģimenes valsts politikas pamatnostādnes 2011.–2017. gadam.²

¹ http://www.pkc.gov.lv/sites/default/files/inline-files/20121220_NAP2020%20apstiprinats%20Saeima_1.pdf

² <http://www.lm.gov.lv/text/1832>



POLITIKAS PLĀNOŠANAS DOKUMENTI UN INFORMĀCIJA

+ Stiprās puses

- Vājās puses

Dokumenti pieejami Politikas plānošanas dokumentu datu bāzē (POLSYS) un LR Labklājības ministrijas mājas lapā. POLSYS lapā skaidri tiek atzīmēts dokumentu statuss – „aktuāls” vai „nav aktuāls”:

Programma vardarbības ģimenē mazināšanai 2008. –2011. gadam¹;

Informatīvais ziņojums par problēmām saistībā ar vardarbību ģimenē un to iespējamiem risinājumiem²;

Ģimenes valsts politikas pamatnostādnes 2011.–2017. gadam³.

LR LM ministrijas mājaslapā vienkopus publicēti gan rīcībpolitiku dokumenti, gan ar tiem saistītie informatīvi ziņojumi. Nav pietiekami skaidras struktūras, kā arī nav pārskatāmi, kuri no tiem ir aktīvi, bet kuri vairs tādi nav.

Daudzie dokumenti un to atšķirīgie formāti apgrūtina orientēšanos dokumentu savstarpējā sasaistē un to lietojamību. Tie ir atšķirīgi, un nav skaidra to mērķauditorija, kā arī tas, vai tie ir paredzēti ministrijas un tās pārvaldībā esošo institūciju iekšējai lietošanai, vai arī citu ministriju informēšanai un iesaistei. LR LM mājas lapā (meklētājā izmantojot atslēgas vārdus „vardarbība pret sievieti”, „vardarbība”) nav atrodamas tur esošie uz problēmjautājumu attiecināmie politiskās plānošanas dokumenti.

LR Labklājības ministrija ir pievērsusi Latvijas sabiedrības uzmanību vardarbības problēmai pret sievieti, ar labas gribas vēstnieku starpniecību iedzīvinot ANO Starptautisko dienu vardarbības izskaušanai pret sievieti (25. novembrī) un darot to pamanāmu ar pie krūts piespraustu balto lentīti.⁴

LR Labklājības ministrijas un MK mājaslapās sadaļā „Infografikas” ir atrodamas vairākas labas infografikas, kas veltītas vardarbības problēmsituāciju skaidrojumiem un informē par palīdzības veidiem un vietām, kur tā iegūstama.

Vardarbības problēmas pret sievieti risināšanā iesaistīto 5 ministriju un to pārvaldībā esošo institūciju mājaslapās (izņemot Labklājības ministriju) nav atrodams ērti lietojams informatīvs materiāls – infografikas par varmācības tēmu. Netiek pietiekami izmantota iespēja koplietot noderīgu informāciju un iepriekš ieguldītos resursus.

LR Labklājības ministrijas mājaslapas sadaļā „Infografikas” nav sistematizētas tēmas, tas apgrūtina to atrašanu un lietošanu. LR Labklājības ministrijas mājaslapas sadaļas „Vardarbība ģimenē un vardarbība pret bērnu” šķirklī „Palīdzības iespējas” ir pieejama nepilnīga / daļēja informācija par vardarbības atpazīšanu un atbalstu.⁵

Atsauces uz Ģimenes valsts politikas pamatnostādņēm 2011.–2017. gadam ir atrodamas tikai LR Labklājības un LR Iekšlietu ministrijas mājaslapās, kaut arī pie uzdevumiem mērķu sasniegšanai kā iesaistītās institūcijas tiek minētas arī LR Izglītības un zinātnes, LR Veselības un LR Tieslietu ministrija. Tas liek domāt, ka šo ministriju iesaiste vardarbības ģimenē problēmu risināšanā nav prioritāra.

Vardarbība pret sievieti ģimenē tiek skatīta citu vardarbības formu kontekstā un ietverta arī citu ministriju politiskās plānošanas dokumentos. Nav iespējas vienkopus skatīt ar šo problēmjautājumu saistīto informāciju.


¹ <http://polsis.mk.gov.lv/documents/2754>

² <http://polsis.mk.gov.lv/documents/2265>

³ (<http://polsis.mk.gov.lv/documents/3583>)

⁴ <http://www.lm.gov.lv/news/id/6840>

¹⁸ <http://www.lm.gov.lv/text/1834>

 MEDIJI	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
<p>Latvijā drukātajos, elektroniskajos, sociālajos medijos un plašsaziņas līdzekļos pēdējos gados ir tikusi publicēta informācija par vardarbības veidiem, par Starptautisko dienu vardarbības pret sievieti izskaušanai (25. novembris), par Baltās lentītes vēstniekiem, par Starptautisko cilvēktiesību dienu (10. decembris).</p> <p>Informācija publicēta portālos delfi.lv, apollo.tvnet.lv, lvportals.lv, juristavards.lv, mammamunteti.lv, satori.lv, laikrakstos „Latvijas Avīze”, „Neatkarīgā Rīta Avīze”, žurnālos „Privātā Dzīve”, „Mans Mazais”, „Vides Vēstis”, kā arī atspoguļota raidījumos Latvijas Radio un LTV televīzijā („Aizliegtais paņēmiens”) u.c.</p>	<p>Raksti tiek publicēti dažādos medijos atkarībā no medija stratēģijas vai pasūtījuma. Publikācijas ir neregulāras un lielākoties saistītas ar kāda atsevišķa projekta aktivitātēm – kampaņām, retāk tā ir kāda atsevišķa medija paša iniciatīva.</p> <p>Tām nav pēctecības un ilglaicīgas (seriālvēidīgas) publikāciju vēstures.</p> <p>Trūkst sabiedrības informēšanas prasības par vardarbības problemātiku.</p>
<p>Publikācijas medijos pasūta vai veic sieviešu atbalsta centri, kam ir pieredze darbā ar cietušajām sievietēm.</p>	
<p>Publikācijas savās vietnēs veic sieviešu mērķauditorijai paredzētu produktu ražotāji un tirgotāji – Madaracomics.lv, Avon.lv.</p>	<p>Publikācijas lielākoties vēsta par pašu vardarbības faktu, reti tiek vēstīts par vardarbībā cietušas sievietes iespējamo rīcības modeli, lai atbrīvotos no varmācības sloga partnerattiecībās.</p>
<p>Atsevišķi mediji veic atkārtotas publikācijas par attiecīgo problēmjautājumu un vardarbības veidiem.</p>	<p>Sievietes tēls pārsvarā tiek attēlots apātisks, depresīvs, ciešanu pārņemts, redzamas vardarbības pēdas, vai arī – gluži pretēji – tiek izmantota pārspīlēta mākslinieciska vardarbības estētizācija – gleznieciskais sejas grims, noskaņu fotogrāfijas.</p> <p>Daudz retāk tiek atspoguļoti optimistisku, enerģisku un par sevi pārliecinātu sieviešu stāsti par atbrīvošanos no varmākas vai sieviešu iepazīstināšana ar kārtību, kādā viņas var izmantot savas cilvēktiesības, un bērna aizsardzību. Tāpat netiek vēstīts, kā būtu jārikojas sievietes un varmākas līdzcīvēkiem – ģimenes locekļiem, draugiem, kolēģiem.</p>

2.3. Būtiskāko ekosistēmas dalībnieku analīze

 MEDIJI	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
Projekta „Soli tuvāk: Kopienas vienotā atbilde uz vardarbību pret sievietēm gadījumiem” ietvaros notiks pieci reģionālie (Valmieras, Daugavpils, Liepājas, Jelgavas, Rīgas) semināri žurnālistiem un mediju pārstāvjiem par vardarbības atspoguļošanu masu medijos.	Publicējama materiāls bieži ir pārpublicācija no ārzemju medijiem un tam trūkst lokālā konteksta, netiek piedāvātas vai parādītas problēmas risinājuma iespējas.
	Vardarbība pret sievieti lielākoties notiek sociāli nelabvēlīgajā sabiedrības daļā, kas parasti neizvēlas un nelieto valsts nozīmes medijus. Bieži tā ir arī krievvalodīga auditorija, kura izmanto krievu valodā raidošus vai rakstošus medijus, tādējādi bieži atrodoties citas valsts mediju telpā.
	Varmācība pret sievieti ir „neērtā tēma”, no kuras atspoguļošanas mediji izvairās. Ja publikāciju ir iecerējusi kāda NVO vai nodibinājums, kam nav iespējas segt publikācijas izmaksas, tie nonāk lūdzēju un gaidītāju lomā uz medija labvēlību un nevar prognozēt publikāciju daudzumu un frekvenci.

 SABIEDRĪBA	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
<p>Ir cilvēki – ģimenes locekļi, kaimiņi, draugi, retāk kolēģi –, kas ziņo kārtību sargājošām institūcijām par vardarbību partnerattiecībās, kā arī paši iesaistās konfliktu risināšanā un palīdzības sniegšanā vardarbībā cietušajai sievietei.</p>	<p>Dažādas cilvēciskas īpašības attur lielāko sabiedrības daļu no iesaistišanās partnerattiecību konfliktu risināšanā un to novēršanā – vienaldzība, bailes, neērtība, laika trūkums vai taupīšana, attiecību saglabāšana, diskrētums, nepārlicinātība, vai vispār palīdzība ir nepieciešama, u.c. Būtiska ir arī neuzticēšanās policijas darbiniekiem un policijai kā institūcijai.</p>
<p>Sabiedrības nošķirumi un atšķirības ir izmantojamas sabiedrības informēšanas un mērķtiecīgas kampaņas dizainēšanā. Vardarbības pret sievieti problēmjautājuma risināšanā var izmantot atšķirīgas uzrunas formas dažādām mērķauditorijām, lietot atšķirīgus formātus un atšķirīgus medijus, lai vēstījums pēc iespējas precīzāk sasniegtu katru atsevišķo mērķgrupu tai saprotamā valodā vietās, kur tā uzturas, izmantojot kanālus, ko tās lieto, un veidus, kas uz tām iedarbojas.</p>	<p>Sabiedrība nav homogēna, tā polarizējas pēc ļoti atšķirīgiem parametriem un kvalitātēm. Liela nozīme ir dažādiem nošķirumiem – vecuma atšķirībām, sociālai, nacionālai un reliģiskai piederībai, dzīves vietai (pilsēta, mazpilsēta, lauki), darba vietai (specializācija, atrašanās vieta, kolēģi), dzīvesveidam, vaļaspriekam, draugu izvēlei u.c.</p>
	<p>Arī atsevišķas sociālas grupas vai kopienas – policisti, valsts un pašvaldību ierēdņi, sievietes, virieši, jaunieši, varmākas, viņu draugi, kaimiņi u.c. – nav homogēnas. Piemēram, sievietes ir dažāda vecuma, pieder atšķirīgiem sabiedrības slāņiem, viņām ir atšķirīgs izglītības līmenis un dzīvesvieta, viņas izmanto atšķirīgus medijus informācijas iegūšanai utt.</p>



STATISTIKA, DATI

+ Stiprās puses

- Vājās puses

Eksistē vairākas datu bāzes, kurās ir iespējams iegūt informāciju un salīdzinošos lielumus: „Pārskats par sociālās rehabilitācijas pakalpojumu sniegšanu no prettiesiskām darbībām cietušām personām”, VP Integrētās iekšlietu informācijas sistēmas apakšsistēma „Elektroniskais notikumu žurnāls” (par reģistrētajiem ģimenes konfliktiem, nošķirumiem un policijas aizsardzībā esošajām personām), Iekšlietu ministrijas Informācijas centra Kriminālprocesa informācijas sistēma (par sāktajiem kriminālprocesiem), Slimību profilakses un kontroles centra Traumu reģistrs (par stacionētajiem cilvēkiem, kas guvuši traumas vardarbības rezultātā).

Neeksistē vienota datu bāze (valsts, pašvaldības policija, bāriņtiesa, sociālie dienesti, probācijas dienests, tiesas, medicīnas iestādes u.c.), kurā būtu apkopota informācija par vardarbībā cietušajiem, varmākām, vardarbības veidiem, vardarbību skaitu u.tml.

LR Labklājības ministrija katru gadu apkopo dažādo institūciju uzkrātos datus vienotā dokumentā „Informatīvais ziņojums par vardarbības ģimenē gadījumiem un to izplatību un dinamiku”.

Ne visi dati ir publiski pieejami. Nav skaidrs, kas ir šo datu lietotājs, kas monitorē datus, kā tieši tie ietekmē konfliktsituāciju novēršanu.



STARPTAUTISKS ATBALSTS

+ Stiprās puses

- Vājās puses

Pasaules Veselības organizācija (*World Health Organization*) ANO sniedz vienotu starptautisku ietvaru pētījumiem, apmācībām, rekomendācijām un rīcības plāniem.

Ilglaicīgi sadarbības partneri, kas regulāri dalās savu valstu pieredzē varmācības novēršanā, – Ziemeļu Ministru padomes birojs Latvijā NORDEN, Norvēģijas centrs *Alternativtilvold* (intervences programma „Alternatīva vardarbībai”).

Eiropas dzimumu līdztiesības institūts (*The European Institute for Gender Equality*) sniedz informatīvo un konsultatīvo atbalstu ar dzimumu saistītas vardarbības novēršanai ES dalībvalstīm, ietverot arī labās prakses datu bāzi.


OAK *Fondation* (Šveice) sniedz finansiālo atbalstu nevalstiskajām organizācijām inovatīvu projektu atbalstam.

Eiropas kopienas programmas ļauj realizēt projektus, kas paredz uzlabojumus konkrētajā jomā, un šie projekti tiek finansēti no Eiropas Kopienas rīcības programmām *Daphne* un „Tiesības, vienlīdzība un pilsonība” (*„Rights, Equality and Citizenship” Programme*).

Ārvalstu vēstniecības Latvijā – Somijas vēstniecība, Nīderlandes Karalistes vēstniecība, ASV vēstniecība – sniedz nepieciešamo starptautisko atbalstu semināru un konferenču rīkošanā.

Starptautiskas programmas darbojas ierobežotā laika periodā.

2.3. Būtiskāko ekosistēmas dalībnieku analīze

 PĒTĪJUMI	
+ Stiprās puses	- Vājās puses
<p>Speciālistiem un interesentiem ir pieejami gan Latvijā, gan ārzemēs dažādos laikos veiktie pētījumi, deklarācijas, dokumenti un sabiedriskās domas aptaujas, kas ir saistīti ar vardarbību pret sievieti partnerattiecībās. Tie ir atrodami LR Labklājības ministrijas mājaslapā – gan Latvijas mēroga, gan starptautiskie.¹</p>	<p>Pētījumu atrašana LR LM mājaslapā nav ērta un ir laikietilpīga, līdz ar to ir grūti pieejama plašākam profesionāļu vai interesentu lokam.</p>
<p>Pasaules veselības organizācija uzsver un ar pētījumiem pamato atziņu, ka vardarbība ir novēršama ar preventīviem pasākumiem. Globālajā ziņojumā par vardarbības novēršanu 2014. gadā (<i>Global status report on violence prevention 2014</i>) tika atspoguļoti dati no 133 valstīm, un tas ir pirmais šāds ziņojums, lai novērtētu valstu centienus risināt starppersonu vardarbību, proti, vardarbību pret bērniem, pret jauniešiem, pret intīmo partneri, kā arī seksuālu vardarbību un vecāka gada gājuma cilvēku jaunprātīgu izmantošanu.²</p>	<p>Netiek aptverts viss ar vardarbību tieši un netieši saistīto pētījumu kopums Latvijā (arī akadēmiskajā vidē veiktie pētījumi), kuriem ir saistība ar ģimenes vai partnerattiecību pētniecību. Piemēram, nav atrodami Aivitas Putniņas veiktie pētījumi „Vardarbība un veselība” (2007), ne arī NVO izdarītie vai pasūtītie pētījumi, tādējādi neveidojas pilnvērtīga kopaina par partnerattiecību modeļiem mūsdienu Latvijas sabiedrībā.</p>
<p>Pārresoru koordinācijas centra Pētījumu un publikāciju datu bāzē atrodami valsts pasūtītie un plānotie pētījumi. Ar meklētāja starpniecību ērta piekļuve vietnē http://petijumi.mk.gov.lv, tomēr jāatzīst, ka ne visi pētījumi, kas ir LR Labklājības vai citu ministriju mājaslapās, kas attiecināmi uz vardarbību ģimenē, ir atrodami šajā vietnē vai arī vēl nav tikusi pabeigta valsts pasūtīto pētījumu apkopošana.</p>	<p>Netiek pietiekami izmantots tāds resurss kā augstskolu pētnieciskais potenciāls dažādu vardarbības aspektu apzināšanā un analizēšanā, tādējādi šo tēmu vēl vairāk aktualizējot arī sociālo darbinieku, ārstniecības personāla, policijas, tieslietu, izglītības un psiholoģijas jomas speciālistu vidē.</p>

¹ LM mājaslapā atrodami Latvijas mēroga un ārzemju pētījumi
<http://www.lm.gov.lv/text/1830>
<http://www.lm.gov.lv/text/1831>

² Ziņojums par vardarbības novēršanu (*Global status report on violence prevention 2014*)
http://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/status_report/2014/en/

SECINĀJUMI PAR EKOSISTĒMU

1.

Tik nelielā valstī kā Latvija vardarbības ekosistēmā ir ļoti plašs iesaistīto loks – daudzu institūciju pienākumos vai arī brīvprātīgajā darbā ietilpst ģimenē notiekošas vardarbības problēmjautājumu risināšana.

2.

Dažādiem vardarbības ekosistēmas dalībniekiem ir atšķirīgs informētības un izpratnes līmenis par vardarbību pret sievieti ģimenē, bieži tas neatbilst nepieciešamajam minimumam attiecīgajā profesijā, bet balstās sabiedrībā eksistējošos mītos un stereotipos.

3.

Ir daudz labu iniciatīvu, kuras savstarpēji netiek koordinētas. Administratīvais, reizumis arī politiskais dalījums neļauj vardarbībai pret sievieti piemērot sistemātiski un ilglaicīgi risināmas problēmas statusu. Valsts un pašvaldību iniciētās aktivitātes un ikdienas darbības netiek savstarpēji sinhronizētas un atbilstoši koordinētas.

4.

Vardarbības ekosistēmas ietvaros vīrietis varmāka pārstāv niecīgu problēmas daļu, taču ekosistēmas dalībnieku savstarpēji nekoordinētā darbība, nereaģēšana, tolerance pret vardarbību, kā arī zināšanu un prasmju trūkums ļauj vīrietim varmākam tapt „milzīgam” sievietes un ģimenes acīs.

5.

Sabiedrība nav anonīms lielums un homogēna masa, bet gan sastāv no atšķirīgām, specifiskām sociālām grupām, kas ir nopietni izvērtējamas informatīvo kampaņu vai citu materiālu izveidē kā potenciālās mērķgrupas.

6.

Ir pieejami gana daudz pētījumu un publikāciju par vardarbību ģimenē, lai uz to bāzes veidotu viegli uztveramus metodiskos materiālus. Tie būtu noderīgi iesaistīto pušu izglītošanā gan par vardarbības faktu, gan atpazīšanu un palīdzības sniegšanu. Tāpat tiem būtu jākalpo par parocīgu, vienkāršu, viegli uztveramu materiālu tiesībsargājošam, veselības vai sociālās aprūpes darbiniekam.

7.

Dokumentu formām, noteikumiem, skaidrojošiem aktiem jābūt veidoti vienkāršā un saprotamā valodā, tādējādi izskaužot tādas nevēlamas parādības kā lietotāja – cietušās sievietes – bailes par savu nekompetenci un nelietderīgi patērētu laiku. Birokrātiska un / vai juridiska valoda, kas nav ikdienas lietotājam draudzīga, viegli uztverama un saprotama, apgrūtina vardarbībā cietušās sievietes vai līdzcilvēku iespēju pārtraukt vardarbīgas attiecības.

8.

Sabiedrība ir arī visas iesaistītās valsts un pašvaldības institūcijas. Piemēram, ministriju (Labklājības ministrijas, Iekšlietu ministrijas, Izglītības un zinātņu ministrijas, Tieslietu ministrijas un Veselības ministrijas) ierēdņi eventuāli varētu tikt nominēti par nozīmīgām mērķauditorijām, kuras atbilstoši profesijas specifikai arī būtu jāizglīto par vardarbības jautājumiem ģimenē, jo no viņu profesionālās rīcības bieži ir atkarīga pārējās sabiedrības tolerance pret vardarbību ģimenē.

1. Nav pieejama informācija – rīcības modeļa verbāls un vizuāls, kompakts

un viegli uztverams izklāsts (infografikas) –, kas varētu palīdzēt no vardarbības cietušai sievietei saprast, kurā brīdī kurš pierādījumu, palīdzības vai atbalsta instruments ir pieejams un attiecas tieši uz viņu, kādi tie vispār ir un kur tos meklēt.

2. Policijas darbiniekiem trūkst atbalsta instrumentu – izdales materiālu (piemēram, infografikas ar īsiem informatīviem tekstiem) ģimenes konfliktā iesaistītajām pusēm, kas precīzi izklāstītu gan vardarbībā cietušās sievietes, gan varmākas tālākās rīcības soļus un tiesības.
3. Netiek izmantota iepriekšējo informatīvo resursu lietošana (MK infografikas).

3.

SABIEDRĪBA

KAM IR PAREDZĒTA KAMPAŅA?

Vardarbība pret sievietēm (*violence against women, VAW – angļu val.*) un meitenēm ir viens no izplatītākajiem un sistemātiskākajiem cilvēku tiesību pārkāpumiem visā pasaulē.¹ Terminoloģiski „vardarbību pret sievieti” bieži vien lieto paralēli ar terminu „ar dzimumu saistīta vardarbība” (*gender based violence – angļu val.*), kas norāda, ka tā ir vardarbība, kas specifiski vērsta pret sievieti, tāpēc ka viņa ir sieviete, vai vardarbība, kas nesamērīgi skar tieši sievietes.²

Tomēr, lai precizētu tieši intimās attiecībās iesaistīta vīrieša un sievietes starpā (neatkarīgi no tā, vai attiecības ir reģistrētas) notiekošu vardarbību, bieži tiek runāts par **intīmo partneru vardarbību** (*intimate partner violence, IPV – angļu val.*).³ Termins ir visaptverošs un tā plašākajā nozīmē iekļauj emocionālu, ekonomisku, seksuālu un fizisku vardarbību, kā arī esošās vai bijušās partneres izsekošanu.

Strukturālā līmenī intīmo partneru vardarbību visbiežāk skaidro ar sociālekoloģiskā vardarbības modeļa palīdzību.⁴ Tas rāda, kāpēc vardarbība ir daudzliemeņu problēma un kādēļ atsevišķas sabiedrības grupas ir vairāk pakļautas potenciālam vardarbības, tostarp partnerattiecību vardarbības, riskam. Ekoloģiskais ietvars vardarbību skata kā daudzu faktoru mijiedarbības rezultātu, izšķirot individuālo, attiecību, kopienas, sabiedrības līmeni.

Individuālais līmenis norāda uz personas, kas cieš no vardarbības vai to veic, personisko vēsturi, kas iekļauj gan sociālus, gan bioloģiskus faktorus, kas, iespējams, ir ietekmējuši konkrētā indivīda kļūšanu par varmāku vai upuri. Šis līmenis apraksta dažādu vecumposmu attiecību pieredzi, piemēram, bērnības pieredzi, uzaugot vardarbīgā ģimenē, garīgo saslimšanu vēsturī, narkotisko vielu lietošanas vēsturī un citus personu raksturojošus faktorus, kas var izrādīties nozīmīgi.

Attiecību līmenis norāda, kā indivīda ģimene, draugi, partneri, paziņas ir varbūtēji ietekmējuši indivīda kļūšanu par varmāku vai upuri.

Kopienas līmenis apraksta visdažādākos sociālos kontekstus, ar kuriem dzīves laikā saskaras indivīds, – skola, apkaime, darbvietas utt. Kā riska faktorus parasti min zemu kopienas ekonomisko stāvokli, apdzīvotības blīvumu, nepieciešamo resursu trūkumu, bezdarbu u.c.

Savukārt ar **sabiedrības līmeni** tiek skaidrots, vai konkrētajā sabiedrībā vardarbība kopumā tiek atbalstīta un stimulēta vai noliegta. Sabiedrības līmenis aptver ekonomiskās un sociālās rīcības politikas, kas, piemēram, uztur sabiedrībā augstu nevienlīdzību, kā arī vispārpieņemtās kulturālās normas, piemēram, patriarhālai sabiedrībai raksturīgu vīriešu dominēšanu pār sievieti gan privātajā, gan publiskajā sektorā, bērna uzskatīšanu par nevienlīdzīgu pieaugušajam u.c.

¹ World Health Organization, Department of Reproductive Health and Research, London School of Hygiene and Tropical Medicine, South African Medical Research Council. (2013) Global and regional estimates of violence against women: prevalence and health effects of intimate partner violence and non-partner sexual violence, p.2.

² Eiropas Padomes Konvencija par vardarbības pret sievietēm un vardarbības ģimenē novēršanu un apkarošanu, 3.lpp.

³ Wright, E.M. (2011) Neighborhoods and Intimate Partner Violence, El Paso: LFB Scholarly Publishing LLC.

⁴ World Health Organization, Violence Prevention Alliance. <http://www.who.int/violenceprevention/approach/ecology/en/>

Intīmo partneru vardarbība vēsturiski lielākoties tikusi pētīta no individuālajā un attiecību līmenī, tā radot salīdzinoši šauru IPV problēmas skatījumu un risinājumu apmērus. Tomēr, pamatojoties uz ekoloģisko modeli un uz vairākiem būtiskiem, salīdzinoši neseniem empiriskiem pētījumiem par kopienas un sabiedrības ietekmi uz vardarbības pret sievieti veidošanos un attīstīšanu, var apgalvot, ka kopienai un plašākas sabiedrības kopējām vērtībām un normām ir neizsakāmi liela ietekme arī uz it kā tik personisku un lokālu problēmu kā intīmo partneru vardarbību. Pamatojoties uz šiem pētījumiem, tiek arī akcentēts, **ka intīmo partneru vardarbības samazināšanā rīcības politikas ietvaros maksimāla uzmanība ar preventīvu ietekmi ir jāpievērš tieši kopienas un sabiedrības līmenim.**

Nemot vērā sociālekoģiskajā modeli ietvertos vardarbību veidojošos un ietekmējošos faktoros, kā arī pētnieciskajā literatūrā izdarītos secinājumus, kā galvenās vardarbībā iesaistītās grupas šī projekta ietvaros tiek noteiktas:

- 1) vardarbībā cietušās sievietes;
 - 2) esošie un potenciālie varmākas;
 - 3) cietušās sievietes un/vai vīrieša varmākas tuvinieki (radi, draugi, kolēģi, vaļasprieku biedri utt.);
 - 4) kopienas, piemēram, kaimiņi vai kolēģi;
 - 5) „garāmgājēji”, kas pārstāv sabiedrības līmeni;
 - 6) institūcijas.
- Tālākajā izklāstā sīkāk aprakstīta katra projektā iesaistītā grupa.



1. Vardarbībā cietušās sievietes

Svarīgi izprast, ka vardarbībā cietušās sievietes nav homogēna grupa, kur uz visām iedarbības vienas un tās pašas kampaņas. Sievietes izvēli un rīcību, piemēram, vai ziņot varas iestādēm par vardarbību vai vērsties pēc palīdzības, nosaka dažādi faktori. Sievietes atšķiras pēc vecuma, ģimenes stāvokļa (ir bērni vai nav), pieredzes, zināšanās par to, kas ir vardarbība, psihoemocionālā stāvokļa, sociālekonomiskās situācijas (kas bieži var ietekmēt sievietes izvēli un iespējas pamest vardarbīgas attiecības), dzīvesvietas u.c. būtiskiem faktoriem. Kopējais kampaņu mērķis, kas vērstas uz cietušajām sievietēm, ir ietekmēt un / vai mainīt cietušās darbības un lauzt ierasto rutīnu, stimulēt sievietes izvēli vērsties pēc palīdzības – vai tas būtu zvans uz palīdzības centru vai vērsšanās pie draugiem. Tomēr formātam, kanāliem, lietotās valodas stilam ir jābūt rūpīgi pielāgotam visdažādākajiem sieviešu tipiem.



2. Vīrieši varmākas

Resursu centra sievietēm „Marta”, kas nodarbojas ar dzimumu līdztiesības veicināšanu, sieviešu interešu un tiesību aizstāvību, vadītāja Iluta Lāce⁷ sarunā norāda, ka, viņasprāt, kampaņas, kas mērķētas uz esošiem varmākām, darbojas tikai daļēji, proti, tās strādā uz to vīriešu grupu, kas atzīst un saprot, ka viņi ir

varmākas, ka viņiem ir problēmas, un kuri šo problēmu vēlas risināt. Turpretim visus pārējos varmākas kampaņas neaizsniedzot, jo pašiem varmākām nav izpratnes par viņu rīcības nepareizību. Izņēmums ir, ja kampaņa ir balstīta uz ļoti stingriem un efektīviem sankciju mehānismiem, piemēram, ja varmākam ir pārliecība, ka viens zvans policijai pavisam noteikti beigsies ar apcietinājumu. Tomēr Latvijā cietumsods par IPV ar miesas bojājumiem ir salīdzinoši reta parādība un tādējādi šādām kampaņām nav spēka.

To, ka kampaņām jābūt balstītām gan uz vardarbības rādītājiem, gan ilglaicīgām problēmas risinājuma rīcības politikām, norāda arī, piemēram, pētnieku grupa, kas veica 20. gs. 90. gadu beigās Austrālijā 10 gadu garumā izvērtās kampaņas pret vardarbību „Freedom from Fear” („Brīvs no bailēm” – no angļu val.) analīzi. Šī kampaņa bija vēsta uz varmākām, kas apzinās savu nodarījumu un meklē palīdzību problēmas risināšanā. Kampaņa tika reklamēta, izmantojot palīdzības centru „Men's Domestic Violence Helpline” („Palīdzības līnija ģimenē vardarbīgiem vīriešiem” – no angļu val.), tādējādi sasniedzot palīdzības meklētājus. Turklāt kampaņa tika veidota ciešā sasaistē ar iespēju brīvprātīgi pievienoties bezmaksas terapijas grupai – šo iespēju izmantoja **puse uz palīdzības tālruni zvanošo vīriešu**. Terapijā iesaistīto vīriešu skaits un arī pētnieku grupa uzsver, ka kampaņas, kas vērstas uz vardarbīgu vīriešu rehabilitāciju, ir nozīmīgas, jo, lai arī varmāku aizturēšana un sodīšana pašu vardarbību samazina, tās ne vienmēr samazina sieviešu bailes no vardarbības. Tieši šādu iespēju sniedz kampaņas un programmas, kas vērstas uz palīdzības sniegšanu vīriešiem.⁸

⁵ Benson, Wooldredge, Thistlethwaite, & Fox, 2004; Browning, 2002; Lauritsen & White, 2001; Van Wyk, Benson, Fox, & DeMaris, 2003; Wright & Benson, 2010; Miles-Doan, 1998; Benson et al., 2000; Benson et al., 2003; Benson et al., 2004; Browning, 2002; Wright & Benson, 2010; Lauritsen & White, 2001; Lauritsen & Schaum, 2004); Miles-Doan, 1998 – sīkāk skat. Wright, E.M. (2011). Neighborhoods and Intimate Partner Violence, El Paso: LFB Scholarly Publishing LLC, pp. 4–6; 91–23.

⁶ Wright, E.M. (2011) Neighborhoods and Intimate Partner Violence, El Paso: LFB Scholarly Publishing LLC, pp. 24., 37.

⁷ Nestrukturēta intervija ar Resursu centra sievietēm „Marta” vadītāju Ilutu Lāci, 18.05.2017.

⁸ Donovan, R.J., Paterson, D. and Francas, M. (1999.) Targeting male perpetrators of intimate partner violence: Western Australia's „Freedom from Fear” campaign. Social Marketing Quarterly, V(3): pp.127–144.



3. Tuvinieki

Tuvinieki aptver vardarbībā cietušo sievieti, kā arī vīriešu varmāku emocionāli un sociāli tuvus cilvēkus. Vardarbībā cietušo sievieti gadījumā tie lielākoties ir ģimenes locekļi un draugi, kuri tieši vai netieši ir vardarbības liecinieki un / vai esošas vai potenciālas uzticamības personas, t.s. ārējie padomu sniedzēji un motivētāji pamest vardarbīgas attiecības. Kampaņai, kas vērstas uz vardarbībā cietušas sievietes līdzcilvēkiem un tuviniekiem, var būt vairāki mērķi. Viens no tiem ir sniegt iedrošinošu, informatīvu un procedūru atbalstu tuviniekiem. Tas nozīmē, ka **kampaņām, kas mērķētas uz tuviniekiem, kas atzīst vardarbību un grib iejaukties, bet nezina, kā īsti to darīt, jākalpo kā zināšanu sniedzējam – svarīgi ir iekļaut tālrunus, mājas lapas, palīdzību dienestu kontaktus, kur var pēc padoma vērsties ne vien cietusī sievietē, bet arī viņas tuvinieki.** Otrā kampaņu mērķauditorija ir tie tuvinieki, kuri nojauš par vardarbību pret savu cilvēku, bet klusē. Lai arī gribētos domāt, ka tuvinieki vienmēr ir tie, kas iejauksies varmācīgās attiecībās, tas ne vienmēr ir tā. Tam, kāpēc tuvinieki neiejaucas vardarbīgās attiecībās, ir vairāki iespējamie izskaidrojumi. Viens no tiem, protams, ir vardarbības nesaskatīšana un zināšanu trūkums par vardarbību. Otrs iemesls ir vēlme turēties pie mītiem par ģimeni kā miera ostu un drošības salīņu pat tad, ja pierādījumi vēsta ko citu. Bieži vien tas iet roku rokā ar t.s. „novērsto skatienu” – tuvinieki zina vai nojauš par vardarbību ģimenē, bet izvēlas novērsties un nerīkoties, savu bezdarbību vienmēr izskaidrojot, piemēram, ar pierādījumu trūkumu, vai

gluži vienkārši pierādījumus mikstinot jeb „aizplivurojot”. Sociologs Stenlijs Koen (Stanley Cohen) apraksta trīs veidus, kā un kāpēc veidojas „novērtais skatiens”. Kā pirmo sociologs apraksta burtisko jeb tiešo noliegumu, kura laikā, piemēram, kāda tuva cilvēka paskaidrojumi par zilumiem tiek ieņemti bez īpašas kritikas vai šaubīšanās. Otrs veids, kā novērsties, ir izmantot skaidrojošo noliegumu – pierādījumiem par notikušu vardarbību tiek piešķirta cita nozīme, piemēram, vardarbību izskaidrojot ar stresu vai pārslodzi darbā vai argumentu, ka šim konkrētajam pārim ir normāli risināt strīdus „mazliet augstākos tonos”. Tādējādi vardarbība tiek izskaidrota tā, ka iejaukšanās nav nepieciešama. Trešais veids, kā formējas „novērtais skatiens”, ir līdzdalīgais jeb iesaistošais noliegums, kas noliedz vai mazina vardarbības seku nozīmi. Tuvinieks, visticamāk, nenoliegs vardarbības aktu, bet vai nu mazinās tā nopietnību, vai ieņems pasīvu bezspēcības pozīciju, kuras laikā atrunāsies, ka iejaukšanās var viņam atspēlēties vai iejaukšanās nav iespējama, jo tā ir pāra privāta lieta un „viņa (cietusi) jau mani tik un tā neklausīsies”. Šajā gadījumā mērķis ir ne vien izglītot tuviniekus par vardarbību, bet arī pārraut tuvinieku klusēšanu un neiesaistīšanos un motivēt, un izglītot šos cilvēkus sniegt nepieciešamo atbalstu un palīdzību vardarbībā cietušajām. Runājot par tuviniekiem, nedrīkst aizmirst arī vīriešu varmāku tuviniekus: draugus, kolēģus, ģimenes locekļus un citas viņiem svarīgas personas. Visi šie cilvēki var būt potenciālie resursi, gan lai palīdzētu vardarbīgajās attiecībās esošajai sievietei, gan lai palīdzētu vai ietekmētu un apturētu vīrieti varmāku. Lielākoties vīrieša varmākas ģimenes locekļi, draugi vai kolēģi var būt resurss un potenciālā kampaņas

mērķgrupa vien tādā gadījumā, ja viņi paši vardarbību neakceptē. Vīrieši – no tuvinieku loka vai emocionāli nedaudz attālinātāka līmeņa, piemēram, kopienas un „garāmgājējiem”, – ir vieni no svarīgākajiem atslēgas elementiem kampaņās, kas vērstas pret vardarbību pret sievieti. Varmākām pietuvināti vīrieši var sniegt atbalstu no vardarbības cietušajai sievietei, kā arī būt vieni no pirmajiem, kas uzzina par vardarbību attiecībās un tādēļ arī vieni no pirmajiem, kas iejaucas.



4. Kopienas

2016.gada Eiropas barometra dati par ar dzimumu saistītu vardarbību rāda, ka Latvijā 58% iedzīvotāju uzskata, ka vardarbība pret sievieti ģimenē ir izplatīta, bet Eiropā kopumā šādi uzskata 74% iedzīvotāju. Tajā pašā laikā, salīdzinot ar kopējiem Eiropas rādītājiem, Latvijā ir ievērojami lielāks to respondentu skaits (Latvijā – 75%, Eiropā – 52%), kuri savā draugu lokā, darbā, mācībās vai tuvākajā apkaimē pazīst sievietes un vīriešus, kas cietuši ģimenē no jebkura veida vardarbības. 30% Latvijas iedzīvotāju uzskata, ka vardarbība pret sievieti ir nepieņemama, bet ne vienmēr ar likumu sodāma, tādējādi šajā jautājumā ierindojoties pirmajā vietā Eiropā. To, ka vardarbība pret sievieti ģimenē nav pieņemama un tai vienmēr būtu jābūt sodāmai ar likumu, Latvijā uzskata tikai 58% vīriešu (Eiropā – 81% vīriešu) un 69% – sievietes (Eiropā – 86% sievietes). Tāpat Latvijā (31%) līdz ar Rumāniju (32%) un Bulgāriju (34%) visvairāk iedzīvotāju uzskata, vardarbība ģimenē ir privāta lieta

⁹ Young, I. M. (1997) Interesting Voices: Dilemmas of Gender, Political Philosophy, and Policy. Princeton, NJ : Princeton University Press, p. 159.

¹⁰ Cohen, S. (2001) States of Denial: Knowing About Atrocities and Suffering. Cambridge: Polity Press, p. 9.

¹¹ Žabicka, A. (2017) Kāpēc nedzirdam? Interneta žurnāls „Satori”, <http://www.satori.lv/article/kapec-nedzirdam>.

¹² Eiropas Komisija. (2016) Īpašais Eiropas barometrs 449 „Ar dzimumu saistīta vardarbība”, 1.–4.lpp.

(salīdzinājumam – to, ka vardarbība ir privāta lieta, Zviedrijā uzskata tikai 2% un Dānijā – 6% iedzīvotāju). Šie dati sāpīgi parāda sabiedrības – gan tuvinieku, gan ar problēmu tieši nesaistītu cilvēku – augsto toleranci pret vardarbību ģimenē. Tomēr kopienai cilvēki, ar ko tiek saprastas cilvēku grupas, kas ierasti nav tik emocionāli un sociāli tuvas cietušajai, kādā brīdī var spēlēt izšķirošu lomu vardarbības pret sievieti novēršanā vai kļūt par ārkārtīgi nozīmīgu sievietes atbalsta punktu. Piemēram, ielas, kāpņutelpas vai mājas kaimiņi, ar kuriem, iespējams, ikdienā vienīgā komunikācija ir sasveicināšanās, var izrādīties atslēgas personas, kas sniedz atbalstu un rīkojas – vai tas būtu zvans policijai, vai patvēruma sniegšana sievietei, vai emocionāls atbalsts. Līdzīgi var būt ar darba kolēģiem, kas ievēro vardarbības pazīmes. Tādējādi jautājums, vai šiem sievietei salīdzinoši svešiem cilvēkiem ir augsta tolerance pret vardarbību, vai viņiem darbojas „novērsta skatniens”, sievietes un arī varmākas dzīvē var būt izšķirošs.

Tieši kopienai, kurā ietilpst arī kaimiņi, var runāt par sociālā kapitāla un sociālās integrācijas nozīmi vardarbības cēloņu un sekas novēršanā. Pētījumi liecina: jo sociāli ciešāka ir kopiena (labi pazīstami kaimiņi, tuvi kolēģi utt.), jo zemāka ir vardarbības tolerance. Tādējādi kopienām adresēto kampaņu mērķis ir līdzīgs kā tuvinieku gadījumā – palīdzēt līdzcilvēkiem saskatīt vardarbības pazīmes un mudināt cilvēkus pārtraukt klusēšanu un aktīvi iesaistīties vardarbības novēršanā. Tomēr kopienai mērķgrupai ir papildu izaicinājums – ņemot vērā, ka šī cilvēku grupa nav tik emocionāli piesaistīta sievietei vai vīrietim varmākam kā tuvinieki, viņi mazāk zina par šo cilvēku privāto dzīvi un, pat ja zina, ir grūtāk

pārvarēt privātuma un publiskuma robežu, jo īpaši, ja sabiedrībā ir pieņemts par privātām lietām nerunāt un „citu darišanās” nejaukties.



5. „Garāmgājēji”

„Garāmgājēji” atspoguļo sabiedrības līmeni vardarbības novēršanā un izskaušanā. Mērķis ir pievērst cilvēku uzmanību problēmai un sekmēt cilvēku iesaistīšanos vardarbības prevencijā un sekas novēršanā, akcentējot līdzcilvēku attieksmes un uzvedības maiņu, saskaroties ar vardarbību. Līdzīgi kā citas grupas, arī šī ir nevienmērīga grupa. Veidojot kampaņas, kas vērstas uz sabiedrību kopumā, arī jāatceras, ka tām jābūt diferencētām un pielāgotām dažādām sabiedrībā ietilpstošām sociālām grupām – jaunām sievietēm un meitenēm, jauniem vīriešiem un puīšiem, vecākiem utt. Tas, vai un kā reaģēs katrs „garāmgājējs”, ir atkarīgs no viņa zināšanām par IPV un pieredzi – jo ciešāka personai ir bijusi iepriekšēja saistība ar vardarbību ģimenē, jo, visticamāk, atvērtāka būs reakcija pret kampaņu. Savā ziņā „garāmgājējus” ir grūti dēvēt par vienu mērķgrupu, jo pēc būtības tā sastāv no simtiem dažādu sabiedrības grupu, kurai nepieciešami atšķirīgi vēstījumi un formāti. Attiecīgi – nav iespējams izveidot vienu kampaņu visiem garāmgājējiem. Arī šai mērķgrupai veidotām kampaņām ir jābūt vērstām ne vien uz sekām, bet uz vardarbības pret sievietēm cēloņiem – dzimumu nevienlīdzību un līdztiesības trūkumu, uz dzimumu balstītu aktīvo un pasīvo diskrimināciju, dzimtes lomu stereotipiem, kas tolerē vai pat piedod

pret sievieti un meiteni vērstu vardarbību. Ņemot vērā mērķgrupas apmērus, viens no mērķiem var būt uzrunāt kopienai viedokļu līderus, kuros ieklausās un kuri tādējādi var ietekmēt citu cilvēku viedokli un attieksmi. Kopumā šajā līmenī kampaņu mērķis ir sekmēt tādu sociālkulturālo vidi, kur vardarbība netiek tolerēta, upuri netiek vainoti, bet gluži pretēji – cietušajām sniegta iespēja izteikties un saņemt palīdzību.



6. Institūcijas

Kā vēl viena vardarbības problēmā iesaistītā puse ir jāmin institūcijas un to pārstāvji, kam ir tieša saistība un ietekme uz vardarbībā iesaistītajām personām – cietušajām un varmākām, piemēram, atbalsta centri, sociālie centri, policijas iecirkņi, kā arī mediji u.c. Arī institūcijas aptver sabiedrības līmeni, taču šeit pievienojas papildu dimensija – profesionālā izglītība un pieredze konkrētās jomas ietvaros. Tomēr svarīgi atzīmēt, ka ne visu institūciju pārstāvji, kas saskaras ar vardarbības upuriem vai citām vardarbībā tieši vai netieši iesaistītām pusēm, ir ar līdzvērtīgu zināšanu, pieredzes un attiecīgi arī atbildības līmeni. Piemēram, mediju tālākizglītībā atšķirībā no policijas un sociālajiem darbiniekiem nav iekļauti obligātie kursi par vardarbību. Savukārt kā viens no noslēdzošajiem „spēles dalībniekiem” jāmin likumu izstrādātāji un lēmēji. Kampaņas, kas ierasti vērstas uz šīm grupām, ir vai nu pastarpinātas un izrietošas no pirmajām piecām mērķgrupām, jo arī attiecīgās institūcijās strādājošie cilvēki var būt kaimiņš vai māsa cietušajai, vai

parasti – speciāli veidotas kā mācības un semināri, jo no institūcijām tiek prasīta specifiska profesionālā atbildība un rīcība vardarbības seku novēršanā un prevencijā. Tādējādi mācību un / vai kampaņu mērķis ir nodrošināt un stiprināt labvēlīgu institucionālo atbildi visām vardarbības lokā iesaistītajām personām. Likumsakarīgi – daudz lielāka iespēja, ka sieviete, kas cieš no vardarbības, ziņos atbildīgajām instancēm, piemēram, policijai, ja viņa jutīsies droša, ka pretim saņem iecītīgu un efektīvu rīcību un atbalstu.

Katra no iepriekš aprakstītajām sešām grupām ietver vairākas visai atšķirīgas mērķgrupas (pēc vardarbības pieredzes, izglītības, sociālekonomiskā stāvokļa, reliģiskās piederības utt.), kurām varētu adresēt dažnedažādas kampaņas.

Ņemot vērā projekta apjomu, aptvert visas potenciālās mērķgrupas nav iespējams, tādēļ tālākā projekta izstrādē tika pieņemts lēmums **padziļinātāku situācijas izpēti vērst uz:**



1) vardarbībā cietušajām sievietēm,



2) vīriešu varmāku draugiem, kuri potenciāli var kļūt par viedokļu līderiem starp citiem vīriešiem, tādējādi netieši aizskarot arī pašus vīriešus varmākas,



3) kaimiņiem, kas dzīvo blakus ģimenei, kurā konstatēta vardarbība,



4) ierēdņiem un



5) nedaudz ieskicēt policijas darbinieku pieredzi.

Izvēle par labu tieši šīm mērķgrupām ir veikta, cenšoties

- caur specifiskām mērķgrupām aptvert gan tiešā vardarbības aktā iesaistītās personas (cietušās sievietes),
- gan vardarbības aktam pietuvinātas personas, kas, iespējams, daļēji var ietekmēt arī vīriešus varmākas (vīriešu varmāku draugi, paziņas, kolēģi). Tāpat bija svarīgi aptvert t.s. pasīvo liecinieku (*bystander* – angļu val.) grupu, kas var ietekmēt situāciju realitātē – šo svarīgo funkciju veic kaimiņi, kas pārstāv kopienas grupu. Tikpat būtiski vēlreiz akcentēt, ka bez profesionāļu iesaistes (policisti un ministriju pārstāvji) un viņu zināšanu un izpratnes līmeņa uzlabošanas kopējo situāciju uzlabot nav iespējams. Mērķgrupu interviju un aptauju analīze lasāma sadaļā „Testēšanas rezultāti”.

MĒRĶGRUPU IZVĒLES PAMATOJUMS

Iepriekš veidotajā vardarbības ekosistēmas kartējumā apzinātas vardarbības pret sievieti (VAW) problēmā iesaistītās sabiedrības puses, tā uzsverot, ka sabiedrība nav anonīma, homogēna masa. Kartējumā uzsvērtas gan personas, kas pārstāv vardarbības problēmā iesaistītās institūcijas, lēmējvaras un izpildvaras, gan personas, kas šādas institūcijas nepārstāv („civilpersonas”), bet ir uzskatāmas par vardarbības problēmā iesaistīto pusi netiešā ziņā – attieksme pret vardarbību un uzvedība, ar to saskaroties.

Viens no vardarbības ekosistēmas izveides mērķiem ir uzsvērt VAW strukturālo un komplicēto iedabu – **tolerance pret vardarbību un iespējamā VAW mazināšana un izskaušana ir iespējama tikai tad, ja ir sistemātiski saskaņots rīcības modelis, kas vienlaikus vērsts uz „civilpersonu” uzvedības maiņu un preventīviem pasākumiem un uz institūciju un lēmējvaras, un izpildvaras struktūrām un to pārstāvēniecību** – policijas

darbiniekiem, ministriju pārstāvjiem, medicīnas un sociālo pakalpojumu profesionāļiem u.c. „Civilpersonu” tolerances pret VAW mazināšana ir cieši saistīta ar plašāku rīcības politiku konkrētā valstī un / vai reģionā. Spēcīga un skaidra komunikācija par VAW un rīcība VAW mazināšanā un izskaušanā valstiskā līmenī kalpo par nozīmīgu atbalsta mehānismu individu uzvedības maiņas stratēģijām un kampaņām. Individam, vai tā būtu no vardarbības cietusi sieviete vai tuvinieks, vai varmāka, ir svarīgi, ka valstī ir konkrēta, skaidra attieksme pret VAW, kas tiek pierādīta rīcībā: vienotās un savstarpēji koordinētās atbalsta sistēmās, kas iekļauj policiju, tiesisko ietvaru, konsultāciju un resursu centrus, sociālās rīcības politikas utt.

Otrs vardarbības ekosistēmas mērķis ir uzsvērt, ka **sabiedrība sastāv no daudzām atšķirīgām sabiedrības grupām**, ko nosaka audzināšana, reliģiskā piederība, izglītība, sociālā vide, ekonomiskais stāvoklis, kultūras

sociālās normas un tradīcijas, profesionālā piederība, institucionālā piederība un citi faktori. Attiecīgi – **nav iespējams veidot universālu kampaņu iedomātai vispārīgai sabiedrībai, bet kampaņām jābūt mērķētām uz ļoti konkrētu sabiedrības daļu / grupu**, izmantojot tai modelētus un pielāgotus formātus, kanālus, valodas stilus utt. Efektīvai kampaņai būtu jāaizsniedz pēc iespējas plašāks specifisku sabiedrības grupu loks.¹ Izvēlēto grupu ietvaros jāsaprot viņu pašreizējās zināšanas par VAW un uzvedība hipotētiskās vai pieredzētās VAW situācijās, lai uz iegūtās informācijas pamata veidotu kampaņu. Būtiski saprast atšķirības starp zināšanām un uzvedību. Lielākoties cilvēki jau zina, kāda ir no viņiem sagaidāmā rīcība, tādēļ nav vērts viņiem to vēlreiz atkārtot. Savukārt uzvedība iekļauj arī tādus būtiskus nosacījumus kā personas dzīves izvēles un iespējas, kas cieši saistītas ar sociāliem, ekonomiskiem un kultūras faktoriem.²

¹ Raab, M., Rocha, J. (2011) Campaigns to End Violence against Women and Girls, United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women, p. 11.

² Dzīves iespējas (*life chances* – angļu val.) un dzīves izvēles (*life choices* – angļu val.) ir sociologa Maksa Vēbera (*Max Webber*) aprakstīti individa dzīvesstilu un uzvedību ietekmējoši faktori, ko viņš cieši saistīja ar individa sociālo šķiru. Lai arī kopš šo konceptu aprakstīšanas 20. gs. sākumā sociālo šķiru jēdziens ir mainījies, proti, kļuvis daudz plūstošāks un mainīgāks, individa sociālekonomiskā pozīcija vēl aizvien ietekmē personas iespējas un izvēles – ietekmējošie faktori var būt gan iespēju un izvēļu veicinoši, gan limitējoši. Ar izvēli tiek saprasts process, kurā individs kritiski izvērtē situāciju un pieņem lēmumu par tālāko rīcību (izvēles iespējamās sekas tiek iztēlotas, vērtētas, rekonstruētas utt.). Savukārt dzīves iespējas raksturo sociālās šķiras noteicošus apstākļus, kas var individam vai nu sniegt priekšrocības un tādējādi sekmēt apzinātas dzīves izvēles, vai arī radīt izvēli ierobežojošus faktoros.

Ņemot vērā, ka kampaņām ir jābūt precīzi mērķētām uz konkrētām sabiedrības grupām, balstoties iepriekšējā izpētē par sabiedrības ietekmi uz vardarbības toleranci, kā arī apzinoties projekta budžetu, ir izdarīta izvēle tālāko kampaņu analīzi un testēšanu veikt atsevišķās salīdzinoši šaurās grupās, kas pārstāv vairākus nozīmīgus vardarbības ekosistēmas atzarus. Tādējādi kampaņa izvairīsies no izplūduša un nekonkrēta vēstījuma un mērķa, bet tiks veidota daudz koncentrētāka un konkrētāka, potenciāli efektīvāk aizsniedzot vardarbības ekosistēmas grupas un izvēršot sekundāru kampaņas „atbalsi” arī plašākā garāmgājēju lokā. Lai arī ziņojuma autore apzinās, ka ir arī citas sabiedrības grupas, kurām svarīgi būtu veidot atbilstošas kampaņas vai no kurām var iegūt vērtīgu informāciju, kā sākotnējās mērķgrupas ir izvēlētas grupas, kas maksimāli plaši pārstāv jeb nosedz vardarbības ekosistēmu:

1) vardarbībā cietušas sievietes, kurām primāri ir jāsniedz gan informatīva, gan emocionāla un praktiska palīdzība, atbalsts un rīcības modelis;

2) vīrieši – varmākai tuvas personas, kas pārstāv tuvinieku mērķgrupu, bet vienlaikus arī vīriešus kopumā, kuri var būt t.s. atslēgas personas un viedokļu līderi gan citu vīriešu

vidū, gan ietekmēt savu vardarbīgo paziņu vai draugu vai gūt izšķirošu nozīmi arī sievietes, kas cieš no drauga rokas, dzīvē;

3) kaimiņi, kuri pārstāv kopienas līmeni un kuri ir vieni no biežākajiem vardarbības lieciniekiem, tādējādi kļūstot par vardarbībai ļoti pietuvinātiem cilvēkiem, kuri var kļūt par vērtīgu atbalstu vardarbībā cietušai sievietei, piemēram, izsaucot policiju;

4) policijas darbinieki (institūcijas), jo viņi ir primārie aizsardzības sniedzēji un viņu kompetences līmenis un attieksme pavisam tieši ietekmē gan vardarbībā cietušo sievieti, gan to, kas notiek ar vīrieti varmāku;

5) ministriju pārstāvji (ierēdņi), jo tieši no viņu savstarpēji koordinētas darbības, kā arī profesionalitātes ir atkarīgs, vai vardarbības un vardarbības tolerances mazināšana ar normatīvo aktu, kampaņu un projektu izstrādi iegūs mērķtiecīgus, konsekventus un ilglaicīgus vaibstus.

Svarīgi saprast, ka arī šīs grupas pēc būtības iedalās vēl sīkākās mērķgrupās, tādēļ arī daļa no šīm grupām ir modelētās mērķgrupas (piemēram, vīrietis – varmākas draugs), jo precīzai kampaņai jāaptver konkrēta reģiona, kopienas, sociālās šķiras, tautības, reliģiskās piederības u.c. personas.

Mērķgrupu specifiskās īpašības:



vardarbībā cietušai sievietei nepieciešama

- informācija
- emocionālais atbalsts
- praktiskā palīdzība
- rīcības modelis



vīrieši – varmākai tuvas personas

- var būt viedokļu līderi
- var ietekmēt varmāku
- var sniegt atbalstu / aizsardzību sievietei



kaimiņi

- vieni no biežākajiem vardarbības lieciniekiem
- potenciāli atbalstītāji un aizsardzības sniedzēji



policijas darbinieki (institūcijas)

- primārie aizsardzības sniedzēji



ministriju pārstāvji (ierēdņi)

- savstarpēji koordinēti veido mērķtiecīgu, konsekventu un ilglaicīgu sistēmu

4.

KAMPAÑAS

KAMPAŅU VEIDI UN MĒRĶI

Lai maksimāli pietuvotos nulles tolerancei pret partnerattiecībās notiekošu vardarbību, **kampaņu pirmais mērķis ir veicināt atklātu komunikāciju par vardarbību** (*breaking the silence* – angļu val.) un **izpratni, ka vardarbība ģimenē nav vienu divu indivīdu, bet visas sabiedrības problēma.** Otrs lielais kampaņas mērķis ir **panākt sabiedrības sociālo normu un uzvedības maiņu**, tomēr uzreiz jābilst, ka tas ir komplekss un ilglaicīgs process, kas nav panākams gada laikā ar pāris kampaņām medijos, kas vērstas uz dažām sabiedrības mērķgrupām.

Tā kā sociālo grupu morāles, normu un uzvedības maiņas process ir ārkārtīgi komplekss un sarežģīts, arī kampaņām ir jābūt daudzdimensionālām. Pirmkārt, **lai kampaņas būtu pēc iespējas efektīvākas, tām drīzāk ir jābūt ilgtermiņa un ar pēctecību, nevis vienreizējām vai īstermiņa, kā arī daļai no plašākas rīcības politikas vai savstarpēji koordinētām un sasaistītām stratēģijām.**¹ Vienreizējs

plakāts ar vardarbību nosodošu saukli, visticamāk, neko nepanāks. Ņemot vērā, ka sabiedrība ir daudzšķautņaina, arī katram kampaņas elementam, sauklim, vizualizācijai, kanālam utt. ir jābūt pielāgotam konkrētai mērķgrupai, proti, veidojot kampaņu, ir jābūt skaidri definētam, kam tā tiek veidota. Tādējādi ir lielāka iespējamība, ka cilvēki, kurus kampaņa uzrunā, spēs ar to asociēties. Komunikācijai jābūt skaidrai – cilvēkiem ir jāsaprot, kādu rīcību šī kampaņa stimulē. Svarīgi, ka atsevišķos līmeņos vai uz konkrētām mērķgrupām vērsto kampaņu mērķi būtu ne vien likvidēt vardarbības sekas, bet skart arī vardarbības cēloņus – konkrētajā sabiedrībā akceptētas kultūras normas, kas stimulē dzimumu nevienlīdzību, vīriešu dominanci pār sievietēm, kā arī pieņemt vardarbību ģimenē kā normālu konfliktu risināšanas ceļu u.c. Citiem vārdiem sakot, kampaņām jāizaicina sociālās normas. Nozīmīgs solis, kas sasaucas ar kampaņas pēctecību un integritāti, ir t.s. „otrā soļa” norādīšana cilvēkiem, kam kampaņa adresēta. Ja

kampaņas mērķis ir panākt lielāku cilvēku iesaisti vardarbības novēršanā, kampaņai ir jānodrošina, ka cilvēki zina, kas jādara tālāk – vai tas būtu palīdzības un atbalsta tālrunis vardarbības lieciniekiem, vai klātienē konsultācijas, vai zināšanu sniegšana par piemēram, varmākas aizturēšanu un citiem būtiskiem jautājumiem.² Svarīgi arī kampaņas saturu un formātu pielāgot vietējai sabiedrībai un kultūrai saprotamos faktos, veidos un tēlos.

Ir divu veidu **publiskās komunikācijas kampaņas: publiskās gribas kampaņas un indivīda uzvedības maiņas kampaņas.**

Publiskās gribas kampaņas akcentē sociālās problēmas nozīmību, lai sāktu, turpinātu vai pievērstu uzmanību nepieciešamībai pēc stratēģiskām, politiskām pārmaiņām problēmas risināšanā. Šīs kampaņas ierasti tiek adresētas institucionālajam un lēmējvaras



¹ Heisecke, K. (2014) Raising awareness of violence against women: Article 12 of the Istanbul Convention, Council of Europe.

² Jones, S. (2015) Not just a slick TV ad: what makes a good domestic violence awareness campaign? <http://theconversation.com/not-just-a-slick-tv-ad-what-makes-a-good-domestic-violence-awareness-campaign-45041>

limenim, tomēr neizslēdz uz individu vērsta kampaņas elementus, jo, kā norādīts arī „Secinājumos par ekosistēmu”, sabiedrība, tostarp arī institūciju pārstāvniecība, nav anonīmi indivīdi.

Indivīda uzvedības maiņas kampaņas tiecas pārveidot indivīda vai atsevišķu kopienu uzvedību, kas līdz šim ir bijusi sociālās problēmas pamats vai ir to atbalstījusi un stimulējusi. Arī indivīdi un kopienas ir jāizvēlas konkrētas (skat. sadaļu „Testēšanas rezultāti”). Lai arī projektā izvirzītā vēlami maināmā problēma ir sabiedrības (šoreiz – visplašākajā nozīmē) vardarbības augstā tolerance, tomēr tas nenozīmē, ka kampaņām jābūt vispārīgām. Mērķis ir panākt konkrētu mērķgrupu (vardarbībā cietušu sievieti, vīriešu varmāku tuvinieku un paziņu, kaimiņu, policijas pārstāvju un ierēdņu) informēšanu un izglītošanu par fiziskās vardarbības aspektiem un sekmēt iespējamu uzvedības maiņu: pievērst šo cilvēku uzmanību problēmai, veicināt cilvēku iesaistīšanos vardarbības prevencijā un seku novēršanā, akcentējot līdzcilvēku attieksmes un uzvedības maiņu, saskaroties ar vardarbību. Kā virsmērķis tiek noteikta līdzcilvēku apzināšanās, ka intīma partnera vardarbība pret sievieti ir strukturāla sabiedrības problēma, kurā iesaistītas vairākas puses (skat. ekosistēmas modeli). Līdz ar to arī kampaņu veidiem jābūt pielāgotiem tā, lai maksimāli akcentētu līdzcilvēku un iesaistīto institūciju atbildību par un toleranci pret intīmo partneru vardarbību. Tālāk ir apkopti daži ietekmīgākie kampaņu **veidi, formāti un tajos iekļautie vēstījumi**, kas tiek lietoti intīmo partneru vardarbības un vardarbības pret sievietes izskausanas un nulles tolerances kampaņās.

- Informēt, ka vardarbība pret sievieti ietekmē visu sabiedrību. Ar to jāsaprot, ka kampaņās tiek apelēts pie tā, ka intīmo partneru vardarbības (IPV) tolerance rada sekas, kas ietekmē konkrētu indivīdu X, kurš it kā nav tieši iesaistīts vardarbības aktā. Piemēram, tolerējot IPV, indivīds X veicina atbilstošo institūciju noslodzi, kas rūpējas par IPV izskaušanu vai prevenciju (ekonomiskais faktors). Vēl būtiskāk – tolerējot vardarbību pret sievieti, indivīds atbalsta situācijas, ka arī bērni (sabiedrības nākotne) uzaug vardarbīgā vidē, kuri vēlāk pieaugot ļoti tieši var ietekmēt ar citus sabiedrības locekļus (sociālais faktors). Svarīgi bilst, ka šis kampaņas gan vairāk tiek izmantotas nacionālās sociālās politikas līmenī un, lai arī ir mērķētas uz indivīda uzvedības maiņu, ciešāk sasaucas ar publiskās gribas kampaņām. Tikpat būtiski akcentēt, ka arī šādas informācijas nodošana notiek ar mērķgrupām pielāgotām kampaņām (piemēram, kā vardarbība ietekmē tieši šo sabiedrības daļu un tieši šos indivīdus).
- Akcentēt, ka vardarbība pret sievieti ir noziegums, kas ir jāaptur.
- Uzsvērt labas uzvedības piemērus: iekļaušanās, aizstāvēšana, neklusēšana ir moderna, domājoša, stilīga cilvēka pazīmes, kas var pozitīvi ietekmēt arī pašu indivīdu. Šāds aspekts labi piemērojams jauniešiem domātām kampaņām. Mērķis ir pārliecināt auditoriju, ka kampaņā akcentētā uzvedība ir tā, kas ir sociāli un individuāli laba. Svarīgi izvairīties no pamācoša un aizbildnieciska toņa, bet veicināt paša indivīda nonākšanu līdz pareizajam rīcības modelim.
- Veidot pareizas rīcības modeļus,

piemērus, kas aizsniedz mērķauditorijas. Piemēram, inscenēta dokumentāla reklāma³, kas iekļauj tēlus (vai pat veselu kopienu), kas cīnās pret vardarbību (kampaņu analīzes posmā tika konstatēts, ka vairumā kampaņu, kas vērstas uz uzvedības maiņu, netiek piedāvāts rīcības paraugs, bet cietušie un līdzcilvēki tiek lielākoties attēloti pasīvā liecinieku lomā vai arī līdzcilvēki kampaņās nav vispār iekļauti). Šis kampaņu veids sasaucas ar iepriekš minēto labu uzvedību veicinošo kampaņu – tās ir ļoti konkrēti dizainētas tā, lai mērķgrupa, kam tā ir adresēta, atpazītu sevi vai sev tuvu tēlu. Atšķirībā no iepriekšējā piemēra, šeit rīcības modelis tiek piedāvāts daudz detalizētāk – soli pa solim.

Kopējais kampaņu mērķis ir mainīt publisko uztveri par intīmo partneru vardarbību un vardarbību ģimenē kā kaut ko, kas ir privāta ģimenes lieta un uz citiem neattiecas, uzsverot, ka IPV ir noziegums, ko netieši ietekmē visa komplicētā sabiedrība un kas prasa sabiedrības dažādo grupu iekļaušanos.

Paralēli iepriekš minētajām komunikācijas kampaņām sociālo problēmu risināšanā tiek izmantota arī t.s. **komunikācija attīstībai** (*communication for development* – angļu val.) jeb **C4D kampaņas**. C4D ir uz cilvēku orientēta komunikācija, kas veicina pašas mērķgrupas nepieciešamību attīstīties, kā arī palīdz nospraust mērķus un veidot un uzturēt pārmaiņas veicinošus instrumentus. Tā ir kompleksa komunikācijas forma, kas palīdz risināt sociālās problēmas un sekmēt nepieciešamo attīstību atbilstoši pašas mērķgrupas pieredzei un maksimāli nodod attīstību mērķgrupas pārstāvju

³ Inscenēts dokumentālais kino, dēvēts arī par mokumentālo kino (*mockumentary* – angļu val.), kas attēlo inscenētus notikumus dokumentālu filmu veidā.

rokās. Tādējādi C4D ir kas vairāk par tikai informācijas sniegšanu, tā nav iedomājama bez tajā iesaistīto cilvēku vērtību, ticību, viņu dzīves veidojošo sociālo un kultūralo normu izpratnes. Lai to veiktu, C4D iekļauj antropoloģiskas izpētes metodes – iesaistīšanos šo cilvēku kopienā un dzīvē, runāšanu ar cilvēkiem, ieklausīšanos viņu stāstos un šo stāstu, problēmu izklāstu un iespējamo risinājumu sadzirdēšanu. Tālākā rīcība ir kopīga risinājumu modelēšana, ko var uzskatīt par ko pietuvinātu sociālajam dizainam.

C4D tiek veidots dažādos formātos: teksts, audio, video, performances, vizuālā māksla u.c. Mērķauditorijas var būt visdažādākās – no medijiem, rīcības politikas veidotājiem līdz pat atsevišķām sabiedrības kopienām, piemēram, viena pagalma iedzīvotājiem kādā mikrorajonā. C4D un, jo sevišķi, ICT4D (*information communication for development* – angļu val.) – informācijas un komunikācijas tehnoloģijas attīstībai – veido komunikācijas kanālus starp divām vai vairākām t.s. ievainojamajām vai apklusinātajām iedzīvotāju grupām, kā arī veicina t.s. vertikālo komunikāciju – ierasti nesadzirdētā sabiedrības daļa „atgūst balsi”. „Balss piešķiršana” ir viens no svarīgajiem C4D stratēģijas mērķiem. C4D trīs galvenie aspekti ir zināšanas / pieeja, balss un komunikācija / tīklošanās, kurus var skatīt arī kā ciklu (skat. 4.1. attēlu „C4D cikls”). Zināšanas un pieeja ir viens no galvenajiem komunikācijas stratēģijas mērķiem, kas ietver informācijas sniegšanu par konkrēto jautājumu un izvēlētās mērķgrupas izglītošanu. Atšķirībā no plašsaziņas līdzekļu kampaņām C4D mērķgrupas ietvaros koncentrējas uz jaunu ideju un risinājumu apguvi, bet tīklošanās attīstība nodrošina

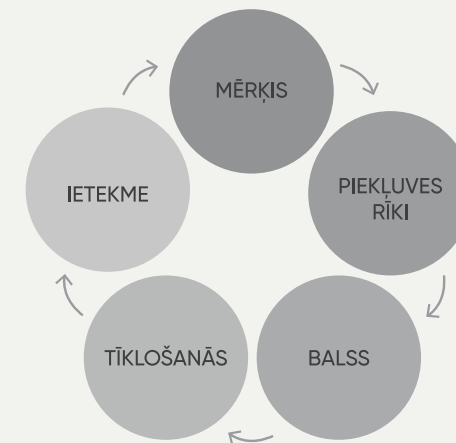
jauno zināšanu pārtapšanu par praksi. Lai arī tradicionāli C4D pieeja lielākoties izmantota situācijās un sabiedrībās, kas cietušas apjomīgās dabas vai cilvēka izraisītās katastrofās (piemēram, zemestrīču vai viesuļvētru skartās teritorijās, Eholas vīrusa uzliesmojuma laikā Sjerraleones Republikā u.c.)⁴, kā arī karu un nemieru pārņemtās teritorijās, lai uzklāstu un izziņātu katastrofas vai citu nelaimju skartās teritorijas iedzīvotājus, sniegtu viņiem informāciju, zināšanas, atbalstu un rīkus un pilnvarotu individuus un kopienas viņu pašu dzīvju uzlabošanai, C4D ir izmantojama arī citu sociālo problēmu risināšanā, tostarp VAW problemātikā. Piemēram, C4D tika izmantots kā viens no komunikācijas veidiem par VAW Austrumtimorā, kur pēc divus gadus ilgušas ar dzimumu saistītas vardarbības izpēti tika pielāgotas un analizētas dažādas komunikācijas kampaņas VAW mazināšanai – tostarp arī C4D, kas tika vērsta uz aktīvu individu iesaisti pārmaiņu veicināšanā.⁵

C4D galvenie uzdevumi ir:

- 1) veicināt individu uzvedības maiņu, maksimāli iekļaujot pašus individuus pārmaiņu procesa izstrādē, ieviešanā un noturēšanā;
- 2) izmantot dažādus mērķgrupām pielāgotus komunikācijas instrumentus, kanālus un stilus, tādējādi sasniedzot konkrētus individuus. Kā piemēru var minēt 2013. gadā Latīņamerikā un Karību reģionā MTV *Latin America* un Apvienoto Nāciju īstenotu vardarbības pret sievieti novēršanas C4D kampaņu „Drosmīgie nav vardarbīgi” (*The brave are not violent* – angļu val.). Līdzīgi kā Latvijā⁶, arī

Latīņamerikā un Karību reģionā aptuveni 1/3 sieviešu savas dzīves laikā ir piedzīvojušas fizisku vai seksuālu vardarbību no esošā vai bijušā partnera. Tā kā ar dzimumu saistītā vardarbība šajā teritorijā ir viena no nozīmīgākajām problēmām, tika nolemts, ka stratēģijām, kas vērstas pret vardarbību, ir jāaizsniiedz ne vien tagadējā pieaugušo vīriešu un sieviešu paaudze, bet arī pusaudži un bērni. Ņemot šo par vadmotīvu, tika izstrādāta kampaņa, kas īpaši vērsta uz jaunu vīriešu un zēnu iesaisti vardarbības pret sievieti prevencijā un izskaušanā, piedāvājot zēniem pārdomāt vārdu „drosmē” un „drosmīgs” nozīmi un piešķirt jaunu nozīmi maskulinitātei, kas būtu vērsta uz pozitīvām darbībām, vardarbības pārtraukšanu pret sievietēm un meitenēm. Lai kampaņu padarītu iesaistošu, tika izmantotas jau esošas, kā arī radītas jaunas jauniešu uzrunājošas un jauniešiem piemērotas vides un komunikācijas platformas. Tajās zēni un arī meitenes, izmantojot viņiem atbilstošas un interesantas komunikācijas formas un kanālus, piemēram, sportu, ielu amatieru teātri, mūziku un sociālos tīklus, tika iesaistīti tradicionālo sociālo dzimumu lomu izaicināšanā un jauna „drosmīga vīrieša” tēla veidošanā, kas neiekļauj šajā reģionā raksturīgo „machismo” (mačo kultūra – no spēņu val.) maskulinitāti.

4.1. C4D cikls



⁴ UNICEF. (2016) Humanitarian action. C4D in humanitarian situations. https://www.unicef.org/cbsc/index_66032.html

⁵ Pedro, A. (2013.) Communication Strategies for Preventing Violence against Women: Case Study of Timor-Leste. *Estudos em Comunicação*, No.14, pp. 1–38.

⁶ 2012. gada FRA (EU Agency for Fundamental Rights) apsekojums liecina, ka Latvijā to sieviešu skaits, kuras kopš 15 gadu vecuma ir piedzīvojušas fizisku un/vai seksuālu vardarbību no sava esošā vai bijušā partnera, sasniedz 32%. Avots: Eiropas Savienības Pamattiesību aģentūra. (2014) Vardarbība pret sievietēm – ES mēroga apsekojums. Luksemburga: Eiropas Savienības Publikāciju birojs, 20. lpp.

NOSACĪJUMI EFEKTĪVAS KAMPAŅAS IZVEIDEI

Efektīvu kampaņu raksturo specifiskai mērķauditorijai adresēta precīzi noformulēta ziņa un / vai aicinājums uz konkrētu rīcību, kas izklāstīts skaidri saprotamā stāstā viegli uztveramā valodā ar tiešu un vienkāršu pieeju mērķauditorijai. To var panākt, savienojot pareizos elementus pareizā kārtībā, darbībā un vizuālos palīg līdzekļos.

Sākot darbu pie kampaņas izveides, jāidentificē problēma un tās konteksts, kā arī jānosaka mērķis. Būtiski veikt pētījumu un analīzi, kas identificēs problēmjautājumā iesaistītas puses un mērķgrupas, iezīmēs soļus mērķa sasniegšanai un paredzēs / izveidos nākotnes situācijas viziju. Veiksmīgas kampaņas nodrošināšanai būtiska ir plānošana, ieinteresēto pušu

(mērķauditorija, partneri, sabiedrotie) identificēšana, stratēģiju izveide (komunikācijas, ieviešanas, iziešanas u.c.).

Kampaņas elementu (video, plakāts, skrejlapas), mediju un kanālu (plašsaziņas līdzekļi – TV, radio, publiskās tualetes, uzgaidāmās telpas medicīnas iestādēs) izvēlei jābūt maksimāli atbilstoši konkrētai mērķauditorijai.

Būtiska ir kampaņas materiālu vizuālā un materiālā kvalitāte, jo tas veido kampaņas tēlu un priekšstatu par pakalpojuma kvalitāti.

KO VĒLAS MAINĪT / PANĀKT/ SASNIEGT?



Mērķis un problēma KAS? KĀPĒC?

Jābūt skaidri formulētai problēmai un atbilstoši skaidri noteiktiem mērķiem. Mērķiem jābūt specifiskiem, izmērāmiem un sasniedzamiem noteiktā laika posmā. Pareizi izvēlēti mērķi ir tālākas stratēģijas izveides pamats.



Konteksts KAS? KUR? KAD?

Pirms veidot kampaņu, ir svarīgi apzināties kontekstu – vai un kā sabiedrība ir informēta un izglītota problēmjautājumā, kāds ir sabiedrības viedoklis un attieksme pret jautājumu. Būtiski apkopot un izprast nesenu sabiedrībā un plašsaziņas līdzekļos atspoguļotu notikumu, svētku un pasākumu kontekstu. Kampaņas efektivitāte var būt atšķirīga dažādu notikumu, laika un mediju kontekstā.



Izpēte, analīze, secinājumi, atziņas KO DARĪT?

Izpēte un analīze ir būtiski kampaņas veidošanas sākumposma elementi. Tās iekļauj situācijas izvērtēšanu, iesaistīto pušu identificēšanu, mērķauditoriju atlasīšanu un ar tām saistītu problēmu noteikšanu, kampaņas mērķu konkretizēšanu un formulēšanu, risku un iespēju izvērtēšanu, kā arī iezīmē soļus izvirzīto mērķu sasniegšanai.



Vizija KĀ?

Kā kampaņai jāietekmē izmaiņas sabiedrībā – vēlamais sasniegums un nākotnes redzējums.

KĀ SASNIEGT MĒRĶI?



Plānošana KO UN KĀ DARĪT?

Stratēģija kā pētījumā balstīts un detalizēts rīcības plāns pa soļiem noteikto mērķu sasniegšanai, kas palīdz izstrādāt rīcības plānu, paredz rezultātus un nosaka, **kam** (konkrētām personām, iestādēm, organizācijām utt.), **cik** (skaits, ilgums, biežums utt.) un **kādas** (publiskā runa, atklāta vēstule, informācijas materiāla veidošana, izplatīšana, intervija utt.) darbības jāveic, lai kampaņas ziņa sasniegtu mērķauditoriju.



Ieinteresēto pušu identificēšana / kartēšana KURI? KAM?

Ņemot vērā izpētes rezultātus, kā arī laika, finansējuma u.c. resursus, tiek izvēlēta mērķauditorijas/-as, kam būs adresēta kampaņa.

Arī mērķauditorijas efektīvas sasniegšanas scenārija modelēšanā (kā sasniegt, tikt pamanītiem, palikt atmiņā, likt rīkoties) būtiski ir laika, finansiālie u.c. resursi, kā arī kampaņas ilgtspēja, pēctecība utt.

Noderīgi ir identificēt arī pārējās iesaistītās puses un sabiedrotos, kas ne tikai gūtu labumu no kampaņas un tās mērķu sasniegšanas, bet gribētu piedalīties vai atbalstīt pašu kampaņu.



Komunikācija

Komunikācijas stratēģija ir izšķirošais elements veiksmīgas kampaņas īstenošanā. Efektīvai komunikācijas stratēģijai ir jābūt daudzpusīgai, daudzveidīgai un jākombinē dažādas metodes un instrumenti, jāaptver vairāki kanāli. Daudzpusība ļauj sasniegt un ietekmēt (sasniegt, pamanīt, atcerēties vēstījumu un rīkoties) specifiskas mērķauditorijas, kas tiek uzrunātas tām piemērotos un atbilstošos medijos, kanālos, vietās, lietojot specifiskas metodes un instrumentus, atsevišķos gadījumos pat pielāgojot vēstījuma formu un valodu.



Resursu mobilizācija

Kritiskā projekta daļa, kas var būtiski ietekmēt kampaņas efektivitāti – pieejamie un nepieciešamie resursi (finansu, institucionālie, tīkli utt.).



Ieviešana

Tiek plānotas un realizētas konkrētas darbības un aktivitātes, izveidota vadības un darba grupa.



Uzraudzība

Palīdz pārraudzīt kampaņas ieviešanas procesu, ietver vairākus pārvaldības rīkus. Veicina mācīšanos no procesa un pieredzes.



Novērtēšana

Analizē kampaņas gaitā iegūto informāciju (dati par ieviešanas fāzi, kampaņas gaitu, mērķauditorijas un iesaistītu pušu reakcija, darbības, komentāri un atziņas) un secinājumus, lai novērtētu kampaņas efektivitāti un nepieciešamības gadījumā ietekmētu vai mainītu tās gaitu labāku rezultātu sasniegšanai.

Kampaņas uzraudzības un novērtēšanas fāzes ir būtiskas arī kā mācību līdzeklis un materiāls nākamajām kampaņām, tāpēc svarīgi dokumentēt gan kampaņas gaitu, gan beigu atziņas.



Paplašināšanās

Ja kampaņu ir paredzēts paplašināt, savlaikus tiek izstrādāta kampaņas palielināšanas un paildzināšanas stratēģija.



Iziešana

Nosaka, kad un kā kampaņa tiks pabeigta. Ilgākā termiņa kampaņās var būt lietderīgi iekļaut dažādus nākotnes scenārijus.

LATVIJAS UN ĀRZEMJU KAMPAŅU PIEMĒRI UN AUDITS

Šajā nodaļā ir apkopota informācija par Latvijā un ārzemēs realizētām kampaņām un kampaņu elementiem, kas saistīti gan ar vardarbības mazināšanu pret sievietēm partnerattiecībās, gan ar citu problemātiku (vardarbība pret bērniem, drošība uz ceļa u.c.). Izpētes metodes pamatā ir kampaņu meklēšana tiešsaistē, intervijas un sarunas ar problēmjautājumā iesaistītām pusēm, teorētiskas literatūras izpēte. Uzmanības centrā ir pozitīvu un negatīvu kampaņu un to elementu identificēšana, stipro un vāju pušu analīze, iekļaujamās informācijas izvērtēšana, meklējot kopīgo un atšķirīgo mediju izmantošanā, vēstījuma un vizuālā satura konstruēšanā.

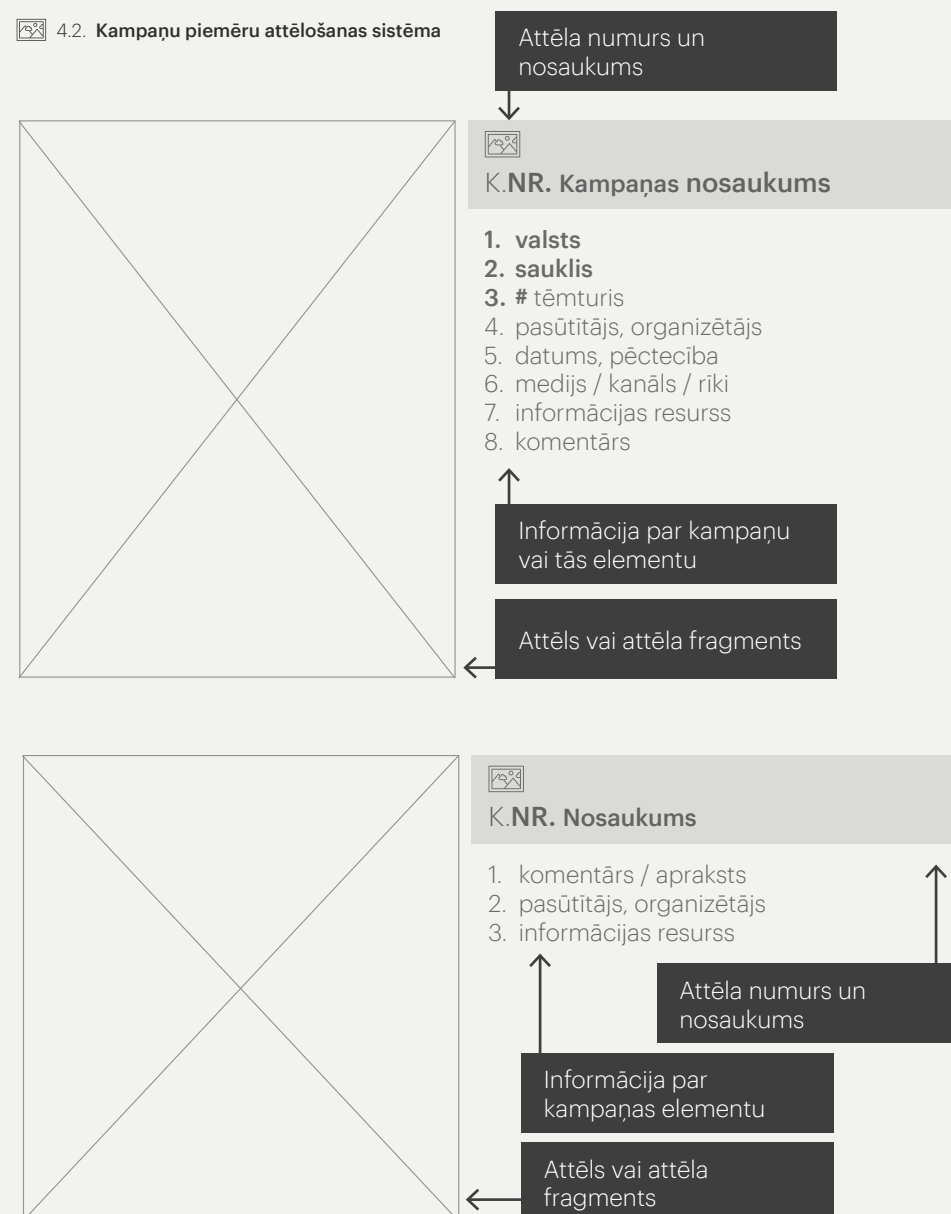
Latvijā realizētu kampaņu, to elementu izsekošana un identificēšana, kampaņu rezultātu novērtējuma atrašana ir sarežģīta un dažkārt pat neiespējama. Mēģinājumi sazināties ar kampaņu veidotājiem informācijas vai paraugu iegūšanai pārsvarā ir bijuši neveiksmīgi. Informācijas trūkums par esošām kampaņām, iespējams, ir saistīts ar vienota arhīva neesamību, iestāžu

un organizāciju resursu trūkumu, izveidotu materiālu un paraugu neregistrēšanu, neglabāšanu materiālā vai elektroniskā formātā. Arī liela daļa ārzemju kampaņu ir apkopotas un pieejamas tiešsaistē fragmentāri.

Vieglākai pārskatāmībai ir izveidota kampaņu un kampaņu elementu attēlošanas sistēma (4.2. att.), kurā ietilpst vizuāls kampaņas fragments (plakāts, ekrānšāviņš no video, fotodokumentācija utt.), informācija par kampaņas veidotājiem, norises vietu un laiku, elementu uzskaitē mediju / kanālu izmantošana, saite uz informācijas resursu.

Veicot pieejamu kampaņu izpēti, kampaņas var raksturot pēc **mēroga, ilguma un pēctecības, vēstījuma, emocionālās nokrāsas, mērķauditorijas, kas tiek uzrunāta vai attēlota kampaņā, un vēriena.**

4.2. Kampaņu piemēru attēlošanas sistēma



Ilgums

Kampaņas var tik realizētas dažādos laikapstākļos, un to norises ilgums var atšķirties. Kampaņas, kas vērstas uz tūlītēju problēmjauditāciju risināšanu un steidzamu uzmanības pievēršanu, var būt īslaicīgas un rīkotas „tūlīt”, bez ilgas plānošanas. Savukārt, ja ir nepieciešama sabiedrības attieksmes un uzvedības maiņa, kampaņām jāilgst ne mazāk par pieciem gadiem. Pēctecībai kampaņu norisē ir liela nozīme. Tas palīdz ne tikai sistemātiski informēt un izglīt sabiedrību, bet arī veicina uzticamību informācijai / pakalpojumam / organizācijai / iestādei.

*Liela mēroga (dažāda formāta pasākumi, plaša informatīvu materiālu izveide, daudzveidīga mediju un kanālu izmantošana) **starptautiska** (pārklāj vairāk nekā 60 valstis) **Balto lentišu kampaņa** (K.3. att.) ir **ilglaicīga** (kopš 1991. gada novembra) un **pēctecīga** (dažādi pasākumi notiek visu gadu, tomēr īpaši aktīvi nedēļu, kas sākas ar 25. novembri).*

Izdevniecības “Santa” veidotā kampaņa “Privātā pret vardarbību” (K.11. att.) var raksturot kā vienreizēju, īslaicīgu un uz konkrētu, šauru mērķauditoriju (žurnāla lasītāji) mērķētu.

Konteksts

Izvēloties kampaņas norises laiku, svarīgi apzināties kontekstu – paralēli notiekošus pasākumus, svētkus, politiskas aktivitātes, aktuālās un populārās kustības. Vienlaicīga pasākumu norise var gan novērst sabiedrības uzmanību no kampaņas, gan veicināt popularitāti, ja kampaņa apzināti tiek veidota, ņemot vērā kontekstu.

Sociālajos medijos un pat televīzijā lielu popularitāti guva kādas kleitas attēls, precīzāk, diskusija par tās krāsu. Pāris dienas pēc šī attēla fenomenālās popularitātes (vairāk par 24 milj. skatījumu) kampaņas organizētāji „Pēstīšanas Armija” (Salvation Army - angļu val.) divdesmit četru stundu laikā izveidoja un ievietoja tiešsaistē pakātu (apspēlējot vardarbības redzamības tēmu), izmantojot konkrēto kleitu un tēmturus (#thedress u.c.), kas padarīja šo plakātu redzamu lielam interneta un sociālo tīklu lietotāju skaitam (K.1. att.).

Savukārt kampaņas „Nosargāsim bērnus” (K.2. att.) norises laiks sākās oktobra sākumā. Plakātos, kas tika izvietoti pilsētvidē, ir redzama meitene ar brūcēm un zilumiem, kas veidoti ar grima palīdzību. Halovīna (31. oktobris) konteksts un ar grimu saistītu attēlu un video plašā izplatība sociālajos tīklos mazina ticamību attēlam un līdz ar to arī atstāj negatīvi ietekmē uz kampaņu kopumā.

Ilgspējība

Kampaņas materiāli var būt veidoti gan ar domu par vairākkārtēju un ilglaicīgu izmantošanu, gan kā īslaicīgs, vienreizējs pasākums. Veidojot ilgspējīgus materiālus, svarīgi ņemt vērā priekšmetu, elementu, apģērbu, interjera, vides noformējumu piederību konkrētam laikam / vietai / tendencēm un kontekstam, lai izvairītos no materiālu paātrinātas „novecošanas”.

„Pēstīšanas Armijas” (Salvation Army - angļu val.) veidotā kampaņa (K.1. att.) un vizuālie materiāli pašos pamatos ir saistīti ar konkrētu attēlu. Līdz ar to skatītājs, kurš nespēs atpazīt oriģinālo attēlu, nespēs pilnvērtīgi nolasīt vēstījumu.

Savukārt aģentūra The Brandon veidoja plakātu sēriju (K.4. att.), kur priekšmetiem ir piedēvēti sievietes un vīrieša tēli: krūzes ar uzrakstiem „mamma, tētis”, divieļi ar uzrakstiem „viņa, viņas”, sieviešu un vīriešu kurpes. Priekšmetu tuvplāni palīdz ne tikai samazināt vides kontekstu (par laiku / modi / tendencēm liecinošus priekšmetus), bet arī izvairīties no piederības kādai kultūrai, reliģijai, sociālam stāvoklim, gadalaikam utt. Tas viss padara šo plakātu daudzkrāt izmantojamu vairāku gadu garumā neatkarīgi no sezonas un vides.

ILGUMS

- īslaicīga (līdz pāris mēnešiem)
- vidēji ilga (līdz pieciem gadiem)
- ilglaicīga (virs pieciem gadiem)

MĒROGS

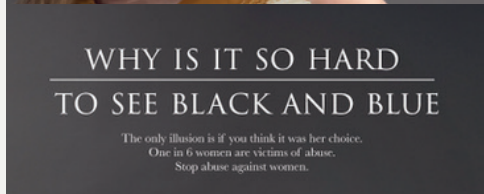
- internacionālas kampaņas
- reģionālas kampaņas
- nacionālas kampaņas
- uz konkrētu sabiedrības daļu orientētas u.c. kampaņas

PĒCTECĪBA

- ir
- nav

KONTEKSTS

- gadalaiks
- svētki
- notikumi
- pasākumi
- lokācija
- kultūrvēsturisks fons
- pieredze
- u.c.



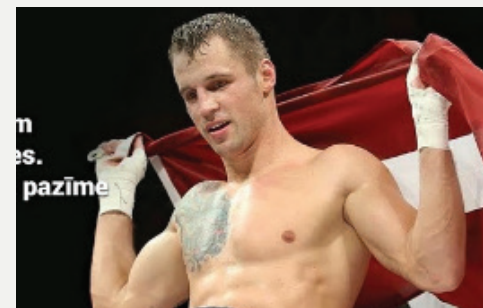
K.1. Kāpēc ir tik grūti ieraudzīt melnu un zilu

1. Plakāts, kuru izveidoja 24 stundu laikā, par pamatu izmantojot *virālu* (viral - angļu val.) kļeitas attēlojumu.
2. Starptautiska kristiešu un labdarības organizācija "Pēstīšanas Armija" (Salvation Army - no angļu val.)
3. <http://www.salvationarmy.org/ihq/news/inf060315>
<http://www.bbc.com/news/blogs-trending-31659395>

K.2. Nosargāsim bērņus

1. Kampaņa „Nosargāsim bērņus” iekļauj šādus elementus - plakāti pilsētvidē visā Latvijas teritorijā, 15 sižeti „Rita Panorāma” par negadījumiem, kas visbiežāk notiek ar bērņiem, publikācijas internetvidē, infografikas izveide.
2. Komunikācijas aģentūra „Luka”
3. <https://www.bkus.lv/lv/content/nosargasim-bernus>

<http://www.delfi.lv/calis/jaunumi/22-000-tiesas-un-netiesas-var darbibas-upuri-berni-sak-plasu-sabiedribas-izglitosanas-kampanu.d?id=49294273>



K.3. Baltās lentītes

1. Latvija, starptautiska
2. Baltās lentītes
3. LV komunikācijas materiālos nav vienots
4. #whiteribbon, #menofquality
5. LM, IM, Ziemeļu ministru padome, Somijas vēstniecība Latvijā, “Marta”
6. Pārmantota starptautiskā prakse kopš 2014. gada 25. novembra
7. presrelīzes, informatīvas publikācijas ziņu portālos, akcija – vēstnieka izvēlē, motivācijas attēli, konferences, videorullītis
8. www.whiteribbon.ca



K.4. Pilsoņi pret vardarbību laulībā

1. Plakātu sērija, kuros sievietes un vīrieša tēli ir aizstāti ar priekšmetiem. Kampaņas sauklis “Kad viņš kontrolē tavu dzīvi, tā vairāk nav tavējā” (When he controls your life, it's no longer your life. - angļu. val.)
2. 2007, aģentūra “The Brandon agency”, CASA, 2007, marts
3. <http://www.creativeadawards.com/bossy-boot/>

Vēstījums

Efektīvu kampaņas vēstījumu raksturo skaidra ziņa – nosaukta problēma, piedāvāts risinājums un / vai rīcība, kas jāveic, lai pietuvotos kampaņas izvirzītajiem mērķiem. Vēstījumam jābūt mērķētam uz konkrētu mērķauditoriju un jābūt **vienotam** gan verbālajā, gan vizuālajā formā. Ja kampaņa ir plaša un aptver vairākas atšķirīgas mērķgrupas, tad vēstījuma forma, valoda, vizuālie palīg līdzekļi jāpielago katrai mērķgrupai, saglabājot vienotības principus.

Vēstījums, vēstījuma saturs

- **Izglīto.** Vardarbība, tās veidi un izpausmes.
- **Apkaro.** Vardarbība ģimenē ir noziedzīgs, juridiski sodāms nodarījums.
- **Aicina.** Pārtraukt klusēšanu, vērsties pēc palīdzības.
- **Iesaista un maina** sabiedrības viedokli, uzskatus. Vardarbība nav personīgā lieta. Vardarbība ir sociāli nepieņemama. Vardarbība ir morāli nepieņemama.
- **Iedvesmo un motivē.** Vardarbība negatīvi ietekmē bērnus. Mājas nav / ir droša vide. Attiecības un cieņa.
- **Vizualizē, rāda piemēru, rīcības modeli.** Ar izdzīvotāju (survivors – angļu. val.) stāstiem, personīgu pieredzi.

Vēstījumam ir:

- 1) jābūt mērķauditorijai saprotamā verbālā un vizuālā valodā, jārezonē ar tās pieredzi, jāpaliek atmiņā;
- 2) vienkārši un skaidri jāpaskaidro problēma, nelietojot alegorijas un nepārspilējot;

- 3) jāpiedāvā konkrēta, ātri nolasāma un saprotama informācija;
- 4) jārosina uz konkrētu rīcību;
- 5) jābūt pārliecībai, ka rīcībai sekos atbalsts un problēmas risinājums;
- 6) jāizvairās no pamācoša toņa un formas, moralizēšanas, kaunināšanas vai vainošanas.

Pamatvēstījums atspoguļojas:

- saukļi, ziņā;
- tekstā;
- vizuālā valodā (attēls, grafika);
- komunikācijas veidā;
- izplatīšanas kanālu izvēlē.

Vēstījuma veidi / paņēmieni:

- fakti / skaitļi / dati;
- tēli un stāsti / situāciju / pieredzes attēlojumi;
- skaidrojumi / informēšana / izglītošana;
- emocijas/ empātijas veicināšana utt.

Kampaņas "Vardarbību nevar noslaucīt" (K.7. att.) ietvaros lielformāta plakāti tika izvietoti pilsetvidē sabiedriskā transporta pieturās. Pa dienu plakāts atgādināja virtuves interjera / iekārtu / mēbeļu reklāmu, bet vakarā ar speciālu lampu palīdzību uz plakāta kļuva redzami papildu uzraksti (kampaņas nosaukums, atbalsta tālruņa nr.) un asins traips uz virtuves mēbeles. Attiecīgi šī plakāta vēstījums nevar tikt pilnvērtīgi nolasīts, ja skatītājs to redz tikai pa dienu.

Pret vardarbību vērstos plakātos (K.8. att.) redzami zilumi palielinājumā, kas no attāluma var tikt uztverti kā abstrakti krāsu izplūdumi. Attēls papildināts ar krāsas toņa nosaukumu, sievietes vārdu un dzīves gadiem, saukli un organizācijas nosaukumu. Ņemot vērā neliela izmēra uzrakstus un attēla "netiešumu", estētizāciju un pieklusinātu toni, pastāv risks nenolasīt vēstījumu.

CSDD rīkotas kampaņas "Skaties divreiz! Divreiz!" (K.9. att.) un "Brauc. Dzer. Pievienojies." (K.10. att.) izvirzās no ambicioza vai didaktiski pamācoša formāta, piedāvājot skatītājam pašam pieņemt lēmumu skatoties uz saprotami un viegli uztverami vizualizētajiem situācijas iznākumiem. Īss, kodolīgs teksts pastiprina vēstījuma palikšanu atmiņā. Vienkārša, realitātei pietuvināta vizuālā valoda veicina attēlotā situācijas pārņemšanu un personificēšanos ar galvenajiem kampaņas tēliem.

Abas kampaņas izmantoja vienotības principu vizuālu materiālu izveidē. Videorullīšos un plakātos ir izmantoti tie paši tēli, grafiskā valoda, saukļi, ir skaidri nolasāms vienota sižeta līnija. Tas padara kampaņu ne tikai redzamāku, bet arī skaidrāk uztveramu, īpaši vairākkārtīgi saskaroties ar kampaņas elementiem, veicina palikšanu atmiņā.



VĒSTĪJUMS

Vienots gan verbālajā, gan vizuālajā formā.

Vienots dažādos kampaņas elementos: videoklips vai animācija, skrejlapas, uzlīmes, publikācijas laikrakstos par vardarbības veidiem utt.

Veiksmīgu vēstījumu raksturo:

- viegli saprotama ideja, kas neprasa papildu skaidrojumus;
- vienkārši uztverama valoda;
- viegli atcerēties, ilgi paliek atmiņā.



K.7. Vardarbību nevar noslaucīt

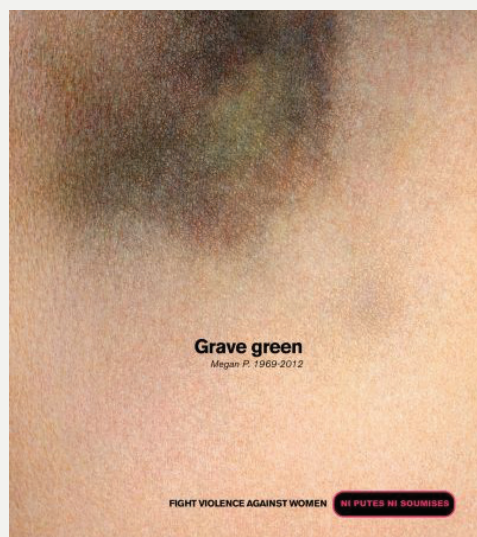
1. Zviedrija
2. *Tu nevari noslaucīt vardarbību (YOU CANNOT WIPE OFF VIOLENCE – angļu val.)*
3. –
4. –
5. Zviedrijas Policijas departaments, JCDecaux TBWA
6. 2009, decembris
7. vides reklāma – plakāti sabiedriskā transporta pieturvietās
8. <http://www.jcdecaux.com/powerful-campaign-helsinki-police-department-against-domestic-abuse>

<http://www.adweek.com/creativity/anti-violence-ads-are-popping-helsinki-neighborhoods-within-hours-911-calls-there-175483/>



K.8. Vardarbības krāsas

1. ASV
2. *Vardarbības krāsas (angļu val. – The colors of domestic abuse)*
3. *Cīnies pret uz sievietēm vērstu vardarbību (angļu val. – Fight violence against women)*
4. –
5. BETC, Ni Putes Ni Soumises
6. 2012, novembris
7. plakātu sērija
8. <http://www.sinuousmag.com/2012/11/npns-domestic-violence-ads/>





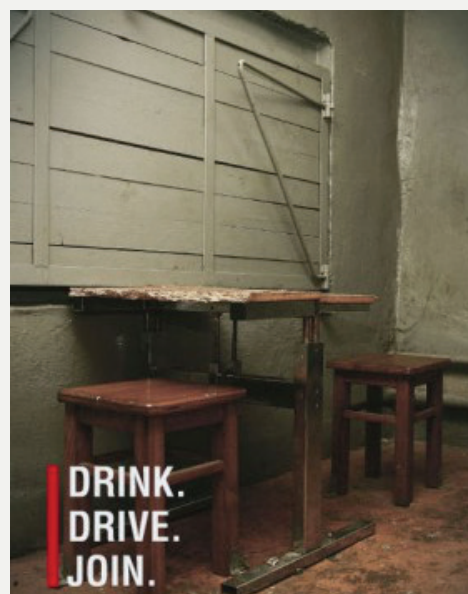
K.9. Skaties divreiz! Divreiz!!

1. Latvija
2. Skaties divreiz! Divreiz!!
3. -
4. -
5. CSDD, LR Valsts Policija, OCTA, !MOOZ
6. 2008
7. plakātu sērija, videorullītis
8. <http://www.mooz.lv/en/projects/chronology/2008/look-twice!-twice!/>



K.10. Dzer. Brauc. Pievienojies.

1. Latvija
2. Dzer. Brauc. Pievienojies.
3. -
4. -
5. CSDD, LR Valsts Policija, OCTA, !MOOZ
6. 2005, 2006
7. 3 plakātu sērija, videorullītis
8. <http://www.mooz.lv/en/projects/chronology/2003-2006/drink-drive-join-1/>
<http://www.mooz.lv/en/projects/chronology/2003-2006/drink-drive-join/>



Mērķauditorija

Kampaņas var būt orientētas uz šaurāku (konkrētas pilsētas policijas darbinieki) vai plašāku (vīrieši) mērķauditoriju, kā arī pārklāt vardarbības tēmu vispārīgi vai pievērsties konkrētie vardarbības aspektiem.

Analizējot kampaņas un to elementus, var identificēt mērķauditorijas, kuras biežāk uzrunā un par kurām stāsta:

- sievietes ar / bez bērniem, kuras cieš no vardarbības;
- vīrieši varmākas;
- vīrieši "aizstāvji" – varmāku draugi vai aculiecinieki;
- jaunieši un bērni;
- kaimiņi;
- garāmgājēji, sabiedrība kopumā.

Katru mērķauditorijas grupu, par kurām stāsta kampaņu vizuālos materiālos, līdzīgi kā mērķgrupas kuras uzrunā, var iedalīt sīkākās kategorijās pēc to ģimenes vai sociāla statusa, labklājības līmeņa, vecuma, atpazīstamības, emocionālās spriedzes, attēlošanas veida utt.

Sieviete pret vardarbību ģimenē vērsta kampaņās bieži tiek attēlota kā **cietēja** (K.14. att.) (vidējā vecuma sieviete, vidējā slāņa pārstāve, bez īpašām pazīmēm, visbiežāk cietusi no fiziskās vardarbības). Uz sejas un ķermeņa var būt redzami nobrāzumi, rētas, brūces, zilumi, asinis. Attēlos redzamās sievietes var būt raudošas, skatīties taisni objektīvā vai – gluži pretēji – novērsties un slēpt skatienu.

Atsevišķos gadījumos sievietes tēls tiek veidots kā **sev pāri darītāja** (K.12. att.). Šis aspekts var būt attēlots agresīvi – sievietes žestos un darbībā – vai pasīvi – neitrālā tēlā un tekstā.

Sievietes kā uzvarētājas (fiktīvs tēls)

(K.13. att.) var tik attēlotas ar vai bez redzamām vardarbības sekām. Šādu tēlu raksturo pārliecināta stāja, sakopts izskats (tīras drēbes, sakopti mati), piederība vidusšķirai. Līdzās uzvarētājai var parādīties atbalstītāji gan no ģimenes, gan draugu loka, gan institūciju pārstāvji (medmāsas, policisti).

Sievietes tēls var būt arī **neitrāls** (K.15., K.16. att.), kalpot vairāk kā norāde uz kampaņas mērķauditorijas dzimumu. Šādos attēlos sieviete ir rādīta fragmentāri, bez norādes par identitāti (vecuma, piederības rasei, reliģijai, nacionalitātei), pat dekoratīvi.

Lai pievērstu sabiedrības uzmanību, kampaņās bieži tiek izmantoti **sabiedrībā pazīstamie cilvēki** (slavenības, gan vīrieši, gan sievietes) (K.6., K.11. att.) vai sabiedrībā atpazīstami **izdomāti tēli** (animācijas, mākslas filmas utt.) (K.17. att.). Viņi var būt kampaņas seja, vēstneši, atbalstītāji, iedvesmotāji, "izdzīvotāji". Šeit būtiski ņemt vērā slavenības ietekmi uz mērķauditoriju un saikni ar kampaņas tematiku.

Bieži redzams ir vardarbībā cietušās sievietes **estetizēts tēls** (K.19., K.20. att.). Aptaugas liecina, ka šis vardarbības attēlojums vismazāk raisa empātiju vai rosina uzticamību.

Aptaugu analīze liecina, ka vislabāk tiek uztverti tieši vai netieši attēloti **mātes / sievas / māsas un sievietes izdzīvotājas (reālās sievietes) tēli**.

Organizācijas "Amnesty International" un aģentūras "DDB" veidotajos plakātos (K.18. att.) tekstā tiek runāts par palīdzību vardarbībā cietušajām sievietēm, bet centrālais vizuālais tēls ir raudošs bērns.

Veidojot vēstījumu un kampaņas elementus, svarīgi apzināties tēlus, situācijas, kontekstu, detaļas, ar kuru konkrēta mērķauditorija labprāt asociēs sevi, pret ko var rasties empātija, kas spēj motivēt uz vēlamo rīcību.

MĒRĶAUDITORIJAS, KURAS VAR UZRUNĀT UN PAR KURĀM STĀSTĪT

- sievietes ar / bez bērniem, kuras cieš no vardarbības
- draugi, ģimene, kolēģi
- vīrieši varmākas
- vīrieši "aizstāvji" – varmāku draugi vai aculiecinieki
- jaunieši un bērni
- kaimiņi
- garāmgājēji, sabiedrība kopumā
- cilvēki, kas redz vardarbību
- policija, medicīnas darbinieki, citi palīdzību un atbalstu sniedoši profesionāļi

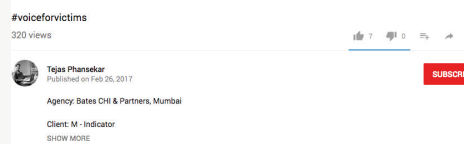
TĒLI

- reāli
- izdomāti
- priekšmeti
- radīti (zīmēti, veidoti u.tt.)
- pārspilēti, šokējoši
- empātiju veicinoši
- nepatīkami utt.



K.11. Privātā pret vardarbību

1. Latvija
2. Privātā pret vardarbību
3. Tā var notikt arī ar Tevi
4. –
5. Žurnāls „Privātā dzīve” sadarbībā ar krīžu un konsultāciju centru „Skalbes”
6. 2011
 - publikācijas žurnālā „Privātā Dzīve” (30.08.–20.09.). Informācija par vardarbību, dažādu cilvēku stāsti par piedzīvoto vardarbību savā dzīvē un iespējām to pārtraukt, kā arī populāru cilvēku izteiktais atbalsts un aicinājums cīnīties pret vardarbību
 - publikācija internetvietnē manizurnali.lv
 - plakātu sērija (vides reklāma reklāmas stabos, internetvidē)
 - akcija / atbalsts – naudas ziedošana biedrības „Skalbes” ziedošanu kontā, zvanot pa īpaši izveidotu tālruna numuru.
7. <http://www.skalbes.lv/en/aktualitates/akcija-pret-var darbibu/204>
<https://www.manizurnali.lv/pret-var darbibu>



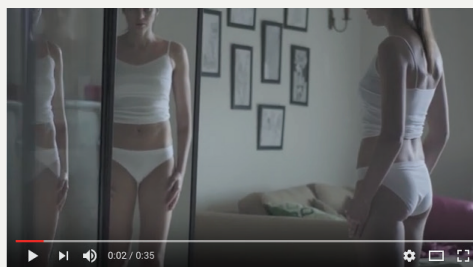
K.12. Anti-Violence Against Women Campaign via Bates CHI & Partners

1. Indija
2. By tolerating silently you abuse yourself. (Ciešot klusumā, Tu dari sev pāri – no angļu val.)
3. #voiceforvictims
4. Aģentūra “Bates CHI & Partners”, pasūtītājs “M - Indicator”
5. 2017, februāris
6. plakāti, vides reklāma, videoklips
7. <https://brandinginasia.com/voice-for-victims-india/>
 - https://www.youtube.com/watch?v=i7zPNZ7D_eA
 - <http://bestmediainfo.com/2017/03/m-indicator-encourages-women-to-speak-up-against-violence/>
 - Aplikācija M-indicator !!
<http://www.socialtech.org.uk/projects/m-indicator/>



K.13. NĀC. RUNĀ. PANĀC.

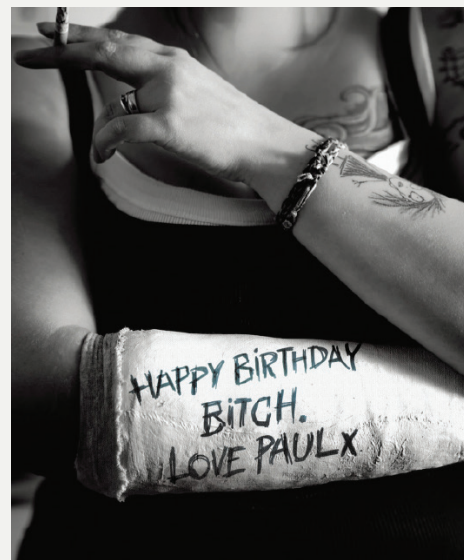
1. Latvija / Starptautiska
2. NĀC. RUNĀ. PANĀC.
3. Novērst vardarbību pret sievietēm: Tas ir mūsu kopīgs uzdevums
4. #IWD2014
5. Parlamenta Sieviešu tiesību un dzimumu līdztiesības komiteja
6. 2014, marts
Starptautiskā sieviešu diena
7. - seminārs / diskusija – 5. martā Facebook čātā ar Sieviešu tiesību un dzimumu līdztiesības komitejas priekšsēdētāju Mikaelu Gustafsonu (GUE/NGL, Zviedrija) par vardarbības problēmu, par to, kā panākt patiesu dzimumu līdztiesību
- video rullīts
- plakāts
8. <https://www.youtube.com/watch?v=esJx-moe6t5w>
<http://www.europarl.europa.eu/news/lv/headlines/priorities/20140304T-ST37502/20140227STO37255/starptautiska-sieviesu-diena-janovers-var darbiba-pret-sievietem>



Novērst vardarbību pret sievietēm. Tas ir mūsu kopīgs uzdevums.



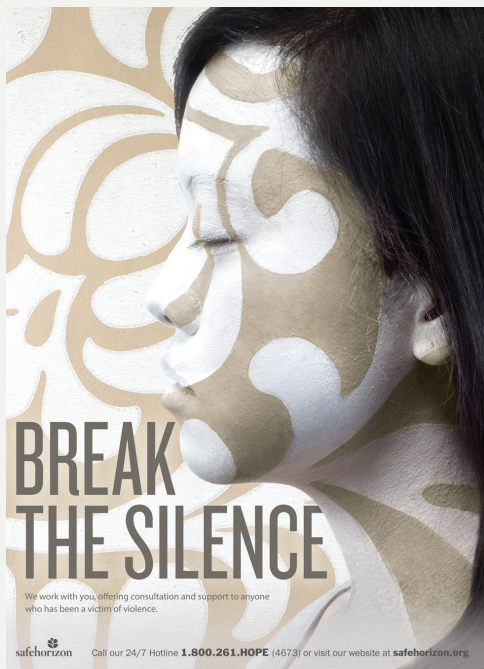
145 skatījumi



K.14. Zīmes nav acīmredzamas

1. Lielbritānija
2. *The signs are not always clear*
3. # -
4. crimestoppers-uk.org
5. -
6. plakāti, akcijas
7. <https://crimestoppers-uk.org/>
<https://blog.crimestoppers-uk.org/crimestoppers-work-prevent-domestic-violence/>
https://www.facebook.com/pg/crimestoppers/photos/?ref=page_internal





K.15. Break out of the pattern!

1. ASV
2. *Break out of the pattern!*
Break the silence!
3. -
4. -
5. SAFE HORIZON, Aliza Unterberg
6. -
7. plakātu sērija
8. <http://www.alizaunterberg.com/safe-horizon-break-out-of-the-pattern/pxic7o5k1izwx407vwfqaxyjiv4kw8>



K.16. Kampaņa pret vardarbību

1. Latvija
2. Kampaņa pret vardarbību
3. -
4. -
5. Krīzes centrs "Skalbes"
6. 2006
7. - lielformāta plakāti pilsētvidē
- publikācijas
8. http://www.tvnet.lv/zinas/latvija/193023-jauna_kampana_pret_vardarbibu
9. plašāka informācija nav atrodama





K.17. Glēvulis

1. ASV, plakātu sērija
2. *Alessandro Palombo*,
Glēvulis (*Coward* – angļu val.)
3. <http://humorchic.blogspot.com/2014/11/art-coward-by-alessandro-palombo.html>



K.18. Liecinieks, kurš nerunās

1. Ungārija
2. **Vienīgais aculiecinieks, kurš nerunās**
(*The only witness won't talk.* – angļu val.)
3. –
4. *Amnesty International, DDB*
5. 2008
6. plakātu sērija
7. amnesty.hu

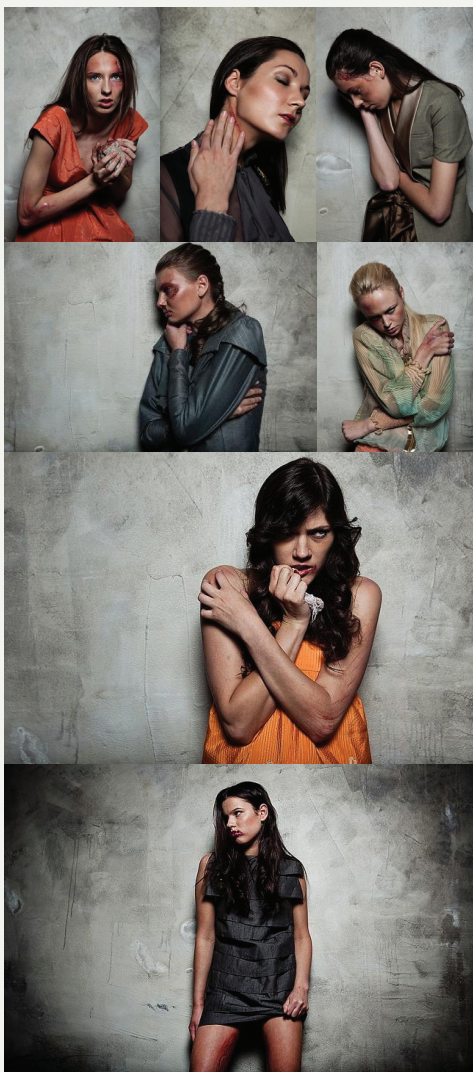


US Hispanic Market Campaign, Outdoor-Transit ads



K.18A. Man ir bail, kad dzirdu viņus kaujamies

1. ASV
2. **Man ir bail, kad dzirdu viņus kaujamies**
(*It scares me to hear them fight* – angļu val.)
3. –
4. *Children's institute, Juana Merlo*
5. 2011
6. vides reklāma – autobusu pieturās, informācijas/ plakāta izvietošana uz sabiedriska transporta korpusa
7. <http://cargocollective.com/juanamerlo/Domestic-Violence>



K.19. Vardarbības estetizācija

1. **Latvija**
2. **Apturi vardarbību pret sievietēm!**
3. –
4. –
5. pasūtītājs, organizētājs
6. 2009
7. - modes skate
- fotosesija / fotosērija (fotogrāfs Nils Vilnis)
- isi vardarbības stāsti no dažādām pasaules malām, kas papildina fotogrāfiju galeriju internetvidē
8. <https://www.diena.lv/raksts/pasaule/krievija/foto-kampana-apturi-var darbibu-pret-sievietem-674376>
<http://spoki.tvnet.lv/aktuali/Vardarbiba-pret-sievietem/269542>
9. *Amnesty International* rīkotās starptautiskās kampaņas "Apturi vardarbību pret sievietēm!" ietvaros pazīstamas modeles demonstrēja Latvijas modes mākslinieku darbus. Pasākumā *Amnesty International Friends in Latvia* ar modes palīdzību vēlējās attēlot to vardarbības daļu, kas bieži, tostarp estētisku apsvērumu pēc, tiek slēpta vai ignorēta, skaidro organizatori.



K.20. Zilumi zem maskas

1. Fotogrāfiju sērija „*Bruised Behind The Masc*” (no angļu val. – zilumi zem maskas).
Mākslinieces mērķis – radīt laikmetīgus, provokatīvus attēlus (fotogrāfiju sēriju), kas atspoguļo mūsdienu sabiedrību.
2. *Daryna Barykina*, 2014, ASV
3. <http://darynabarykina.com/portfolio/bruised-behind-the-mask/>

Emocionālā nokrāsa

Veidojot kampaņas materiālus, noformējot vēstījumu gan vizuālos materiālos, gan veidojot komunikācijas stratēģiju, svarīgi apzināties mērķauditoriju un attiecīgi izvēlēties kopējo emocionālu nokrāsu, jo pat viena dzimuma, līdzīga vecuma, līdzīga sociālā un finansiālā stāvokļa indivīdiem, kam ir atšķirīga pieredze draugu un tuvinieku lokā, viedoklis par kampaņu vizuāliem materiāliem radikāli atšķiras.

Aptauju un interviju rezultāti liecina, ka sievietēm, kuras izbeidza vardarbīgas attiecības, ir atšķirīgs viedoklis par plakātu emocionālu nokrāsu atkarībā no viņu draugu / tuvinieku informētības par vardarbīgām attiecībām vai līdzdalības vardarbīgu attiecību izbeigšanā. Sievietes, kuras izbeidza vardarbīgas attiecības pašas, dod priekšroku šokējošam, provokatīvam, "asiņainam" vizuālām noformējumam, ka arī uzskata atbalstītāju / līdzcilvēku klātbūtni un vispārinājumus tekstā (mēs, mūsu kopīgs uzdevums utt.) par neefektīviem. Savukārt sievietes, kurām blakus ir tuvinieki / līdzcilvēki, kas sniedz nepieciešamo atbalstu, īpaši uzsver, ka nevēlas redzēt vardarbības pēdas, zīmes, agresivitāti, dodot priekšroku "sievietes uzvarētājas tēlam", empātiju rosinošiem plakātiem, kas liecina par pozitīvu situācijas atrisinājumu, kā arī atzīmē kā nozīmīgu atbalstošā tēla klātbūtni un sabiedrības iesaisti problēmjautājumā.

Vēriens un elementi

Kampaņa kā daudzpusīga multimediju aktivitāšu kopa darbojas vienas stratēģijas ietvarā, izmantojot konkrētu taktiku un tehnikas. Kampaņas un tās elementi var pievērsties dažādiem vardarbības veidiem un aspektiem. Tās var izmantot dažādus medijus un kanālus, tos miksēt, lai maksimāli sasniegtu konkrētu mērķauditoriju, paliktu atmiņā un veicinātu uzvedības maiņu, lai sasniegtu iecerētos mērķus. Katras kampaņas vēriens ir atkarīgs no vairākiem faktoriem – finansējuma, laika rāmjiem (izveides un realizācijas), mērķauditorijas izvēles utt. Kampaņas var būt mazāka vēriena (iekļauti tikai pāris elementi – plakāti un publikācijas) vai arī lielāka vēriena (iekļauta gan videoklipu un īsfilmu, gan radio džinglu, gan plakātu, mājaslapas izveide, vairāku pasākumu un akciju organizēšana utt.).

*Kampaņa „Noliec siksnu” (K.5. att.) sākās ar **atklāšanas pasākumu**, kurā piedalījās vairāki sabiedrībā pazīstami cilvēki. Nākamās četras nedēļas notika **akcija**, kuras ietvaros iedzīvotāji, kuri atbalsta bērnu audzināšanu bez vardarbības, tika aicināti izrādīt atbalstu kampaņai, simboliski noliekot siksnas „Galerijas Centrs” pirmajā stāvā speciāli tam paredzētā stendā.¹ Tika izstrādāti arī tādi kampaņas elementi kā **plakāts** un **skrejlapas**, izveidota **mājaslapa** un **aptauja** internetvietnē, aktivizēts centra „Dardedze” **atbalsta tālrunis** un medijos raidīts **videoklips**.*

*Mākslinieks A. Polombo izveidoja **plakātu sēriju** (K.6. att.), kuros redzamas sabiedrībā pazīstamas sievietes ar brūcēm un zilumiem. Attēls papildināts ar kampaņas nosaukumu, saukli un tēmturi. Plakāti izvietoti sociālajos medijos un internetvidē. Pateicoties neatļautai slavenību fotogrāfiju un tēlu izmantošanai šokējošu attēlu izveidē, mākslinieks un aktivists piesaistīja kampaņai ne tikai sociālo mediju lietotāju, bet arī laikrakstu un televīzijas raidījumu veidotāju uzmanību. Šie plakāti raisīja neviennozīmīgas diskusijas par saturu un veidu, kā tiek runāts pat problēmjautājuma izpratni.*

EMOCIONĀLĀ NOKRĀSA

- provokatīva
- šokējoša
- līdzjūtību veicinoša
- empātiju rosinoša
- emocionāla
- racionāla
- utt.

VĒRIENS

Tiek raksturots ar elementu daudzveidību un skaitu, vairāku atšķirīgu kanālu un mediju izmantošanu.

ELEMENTI

- drukas materiāli (plakāti, bukleti, brošūras, uzlīmes, veidlapas utt.)
- audio (radio džingls, raidījums)
- video (videoklips, intervija, īsfilma, animācija)
- vides reklāma / objekti
- pasākumi / akcijas / performances
- publikācijas u.c.

¹ <http://www.centrsdardedze.lv/lv/uzzinai/kampanas/noliec-siksnu>



Palīdzību organizē: RIA, Film Angels Studio, Fotomoment, AC/DC/USA, Pigeon, Visual Media Group, Dandelion Holmgren, Poligrafijas Aģentūra, Ciber Media, Skyline, Denis, Denis Services, Galerija Centre, VPT Serviss, Maxima, PRC, TV, Perma Latvija, Rovee Plaza, C'horizon K&S, Ibtogalim.lv, TVNET, nbc.com, one.lv, Dail, Pilsētu Lielais, Skarva, N&S, LTV, SMT, Skatītāji Laimīgi, Upe Kocē, Upe Kocē, Akadēmiskā Tieslietu, Rihardam Portnojam, Iste, Dobele, Zane Doudžpū, Jānis Paškevičs, Anasijaļņi Feļņans, Valdim Melnins, Alan Džeks, Čarls, Džessians.



K.5. Kampaņa pret bērnu fizisku sodīšanu "Noliec siksnu!"

1. Latvija
2. Noliec siksnu
3. Pēriens vairs nesāp. Tas paliek starp mums.
4. -
5. LM, IM, Ziemeļu ministru padome, Somijas vēstniecība Latvijā, "Marta"
6. 2009
7. Kampaņas atklāšanas pasākums, preses relizes, informatīvas publikācijas ziņu portālos, akcija (simboliska siksnu nolikšana speciāli tam paredzētā stendā), videoklips, plakāti, skrejlapas, mājaslapa
8. <http://www.centrsdardedze.lv/lv/uzzinai/kampanas/noliec-siksnu>

LIFE CAN BE A FAIRYTALE IF YOU BREAK THE SILENCE



K.6. STOP VIOLENCE

1. ASV
2. *Life can be a fairy tale if you break the silence* (Dzīve var būt pasakaina, ja Tu pārtrauc klusēšanu – no angļu val.)
3. *No woman is immune from domestic abuse* (Ne viena sieviete nav imūna pret vardarbību – no angļu val.)
4. #stopviolenceagainstwomen
5. Alessandro Palombo
6. 2015, decembris
7. plakātu sērija
8. <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3341485/Kim-Kardashian-Kendall-Jenner-Emma-Watson-given-black-eyes-bruises-shocking-domestic-violence-campaign.html>



KONTAKTKARTES / VIZĪTKARTES

Neliela formāta drukas paraugs, kas satur uzņēmuma / iestādes / personas nosaukumu un kontaktinformāciju.

Iekļaujama informācija

- Kontaktinformācija
- Pakalpojuma sniedzēja nosaukums / logo
- Pakalpojuma īss apraksts
- Tālrunis, e-pasta adrese, mājaslapas / internetvietnes adrese, faktiskā adrese, sociālo mediju adreses (Facebook, draugiem.lv, twitter, skype u.c.)
- Darbalaiks
- Sauklis
- Partneru – iestāžu kontaktinformācija / logo
- Informācija par konfidencialitāti un anonimitāti

Tehniskais raksturojums

- Ieteicams neliels izmērs (parasti ~5x9cm, 6x8cm, 6x6cm), kas atbilst ērtai ievietošanai makā, plauktā, kabatā, somiņas mazās kabatiņās, tālruņa aizsargkabiņā.
- Biezs papīrs (virs 200g/m²) / kartons, vienpusējā vai divpusējā, melnbalta, pilnkrāsu vai kombinēta druka.
- Druka labākai kvalitātei – sietspiede vai ofsets atkarībā no izstrādāta dizaina un lietoto krāsu daudzuma.
- Ar vai bez pēcapstrādes (laminēšana u.c. aizsargslāņi ilgākai ekspluatācijai).

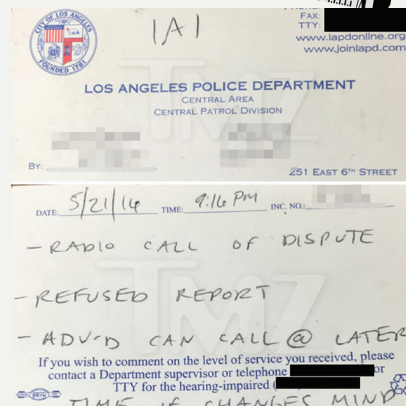
Rekomendācijas

Būtiski stratēģiski pareizi informācijas izplatīšanai izvēlēties pietiekami drošas vietas, kur sievietes atrodas bez varmākas, piemēram, sievietes publiskās tualetes

lielveikalos, autoostā, vilcienu stacijās, poliklinikās (ģimenes ārsts, pediatrs, ginekologs).

Izvietojot kontaktkartes, piemēram, sievietes publiskajās tualetēs uz kabiņu durvīm (no iekšējās puses) vai pie roku žāvētājiem, var tās nolikt "reklāmas plauktiņos" un papildināt ar informatīvo kampaņas plakātu. Tādā gadījumā vizītkartēs pakalpojuma sniedzēja nosaukums / paredzamā pakalpojuma apraksts var būt daļējs vai šifrēts / maskēts (E.2. att.) vieglākai "slēpšanai" no varmākas.

Dizainam jāatbilst kampaņas vai konkrētā pakalpojuma sniedzēja grafiskās identitātes vadlinijām.



E.1. Abpusēja kontaktkarte

1. Divpusēji apdrukātas kontaktkartes ar papildu informāciju:
 - vardarbīgu attiecību pazīmes
 - fakti par vardarbību
 - kur un pēc kādas palīdzības var vērsties
2. *PSAworldwide*
3. <https://www.psacorp.com/pgs/lgcy/ProductDetail.aspx?id=3609>



E.2. Slēptā kontaktkarte

1. Divpusēji apdrukāta kontaktkarte, kas izskatās pēc skaistuma salona atlaižu kartes. Salona kontaktu vietā ir palīdzības tālrunis.
2. *PSAworldwide*
3. <https://www.psacorp.com/pgs/lgcy/ProductDetail.aspx?id=3609>



E.3. Policijas kontaktkarte

1. Divpusēji apdrukāta policijas kontaktkarte, kuru rakstiski iespējams papildināt ar:
 - izsaukuma laiku, vienu, numuru
 - izsaukuma iemeslu, notikuma aprakstu
 - citu noderīgu informāciju vai ieteikumu
2. Losandželosas policija
3. https://www.thesun.co.uk/wp-content/uploads/2016/05/2895307.main_image.jpg?strip=all

UZLĪMES

Drukas paraugs, kas izgatavots uz pašlīmējoša materiāla.

Iekļaujama informācija

- Kontaktinformācija
- Pakalpojuma sniedzēja nosaukums / logo
- Pakalpojuma īss formulējums
- Sauklis
- Motivācijas frāzes

Tehniskais raksturojums

- Uzlīmes formāts un forma atkarīga no paredzētā informācijas apjoma un funkcijas.
- Biežāk izmantotie materiāli ir pašlīmējošs papīrs (glancēts, pusglancēts, matēts kritpapīrs), pašlīmējošā plēve (balta, krāsaina, caurspīdīga, metāliska – zelta, sudraba).
- Uzlīme var būt arī daudzslāņaina. Tā var gan izvietot vairāk informācijas, gan paslēpt to, izmantojot iekšējo uzlīmes daļu.

Rekomendācijas

- Maza izmēra uzlīmes var tikt izmantotas lielveikalos un specializētos veikalos uz sieviešu biežāk lietojamiem produktiem / precēm. Piemēram – higiēniskās paketes, lūpukrāsas, kosmētika, dezodoranti, vai pārtikas precēm.
- Fonta izmēram jābūt salasāmam arī vecākā gadagājuma sievietēm un cilvēkiem ar redzes traucējumiem, līdz ar to ieteicams izvietot mazāk informācijas: kampaņas sauklis, atbalsta tālrunis. Ja uzlīme ir izveidota atbilstoši kampaņas grafiskai identitātei (krāsas, grafiskie

elementi, fonts) un tiek izmantots sauklis, logo var arī uz uzlīmes neizvietot vai izvietot vienkāršotu variantu.

- Lielākā izmēra uzlīmes var izmantot gan kā vides reklāmas elementu (izvietojot daudzstāvu dzīvojamu ēku liftos, kāpņutelpās vai aplīmējot vides priekšmetus, piešķirot tiem interaktīvu raksturu), papildinot uzlīmi ar informatīvo / interaktīvo / motivējošo tekstu / formu.



E.NR. Uzlīme uz tamponu kastītes

1. Slēptā uzlīme uz tamponu kastītes, kas satur informāciju par palīdzības iespējām, kontaktinformāciju, drošības plānu un sarakstu ar nepieciešamām lietām / priekšmetiem. Tamponu kastīte var tikt izmantota šo mantu uzglabāšanai.
2. *PSAworldwide*
3. <https://www.psacorp.com/product/Hidden-Help-Readiness-Box>



E.NR. Uzlīme uz tālruņa

1. Uzlīme uz tālruņa
2. *BV McCann Erickson Bucharest, Romanian Association For Promoting Women's Rights*
3. <https://www.coloribus.com/adsarchive/prints/romanian-association-for-promoting-womens-rights-its-easy-to-save-somebody-11204805/>



E.NR. Uzlīme uz lūpukrāsas iepakojuma

1. Uzlīme uz lūpukrāsas iepakojuma var būt gan redzamā ārējā daļā, gan neredzamā iekšējā daļā, ko bieži izmanto produktu sastāvu un tml. informācijas izvietošānai.
2. *PSAworldwide*
3. www.psacorp.com/product/Awareness-Lip-Balm

BROŠŪRA / BUKLETS / SKREJLAPA

Brošūra

Neliela apjoma (~8-48 lapas) drukas paraugs, biežāk A4 vai A5 formātos, mīksto vākos, sastiprināts ar skavām, līmēts vai siets.

Buklets

Starposms starp skrejlapu un brošūru. Parasti no vienas vai abām pusēm apdrukāta lapa, kas salocīta jebkādā veidā, biežāk ne lielāka par A4.

Skrejlapa

Sapīra lapa, kas ir apdrukāta no vienas vai abām pusēm, parasti ne lielāka par A4.

Iekļaujama informācija

- Kampaņas iss apraksts (tēma, mērķis), logo
- Ko sabiedrība / konkrētā mērķauditorija var darīt šīs tēmas ietvaros, lai sasniegtu vēlamu mērķi
- Kontaktinformācijas bloks: mājaslapas / internetvietnes adrese, faktiskā adrese, tālrunis, e-pasta adrese, sociālo mediju adreses (Facebook, draugiem.lv, twitter, skype u.c.)
- Aicinājums pierakstīties "jaunumiem, ziņām, informācijai", ja nepieciešams
- Īss, skaidrs, uzmanību notverošs stāsts, kas raksturo kampaņu/ tēmu/ problēmu
- Konkrētām mērķauditorijām (sievietes, policija, varmākas draugs, kaimiņi, ierēdņi) specifiskās tēmas, informācijas veidu skatīt 5. nodaļā "Rekomendācijas".
- Brīvais laukums, piezīmēm vai informācijas papildināšanai manuāli.

Tehniskais raksturojums

- Formāts atkarīgs no paredzētā informācijas (teksta un attēlu) apjoma. Nav ieteicams izmantot lielāku par A4 (21x29,7cm) vai mazāku par A6 (10,5x14,8cm).
- Papīra izvēle iekšlapām atkarīga no drukas veida, formāta un apjoma. Nav ieteicams papīrs, vieglāks par 80g/m² vai smagāks par 180g/m².
- Drukas un sējuma veids (skavošana, siešana, iesiešana spirālē, līmēšana u.c.) pakārtoti izvēlētajam formātam, apjomam, papīram, budžetam

Rekomendācijas

- Tekstam jābūt strukturētam, maksimāli īsam, personificētam, nevis vispārīgam.
- Informācijas attēlošana infografikā un / vai pārdomāta attēlu izmantošana, kas nenovērš uzmanību no kampaņas mērķa.

PAKALPOJUMS NO VARDARBĪBAS CIETUŠAJIEM

JA TU ESI CIETIS/ CIETUSI NO:

Fiziskas vardarbības (Jebkurš fizisks aizskārumš, piemēram, sitšana, speršana, znuagšana u.c.)	emocionālas vardarbības (Jebkurš verbāls, emocionāls vai psiholoģisks aizskārumš, piemēram, manipulēšana un upura pašvērtības pazemināšana)
seksuālas vardarbības (Jebkurš seksuāls aizskārumš, piemēram, izvarošana, uzspiests vai vardarbīgs dzimumakts, vardarbīga iesaistīšana seksuālas darbības u.c.)	ekonomiskās vardarbības (Jebkura darbība, kas vēsta uz cietušā pakļaušanu, varmākam izmantojot savu pārkāto finansālo situāciju, piemēram, finanšu resursu kontrolēšana, cietušā ienākumu atņemšana, aizliegums strādāt u.c.)
vardarbības draudiem vai vardarbības kontroles (jebkura darbība, kas ietver aizskārumš, seksuālu pieprasīšanu, draudus, pazemošanu, iebiedēšanu vai vajāšanu)	

TEV IR IESPĒJA SAŅĒMT

Tu vari saņemt pakalpojumu gan tad, ja ciet no vardarbības patlaban, gan tad, ja pārdzīvo vardarbību iepriekš.

Tu vari saņemt palīdzību arī tad, ja no vardarbības ciet tavš tuvinieks.

Tu vari saņemt pakalpojumu neatkarīgi no tā, vai ir uzskāts kriminālprocešs vai administratīvā pārkāpuma lieta.

KĀDU SOCIĀLĀS REHABILITĀCIJAS PAKALPOJUMU VAR SAŅĒMT?

KUR VĒRSTIES PĒC PALĪDZĪBAS?

TU VARI VĒRSTIES:

Daži no krīzes centriem, kas sniedz valsts apmaksātu rehabilitācijas pakalpojumu no vardarbības cietušajiem:

- Krīzes centra (institūcija) ar izstrādātu rehabilitāciju līdz 30 dienām (nepieciešamības gadījumā var pagarināt līdz 60 dienām).
- Individuālas konsultācijas: 10 psihologa, sociālā darbinieka un jurista konsultācijas (nepieciešamības gadījumā var palielināt līdz 20 konsultācijām).
- Papildus gada laikā pēc pakalpojuma saņemšanas ir pieejams trīs psihologa, sociālā darbinieka vai jurista konsultācijas.
- Nepieciešamības gadījumā tiek apmaksāti transporta izdevumi ne vairāk kā 7 euro par vienas konsultācijas apmeklējumu.

APMEKLE UN LUZĪN VĀRŠĀK:

- Par pagaidu aizsardzību pret vardarbību
- Par vardarbības veidiem
- Kur vērsties pēc palīdzības
- Kā izstrādāt savu drošības plānu

Zvani uz bezmaksas konsultāciju līniju nozīmējamus cietušajiem

116006

Informāciju sagatavoja Labākības ministrija

Labākības ministrija

© VALSTS KANCELEJA, 2015

E.NR. Infografika cietušajiem

1. Infografika no vardarbības cietušajiem par vardarbības veidiem, iespējamu palīdzību un vietām, kur to var saņemt.
2. LR LM, Valsts kanceleja, 2015
3. <http://www.lm.gov.lv/upload/infografikas/att16z4h.pdf>

Policijas lēmums par nošķiršanu un pagaidu aizsardzība pret vardarbību

Kāds no taviem tuviniekiem (tavalātais, partneris, brālis, māsa, bērns u.c.) pret tevi vērs jebkuru veida vardarbību

FIZISKA VARDARBĪBA Jebkurš fizisks aizskārumš, piemēram, sitšana, speršana, znuagšana u.c.	VARDARBĪBA KONTROLE Jebkura darbība, kas ietver aizskārumš, pieprasīšanu, pazemošanu, iebiedēšanu vai vajāšanu
PSIHOLOĢISKA VARDARBĪBA Jebkurš verbāls, emocionāls vai psiholoģisks aizskārumš, piemēram, manipulēšana, izvarošana u.c.	SEKSUĀLA VARDARBĪBA Jebkurš seksuāls aizskārumš, piemēram, izvarošana, uzspiests vai vardarbīgs dzimumakts, vardarbīga iesaistīšana seksuālas darbības u.c.
EKONOMISKA VARDARBĪBA Jebkura darbība, kas vēsta uz upura pakļaušanu, varmākam izmantojot savu pārkāto finansālo situāciju, piemēram, finanšu resursu kontrolēšana, upura ienākumu atņemšana, aizliegums strādāt u.c.	

Ja tev ir nepieciešama tūlītēja aizsardzība:

110 vai 112

- Policijas darbinieks pieņems lēmumu novērst vardarbības draudus un viņam ir tiesības pieņemt lēmumu par tūlītēju varmākas nošķiršanu, lai aizsargātu tev un tavus tuviniekus
- Policijas darbinieks var uzlikt pienākumu varmākam nekavējoties pamāst mājokli, neatviesies tev un nesazināties ar tev
- Policijas lēmums par nošķiršanu darbošies uz laiku līdz 8 dienām
- Ja vēlies, lai aizsardzība darbotos ilgāk par 8 dienām, ar policijas starpniecību vai iesniedzot tiesiskā palīdzību pret pagaidu aizsardzību pret vardarbību

Ja tu esi drošībā, bet varmāka var atkārtoti apdraudēt tevi:

- Iesniedz tiesiskā palīdzību, lai saņemtu lēmumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību
- Ja lēmuma pieņemšanai būs nepieciešams papildus pierādījumi, tiesa tos izprasīs un izlems, pietiekamu pagaidu aizsardzību 20 dienu laikā
- Tiesu pieņemts lēmumu ne veiks la nokamējamā diena pēc pieņemšanas
- Tiesu lēmums var noteikt varmākam dažādus aizliegumus - neatviesies tev un taviem tuviniekiem, tavam mājoklim, darba vietai, skolai un citām vietām, nesazināties ar tev

Ja varmāka pārkāpj policijas lēmumu vai tiesas lēmumu, zvanī atbildīgajam policijas darbiniekam vai 110. Policijas pienākums ir nodrošināt lēmuma izpildi kontrolē. Policijas darbinieks var izmantot piespiedu līdzekli (fizisku spēku u.c.), lai nodrošinātu policijas lēmumu izpildi. Par tiesas lēmuma nepildīšanu varmāku var saukt pie krimināltiesiskās.

APMEKLE UN LUZĪN VĀRŠĀK:

- Par pagaidu aizsardzību pret vardarbību
- Par vardarbības veidiem
- Kur vērsties pēc palīdzības
- Kā izstrādāt savu drošības plānu

Zvani uz bezmaksas konsultāciju līniju nozīmējamus cietušajiem

116006

Informāciju sagatavoja Labākības ministrija

Labākības ministrija

Valsts kanceleja © 2016

E.NR. infografika par nošķiršanu

1. Infografika par nošķiršanu un pagaidu aizsardzību vardarbībā cietušajiem. Satur informāciju par vardarbību, tūlītējas aizsardzības iespējām, policijas lomu.
2. LR LM, Valsts kanceleja, 2016
3. http://www.lm.gov.lv/upload/infografikas/pret_vardarbibu_infografiks_gala_versija.pdf

PLAKĀTS / VIDES REKLĀMA

Liela formāta (vairāk par A4) informatīvs vienlapas drukas paraugs, kas apdrukāts no vienas puses, biežāk ar attēlu, kas papildināts ar tekstu. Var tikt izvietots iekštelpās vai ārā – pilsētvidē.

Potenciāli iekļaujama informācija

- Kontaktinformācijas bloks: tālrunis, e-pasta adrese, mājaslapas / internetvietnes adrese, faktiskā adrese, sociālo mediju adreses
- Informācija par kampaņu / logo
- Pakalpojuma sniedzēja nosaukums / logo
- Pakalpojuma / kampaņas iss apraksts
- Sautis
- Ar konkrētu tēmu saistīta informācija

Rekomendācijas

- Vēlams ņemt vērā viena plakāta pielāgošanas iespējas dažādiem formātiem, izmēriem (neliels baners internetvidē vai lielzīmra vides plakāts) un vidēm (elektroniskā vide vai materiālā).
- Veidojot kampaņu, kas sastāv no vairākiem elementiem svarīgi izmantot vēstījuma vienotības principu (skat. 65. lpp.). Būtiski saglabāt vienotu identitāti dažādos medijos, izmantojot un savstarpēji kombinējot vienotus vizuālus paņēmienus, sižetiskas līnijas, grafiskus elementus, saukļus u.c. izteiksmes līdzekļus.
- Veidojot plakātus, jāapzinās to eksponēšanas konteksts (rajonu pieturvietas, institūciju iekštelpas u.c.) un mērķauditorija attiecīgās vietās / telpās.



K.1. Killing Me Softly with His Words.

1. Kampaņa pret emocionālu / verbālu vardarbību
2. <http://www.domesticviolence.ie/blog/verbal+abuse>



E.NR. Slēptā vides reklāma

1. Plakāts, pateicoties specifiskai drukai, vienlaikus satur 2 dažādas attēlus, tekstus, ziņas, kas redzamas atšķirīgos lenķos. Tas ļauj nodot konkrētu ziņu konkrētai mērķauditorijai (pieaugušajiem un bērniem).
2. ANAR (*The Aid to Children and Adolescents at Risk Foundation*)
3. <http://medialifemagazine.com/an-abuse-message-only-a-child-can-see/>
<https://www.youtube.com/watch?v=6zoCDyQSH0o>

VIDEO

Īsfilma, video rullītis, dokumentāls stāsts u.c.

Potenciāli iekļaujama informācija

- Atkarībā no izvēlēta formāta, sižeta, mērķa
- Kontaktinformācijas bloks: tālrunis, e-pasta adrese, mājaslapas / internetvietnes adrese, faktiskā adrese, sociālo mediju adreses (Facebook, draugiem.lv, twitter, skype u.c.)
- Informācija par kampaņu / kampaņas logo
- Pakalpojuma sniedzēja nosaukums / logo
- Sauklis

Tehniskais raksturojums

- ja videoklips ir paredzēts raidīšanai televīzijas raidījumu pauzēs, vēlams ilgums ir līdz 1 minūtei.

Rekomendācijas

- Ja videoklips ir viens no kampaņas elementiem, tam jāievēro vienotības princips (*skat. 65. lpp.*). Būtiski saglabāt vienotu identitāti dažādos medijos, izmantojot un savstarpēji kombinējot vienotus vizuālus paņēmienus, sižetiskas līnijas, grafiskus elementus, saukļus u.c. izteiksmes līdzekļus.
- Izsargāties no komerc reklāmām raksturīgā formāta, ar ko pārsātināta mediju vide, pārspīlēti mākslinieciska, ambicioza vai didaktiski pamācoša formāta, aizstājot to ar patiesos stāstos balstītu videointerviju / īsfilmu / dokumentālo filmu vai vizuāli viegli uztveramu animāciju / stāstu (K.A3. att.).

- Vēstījumu sagatavot attiecīgajai mērķauditorijai saprotamā vizuālā (attēls) un verbālā (teksts) valodā, ņemot vērā konkrētās sociālās grupas (sociāli labvēlīgas vai nelabvēlīgas) ieradumus, uzvedības modeļus, intereses, izmantotos medijus, dzīves un darba vietas vidi, transporta veidus, izklaides formas, kā arī nacionālās minoritātes īpatnību attiecīgās mērķauditorijas vidū vai piederību konkrētai teritorijai.

Piemērs

Videorullītis kaimiņiem – neitrāls, nepamācošs – ar vēlamo kaimiņa rīcības modeli (iejaucies, sniedz atbalstu vai patvērumu, izsauc policiju), balstītu uz reāliem notikumiem.

Videorullītis sievietēm - vainas sajūtu, bailes neraisošs, bet atbalstošs, motivējošs un informatīvs. Par pamatu var ņemt reālus stāstus (K.A4. att.), vai attēlot uz reāliem faktiem balstītu stāstu piedāvājot rīcības modeli, iekļaujot gan vardarbīgu attiecību sākumu, gan vardarbības pirmās izpausmes, gan šo attiecību beigšanu (K.A1. att.).

**K.A1. Mana pieredze**

1. **Mana pieredze ar vardarbību** (angļu val. **My Experience With Domestic Violence**)
2. <https://www.youtube.com/watch?v=Or3UsOp6NHc>

**K.A3. Tas beidzas tur, kur tas sākas**

1. **Tas beidzas tur, kur tas sākas** (*It Ends Where it Begins* – angļu val.)
2. https://www.youtube.com/watch?v=AluJWp2_SI

**E.NR. Esi vecis!**

1. **#EsiVecis! Iestājies par sieviešu tiesībām un palidzi novērst vardarbību pret sievieti!**, 2014
2. <http://www.marta.lv/marta-runa/cilvektiesibu-diena-viriesi-aicina-esivecis?gads=2014>

**K.A4. Lisa Nichol**

1. **Trīs teikumi, kas izmainīja Lisa Nichol dzīvi**
2. <https://www.facebook.com/goalcast/videos/1605366899540494/>

AKTIVITĀTES

- Lai veicinātu sabiedrības iesaistišanos, var tikt izmantotas dažādas publiskās akcijas līdzdomāšanas un atbalsta apliecinājumam, līdzdarbībai, izglītošanai un informācijas izplatīšanai).
- Šādu aktivitāšu emocionālā nokrāsa var būt gan uz empātijas radīšanu vērsta, gan šokējoša, gan neitrāla.
- Aktivitātes var būt – publiskas pasākumu atklāšanas, akcijas, spēles, performances, sociālie eksperimenti utt.
- Šādi tipa pasākumi var tikt filmēti, papildināti ar nepieciešamu informatīvu materiālu un izmantoti tālāk kā videoklips kampaņas ietvaros.



E.NR. Braukšana izmaiņa

1. Sociālais eksperiments - **Braukšana izmaiņa** (*Driving change* - angļu val.), **Libāna**
2. # iwillspeakup
3. <https://www.youtube.com/watch?v=8D39SbzxiiM>
<http://www.kafa.org.lb/>



K.1. Protesta akcija pret vardarbību

1. **"Ni una menos"**, Peru, Lima, 2016
2. #niunamenos, #notoneless
3. - protesta akcija, gājiens, performance, videoklips, informācija ziņu portālos
4. <http://niunamenos.com.ar/>
<https://www.theguardian.com/world/2016/aug/14/thousands-march-in-peru-to-protest-violence-against-women>



E.NR. Mūsu rokas pret vardarbību

1. Publisks pasākums 2006. gadā, nospiedumus atstājuši 956 iedzīvotāji
2. LR LM
3. <http://www.leta.lv/photo/album/280B88AA-CB07-44E7-A547-A2E025748253>
<http://www.delfi.lv/news/national/politics/akcija-protestu-pret-var darbibu-gimene-paudusi-956-iedzivotaji.d?id=15587089>

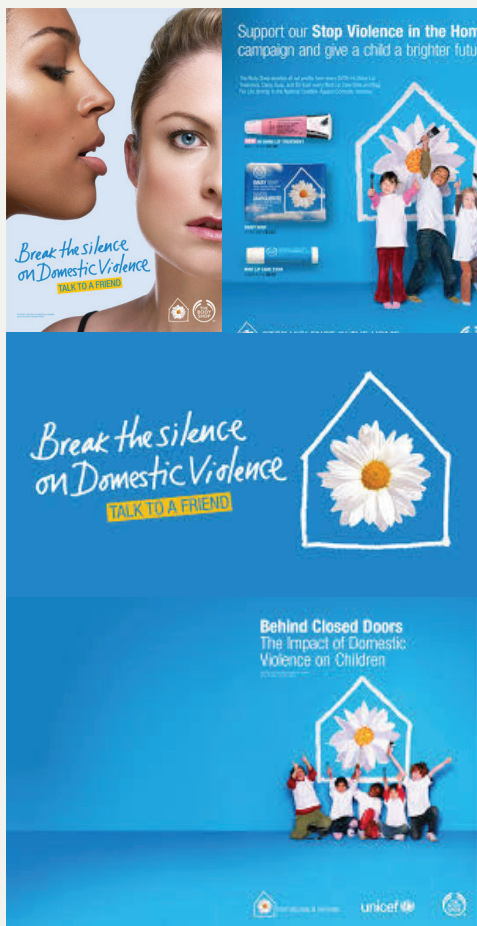


K.1. MĀDARA labo darbu diennakts

1. Madara Cosmetics, Resursu centrs sievietēm "Marta", 2014
2. 1 EUR no katra pirkuma ziedots centra "Marta" īstenotajām atbalsta grupu nodarbībām bērniem un jauniešiem, lai sargātu viņus no vardarbības.

<https://www.madaracosmetics.lv/lv/blogs/jaunumi/14-marts-madara-pirma-labo-darbu-diennakts>

LABO DARBU DIENNAKTS



K.1. Apturi vardarbību mājās Stop Violence In The Home

1. Latvija, starptautiska
2. **Break the silence on Domestic Violence. Talk to a friend.**
(Apturi vardarbību pārtraucot klusēšanu. Runa ar draugu.)
3. –
4. The Body shop, „Dardedze”
5. 2011, 2013
6. Kampaņa notika vienlaikus visos The Body Shop veikalos Latvijā. Kampaņas ietvaros tika izveidota speciāla produktu līnija *Stop Violence In the Home* (no angļu val. – apturi vardarbību mājās).
 - Ienākumi no to pārdošanas tika ziedoti centram pret vardarbību „Dardedze” speciāla terapijas kabineta izveidei un aprīkošanai.
 - Uz produktiem – lūpu balzama, atslēgas piekariņa un T-krekla – ir šīs kampaņas simbols – mājā patvēries zieds.
 - Izveidoti informatīvie materiāli, kuri sniedz ieskatu vardarbības problemātikā, vardarbības veidos un to atpazīšanā, kā arī informē par to, kur meklēt palīdzību.
 - Visas The Body Shop pārdevējas pirms kampaņas ir izgājušas speciālu apmācību, lai varētu sniegt informāciju par vardarbību Latvijā un iestādēm, kas risina šīs problēmas.
7. <http://www.centrsdardedze.lv/lv/uzzinai/kampanas/apturi-var darbibu-majas>
<http://www.thebodyshop.lv/lv/apnemsanas/kampanas/>

K.1. AVON: NĒ VARDARBĪBAI ĢIMENĒ

1. Latvija
 2. AVON: NĒ vardarbībai ģimenē
 3. NĒ vardarbībai ģimenē
 4. # –
 5. Avon, resursu centrs sievietēm „Marta”
 6. –
- Avon Skaistuma centros visā Latvijā ir pieejami „Marta” izdotie bukleti „Ja tu ciet no partnera vardarbības, tu esi spējīga to pārtraukt”. Iespēja iegādāties produktus, kas īpaši izgatavotas ciņās pret vardarbību ģimenē atbalstam. Visa peļņa no šo produktu pārdošanas nonāk īpašā fondā un tiek nodota sievietu resursu centra „Marta” rīcībā.
7. <http://www.avon.lv/PRSuite/domestic.page>
<http://www.avon.lv/PRSuite/domestic-about.page>
<http://www.avon.lv/PRSuite/domestic-products.page>
<https://dk.pinterest.com/avonlatvija/avon-n%C4%93-vardarb%C4%ABbai-%C4%A3imen%C4%93/>

TESTĒŠANAS METODOLOĢIJA

Dizaina izpētē tika iesaistītas vardarbībā cietušas sievietes, sievietes, kas pazīst vardarbībā cietušas sievietes, vīriešu varmāku draugi, paziņas, kolēģi, policijas pārstāvji, piecu ministriju ierēdņi, kā arī cilvēki, kas dzīvo kaimiņos pāriem, kuros ir bijusi vai ir vardarbība pret sievieti.

Dizaina izpētē iesaistīto cilvēku skaits, kā arī izmantotās informācijas iegūšanas un izpētes metodes katrā mērķgrupā atšķiras, un tam ir vairāki iemesli. No dizaina viedokļa, aptaujājot un intervējot (un citreiz arī veicot līdzdalīgo novērojumu), kas ir antropoloģijas galvenā izpētes metode) cilvēkus, mērķis ir radīt t.s. *persona* – radītu modeli (izdomātu personu), kurā izmantoti reāli cilvēki un kas akumulē tipiskākās šo cilvēku īpašības, kvalitātes, pazīmes un raksturojumus utt., kā arī izceļ kādas specifiskas kvalitātes vai domu gājienus. Tādējādi *persona* ir vienlaikus gan vispārināts, gan visai konkrēts modelis. *Persona* radīšana ļauj dizaineriem runāt par radīto modeli kā par viņu radītā produkta vai sistēmas lietotāju.

Otra daļa iekļauj t.s. lietotāja *scenario* veidošanu. *Scenario* ir naratīvs – domu eksperiments, kas tiek izmantots, lai palīdzētu izpētīt radītā dizaina mijiedarbību ar personu. *Scenario* atspoguļo lietotāja motivāciju, iespējamo sadarbību un palīdz radīt idejas, lai ar dizainu aizsniegtu lietotāju. Modelējot *persona* un *scenario*, ierasti netiek izmantoti vairāk par desmit cilvēkiem.

Šis dizaina izpētes ietvaros tika noteikts, ka izpētes veicēji intervēs vai aptaujās apmēram trīs līdz piecus pārstāvjus no katras mērķgrupas. Galvenais uzdevums bija izprast situāciju dažādību un iegūt aptaujāto un intervēto cilvēku viedokļus, lai modelētu kampaņas ieteicamos elementus, medijus un kanālus un veidotu koptēlu turpmākām rekomendācijām. Kaimiņu un vīriešu varmāku draugu gadījumā kā metode tika izvēlēta daļēji strukturēta intervija klātienē. Daļēji strukturētās intervijas ļauj pētniekam nenovirzīties no apskatāmās tēmas, bet tajā pašā laikā mainīt jautājumu secību vai uzdot papildu

jautājumus, kas tajā brīdī šķiet būtiski un kas bieži izriet tieši no konkrētās sarunas un situācijas. Daļēji strukturētās intervijas lieti noder arī tad, ja pētnieks un pētījuma dalībnieks nav labi pazīstami. Intervijas un sarunas tika vai nu pierakstītas ar roku, vai ierakstītas diktofonā un vēlāk transkribētas jeb atšifrētas teksta veidā. Savukārt ierēdņu, policijas darbinieku un vardarbībā cietušu sieviešu viedokļu ievākšanai kā ērtākais rīks tika atzīts attālināta elektroniska aptauja, lai arī paralēli noritēja pāris klātienē interviju. Šo izvēli noteica vairāki faktori. Attālinātas aptaujas vai intervijas ļauj cilvēkiem saglabāt savu anonimitāti arī pētnieku priekšā, jo ne visi cilvēki ir gatavi sarunām ar pētniekiem. Policijas darbinieku gadījumā tā varējām aizsniegt arī darbiniekus no tālākiem reģioniem. Kopumā anketas aizpildīja un savu redzējumu sniedza 17 policijas darbinieki no pilsētu nodaļām (galvenokārt Rīgas) un 18 policijas darbinieki no reģionālām nodaļām. Lai arī sākotnējais mērķis paralēli jau notikušām klātienē intervijām bija iegūt

nedaudzu sieviešu viedokļus, nedēļas laikā, kopš tika publicēta aptauja sievietēm, tostarp (bet ne limitēti) vardarbībā cietušām sievietēm, tajā piedalījās 72 sievietes, no kurām 47 ir vardarbībā cietušas. Anketa tika izplatīta sociālajos tīklos (*Twitter*, *Facebook*¹, *Sviesta Ciba*), kā arī e-pastu palīdzību. No sociālā dizaina perspektīvas, *persona* radīšanai būtu pieticis arī ar 5 līdz 10 aptaujātajām, tomēr, redzot sieviešu lielo aktivitāti anketas pildīšanā, tika pieņemts lēmums aptauju neslēgt, bet gan cieņpilni izturēties ne vien pret sieviešu sniegtajām atbildēm, bet arī pret viņu vēlmi un, iespējams, vajadzību dalīties smagajā pieredzē. Iegūtie dati ir izmantoti tālākai analīzei.

Veidojot rekomendācijas, kas balstītas uz *persona*, viedokļu un pieredzes analīzes aspekti atšķiras. Vardarbībā cietušu sieviešu gadījumā un vīriešu varmāku tuvinieku gadījumā līdz ar pieredzi nepārprotama nozīme ir arī dzimumam (nozīme ir arī vecumam, izglītībai un citiem faktoriem, tomēr, kā ir minēts iepriekš, *persona* tiek veidots kā vispārināts, taču vienlaikus koncentrēts „izvilks”²). Savukārt kaimiņu gadījumā demogrāfiskie faktori ir sekundāri, priekšplānā izvirzot kaimiņu pieredzi un atrašanās vietu, un tuvumu vardarbībā cietušajām un varmākām. Iemesls tam ir kaimiņu potenciālā dažādība, uz ko norāda arī paši intervētie kaimiņi, un vēlamās uzvedības panākšana neatkarīgi no kaimiņu dzimuma, vecuma un citiem faktoriem. Citiem vārdiem – vienā kāpņu telpā var dzīvot visdažādākie kaimiņi, kuri ir ļoti atšķirīgi, bet kurus visus vieno fakts, ka viņi apdzīvo konkrēto laiktelpu, t.i., viņi dzīvo blakus vardarbīgām attiecībām. Tādēļ konkrētām mērķgrupām specifiski pielāgots

formāts šoreiz tiek balstīts nevis uz demogrāfiskiem un sociāliem parametriem, bet uz sirdsapziņu, empātiju un līdzatbildību par apkārtējo vidi un apkārtējiem cilvēkiem jeb kaimiņu kā „tuvākā” lomu neatkarīgi no demogrāfiskā, sociālā, ekonomiskā u.c. fona. Savukārt ierēdņu un policijas darbinieku gadījumā būtiski ir ņemt vērā profesionālo specifiku, ar to saprotot ne vien civilpersonas, bet profesijas atbildību pret ziņojumā apskatāmo problēmu, kas nav ņemta vērā pārējās mērķgrupās. Abās profesijās uzmanība tika pievērsta arī grūtībām un nepieciešamajam atbalstam darba pienākumu veikšanā, kas saistīti ar vardarbības seku novēršanu vai prevenciju. Ievāktu kvalitatīvo datu analīze tika veikta, izmantojot gan manuālo kodēšanu, gan kvalitatīvo datu apstrādes un analīzes programmas *QDA Miner Lite* brīvpieejas versiju. Gan manuālajā kodēšanā², gan *QDA Miner Lite* programmā kodi tika izveidoti un piešķirti, balstoties uz ziņojuma autoru izvirzīto kopējo problēmjaudājumu spektru – koncentrējoties uz ziņojumā iesaistīto cilvēku reakciju pret vardarbību, viņu iesaisti tajā, apstākļu un nosacījumu apskatu, kas ietekmē attieksmi, uzvedību un reakciju, un potenciālo mediju un kanālu lietojumu, lai aizsniegtu mērķgrupu, bet policijas darbinieku gadījumā arī uz grūtībām darba pienākumu veikšanas laikā.

Lai nodrošinātu ziņojumā iesaistīto personu drošību un izvairītos no iespējamās ziņojuma rezultātu negatīvas ietekmes uz informācijas sniedzējiem, kā arī veicinātu ziņojuma dalībnieku atklātu komunikāciju ar pētnieku, visa personiskā informācija par ziņojuma dalībniekiem ir anonimizēta. Ziņojuma rezultātos dalībnieku personvārdi ir aizstāti ar pseidonīmiem un jebkāda

cita privāta informācija, kuras atklāšana pārkāptu konfidencialitātes principu un varētu radīt jebkādas nevēlams sekas ziņojuma dalībniekiem, netiek atklāta. Šo apsvērumu dēļ vardarbībā cietušu sieviešu gadījumā, vīriešu varmāku un kaimiņu gadījumā konfidencialitāte ir padarīts arī ieņemamais amats un cita ar profesionālo dzīvi saistīta informācija, ja tas jebkādā veidā var apdraudēt un padarīt neaizsargātu ziņojuma dalībnieku. Tomēr ar dalību intervijās dalībnieki ir piekrituši, ka visa cita ziņojumā iegūtā informācija, piemēram, varmākas raksturojums, attiecību statuss ar varmāku un cita ziņojumam un situācijas izprašanai svarīga informācija, anonimizētā veidā var tikt atspoguļota ziņojuma rezultātos.

¹ Sociālajā portālā *Facebook* anketa tika izplatīta arī „Feminisma forumā”, kas vēlāk arī kalpoja par pamatu vairākām diskusijām un kas iespējami palielināja aptaujas dalībnieku skaitu.

² Analizējot datus manuāli, tekstuālais materiāls *Excel* dokumentos tika kodēts ar krāsām. Princips abām kodēšanas sistēmām tika ievērots identisks.

TESTĒŠANAS REZULTĀTI

Mērķgrupa
Vardarbībā cietušas sievietes

Lai iegūtu informāciju gan par lēmumu pamest vardarbīgās attiecības, gan to, ko vardarbībā cietušas sievietes uzskata par iedarbīgu kampaņu, tika izmantotas gan daļēji strukturētas intervijas (šādi intervētas divas sievietes), gan elektroniska aptauja, kurā tika izmantoti tie paši jautājumi. Ar elektroniskās aptaujas starpniecību ar savu pieredzi un viedokli dalījās 72 sievietes, no kurām 47 sievietes ir pieredzējušas vardarbīgas partnerattiecības.

Aptaujas mērķis nebija iegūt kvantitatīvus datus, tomēr aptauju neslēdzām, jo ikviena atbilde ir vērtīga pat tad, ja vēlāk netiek tieši izmantota analizē. Aptaujas dati tika iegūti apmēram divu nedēļu laikā, bet lielākā sieviešu aktivitāte bija vērojama pirmajās anketēšanas dienās, tā ļoti tieši un dzīvi atainoja vardarbības pret sievieti augstos statistikas rādītājus Latvijā.

No 47 sievietēm, kas pašas cietušas vardarbībā, lielākā daļa (35 sievietes) pazīst arī citas sievietes, kas cietušas vardarbībā

partnerattiecībās. Šī saistība, visticamāk, ir daudznozīmīga – tā atspoguļo gan jau minēto augsto vardarbības statistiku, gan, piemēram, to, ka, meklējot palīdzību, sievietes nokļūst palīdzības grupās, atbalsta centros, kur iepazīstas ar citām vardarbībā cietušajām. No aptaujātajām 72 sievietēm tikai piecas sievietes – četras sievietes, kas pašas savulaik ir cietušas no vardarbības, un viena, kas nav, – ir atbildējušas, ka dzīvo kaimiņos ģimenei, kurā notiek vardarbība. Precīzi izskaidrot šo nelielo skaitu diemžēl nav iespējams, jo gadījumos, ja vardarbība blakus dzīvoklī notiek, to var arī nemanīt.

Jautājumu „**Kas un kā palīdzēja pieņemt lēmumu pārtraukt vardarbīgās attiecības?**” un „**Vai Jūs lēmumu par attiecību pārtraukšanu pieņēmt viena vai jums bija cilvēks, kas sniedza atbalstu? Kurš tas bija?**” mērķis bija noskaidrot līdzcilvēku un dažādu profesionāļu nozīmi lēmuma pieņemšanā par vardarbīgo attiecību pamešanu. Apmēram puse aptaujāto atbildēja,

ka **lēmumu par attiecību pamešanu pieņēmušas pašas bez citu atbalsta.**

Tas, kā sievietes nonākušas līdz lēmumam, protams, atšķiras – cita norāda, ka lēmumu ļāvusi pieņemt pieaugšana, citai tā ir bijusi informācijas iegūšana par to, kas ir vardarbība, un apjausma, ka šīs attiecības nav „vienkārši neveselīgas”, bet gan vardarbīgas, kā arī pašpalīdzības grāmatu un rakstu lasīšana, kas cēlusi pašapziņu. Vairākas sievietes norāda, ka lēmumu pieņēmušas bērnu dēļ, vēlot viņiem drošu un veselīgu vidi uzaugšanai, „lai neradītu bērnam nepareizu priekšstatu, kā vīrietim jāizturas pret sievieti, māti”. Savukārt ceturrtā daļa respondentu norāda, ka būtiska loma lēmuma pieņemšanā bijusi līdzcilvēkiem – ģimenei un draugiem, kas tiek minēti biežāk, kā arī psihoterapeita apmeklējumam. Diemžēl psihoterapeita apmeklējumu vairākas sievietes nevar atļauties finansiālu apsvērumu dēļ. Minot draugus kā būtisku resursu, sievietes norāda uz vērtīgu un bieži vien skaudru skatu no malas uz šīm attiecībām, kā arī

atbalstu. Likumsakarīgi arī, ka tās sievietes, kas norādījušas, ka lēmumu pieņemšanā ir saņēmušas atbalstu no līdzcilvēkiem vai profesionāļiem, arī biežāk atzīmē, ka tuvo cilvēku atbalsts un motivācija ir bijusi ļoti nozīmīga vai nozīmīga. Savukārt sievietes, kas lēmumu dažādu apsvērumu un situāciju dēļ pieņēmušas vienas, lielākoties uzskata, ka līdzcilvēku atbalsts nav tik būtisks. Par nepieciešamo atbalstu runājot, lielākā daļa uzsver, **ka viņām būtu bijis nepieciešams vai noderēja emocionāls un garīgs atbalsts gan no profesionāļiem, gan no tuviniekiem – ģimenes locekļiem un labiem draugiem, kas var nodrošināt vienkārši „kopā būšanu”, atbalstu, drošības sajūtu, kā arī reālistisku skatu no malas bez nosodišanas** un tādējādi veidot tik ļoti nepieciešamo atelpas brīdi no attiecībām, iespējams, izšķirošu lēmumu pieņemšanai. Uz to norāda arī Ilvija: „Es ieteiktu tik, lai sievietes uzdrošinās runāt ar citiem, kuriem uzticas, kad jūt, ka nepieciešams. Lai meklē sarunu biedrus jebkur, kur var!” Liela daļa sieviešu arī

norāda, ka būtisks ir informatīvs atbalsts, piemēram, par to, kas ir un kāda var būt vardarbība, bet vēl biežāk kā nozīmīgu min praktisko atbalstu – tā varētu būt automašīnas nodrošināšana ātrai mantu pārvešanai, pajumtes piedāvāšana, jurista atrašana. Intervētā sieviete Laine norāda: „Mentāls, lai es vispār uzdrīkstētos spert soli un aiziet no varmākas. Manā situācijā arī bija praktiska palīdzība no līdzcilvēkiem – sagādāja mašīnu, ar ko pārvest mantas, atrada dzīvokli noīrēšanai utt., kas protams, man ļoti palīdzēja.” Taču bieži vien noder arī materiālais atbalsts.

Ļoti skaudra iezīmējamā situācija policijas darbinieku izsaukumos uz vardarbības vietu. **Pārliecinātais vairākums sieviešu, kas ir saukušas policiju pret viņām vērstas vardarbības rezultātā, norāda, ka policijas darbinieku attieksme ir bijusi noraidoša un vienaldzīga** un atsevišķos gadījumos pat cietušās sievietes nosodoša, nievājoša vai pat izsmiejoša. „Viņi pasmējās, jo uzskatīja, ka tā ir ģimenes lieta un ka sieva pati vainīga,” vēsta kāda aptaujātā. To, ka lielākā daļa policistu šajā jomā ir neizglītoti, pārliecināti pauž arī intervijās iesaistītie policijas darbinieki.

Ar retiemi izņēmumiem sievietes pārliecināti atbild, ka vardarbība partnerattiecībās nav privāta lieta. Lielākā daļa cietušo uzskata, ka uz varmākas sirdsapziņu neiedarbojas praktiski nekas, savukārt daļa sieviešu uzskata, ka ierosināta krimināllieta, reāla sodāmība ir vienīgais, no kā baidās vīrietis varmāka. **Apmēram trešdaļa sieviešu ir pārliecinātas, ka atsevišķu varmāku uzvedību noteikti var koriģēt viņam svarīgu un tuvu cilvēku nosodījums, kauninājums vai novēršanās.**

Taujātas par sociālām kampaņām, kas bijušas veltītas vardarbības problemātikai, **absolūts vairākums konkrētas kampaņas neatceras – šī ir ārkārtīgi vērtīga informācija, jo norāda uz mērķgrupas nesasniedzamību. Tomēr visbiežāk minētā un vislabāk prātā palikusi kampaņa ir centra „Dardedze” 2009. gadā izveidotā kampaņa „Noliec siksnu”.** To, ka arī vienas mērķgrupas – šajā gadījumā vardarbībā cietušo sieviešu – ietvaros ir vērojamas krietnas atšķirības piemērotāko kampaņu mediju un kanālu ziņā, vislabāk atspoguļo atbildes uz jautājumu „Kur un kā, Jūsprāt, cietušās sievietes vislabāk, visdrošāk, vispārliecinotāk varētu saņemt informāciju par iespējamo palīdzību?”. Atbildes ir ļoti dažādas: tiek minēts gan ģimenes ārsta kabinets, gan pārtikas veikali, gan grāmatnīcas un aptiekas, kur materiāli ir paņemami neuzkritošā veidā, kas ir būtiski ļoti kontrolējošu partneru gadījumā. Tiek minētas arī publiskās sieviešu tualetes, piemēram, tirdzniecības centros, bāros un klubos, – telpas, kas ir noslēgtas un rezervētas tikai sievietēm. Tāpat kā labs informācijas un kampaņas kanāls tiek minētas interneta vietnes, tostarp sociālie tīkli, kā arī atbalsta centrus, piemēram „Skalbes” un „Marta” mājas lapas. Dizaina izpētes autori vēlas īpaši izcelt dažādu iestāžu publiskās tualetes kā ļoti piemērotu kampaņas kanālu, kā arī ārstu kabinetus, veikalus.

Aptaujas ietvaros sievietēm tika lūgts novērtēt gan vizuālos materiālus, gan potenciālos un citās kampaņās jau izmantotos saukļus. Sievietēm tika piedāvāti šādi saukļi: „Tā var notikt arī ar tevi!”, „NĒ vardarbībai ģimenē!”, „Apturi vardarbību mājās!”, „Novērst vardarbību pret sievietēm:

tas ir mūsu kopīgs uzdevums”, „Nāc. Runā. Panāc”, „Piesedz to vai atsedz?”, „Klusējot Tu dari sev pāri”, „Dzīve var būt pasakaina, ja Tu pārtrauc klusēšanu”, „Mīlestība nedara pāri”, „Tu esi stipra, rīkojies!”, „Ja sit, tad nemil”, „Tikai vājie pacieš vardarbību”, „Tu vari apturēt vardarbību. Novelc robežu!”, „Runā, mēs Tev palīdzēsim!”. Tika lūgts norādīt, kuri, viņuprāt, saukļi ir veiksmīgi, kuri mazāk veiksmīgi un kādiem, viņuprāt, būtu jābūt kampaņās, kas vērstas uz sievieti, kas cietusi vardarbībā, izmantotiem saukļiem un tekstuālai informācijai. Vislabāk novērtētie saukļi bija: **„Runā, mēs Tev palīdzēsim!”, „Mīlestība nedara pāri”, „Klusējot Tu dari sev pāri”.** Nedaudz retāk novērtēti kā labi, bet tomēr pietiekami lielā skaitā bija tādi saukļi kā „Ja sit, tad nemil”, „Tu esi stipra, rīkojies!”, „Nāc. Runā. Panāc”. Neviena sieviete neatzīmēja kā derīgu saukli „Tikai vājie pacieš vardarbību”, norādot uz cietušās vainošanu. Kāda aptaujātā savā komentārā ir koncentrēti apkopojusi to, kas nolasāms vairumā komentāru: **„Pirmkārt, teksts nedrīkst būt kauninošs. Otrkārt, tekstam būtu jārunā par to, ka sieviete ir gana stipra, lai šo izbeigtu. Treškārt, tekstam ir jābūt atbalstošam – ja tu sāksi runāt, mēs palīdzēsim, vai tamlīdzīgi. Ceturtkārt, tekstam ir jāliek domāt par to dzīvi, kas tev būs, kad tiksī ārā, nevis par to, cik slikti viss varētu būt.”** Vēstījumā svarīgi iekļaut iedrošinājumu, ka sieviete nav viena un ir cilvēki, kas ir gatavi viņai palīdzēt. Kā obligāts priekšnosacījums, ko apstiprina arī izpētes autore, ir iekļaujama informācija, kā un kur sieviete var vērsties pēc palīdzības: **„Būtu jānorāda tālrunis vai adrese, kur griezties pēc palīdzības. Vairbūt pat e-pasta adrese, jo dažām sievietēm varbūt tā būtu vieglāk atzīt, ka ar viņām notiek kas tāds. Un būtu**

vieglāk lūgt palīdzību.” Tikpat nozīmīgi ir kampaņās ne vien uzrunāt sievieti, lai viņa neklusē, bet arī piedāvāt konkrētas rīcības modeli un / vai veidot pozitīvas rīcības piemērus, kā arī veidot tādas saukļus, ar kuriem sieviete spētu asociēties: „Uzrunai, lai sieviete identificē sevi ar redzamo / lasāmo, un konkrētai *info*, kur un kā saņemt palīdzību, ne tikai rožainiem tekstiem – „*mēs Tevi uzklausīsim*”. Sieviete nevajag tikai uzklausišanu, bet reālus rīcības padomus, jo reizēm viņa ir tik apjukusi, ka nespēj rīkoties konstruktīvi, kur nu vēl pieņemt lēmumus. “Kāda aptaujātā devusi ļoti vērtīgu komentāru: lai arī tekstam ir jābūt īsam, koncentrētam, iedrošinošam un ar vajadzīgo kontaktinformāciju, „kareivīgi saukļi ir galīgi nevieta [..], jo tieši tāpēc viņa vēl ir šajās attiecībās, jo nespēj tikt ārā”.

Līdz ar sievietēm, kas pašas cietušas vardarbībā, anketu pildīja arī sievietes, kas ir tuvinieki vai kopienas pārstāvji sievietei, kas cietusi vardarbībā. Tās ir sievietes, kas ir pazīstamas ar sievieti vai sievietēm, kas ir cietušas vardarbīgās partnerattiecībās. Šīs sievietes ir draudzenes, kolēģes, paziņas, meitas savām no vardarbības cietušajām mātēm. Lielākā daļa iekļaujas mērķgrupā „Tuvinieki”. Viņas ir bijušas liecinieces vardarbībai vai ir zinājušas par to, dažas ir aktīvi rīkojušas, bet dažas par to, ka paziņa, radniece vai draudzene cietusi vardarbībā, uzzinājuši vien tad, kad sieviete no vardarbīgajām attiecībām jau vairākus gadus veiksmīgi atrīvojusies. Arī šeit dominē uzskats, ka vardarbība partnerattiecībās nav privāta darīšana, bet gan plašākas sabiedrības problēma un tādat arī kas tāds, par ko ir jārunā un kas ir jārisina kopīgiem spēkiem. Taču pavid arī uzskats, ka tā daļēji var būt privāta lieta,

jo „dažkārt sieviete ļauj pret sevi izturēties vardarbīgi” vai arī gan privāta, gan nē, jo, „ja tas ir vienreiz, tad personīgi, un ja nevar tik ar to galā starp savējiem, tad tā vairs nav ģimenes lieta, ir jāsauc kāds palīgā”. Sievietes, kas bijušas iesaistītas policijas izsaukšanās par vardarbību, norāda atšķirīgas pieredzes – ir gan pozitīvas atsauksmes par netuvošanās ierobežojuma uzlikšanu varmācīgajam vīrietim, gan arī negatīva pieredze.

Lūdzot sievietes atsaukt atmiņā kādas iepriekšējo gadu kampaņas šīs problēmas ietvaros, līdzīgi kā iepriekš apskatītā mērķgrupa, arī šeit lielākoties sievietes neatceras konkrētu kampaņu, bet, ja atceras, tad min to pašu centra „Dardedze” 2009. gada kampaņu „Noliec siksnu”.

Par kampaņas materiālu izvietojumu atbildes ir atšķirīgas – viena norāda, ka šādas kampaņas vajadzētu translēt televīzijā un radio, jo tās ir derīgas visiem. Tiek minētas arī domubiedru grupas interneta vietnēs, kas nešaubīgi ir veids, kā kampaņas vēstījumu pietuvināt mērķgrupai caur pašas mērķgrupas atslēgas personām – cilvēkiem, kas pārstāv mērķgrupu un / vai ir to autoritāte no pašu vidus.

Aptaujas rezultāti norāda, ka cietušās sievietes visvairāk uzrunāja plakāti Nr. 1, Nr. 2., Nr. 5. Būtiskā atšķirība atbildēs iezīmējas, diferencējot sieviešu atbildes, kuras izbeidza vardarbīgas attiecības ar un bez citu cilvēku atbalsta.

Sievietes, kuras vardarbīgas attiecības izbeidza ar ģimenes, bērnu, draugu, speciālistu (psihoterapeitu, krīzes centru darbinieku) atbalstu, dominējoši izvēlas

plakātu Nr. 1, komentāros akcentējot līdzilvēku klātbūtnes un atbalsta nozīmi. Respondentes arī atzīmēja, ka svarīga ir „sievietes stāja, pacelta galva – ir brūces, bet viņas iekšēja stāja nav salauzta”, ka sieviete parādīta kā „uzvarētāja, apņēmības pilna sākt jaunu dzīvi”, liela nozīme ir tam, ka attēlā redzamā sieviete kopta, ka „viņai tiek sniegta palīdzība un šķiet, ka viss būs kārtībā”. Pozitīvi tika novērtēta ziņa par „kopīgu uzdevumu” un sabiedrības uzrunāšana. Bet plakāts Nr. 5 kaunina, „pastiprina vainas sajūtu un rada lielākas grūtības meklēt palīdzību”.

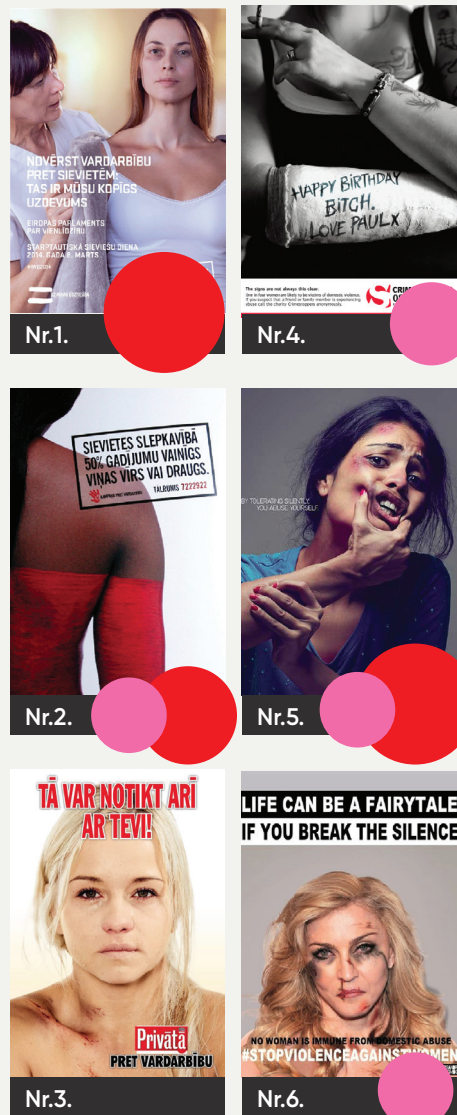
Savukārt tās sievietes, kas vardarbīgas attiecības izbeidza pašas, dod priekšroku plakātiem Nr. 5 un Nr. 2, plakātu Nr. 1 raksturojot kā „neizteiksmīgu, garlaicīgu, formālu, oficiālu un līdzjūtību neizraisošu”, norādot uz nepietiekamu vizuālu un saturisku intensitāti.

Sievietes, kuras joprojām ir vardarbīgas attiecībās, vienlīdzīgi izvēlas plakātus Nr. 1 un Nr. 5.

Lielākā daļa respondenšu norādīja, ka plakāti Nr. 3 un Nr. 6 neuzrunā un neizraisa uzticību – populāru cilvēku seju izmantošana šādās kampaņās ir aizvainojoša un nepatīkama, īpaši, ja konkrētā persona nav publiski bijusi saistīta ar varmācības faktu tās dzīvē. Interesanti arī tas, ka, komentējot plakātu Nr. 2, daudzas respondentes akcentēja attēlā redzamās sievietes tumšo ādas toni (attēla krāsas deformācija), iesakot to „nomainīt pret Latvijā biežāk sastopamu”.

1.1. Attēli no aptaujas

Respondentu pozitīvi novērtēti
attēli | teksti



1.1. Respondentu atbildes uz jautājumu:

“Kādi saukļi, Jūsuprāt, vislabāk UZRUNĀS sievieti, kura cieš no vardarbības attiecībās?”

- Saukļi, kas atzīti par derīgiem
- X Saukļi, kas atzīti par nederīgiem

Tā var notikt arī ar tevi!

NĒ vardarbībai ģimenē!

Apturi vardarbību mājās

Novērst vardarbību pret sievietēm: tas ir mūsu kopīgs uzdevums

Nāc. Runā. Panāc.

Piesedz to, vai atsedz?

Klusējot, Tu dari sev pāri

Dzīve var būt pasakaina, ja Tu pārtrauc klusēšanu

Mīlestība nedara pāri

Tu esi stipra, rīkojies!

Ja sit, tad nemīl

Tikai vājie pacieš vardarbību

Tu vari apturēt vardarbību. Novelc robežu!

● **Runā, mēs Tev palīdzēsīm**

TESTĒŠANAS REZULTĀTI

Mērķgrupa
„Vīrieši – varmāku tuvinieki”

Testēšanas periodā tika veiktas septiņas intervijas ar vīriešiem, kuri ir pazīstami ar vīriešiem, kuri ir vai ir bijuši vardarbīgi pret savu partneri.

Mērķis bija noskaidrot, kā viņi un viņiem apkārtējie cilvēki reaģējuši, uzzinot par vardarbību, kas un kā, viņuprāt, gan no sadzīviskā skatupunkta, gan kampaņas viedokļa var ietekmēt pašu varmāku, kādi elementi būtu jāiekļauj kampaņās, kas vērstas pret vardarbību pret sievieti. Mērķgrupa „Vīrieši – varmāku tuvinieki” pārstāv plašāko grupu „Tuvinieki”.

Seši intervētie vīrieši pazīst un savas dzīves laikā ir pazinuši vismaz vienu vīrieti, kas ir bijis vienreiz vai atkārtoti un ilglaicīgi vardarbīgs. Pārstāvētās attiecības ir dažādas: daži ir kolēģi, citi – draugu vai „it kā draugu” statusā vai arī visai komplicētu ieprecēto radnieku statusā (vieglākai uztverei tālāk redzams intervētā vīrieša attiecību statuss ar vīrieti, kurš ir vai ir bijis vardarbīgs pret sievieti).

Lai arī visi intervētie vīrieši ir kategoriski pret vardarbību pret sievieti, uzvedība,

saskaroties ar pazīstama vīrieša vardarbību, ir ļoti atšķirīga. **Uzvedību un rīcības modeli ietekmē gan paša vīrieša personības iezīmes, gan konkrētās situācijas specifika, pieredze, kā arī tuvības un statusa pakāpe ar vīrieti varmāku.**

Piemēram, Gints reiz ir iejaucies tādēļ, ka vardarbīgs bijis viņa tuvs draugs, turklāt par vardarbību toreiz Gintam zvanījusi drauga sieva, uz ko Gints reaģējis nekavējoties, ierodoties pāra mājā un „uzsītot draugam pa muti”. Pēc Ginta rīcībā esošās informācijas, tā arī ir bijusi drauga pēdējā vardarbīgā epizode. **Kavēšanos vai nereaģēšanu uz vardarbību ietekmē arī grūti saprotamā pozīcija, vai drīkst iejaukties.** „Es nejutos tiesīgs iejaukties, tāds pilsētas kundziņš,” nosaka Gints par situāciju, kurā vardarbīgs bijis viņa sievastēvs pret sievasmāti. Gints arī pārdomā, kāds ir labākais iejaukšanās veids, lai neizraisītu papildu sarežģījumus sievietei, kas cieš no vardarbības. Gints atsaucas uz izdomātu stāstu par to, kas notiktu, ja viņš atlaistu no darba savu darbinieku, uzzinājis par viņa vardarbību pret dzīvesbiedri: „Vai, atlaižot no darba „portfeļa sitēju”¹ par to, ka viņš ir vardarbīgs

Pseidonims	Vardarbīgā vīrieša statuss šajās attiecībās
Māris	Ieprecēts, emocionāli ne īpaši tuvs radnieks
Arvis	Draugs
Rolands	Kolēģis
Pēteris	Kolēģis
Gints	1) radnieces vīrs, 2) bijušās sievas tēvs, 3) tuvs draugs
Harijs	Draugs

¹ „Portfeļa sitējs” – ar to šeit tiek saprasts labi izglītots, finansiāli nodrošināts varmāka.

pret sievu, sieva no tā ko iegūs, vai viņa ģimenei būtu labāk, ka tagad ir „portfeļa sitējs” bez portfeļa. Es nezinu.”

Reakciju un attieksmi pret vardarbību nosaka arī šoks un bailes gan par savu veselību, gan par to, ka tas var izraisīt tajā brīdī neparedzamas, bet neatgriezeniskas sekas gan paša dzīvē, gan sievietes dzīvē. Tomēr, izvērtējot pagātnes situācijas par viņiem zināmu vardarbību pret sievieti, kurā viņi nav reaģējuši tā, kā, pēc viņu domām, būtu vajadzējis reaģēt un rīkoties, vīrieši izjūt kaunu vai katrā ziņā situācijas „nepareizību”. Piemēram, Pēteris stāsta, ka „tagad ir baigais kauns, ka cilvēki, kas to zināja, mani ieskaitot, neko nedarīja, jo tur varēja daudz ātrāk kaut ko darīt”. Vairākas intervijas atspoguļo situāciju komplikētību, kas bieži ir iemesls, kāpēc gan no vīriešu – varmāku paziņu puses, gan citu līdzcilvēku puses neseko aktīva iejaukšanās vardarbībā. Tās var būt bailes un raizes par situācijas sarežģīšanu, piemēram, kolēģu gadījumā iejaukšanās izraisītu attiecību maiņu vairākiem cilvēkiem. Bet, piemēram, Māra stāstīto gadījumu, kur pret viņa ieprecētā radnieka Jāņa fizisko agresiju pret sievu Māra vecāki attiekušies ļoti kūtri, bez kārtīgas iedziļināšanās nemaz nav iespējams saprast. Bieži vien tas nav viens nosacījums, bet gan vesels faktoru (bieži – emocionālu) kopums, kas vardarbības aktu cilvēku acīs padara tolerējamu vai par ko tādu, par ko īpaši nerunā. Tas var būt ar vardarbību nesaitīts ģimenes aizvainojums pret personu, kas cieš no vardarbības, tā var būt radnieku emocionālā un arī finansiālā investēšana ģimenē, kas pārvēršas lielās gaidās par ģimeni kā veiksmes stāstu, kas liek ignorēt kaušanos un teikt: „Ai, tas dzērumā, neskaitās.”

Taujāti par to, kas varētu ietekmēt vīrieša **varmākās rīcību jeb kas, viņuprāt, apelē pie varmākas sirdsapziņas, visi intervētie atbildēja, ka tas noteikti ir apkārtējo, varmākam tuvu, svarīgu cilvēku nosodījums, novēršanās un izolēšana no draugu loka, tādējādi parādot, ka šādas darbības ir neakceptējamas.** Tāpat vairāki intervētie norādīja, ka rīcību var ietekmēt psihoterapija un ka tā varētu būt arī piespiedu terapija.

Kampaņas nolūkos vīriešiem tika jautāts arī viņu viedoklis par to, kādas sižeta līnijas, viņuprāt, varētu iekļaut kampaņās, kas iedarbotos gan uz vīriešiem varmākām, gan uz līdzcilvēkiem. Lielākoties intervētie pievērsās tieši vīriešiem varmākām adresētām kampaņām, tomēr ir būtiski atgādināt, ka jomas speciālisti no centra „Marta” un centra „Dardedze” sarunās pauda skaidru nostāju, ka uz lielāko daļu vīriešu varmāku kampaņas, kas nav veidotas kā iesaistošas kampaņas, neiedarbojas (izņēmums varētu būt vīrieši, kuri nav t.s. „hroniskie varmākas” un kuri savu vainu atzīst un apzinās). Tomēr, komentējot iespējamus sižetus un veidus kampaņām, kas vērstas uz vīriešiem varmākām, atsevišķi intervētie vīrieši minēja reālu bijušo vīriešu varmāku pieredzes stāstus, „grēksūdzes” un nožēlu par pašu veikto vardarbību.

Dizaina izpētes autori gan vēlas uzsvērt šādu sociālo reklāmu neviennozīmību un risku, jo šāda kampaņa var emocionāli negatīvi ietekmēt no konkrētā bijušā vīrieša varmākas cietušo sievieti, kā arī citas tajā brīdī no vardarbības cietušās sievietes, jo par galveno varoni kļūst kādreizējais varmāka, bet no vardarbības cietušu

sieviešu dzīvēs vīrietis varmāka jau tā ieņem pārāk lielu un it kā neaizskaramu lomu. Interesantu viedokli pauda Māris, sakot, ka, **iespējams, uz vīrieti vērstas kampaņas būtu jāveido ap vīrieša emocionalitāti, kas ierasti ir neskarta un neizrunāta tēma:** „Tam ir jābūt emocionālam vēstījumam, emocijas, kādas netiek noķertas parastā veidā. Sports, varētu būt. Gribi iet sist, ej noskrien vēl 10 kilometrus. Kaut kas ar fizisku aktivitāti. Kā *chanelēt* (*chanel* – kanāls (šeit ar domu „straumēt”), no angļu val.) dusmas, nevis runāt par sišanu. Runāt par vīrieša emocijām, ne par sišanu varbūt.” Māris gan izsaka arī radikālu pretēju versiju, kas iekļautu vīrieša varmākas stigmatizēšanu: „Vienreiz sitējs – uz mūžu sitējs. Pamēģini vienreiz, tu vienmēr būsi sitējs. Tas gan stigmatizē. Bet varbūt vajag stigmatizēt?” Savukārt Gints uzskata, ka, iespējams, ar kampaņu, kas vērstas tieši pret sišanu un sitējiem, nevar aizsniegt sitētjus, tādēļ vīriešu auditorijai domātā kampaņa būtu jāvērs uz t.s. „baltajam apkaklītēm”: „**Vajag nevis tieši sišanu novērst, bet domāšanu.** Varbūt vajag kampaņu pazemotājiem, nevis tikai sitējiem? Varbūt viņi ir tie, kas maina tālāk *mindset* (*mindset* – domāšanas veids, no angļu val.)? Viņi ir *mindset* noteicēji – ir grūti vienam *Purčika džekam* pateikt – nesit, bet sevi samilējušamies baltām apkaklītēm, kuri nesit, bet pazemo, viņiem ir cits redzes loks, viņiem ir zināšanas, ar šiem var strādāt, jo viņi ir augsne arī sitējiem. Viņus var grozīt, caur viņiem var grozīt sabiedrību.” Proti, tajos, kuri emocionāli pazemo sievietes, bet neaizskar viņas fiziski un bieži vien pat uzsver, ka sišana nav iedomājama, ir vieglāk panākt uzvedības maiņu nekā „sitējos”. Bet, tā kā fiziskas vardarbības gadījumā paralēli bieži notiek arī emocionālā vardarbība (bet

¹ „Portfeļa sitējs” – ar to šeit tiek saprasts labi izglītots, finansiāli nodrošināts varmāka.

ne vienmēr otrādi), ar šādām kampaņām varētu aptvert dubultlielu vīriešu varmāku un potenciālo varmāku skaitu, kā arī līdzcilvēkus vīriešus.

Runājot par kampaņām, kas vērstas uz līdzcilvēkiem, intervētie uzsver, ka noteikti jāizvairās no didaktikas un pamācoša toņa: „Nestrādā kampaņas no malas vai valsts, vai „Dardedze” kaut ko saka, viņi jau nu mani nemācīs. Tiem kanāliem jābūt kādiem netiešākiem, neuzkrietošākiem, pastarpinātākiem, lai ir vide, ko šie cilvēki ņem vērā, draugi no basketbola treniņiem, Facebook. Lai tu jūti, ka tu paliec par balto zvirbuli, lai tu jūti, ka tu paliec viens, jo apkārt visiem tu šķieci mulķis. Tas attiecas gan uz formu, gan kanāliem.” Arī šajā Ginta viedoklī parādās iepriekš minētā izolēšana, novēršanās kā vardarbīgas rīcības neatbalstīšana. Izvairīšanās no didaktikas un satura un **sižeta pietuvināšana mērķgrupai caur atslēgas personām, kas pārstāv „tautu”, nevis institūciju**, kas parasti asociējas ar varu, ierobežošanu, pārkumu, būtu svarīgākie elementi, ko ņemt vērā kampaņas izveidē. Jāuzsver, ka kritiski jāraugās uz respondenta sacīto par vardarbības ekosistēmā iesaistīto palīdzības institūciju neiekļaušanu, piemēram, kampaņas videoklipu vai vides reklāmas izveidē. **Tieši atbalsta un palīdzības iestāžu, piemēram, policijas, krīžu centru u.c. zīmola atpazīstamības veicināšana var izrādīties ārkārtīgi būtiska, lai panāktu uzrunātā cilvēku iesaisti vardarbības problēmā.** Zīmola atpazīstamība un uzticamība var sniegt nepieciešamo atbalstu un rīcības modeli gan vardarbībā cietušajām, gan varmākam, gan līdzcilvēkiem, informēt par vēlamo rīcību un uzvedību un viņiem piedāvāto

palīdzību. Taču jāapstiprina, ka mērķgrupai tuvi tēli (piemēram, autoritātes vai tādi, kur mērķgrupas indivīds atpazīst sevi), kā arī izvairīšanās no pamācoša toņa ir jebkuras kampaņas neatsverams elements.

Rezumējot: **iekļaujot kampaņās svarīgos zīmolus, piemēram, „Skalbes”, ir būtiski panākt, ka zīmols un aiz tā stāvošā institūcija tiek padarīta par „savējo”, nevis „augstākstāvošo”.**

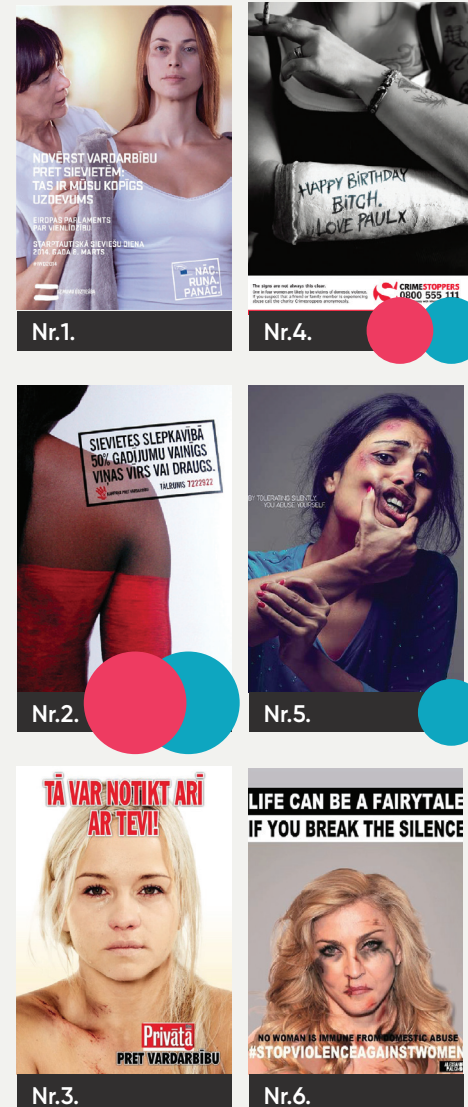
Respondentus visvairāk uzrunā plakāts Nr. 2, pozitīvi novērtēti arī plakāti Nr. 4 un Nr. 5. Intervijās gan divi vīrieši (Rolands un Pēteris) cita starpā ir minējuši, ka plakāts Nr. 5, kur sievietē tur ciet muti pati sev, viņuprāt, vīrietim varmākam var izraisīt pretēju efektu, proti, drošības sajūtu, ka sievietē neko neteiks, turklāt plakātā atbildība tiek (atkal) uzlikta cietušajai sievietei, nevis varmākam. Viņuprāt, plakātos nedrīkst izvairīties no varmākas – tas nenozīmē, ka plakātā obligāti jāparādās vīrietim, bet jāredz, ka tas viņa nodarījums un vaina, nevis sievietes.

Vismazāk uzrunā plakāti Nr. 3 un Nr. 6. Arī intervijās četri vīrieši no septiņiem ir izteikuši kategorisku „nē” plakātiem ar Madonu un Aišu. Pēc komentāriem var noprast, ka, viņuprāt, tie nerada nopietnības efektu, bet „vairāk atgādina Halovīna ballīti” (Gints).

Runājot par saukļiem, pieci no septiņiem vīriešiem aicina runāt par vīrieša emocionalitāti. Kampaņās, kuras vērstas uz sievietes mērķgrupu, iesaka iedrošināt, atbalstīt, nevis kaunināt un vedināt uzņemties visu atbildību.

1.1. Attēli no aptaujas

Respondentu pozitīvi novērtēti **attēli | teksti**



1.1. Respondentu atbildes uz jautājumu: "Kādi saukļi, Jūsprāt, vislabāk UZRUNĀS sievieti, kura cieš no vardarbības attiecībās?"

- Saukļi, kas atzīti par derīgiem
- Saukļi, kas atzīti par nederīgiem

Tā var notikt arī ar tevi!

- NĒ vardarbībai ģimenē!
- Apturi vardarbību mājās

Novērst vardarbību pret sievietēm: tas ir mūsu kopīgs uzdevums

Nāc. Runā. Panāc.

Piesedz to vai atsedz?

- Klusējot Tu dari sev pāri
- Dzīve var būt pasakaina, ja Tu pārtrauc klusēšanu

- Mīlestība nedara pāri
- Tu esi stipra, rīkojies!

Ja sit, tad nemil

- Tikai vājie pacieš vardarbību

Tu vari apturēt vardarbību. Novelc robežu!

- Runā, mēs Tev palīdzēsim

Respondentu ieteikumi / piedāvāti varianti

Neturi problēmu „ieslēgtu” savā domu pasaulē un fiziskajā ķermenī

Karā spridzina visi, taču īstie varoņi ir sapieri... Neitralizē problēmu pirms noticis ļaunākais.

Dalies (Share) ar draugu!

TESTĒŠANAS REZULTĀTI

Mērķgrupa
„Kaimiņi”

Dizaina izpētē un testēšanas sadaļas ietvaros ziņojuma autores tikās ar trim cilvēkiem, kuri pazīst pāri, kur vīrietis ir varmāciņš, dzīvojot šim pārim kaimiņos. Kaimiņi šajā gadījumā pārstāv plašāko grupu „Kopiena” (skat. ekosistēmas modeli). Mērķis bija gan noskaidrot, kā kaimiņi reaģē uz blakus notiekošo vardarbību, gan arī gūt priekšstatu, kādiem informatīviem, emocionāliem u.c. elementiem jābūt iekļautiem kampaņās, kas adresētas kopienu pārstāvjiem, šajā gadījumā – kaimiņiem. Tabulā ir sakārtota informācija par intervētajiem kaimiņiem, kas palīdz labāk orientēties katra kaimiņa sacītajā.

No intervētajiem kaimiņiem emocionāla saikne ar kaimiņos dzīvojošo sievieti, kas cieš no vardarbības, ir tikai levai. Ieva, kas pa vasarām dzīvo tajā pašā ielā dažas mājas tālāk no Ineses un Kriša, ir arī Ineses bērnības draudzene. Ieva norāda, ka saasinājumi Ineses un Kriša attiecībās ir jūtami ik pa laikam, tomēr rodas sajūta, ka pēdējo pāris gadu laikā tās ir pasliktinājušās.

Inese ar Krišu ir kopā vairāk nekā 20 gadu, māja, kurā abi dzīvo, ir Ineses mammas māja, tomēr Ieva norāda, ka izlikt Krišu no mājas būtu teju neiespējami. Ja Inese vēlētos no viņa šķirtos, viņai, visticamāk, būtu jāšķiras arī no mājas. Uz jautājumu, bet kā tad ar policijas rīkojumu par varmākas izlikšanu no kopējās dzīvojamās platības, Ieva pragmatiski atsaka: „**Kāda policija? Miesas bojājumu lielākoties nav, neviens taču nebrauc, turklāt vēl uz šejieni** [ārpus Rīgas – *aut.*]. Vienreiz Inesei bija zilums pie acs, bet viņa pati teicās neatceramies, kur to dabūjusi. Es īsti nezinu, vai viņš viņu sit, bet viņš ārdās – jo sevišķi, kad dzer, bet dzer viņš, kā zināms, bieži. Viņš terorizē viņas darba kolēģus, zvanoties pa visu [slimnīcas] nodaļu, kad Inese kārtējo reizi no viņa ir aizmukusi. Viņš ar zvaniem terorizē arī mani. Viņš vispār ir cilvēks, kas maina ekosistēmu, nevis tai pielāgojas.” Ar ekosistēmas maiņu Ieva domā to, ka arī citi kaimiņi pakļaujas un neko nesaka, kad viņš piemēslu apkārtni ar būvgružiem vai klausās mūziku vakaros tā, ka skan viss rajons. Inese vairākas reizes

Pseidonims	Kaimiņu attiecības
Ieva	Dzīvo Pierīgas mazpilsētā dažas mājas tālāk no savas jaunības draudzenes Ineses, kuras vīrs Krišs ir emocionāli vardarbīgs un dažkārt arī fiziski vardarbīgs. Inese ar Krišu ir kopā ~ 25 gadus. Inese ik pa laikam nakšņo pie Ievas.
Arta	Dzīvo Rīgas mikrorajona piecstāvu mājā, kuras kāpņutelpā pretējā dzīvoklī dzīvo ģimene ar vardarbības pazīmēm: vīrs Vlads, sieva Karīna. Vlads ik pa laikam ir fiziski vardarbīgs pret Karīnu.
Ansis un Lote	Dzīvo Rīgā, Maskavas forštatē vienā kāpņu telpā ar ģimeni, kurā abiem laulātajiem – Danielam un Nadeždai – ir alkohola problēmas. Kaimiņi regulāri sauc policiju gan par troksni, gan par vardarbību pret sievieti. Pārim ir divi mazi bērni. Vairāku gadu laikā, kopš Ansis ar Loti dzīvo šajā mājā, situācija kaimiņu ģimenē nav mainījusies.

ir nakšņojusi pie levas, tur atstājusi arī sev svarīgas mantas – pāris fotogrāfiju, dokumentus, dažas drēbes. Inese sarunās šad un tad arī minot, ka domājot par to, kā tikt no Kriša vaļā. Viņu abas meitas no tēva jau esot novērsušās – bloķējušās tēva tālruņa numuru un ik pa laikam bloķē arī Ineses numuru, jo Krišs mēdzot „terorizēt ar zvaniem” abas pieaugušās meitas, slepus izmantojot Ineses telefonu. Ieva bilst, ka problēma, kuru viņai neizdodas risināt, ir nemitīgā Ineses atgriešanās pie Kriša: „Tad viņa pie manis dzīvo vairākas dienas, bet pēc tam es redzu abus, dūjinot kā balodišus zaļumballē. Zini, mani pārņem dusmas, kad to redzu.” Ieva daļēji skaidro Ineses nespēju aiziet no Kriša arī ar Ineses stingrajiem reliģiskajiem uzskatiem un to, ka „izskatās, ka viņai patīk ciest, jo ciest ir kārtīga katoļa pienākums”. Sarunā atklājas **būtisks faktors, domājot par kaimiņiem kā cilvēkiem, kas iejaucas vardarbīgās attiecībās, – pār šīs personas pleciem sāk velties liels slogs jeb, kā saka Ieva, „tā kļūst arī par manu problēmu – pēkšņi viņš terorizē arī mani”**. Par citiem kaimiņiem, kas palīdzētu Inesei, Ieva nezināja, taču patvērumu krīzes brīžos sniedzot arī Ineses un Kriša vedēji, kas arī dzīvo šajā mazpilsētā. Pēc levas domām, daudzdzīvokļu mājās pievērst kaimiņu uzmanību un varbūt pat viņus izglītot un mainīt uzvedību ir vieglāk, jo dzīvošana gluži vienkārši sanāk tuvāka, attiecīgi lielāks diskomforts arī kaimiņiem. **Jo lielāks fizisks atstatums starp kaimiņiem, jo vieglāk neko nezināt vai negribēt zināt.**

Savukārt Arta un Ansis un Lote dzīvo vienā kāpņutelpā ar ģimeni, kurā notiek vardarbība un tiek pastiprināti lietots alkohols. „Viņš, man liekas, goda vārds, dzer visu laiku. Tu esi kādreiz viņu redzējis

skaidrā?” Lote vaicā Ansim, kurš noraidoši krata galvu, piebilstot: „Varbūt kādu reizi.” Nadežda, pēc Anša un Lotes sacītā, alkoholu lieto mazāk, jo „viņai jau kaut kā arī tie bērni jāsavāc un uz skolu jāaizved”. Par bērniem Nadežda cenšoties rūpēties, cik nu mākot. Uz jautājumu, vai vardarbība no Daniela puses pret Nadeždu notiek bieži, abi atbild, ka „pietiekami” – bļaustišanās dzirdot katru otro dienu. Policija par dzīvokli notiekošo „ballišu troksni” tiekot saukta vismaz reizi divos mēnešos. „Kad tur tās dzeršanas ar visādiem viņu draudziņiem notiek... Nuuu, tad arī tur visbiežāk kaut kādas *razborkas* būs, nu, tad viņš sit, jo pārdzēris jēgu,” nosaka Ansis. Ansis un Lote atzīst, ka tas traucējot arī viņu ikdienu – lai arī abi zina, ka kaimiņi viņus neskar, jo tas notiek starp viņiem, esot tomēr satraukumus par pašu bērniem (8 un 6 gadus veci). Attiecīgi abi uzskata, ka tā noteikti nav katra personīgā lieta, tas ļoti tieši ietekmē arī citus cilvēkus, turklāt „žēl ir viņu bērnus, viņi ir pilnīgi forši bērni”, kuri ir arī „visādu institūciju uzraudzībā”. „Bāriņtiesa, ja?” Ansis jautājoši vēršas pie Lotes. Tajāti, vai viņi kādreiz ir iejaukušies konfliktā, Lote atbild apstiprinoši: „Jā, jā, vairākas reizes! Sākumā, kad nesen bijām te ievākušies, saucām par troksni, tad arī nezinājām viņus tik labi, bet tad... cik, kādas reizes divas, trīs, ko? [Lote vēršas pie Anša.] Laikam trīs reizes saucām policiju.” Policija diemžēl neesot bijusi diez ko atsaucīga – vismaz tāds paliekot iespajds, ka policija negribot „ar to visu ķēpāties, jo, saprotiet, viņi jau abi tur plēguro, kaut arī Nadežda mazāk”. Patvērumu kaimiņiņenei viņi nav snieguši, bet bērnu gan pabarojot, jo „viņi jau tik un tā draudzējas ar mūsējiem, un bērniems, starp citu, galīgi nav ne vainas, tikai žēl viņus”, piebilst Lote.

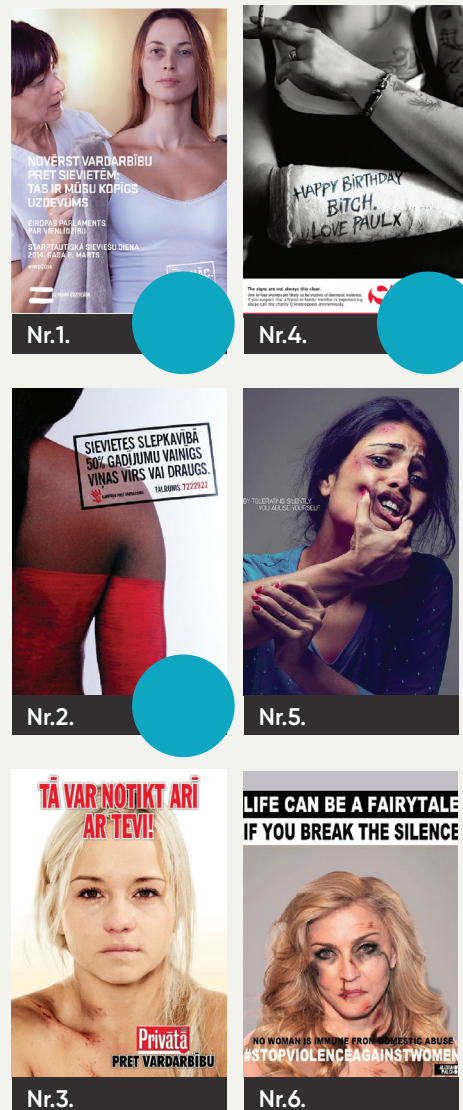
Tajāti par to, kādas kampaņas varētu veidot, lai veicinātu kaimiņu iesaisti vardarbības prevencijā un novēršanā, Ansis uzskata, ka tieši šīs mājas kaimiņu uzrunāšanai vajag sniegt informāciju par to, kas ir vardarbība, un to, viņaprāt, vislabāk darīt, informatīvos materiālus metot pasta kastītēs. Ansis gan piebilst: „Bet kopumā ar to nekas nebūs līdzēts, vismaz man tā... nu, liekas, jo te jau visi pārsvarā šitajā mājā ir pensionāri, veci cilvēki, gan krievi, gan latvieši, es nezinu, vai viņiem tas kaut kā aizies.” **Taču abi uzskata, ka tieši pasta kastītes varētu būt labs kanāls informācijas izplatīšanai, jo veci cilvēki rūpīgi pārbauda to saturu, pēta tur iemestās reklāmas.** Problēma esot tā, ka, visticamāk, liela daļa kaimiņu uzskata, ka tā nav viņu darīšana, ja vien viņi varot naktis klusumā gulēt, jo attieksme pret Danielu un Nadeždu kopumā esot nievājoša dzīvokli bieži lietotā alkohola dēļ. Lote piebilst, ka „**bērni varētu būt atslēga**”. „Omītes te arī viņus drusku pieskata, pabaro, tie bērni ir mīļi.” Proti, varētu iedarboties **kampaņa, kas vērsta uz apkārtējo indivīdu atbildības piesaukšanu, piemēram, pret kaimiņu bērnu augšanas apstākļiem.**

Arta pati nav iejaukusies kaimiņu Vlada un Karīnas attiecībās, saucot policiju, lai gan brīžiem doma tāda esot bijusi. Arta arī neatceras gadījumu, kad kāds cits būtu izsaucis policiju, kaimiņi savā starpā diez ko nerunājot: „Ar dažiem es pat nesveicinos. Un vienā dzīvoklī viņi mainās tik bieži...” Taču ziemā Karīna esot zvanijusi pie Artas durvīm, lai it kā aizņemtos kaut kādus virtuves priekšmetus, bet Karīna uzskatījusies krietni ilgāk un abas kopā dzērušas kafiju. „Nav tā, ka mēs esam labi pazīstamas. Bet es tajā vakarā pati biju

baigi vēlu atnākusi mājās, drusku iedzērusi, un es jutu, ka viņa tā kā negrib iet atpakaļ. Nu, bet arī... Padomā – kurš kaimiņš tā normāli vienpadsmitos naktī prasa kaut kādus tur katlus vai bļodas. Un nav jau tā, ka mēs te nezinām, ka viņš ir sitējs. Nu, tad viņa arī man te palika, man nebija iebildumu, labāk, lai paliek, nekā, ka nosit. Dzērām kafiju, kaut ko YouTube skatījāmies. Diezgan ilgi patiesībā.” Tā pagaidām esot bijusi vienīgā šāda reize, bet Arta bilst, ka noteikti paņemtu pie sevis arī citu reizi. Viņasprāt, vardarbība noteikti nav privāta problēma. Artai arī paziņu lokā ir sievietes, kas cietusi vardarbībā. Arta atceras, ka draugi palīdzējuši toreiz sievietei atbrīvoties no attiecībām. Kad Artai tiek vaicāts par to, kādas kampaņas varētu iedarboties, lai pozitīvi ietekmētu kaimiņu un līdzcilvēku uzvedību vardarbības pret sievieti gadījumā, Arta bilst, ka „tur **baigi bliezt pa smadzenēm, jo visi dzīvo komfortabli savu dzīvi**, neviens baigi negrib iejaukties, jo negrib problēmas, bet man vispār liekas... Tie kaimiņi, kas, piemēram, mēs te esam, mēs jau baigi dažādi esam – ir pensiši, re, esmu es, ir ģimenes cilvēki, bet, nu, jā, masēt par to varbūt, ka, **ja nositis, tad tā būs arī mūsu atbildība**; es, piemēram, ar tevi te runājot, jau jūtos sūdigai, ka nesaucu pāris reizes policiju”. Uz jautājumu, kā masēt, Arta atbild, ka tiešu ideju nav, bet varbūt varot noderēt „**plakāti pogīšos**”, un piebilst: „**Vispār man liekas, ka arī video televīzijā vai Facebook, kas, piemēram, man parāda, kas notiks ar to sievieti, ja es nepalīdzēšu, un ka es būšu reāli vainīga, tjiip, līdzvainīga pie tā, ne?**” Tāpat Arta domā, ka, iespējams, daudzi cilvēki pat **neizdomājas, kā viņi var palīdzēt sievietei**, tādēļ varbūt noderot arī šāda informācija.

1.1. Attēli no aptaujas

Respondentu pozitīvi novērtēti plakāti



1.1. Respondentu atbildes uz jautājumu:

“Kādi saukļi, Jūsaprāt, vislabāk UZRUNĀS sievieti, kura cieš no vardarbības attiecībās?”

- Saukļi, kas atzīti par derīgiem

Tā var notikt arī ar tevi!

NĒ vardarbībai ģimenē!

Apturi vardarbību mājās

Novērst vardarbību pret sievietēm: tas ir mūsu kopīgs uzdevums

Nāc. Runā. Panāc.

Piesedz to, vai atsedz?

- **Klusējot, Tu dari sev pāri**

Dzīve var būt pasakaina, ja Tu pārtrauc klusēšanu

Mīlestība nedara pāri

- **Tu esi stipra, rīkojies!**

- **Ja sit, tad nemīl**

Tikai vājie pacieš vardarbību

Tu vari apturēt vardarbību. Novelc robežu!

- **Runā, mēs Tev palīdzēsīm**

TESTĒŠANAS REZULTĀTI

Mērķgrupa

„Ierēdņi – problemātikā iesaistīto ministriju pārstāvji”

Ar elektroniskās aptaujas palīdzību tika aptaujāti septiņi ierēdņi: divi no Labklājības ministrijas, viens no Veselības ministrijas, viens no Iekšlietu ministrijas un trīs no Tieslietu ministrijas. Ņemot vērā, ka ministriju ierēdņi ir gan „civilpersonas” (viņi var būt no „garāmgājēju” grupas, pārstāvēt kādu no kopienas, piemēram, būt kaimiņš sievietei, kas cieš vardarbībā, tuva persona cietušajai vai varmāka), gan arī pārstāv profesionāļus vardarbības ekosistēmas ietvaros.

Elektroniskās aptaujas mērķis bija noskaidrot piecu vardarbības problēmjaudājuma risināšanā iesaistīto ministriju pārstāvju līdzšinējo iesaisti vai potenciālo līdzdalību problēmas risināšanā, kā arī noskaidrot ministrijas pārstāvju viedokli par sociālo reklāmu kampaņu vizuālajiem materiāliem, kas veltīti vardarbībai pret sievietēm partnerattiecībās.

Pieci no septiņiem ierēdņiem pazīst vismaz vienu sievieti, kas ir cietusi vardarbībā, savukārt divi aptaujāti (viens no Labklājības ministrijas un otrs no Tieslietu ministrijas) nav saskārušies ar vardarbīgās attiecībās iesaistītiem cilvēkiem. Sešu aptaujāto profesionāļu darba pienākumi ministrijās ir saistīti ar vardarbības problemātiku, piemēram, normatīvā regulējuma izstrādāšana vai piemērošana, vai vienā gadījumā „kompetence saistīta ar veselības aprūpes speciālista lomu vardarbības mazināšanā un seku novēršanā”. Četri pārstāvji (no Labklājības, Tieslietu un Iekšlietu ministrijas) šī jautājuma ietvaros ir sadarbojušies ar citu ministriju darbiniekiem un atzīst, ka sadarbība veidojusies ļoti laba un produktīva. Viena aptaujātā ierēdne piebilst, ka „sadarbība ir ļoti laba un ar sadarbību horizontālā līmenī nav problēmu. Ierēdņi maz var ietekmēt politisko lēmumu pieņemšanu”. Seši no

septiņiem ierēdņiem atzīst, ka vēlas būt iesaistīti vardarbības pret sievieti problēmas risināšanā, un četri atzīst, ka **ļoti trūkst laika, lai padziļināti un profesionāli tam pievērstos, divi aptaujātie min, ka būtu nepieciešams vadītāja atbalsts, akcepts, rīkojums** (Tieslietu ministrija) un atbalsts no ministrijas vadības (Veselības ministrija).

Uz jautājumu, kur un kā cietušās sievietes vislabāk, visdrošāk un vispārliciecinātāk varētu saņemt informāciju par iespējamo palīdzību, līdzīgi kā citu mērķgrupu pārstāvji, arī ministriju ierēdņi sniedz atšķirīgas atbildes: internets, televīzija, pop-up reklāmas, vides reklāmas, NVO, personas, kas strādā ar vardarbību ģimenē, u.c.

Tiek minēts, ka kampaņām jābūt viegli saprotamā valodā, tiek uzsvērta nepieciešamība skaidrot, informēt, iemācīt un atpazīt.

Savukārt uz jautājumu, kam jāparādās kampaņas tekstā, lai tas motivētu sievieti vērsties pēc palīdzības, ierēdņi norāda: „Ka ir iespēja saņemt reālu palīdzību, ka ir iespējams apturēt vardarbību, bet, ja nerīkojas, vardarbība pati no sevis nebeigsies. Jābūt konkrētai informācijai adresei, tālrunim, mājaslapai, kur palīdzību var meklēt,” **„Sievietei ir jāsniedz pārlicība, ka viņai tiešām palīdzēs.** Sievietes netic, ka viņu situāciju varēs atrisināt, varēs mainīt. Un **valsts kopumā un to iestāžu darbinieku attieksme nenodrošina un nerada pārlicību, ka ir iespējamas pozitīvas izmaiņas.** Pamazām uz to ejam, bet pārāk gausi.”

Pieci no septiņiem respondentiem neatceras nevienu pret vardarbību vērstu kampaņu, savukārt divi aptaujātie atzīmē pret cilvēku tirdzniecību vērstu kampaņu (2007), kā arī viens respondents atceras kampaņu pret vardarbību ģimenē (kampaņa „Noliec siksnu”, 2009).

Aptaujātos visvairāk uzrunā attēli plakātos Nr. 2, Nr. 4 un Nr. 6. Plakātu Nr. 3 respondenti vērtē kā „blāvu, neizteiksmīgu” un nepietiekama krāsu kontrasta dēļ arī „grūti uztveramu”. Plakātus Nr. 2, Nr. 3, Nr. 5 vērtē kā vizuāli iespaidīgus, bet nepietiekami skaidrus (plakātā Nr. 2 un Nr. 5 „trūkst informācijas par to, ko darīt ar šiem datiem, kur un kad vērsties pēc palīdzības”, plakātā Nr. 3 „nav skaidrs, no kāda tipa vardarbības cietis upuris – ģimenes loceklis vai svešinieks”. Savukārt plakāts Nr. 6 tiek vērtēts kā „samākslots”, bet tajā pašā laikā „iedarbīgs”, kaut nesniedz pietiekamu informāciju par palīdzības iespējām. Trīs respondenti atzīmēja, ka attēlā Nr.4 „sievietes poza un cigarete nenorāda uz to,

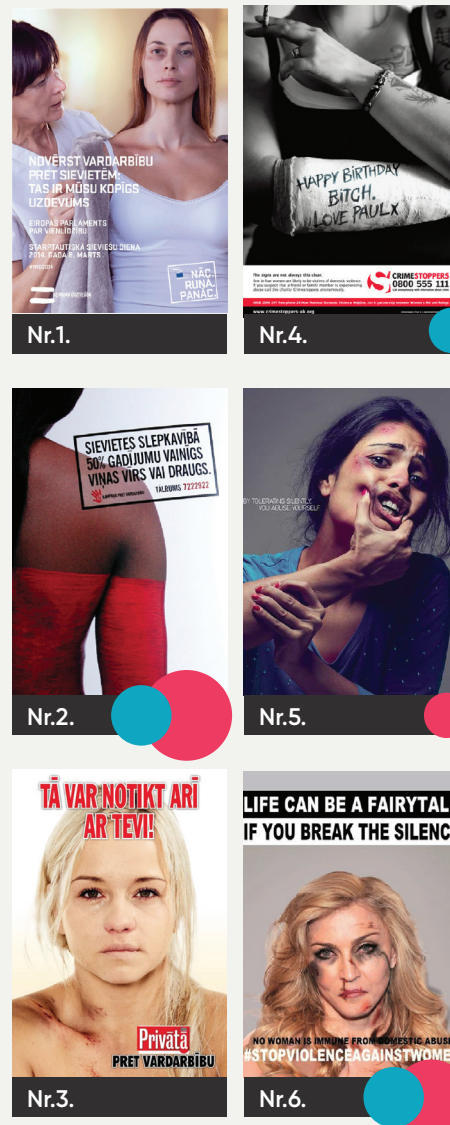
ka lauztā roka neiederētos viņas tēlā”, attēls „rada iespaidu, ka vardarbība saistīta ar sociālajam riskam pakļautām personām”.

Vispozitīvāk novērtēti teksti ir plakātos Nr. 2, Nr. 4 un Nr. 6. Pieci aptaujātie uzsver nepieciešamību izveidot skaidru informatīvu bloku – kam, kad, kur un kādos gadījumos vērsties. Divi respondenti atzīmēja arī vajadzību pēc „informācijas, ko tad darīt, ja neklusēt”, un “vizualizēt tuvāko nākotni pēc aiziešanas no varmākas”.

Pēc respondentu domām, sievieti, kura cieš no vardarbības attiecībās, visvairāk uzrunās šādi saukļi: „Klusējot Tu dari sev pāri”, “Runā, mēs Tev palīdzēsim”, „Tu vari apturēt vardarbību. Novelc robežu”. Atsevišķi tika izcelts, ka vispārīgāki ir neefektīvi („kopīgs uzdevums – tāpat neviena, mēs visi – tāpat neviens”).

1.1. Attēli no aptaujas

Respondentu pozitīvi novērtēti **attēli | teksti**



1.1. Respondentu atbildes uz jautājumu: "Kādi saukļi, Jūsaprāt, vislabāk UZRUNĀS sievieti, kura cieš no vardarbības attiecībās?"

Tā var notikt arī ar tevi!

NĒ vardarbībai ģimenē!

Apturi vardarbību mājās

Novērst vardarbību pret sievietēm: tas ir mūsu kopīgs uzdevums

Nāc. Runā. Panāc.

Piesedz to, vai atsedz?

Klusējot, Tu dari sev pāri

Dzīve var būt pasakaina, ja Tu pārtrauc klusēšanu

Mīlestība nedara pāri

Tu esi stipra, rikojies!

Ja sit, tad nemil

Tikai vājie pacieš vardarbību

Tu vari apturēt vardarbību. Novelc robežu!

Runā, mēs Tev palīdzēsim

TESTĒŠANAS REZULTĀTI

Mērķgrupa
„Policijas darbinieki”

Viena no vistiešāk iesaistītajām mērķgrupām konkrētajā problēmā neapšaubāmi ir policijas darbinieki. Lai noskaidrotu policijas darbinieku zināšanu līmeni par konkrēto jautājumu, kā arī to, ar kādām grūtībām viņi saskaras savu profesionālo pienākumu pildīšanas laikā, aptaujas anketas ar policijas darbinieka Riharda palīdzību tika nodotas gan pilsētas, gan reģionu policijas darbiniekiem. Rihardu šīs analīzes ietvaros var dēvēt par „atslēgas personu” – viņš bija pirmais atsaucīgais un ziņojumā ieinteresētais policijas darbinieks, kurš sniedza vērtīgu ieskatu tieši policijas darbinieku redzējumā un situācijā šīs problēmas ietvaros, kā arī iesaistījās anketu izplatīšanai. Policijas darbiniekiem tika uzdoti jautājumi gan par izsaukumu skaitu, ko saņem saistībā ar intīmo partneru vardarbību, gan par protokola sastādīšanas un informācijas aprites procesu.

Policijas darbinieki no lielpilsētu policijas nodaļām

No pilsētu policijas nodaļu dalībnieku

saņemtajiem izsaukumiem apmēram 10% līdz pat 30% izsaukumu ir saistīti ar vardarbību ģimenē un / vai intīmo partneru vardarbību. Lielākā daļa policistu norāda, ka tieši vardarbībā cietušās sievietes visbiežāk ziņo policijai par vardarbību. Jo sevišķi tas attiecoties uz sievietēm, kas par vardarbību ziņo atkārtoti. Daži policisti min, ka lielākoties policiju izsauc kaimiņi un dažkārt – cietušo tuvinieki. Taujāti, vai vardarbībai piemīt sociāls, sezonāls vai kāds cits specifisks raksturs, lielākoties tiek apstiprināts, ka sociāls – „jo zemāks sociālais dzīves līmenis, jo vairāk konfliktu”, kā arī sezonāls – **vairāk izsaukumu tiek saņemts pavasara un vasaras sezonās, kad ir gaišāki vakari un vairāk tiek lietots alkohols. Atsevišķi darbinieki min, ka vardarbības aktu skaits palielinās arī algas dienās, kā arī svētkos un brīvdienās.**

Atsevišķs jautājumu komplekss tika veltīts, lai noskaidrotu, vai un kā profesionāli sagatavoti šādiem izsaukumiem ir paši policijas darbinieki un kāds atbalsts un

uzlabojumi būtu nepieciešami, lai viņi varētu veikt savu darbu kvalitatīvāk un raitāk. Lielākā daļa policistu norāda, ka informācijas aprīte starp Valsts un pašvaldības policiju ir „nepietiekama”, pārāk reta, „izteikti formāla”, „maz informācijas”. Vairākums darbinieku norāda, ka informācijas **aprite bieži notiek vadītāju, bet ne padoto līmenī: „Priekšniekiem ir laba informācijas aprīte, bet darbiniekiem īsti nav.”**

Uz jautājumiem, vai ir kādas īpašas grūtības tieši izsaukumu laikā, tika saņemtas atšķirīgas atbildes. Daļa respondentu atzīst, ka **grūtības mēdz sagādāt kolēģu nezināšana**. Jautāti, vai viņiem un kolēģiem ir bijušas kādas apmācības, apmēram puse atbild, ka nav bijušas vai arī pašiem ir bijušas, bet ne visiem kolēģiem. Policisti arī norāda, ka vēlētos biežākus un atkārtotus kursus par konkrēto problēmjautājumu. Atsevišķi darbinieki izsaka vēlmi pēc kopīgām diskusijām un gadījumu analīzēm ar kolēģiem. **Izsaukumos īpašas grūtības sagādā ārkārtīgi smagais birokrātiskais un**

nepārdomātais protokolu noformēšanas mehānisms. Kāds policijas darbinieks norāda: „Birokrātija. Materiālu noformēšana aizņem daudz laika un dažkārt visu diennakts laiku nav pieejami visi dienesti (nepieciešamie).” Vidēji protokolu noformēšana aizņem vienu līdz pat divas stundas. Kāds cits darbinieks šo procesu dēvē par „**lēmuma memuāriem**”, norādot, ka protokoli jāaizpilda vairākos (trīs) eksemplāros, lai gan liela daļa informācijas protokolos atkārtojas. Risinājums šai problēmai arī pašiem policijas darbiniekiem tālu nav jāmeklē – kopējošu veidlapu ieviešana krietni atvieglotu viņu ikdienas darbu, tomēr nav skaidrs, kādēļ kas tik elementārs līdz šim nav ieviests. Kā papildu grūtības sagādājoši elementi jau tā saspringtai situācijai tiek minēti gadījumi, kad var būt nepieciešama papilddeķipāža, vai gadījumi, kad „ģimenes konfliktā iesaistīti mazi bērni”. Trīs policisti arī uzsver, ka darbu krietni atvieglotu atļauja nošķirt varmākas bez pieteikuma iesniegšanas. Policistu atbildēs brīžiem var just emocionālo iesaisti. Kāds darbinieks saka, ka reizēm varmāku „paliek žēl, bet ir jābūt objektīvam”. Atsevišķos gadījumos tiek minēts, ka pie konfliktiem „nekad nav tā, ka vainīgs ir viens, [...] otrs sakairina situāciju”. Viens darbinieks policijas izsaukumu uz vardarbības vietām saredz kā „personu vēlmi neregulēt savas attiecības un dzīvot normālu dzīvi, bet policiju izmantot kā instrumentu savu interešu sekmēšanā vai kā biedu”. Uzmanību arī piesaista biežais vārda „konflikta” lietojums, aprakstot izsaukumus. Kopumā policijas darbinieki īpaši uzsver lielo birokrātisko slogu, informācijas aprites trūkumu, kursu, apmācību un diskusiju par konkrēto problēmjaautājumu iztrūkumu. Par savu profesiju darbinieki izsakās ar lepnumu

un uzskata, kas tas ir aicinājums, lai arī atzīst, ka ir sajūta, ka tā ir nenovērtēta profesija.

Policijas darbinieki no pilsētu nodaļām

Reģionu nodaļu policistu atbildes tiks salīdzinātas ar lielo pilsētu (lielākoties – Rīga) policijas darbinieku iepriekš apskatītajām atbildēm, galvenokārt uzsverot atšķirības. Līdzīgi kā pilsētu reģionu nodaļās, arī reģionos policijas izsaukumu galvenokārt veic cietušās sievietes, dažkārt citi iedzīvotāji. Reģionu policisti kā galveno vardarbības raksturlielumu min sociālo faktoru, ko bieži pastiprina alkohola lietošana (tāpat kā lielākās pilsētās), tomēr biežāk uzsver brīvdienas un svētkus, piemēram, Jāņus un Jaungadu, kad palielinās izsaukumu skaits uz intīmo partneru vardarbības vietu.

Kopumā aptaujātie reģionu policisti biežāk uzskata, ka viņu un kolēģu zināšanas problēmjaautājumā ir pietiekamas vai pat labas, precīzāk norāda laiku, kad ir notikušas apmācības par vardarbību, kā arī retāk norāda uz informācijas aprites trūkumu. Tomēr atsevišķi darbinieki izsaka vēlmi pēc ātrākas sadarbības ar Valsts policiju un **vairums darbinieku uzskata, ka ir nepieciešamas arī turpmākas, atkārtotas un regulāras apmācības par vardarbību.** Policijas darbinieki arī uzsver pārāk lielo un smagnējo birokrātiju un „papīru rakstīšanu”, kas apgrūtina efektīvu darba pienākumu veikšanu, taču daudz nekonkrētāk min, cik tieši daudz laika velta protokolu sastādīšanai, – lielākā daļa atbild ļoti nekonkrēti, daļa norāda, ka šis laiks ir 30 – 60 minūtes. **Kā iespējami uzlabojumi tiek minēti, piemēram, informatīvu bukletu dališana: cietušajām ar viņām būtisku**

informāciju, nošķirtajam varmākam par to, kā rīkoties tālāk un kur meklēt atbalstu. Šobrīd šāds atbalsts netiek sniegts.

Retos gadījumos respondentu atbildēs novērojamas nesakritības. Piemēram, kāds policijas darbinieks uzskata, ka viņa zināšanas par konkrēto jautājumu ir augstā līmenī, viņš arī uzsver vērtību un nepieciešamību pēc turpmākām regulārām apmācībām, tomēr uz jautājumu par to, kādā situācijā nokļūst nošķirtais vīrietis, darbinieks atbild: „Smieklīgā situācijā! Kā izmests uz ielas, tas nav normāli!” Konkrēto atbildi var interpretēt divējādi – kā emocionālo atbalstu varmākam, kas var izrietēt no profesionāls nekompetences un neobjektivitātes, vai kā sašutumu, ka vīrietim varmākam netiek nodrošināta tālāka atbalsta sistēmas, kas vērstas uz problēmas apzināšanos un kas varētu iekļaut arī, piemēram, informatīvu bukletu par nakšņošanas un rehabilitācijas iespējām.

5.

REKOMENDĀCIJAS EFEKTĪVAS KAMPAŅAS IZVEIDEI

KAIMIŅI



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Nepietiekama izpratne un informācija par vardarbību partnerattiecībās, vardarbības veidiem, to atpazīšanu.</p>	<p>Strukturētas un saprotamas informācijas dizainēšana, savstarpēji kombinēta un papildinoša informācijas kanālu un mediju sasaiste, tādas novietnes / vietas izvēle, kurā vislabāk var sasniegt mērķauditoriju.</p> <p>Vēstījumu sagatavot attiecīgajai mērķauditorijai saprotamā vizuālā (attēls) un verbālā valodā (teksts), ņemot vērā konkrētās sociālās grupas (sociāli labvēlīga vai nelabvēlīga) ieradumus, uzvedības modeļus, intereses, izmantoto mediju un transporta veidus, izklaides formas, kā arī nacionālās minoritātes ipatsvaru attiecīgās mērķauditorijas vidū vai piederību konkrētai teritorijai.</p>	<p>Vienotas identitātes kompleksa kampaņa dažādos medijos ar savstarpēji koordinētu mediju stratēģiju – videoklips vai animācija, skrejlapas, uzlīmes, publikācijas laikrakstos par vardarbības veidiem (fiziska, seksuāla, psiholoģiska, ekonomiska, vardarbīga kontrole, vajāšana).</p> <p>Videoklips – neitrāls, nepamācošs – ar vēlamu kaimiņa rīcības modeli (iejaucies, sniedz atbalstu vai patvērumu, izsauc policiju), balstītu uz reāliem notikumiem.</p> <p>Lielformāta plakāti / baneri / mediju stabi ar kompaktu un precīzu ziņu par vienoto informatīvo datu bāzi vai palīdzības un atbalsta platformām un to kontaktinformāciju.</p> <p>Informācija uz plaša patēriņa pārtikas produktu iepakojuma mazformāta skrejlapu vai uzlīmju formātā.</p> <p>Izvērtējot atšķirīgu mediju (televīzijas un radio kanālu) un valodas lietojumu dažādās etniskās grupās, būtu jāizskata arī Latvijas skaitliski lielākās minoritātes saziņā izmantotās krievu valodas lietojums.</p>	<p>Dzīvesvietā ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību (televīzija, radio, ziņu portāli u.c.).</p> <p>Daudzstāvu dzīvojamajās ēkās, kopīgās ekspluatācijas telpās – kāpņu telpās, liftā, pie atkritumu vadiem, informācijas dēļa, kā arī individuāli pastkastēs vai pie tām.</p> <p>Sabiedriskā transporta pieturvietās, sabiedriskajā transportā, autoostā, stacijā. Sabiedriskās vietās – lielveikalos, sporta zālēs, baseinu ģērbtuvēs u.tml.</p> <p>Sabiedrisko vietu uzgaidāmajās telpās – pastā, bankās, frizētavās u.c. sabiedrisko pakalpojumu sniegšanas vietās. Medicīnas aprūpes iestāžu uzgaidāmajās telpās.</p> <p>Sociālajās vietnēs (facebook.com, draugiem.lv u.c.).</p>



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Trūkst izpratnes, kurā brīdī un kam jāziņo par vardarbību.</p>	<p>Iekļaut informāciju par vardarbību pret sievieti Valsts un pašvaldības policijas veidotajās informatīvajās kampaņās un rīkos (bukletos, mobilajā aplikācijā, mājaslapā).</p>	<p>Televīzijas vai videoklips vai animācija, vai videoklipu sērija ar īsu un precīzu informāciju par to, kas ir vardarbība, par vardarbības veidiem, „atbildīgā pilsoņa / kaimiņa” rīcības modeli un sekām.</p> <p>Liela vai maza formāta informācijas materiāli, kas ļauj cilvēkam – policijas izsaucējam – saprast gan savas rīcības modeli, gan notikuma gaitu.</p>	<p>Latvijas Valsts policijas mājaslapā.</p> <p>Rīgas un citu pašvaldības policiju mājaslapās.</p> <p>Lielveikalos pilsētas centrā vai perifērijā.</p> <p>Automašīnu novietnes laukumos lielveikalu tuvumā u.tml.</p>
<p>Zema pilsoniskā aktivitāte, gan personiski iesaistoties partnerattiecību konfliktu novēršanā, gan patvēruma sniegšanā cietušajai pusei, gan policijas izsaukšanā vai ziņošanā.</p>	<p>Veidot kopīgu informācijas kampaņu (bukletus, skrejlapas, vides reklāmu, video rullīšus) ar Valsts policiju vai izmantot esošos informācijas nodošanas vai saņemšanas resursus, lai skaidrotu, ka vardarbība ģimenē ir pielīdzināma noziegumam un vienaldzība to sekmē.</p>	<p>Televīzijas vai videoklips vai animācija, vai videoklipu sērija ar īsu un precīzu informāciju par to, kas ir vardarbība, par vardarbības veidiem, „atbildīgā pilsoņa / kaimiņa” rīcības modeli un sekām.</p> <p>Veidot iedzīvotāju savstarpējās saziņas, kā arī iedzīvotāju un policijas saziņas un informācijas platformas elektroniskajā vidē.</p>	<p>Piemēri:</p> <p>* Valsts policijas izstrādātā mobilā aplikācija „Mana drošība” (http://www.vp.gov.lv/?id=69&said=69&reid=15555);</p> <p>* <i>Neighbourhood watch</i> kustība, kas aizsākta ASV 1964. gadā un kļuvusi par ikdienas praksi kaimiņu līdzdalībā stipras, draudzīgas un aktīvas kopienas veidošanā (http://www.ourwatch.org.uk/about-us/).</p>

VARMĀKAS DRAUGS



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Nepietiekama informācija un izpratne par to, kas ir vardarbība partnerattiecībās, kādi ir vardarbības veidi un kā tos atpazīt.</p>	<p>Dizainēt strukturētu un saprotamu informāciju, savstarpēji kombinējot un papildinot informācijas kanālu un mediju lietošanu, izvēloties tādas novietnes / vietas, kurās vislabāk var sasniegt mērķauditoriju.</p> <p>Vēstījumu sagatavot attiecīgajai mērķauditorijai saprotamā vizuālā (attēls) un verbālā valodā (teksts), ņemot vērā konkrētās sociālās grupas (sociāli labvēlīga vai nelabvēlīga) ieradumus, uzvedības modeļus, intereses, izmantotos medijus, dzīves un darba vietas vidi, transporta veidus, izklaides formas, kā arī nacionālās minoritātes īpatsvaru attiecīgās mērķauditorijas vidū vai piederību konkrētai teritorijai.</p>	<p>Vienotas identitātes kompleksa kampaņa dažādos medijos ar savstarpēji koordinētu mediju stratēģiju – videoklips, bukleti, skrejlapas, baneri, uzlīmes, publikācijas „vīriešu žurnālos” par vardarbības veidiem (fiziska, seksuāla, psiholoģiska, ekonomiska, vardarbīga kontrole, vajāšana), <i>online</i> testi u.c.</p> <p>Izsargāties no komerc reklāmām raksturīgā formāta, ar ko pārsātināta mediju vide, pārspilēti mākslinieciska, ambicioza vai didaktiski pamācoša formāta, aizstājot to ar patiesos stāstos balstītu videointervju / īsfilmu / dokumentālo filmu vai vizuāli viegli uztveramu animāciju.</p> <p>Lielformāta plakāti / baneri / mediju stabi ar kompaktu un precīzu ziņu par vienoto informatīvo datu bāzi un tās koordinātēm. Reklāmas banera formātā informācijas ziņojums vīriešu dzimtes mērķauditorijai paredzētajās mobilajās aplikācijās.</p>	<p>Dzīvesvietā ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību (televīzija, radio, ziņu portāli u.c.).</p> <p>Pašapziņu veidojošās vietās – sporta klubos, interešu klubos, izklaides vietās. Vīriešu kopienās – sporta komandu, uzņēmumu ģērbtuves.</p> <p>Sabiedriskās vietās, uzgaidāmajās telpās, rindās – bankās, frizētavās, poliklinikās, sabiedrisko pakalpojumu sniegšanas vietās u.c.</p> <p>Vīriešu dzimtes personai paredzētajās publiskajās tualetēs – lielveikalos, autoostās, stacijās, klīnikās, sabiedriskās ēdināšanas vietās u.c.</p> <p>Medicīnas aprūpes iestādēs – pie ģimenes ārsta, urologa, psihoterapeita vai psihologa.</p> <p>Publikācijas „vīriešu žurnālos” vai elektroniskajos medijos („Klubs”, „SIN”, „9VĪRI”, „Copes Lietas”, „Medības”, „Playboy”, „Esquire”, „MMD”, „Rīgas Laiks”, „Tēvijas Sargs” un t.m.l.</p> <p>Sociālās vietnēs (facebook.com, twitter.com, draugiem.lv u.c.).</p> <p>Vīriešu dzimtes mērķauditorijai domātajās mobilajās aplikācijās.</p>



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Pārprastas neitralitātes ievērošana draudzīgo, lietišķo vai darijuma attiecību vārdā. Ilglaicīgi sabiedrībā kultivētie stereotipi, ka varmācība ģimenē ir personiska lieta.</p>	<p>Piegādāt informāciju vīriešu dzimtes indivīdam par to, ka no varmācības instinktiem brīvā vīriešu kopiena varmāku izstums, novērsīsies no viņa.</p>	<p>„Vientulā vilka” liktenis. Stāsts var tikt izstāstīts infografikās, intervijā vai videointervijā, vai animācijā.</p>	<p>Dzīvesvietā ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību (televīzija, radio, ziņu portāli u.c.).</p> <p>Publikācijas „vīriešu žurnālos” vai elektroniskajos medijos.</p> <p>Pirms kinoseansiem.</p>
<p>Trūkst informācijas un zināšanu par to, kā emocionāli vai psiholoģiski palīdzēt draugam – varmācīga rakstura indivīdam (personai, kas rada draudus). Neuzdrikstēšanās runāt ar draugu par attiecīgo problēmjaudājumu.</p>	<p>lesaistot psihologus, radīt jautājumu kopumu, kas palīdz sākt atklātu sarunu divu draugu starpā, nododot draugam informāciju par profesionālas psiholoģiskas palīdzības iespējām – brīvprātīgām un piespiedu.</p>	<p>„Terapeitiskais formāts” – par to, ka ir iespējas brīvprātīgi un piespiedu kārtā ārstēties. Likme – sociālā izolācija, ģimenes un / vai darba vietas zaudēšana. Stāsts var tikt izstāstīts infografikās, intervijā vai videointervijā, vai animācijā.</p>	<p><i>Iepriekš nosauktie kanāli.</i></p>
<p>Nezināšana par to, kādas ir vardarbības pret sievieti juridiskās sekas, kādos normatīvajos aktos tas noteikts un kā tieši izpaužas.</p> <p>Varmākas draugam nav „rīku”, ar kuriem vērsties pie varmākas, lai informētu viņu par sekām.</p>	<p>Varmācīgā vīrieša pastrādātā vardarbība pret sievieti ir krimināli sodāms noziegums, nevis privāta lieta; ir jāinformē par juridiskajām sekām, tālāko rīcību un naudas sodu, par aizliegumu tuvoties nošķiršanas brīdī u.tml.</p>	<p>„Draudīgais formāts” – informācijas dizainēšana par iespējamo kriminālatbildību, drūma dzīves perspektīva ieslodzījuma vietā.</p> <p>„Alternatīvais formāts” – informācijas dizainēšana par stresa, agresijas, uzbudinājuma noņemšanu ar nevarmācīgiem paņēmieniem: sports, šķēršļu pārvarēšana, malkas skaldīšana u.tml.</p>	<p><i>Iepriekš nosauktie kanāli.</i></p>

POLICIJA

Esošie un topošie policijas darbinieki



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Intervijās ar cietušajām sievietēm pārsvarā tiek identificēts negatīvs / vienaldzīgs / nosodošs policista tēls.</p>	<p>Izglītēt policijas darbiniekus (pilsētās, mazpilsētās, ciemos) par viņu rīcības modeli konkrētā problēmjaucējuma – vardarbība pret sievieti – risināšanā.</p> <p>Veicināt policijas un sabiedrības saliedētību kopīgas dzīves kvalitātes labā un vairojot savstarpējo uzticēšanos.</p>	<p>Veidojot video materiālus (videoklipus, videointervijas, dokumentālas filmas u.c.), izmantot dokumentālus „sieviešu stāstus” par pozitīvo pieredzi saskarsmē ar policiju. Intervijas un publikācijas.</p>	<p>Dzīvesvietā ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību (televīzija, radio, ziņu portāli u.c.).</p> <p>Sieviešu un vīriešu dzimtes mērķauditorijai domātos drukātajos un elektroniskajos izdevumos.</p>
<p>Trūkst vai ir nepietiekama izpratne un informācija par vardarbību partnerattiecībās, vardarbības veidiem, to atpazīšanu.</p> <p><i>Pieņemums. Iekšējās komunikācijas trūkums / pieredzes apmaiņa konkrētajā problēmjaucējuma.</i></p>	<p>Izglītēt policijas darbiniekus par viņu rīcības modeli konkrētā problēmjaucējuma risināšanā paralēli sieviešu dzimtes mērķauditorijas informēšanas kampaņai par vardarbību partnerattiecībās un policijas aizsardzības izmantošanu, lai aizsardzības pakalpojuma saņēmējai (cietušajai sievietei) un pakalpojuma sniedzējam (policistam) būtu vienāds informētības līmenis.</p>	<p>Redizainēt Valsts un pašvaldību policiju mājaslapas, ieviešot vai precizējot informāciju par dažādiem vardarbības veidiem sabiedrībā, tostarp par vardarbību pret sievieti. Lapu struktūrā ievietot arī informāciju par kārtību, kā sievietei var lūgt policijas aizsardzību, kā arī informāciju vai saites uz citām atbalsta vai palīdzības platformām.</p> <p>Uzlabot mājaslapu meklētāju kapacitāti, izmantojot konkrētos atslēgas vārdus.</p>	<p>LR Iekšlietu ministrijas un tās pārraudzībā esošo institūciju un struktūrvienību iekšējās informācijas aprītes telpā intranetā.</p> <p>Latvijas Valsts policijas mājaslapas sadaļas „Drošības padomi” šķirklī „Vardarbība”. Dažādu Latvijas pašvaldību policiju mājas lapās.</p>
<p>Trūkst policijas darba palīdzekļu – viegli uztveramu vizuālu un informatīvu materiālu par rīcības soļiem, ierodoties izsaukuma vietā, kur norisinājusies vardarbība pret sievieti partnerattiecībās. Nav metodiskā materiāla policistam vai citam administratīvajā teritorijā esošam sabiedrisko kārtību uzturošam spēkam, kuram nav bijusi iespēja apgūt apmācības kursu konkrētajā problēmjaucējuma.</p>	<p>Drukāto un elektronisko materiālu izveide / infografika. Vienkārša grafiskā un tekstuālā valodā veidots izklāsts – policista rīcība soli pa solim.</p>	<p>Drukātā materiāla (bukleta, skrejlapas) izveide – infografika (viena A4 formāta lapa), kas paredzēta salocīšanai A6 formātā un ievietošanai kabatā. Plašākas informācijas izvietojumam iespējama abpusēja apdruka. Tādu pašu informāciju saturošs elektroniskais materiāls.</p>	<p>Valsts un pašvaldību policijas iecirkņos, sabiedrisko kārtību uzraugošās vienībās.</p> <p>Latvijas Valsts policijas mājaslapas sadaļā „Drošības padomi”.</p> <p>Rīgas pašvaldības policijas mājaslapas sadaļas „Padomi” šķirklī „Bukletī”.</p> <p>Dažādu Latvijas pašvaldību policiju mājas lapās.</p>



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Trūkst komunikācijas prasmju ar cietušajām sievietēm.</p>	<p>Tālākizglītības pasākumos iekļaut arī saskarsmes psiholoģijas aspektus.</p> <p>Iekļaut vidējās speciālās un augstākās policijas izglītības studiju saturā saskarsmes psiholoģijas kursu – pamatzināšanas konkrētās psiholoģiski un emocionāli sakāpinātās situācijas novēršanā.</p>	<p>Ilglaicīgu un īslaicīgu semināru formas un iesaistošās darbnīcas ar līdzdalības principu jautāt – policistu, psihologu, saskarsmes speciālistu, sieviešu – auditorijā.</p> <p>Izmantot sadarbības iespējas ar cietušo sieviešu atbalsta platformām un krīzes centriem, kuri salīdzinoši ilgāku laiku praktizē psiholoģiskās palīdzības sniegšanu vardarbībā partnerattiecībās cietušajām sievietēm.</p>	<p>Policijas izglītības iestādēs, atsevišķos policijas iecirkņos, cietušo sieviešu palīdzības un atbalsta platformās, sieviešu dzimtes mērķauditorijās – uzņēmumos vai mācību iestādēs.</p>
<p>Trūkst divu atšķirīgu informatīvo materiālu, ko policists izsaukuma laikā var sniegt cietušajai sievietei un varmākam.</p>	<p>Drukāto un elektronisko materiālu izveide / infografika. Vienkāršā grafiskā un tekstuālā valodā veidots izklāsts soli pa solim:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cietušās sievietes tiesības, rīcības modelis, informācija par atbalsta / palīdzības platformām pēc piedzīvotās vardarbības; • varmācīgā vīrieša pastrādātās vardarbības juridiskās sekas, tālākās rīcības izklāsts, informācija par naudas sodu, piespiedu ārstēšanos u.tml. 	<p>Drukātā materiāla (bukleta, skrejlapas) izveide – infografika (viena A4 formāta lapa), kas paredzēta salocīšanai A6 formātā un ievietošanai kabatā. Plašākas informācijas izvietojšanai iespējama abpusēja apdruka.</p> <p>Tādu pašu informāciju saturošs elektroniskais materiāls.</p>	<p>Notikuma vietā, uz kuru ir veikts policijas izsaukums, policists iedod informatīvo materiālu cietušajai sievietei un varmācīgajam vīrietim.</p> <p>Valsts un pašvaldības policijas iecirkņos, sabiedrisko kārtību uzraugošās vienībās.</p> <p>Latvijas Valsts policijas mājaslapas sadaļā „Drošības padomi”.</p> <p>Rīgas pašvaldības policijas mājaslapas sadaļas „Padomi” šķirklī „Bukleti”.</p> <p>Dažādu Latvijas pašvaldību policiju mājaslapās.</p>
<p>Dokumenta „Pieteikums policijas lēmuma par nošķiršanu pieņemšanai” aizpildīšana ir laikietilpīga un neērta, jo policistam notikuma vietā jāizpilda vairāki eksemplāri, izmantojot vecā parauga kopēšanas materiālus, un dokuments „Policijas lēmums par nošķiršanu” jāpārraksta ar roku trīs reizes.</p>		<p>Dokumentu redizainēšana:</p> <ul style="list-style-type: none"> • valodas „vienkāršošana” vai papildināšana ar paskaidrojumiem; • dokumentam „Policijas lēmums par nošķiršanu” jāizvēlas atbilstošs materiāls – paškopējošs vairāku slāņu papīrs. 	<p>Elektroniskā formātā dokumenti pieejami:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Latvijas Valsts policijas mājaslapā; • Rīgas un citu pašvaldības policiju mājaslapās.



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Dokumentos „Pieteikums policijas lēmuma par nošķiršanu pieņemšanai”, „Pieteikums tiesai par pagaidu aizsardzību pret vardarbību” un „Policijas lēmums par nošķiršanu” vērojamas pretrunas par cietušās personas datu nodošanu varmākam (tālruna numurs, personas kods, deklarēta dzīvesvieta, e-pasts).</p>	<p>Informācijas redizainēšana, pārskatot nepieciešamās informācijas saturu, kas jāsniedz iesaistītajām personām un kas pēc nošķiršanas tālāk tiek nodota abu pušu rīcībā.</p>	<p>Dokumentā paredzēt, ka šāda informācija tiek norādīta tikai policijai paliekošajā eksemplārā.</p>	
<p>Vardarbība pret sievieti partnerattiecībās nav vienīgā risināmā problēma, kas ietilpst policista amata pienākumos.</p>	<p>Izmantojot Valsts policijas un pašvaldību policiju rīcībā esošos resursus / rīkus (mājaslapas, mobilās aplikācijas, elektroniskos bukletus u.c.), sakārtojot un atjaunojot esošās funkcijas vai pievienojot jaunas, iekļaut arī ar vardarbību partnerattiecībās saistītās problēmas.</p>	<p>Veidot jaunas policijas un sabiedrības mijiedarbības, līdzdalības un iesaistes formas elektroniskajā vidē.</p>	<p><i>Piemēri:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> * Valsts policijas izstrādātā mobilā aplikācija „Mana drošība” (http://www.vp.gov.lv/?id=69&said=69&reid=15555); * Neighbourhood watch kustība, kas aizsākta ASV 1964. gadā un kļuvusi par ikdienas praksi kaimiņu līdzdalībā stipras, draudzīgas un aktīvas kopienas veidošanā (http://www.ourwatch.org.uk/about-us/).

CIETUSĪ SIEVIETE



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Nepietiekama informācija un izpratne par to, kas ir vardarbība partnerattiecībās, kādi ir vardarbības veidi un kā tos atpazīt.</p>	<p>Dizainēt strukturētu un saprotamu informāciju, savstarpēji kombinējot un papildinot informācijas kanālu un mediju lietošanu, izvēloties tādas novietnes / vietas, kurās vislabāk var sasniegt mērķauditoriju.</p> <p>Vēstījumu sagatavot attiecīgajai mērķauditorijai saprotamā vizuālā (attēls) un verbālā (teksts) valodā, ņemot vērā konkrētās sociālās grupas (sociāli labvēlīgas vai nelabvēlīgas) ieradumus, uzvedības modeļus, intereses, izmantotos medijus, dzīves un darba vietas veidi, transporta veidus, izklaides formas, kā arī nacionālās minoritātes īpatsvaru attiecīgās mērķauditorijas vidū vai piederību konkrētai teritorijai.</p>	<p>Vienotas identitātes kompleksa kampaņa dažādos medijos ar savstarpēji koordinētu mediju stratēģiju – īsfilma vai animācija, skrejlapas, uzlīmes, publikācijas sievietes žurnālos par vardarbības veidiem (fiziska, seksuāla, psiholoģiska, ekonomiska, vardarbīga kontrole, vajāšana), <i>online</i> testi u.c.</p> <p>Izsargāties no komerc reklāmām raksturīgā formāta, ar ko pārsātināta mediju vide, pārspilēti mākslinieciska, ambicioza vai didaktiski pamācoša formāta, aizstājot to ar patiesos stāstos balstītu videointerviju / īsfilmu / dokumentālo filmu vai vizuāli viegli uztveramu animāciju.</p> <p>Lielformāta plakāti / baneri / mediju stabi ar kompaktu un precīzu ziņu par vienoto informatīvo datu bāzi un tās koordinātes.</p> <p>Specifiskas sievietes mērķauditorijai paredzētas mobilās aplikācijas, kas ļautu cietušajai sievietei „paslēpt” šādu informāciju no varmākas komplicētākos gadījumos, kad aizsargājamās personas drošību apdraud arī citi vardarbības veidi.</p>	<p>Dzīvesvietā ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību (televīzija, radio, ziņu portāli u.c.)</p> <p>Sabiedriskās vietās / uzgaidāmajās telpās / rindās – bankās, frizētavās, poliklinikās u.c. sabiedrisko pakalpojumu sniegšanas vietās, kurus pārsvarā izmanto sievietes.</p> <p>Sieviešu dzimtes personām paredzētās publiskajās tualetēs – lielveikalos, autoostās, stacijās, klinikās, sabiedriskās ēdināšanas vietās u.c.</p> <p>Medicīnas aprūpes iestādēs – pie ģimenes ārsta, pediatra, ginekologa, psihoterapeita vai cita speciālista vai personāla.</p> <p>Bērnu dārzos, bērnu laukumos.</p> <p>Publikācijas „sieviešu žurnālos” vai elektroniskajos medijos („Santa”, „Lilit”, „OK”, „Pastaiga”, „Cosmopolitan”, „Una”, „Ieva”, „Ievas Stāsti”, „Ievas Veselība”, „Veselība”, „36,6”, „Privātā Dzīve”, „Annas Psiholoģija”, „Egoiste” (TVNET), „Viņa” (Delfi) u.c.), sociālās vietnēs (facebook.com, twitter.com, draugiem.lv u.c.).</p> <p>Sieviešu mērķauditorijai domāto mobilo aplikāciju reklāmas vietās – „paslēptā aplikācija”.</p>



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Nepietiekama informācija par palīdzības saņemšanas iespējām un atbalsta platformām.</p>	<p>Vienotas, visas valsts teritoriju aptverošas datu bāzes izveide kompaktā digitālā vai drukātā formātā ar norādi par katras konkrētās palīdzības platformas specializāciju, kontaktinformāciju un atrašanās vietu.</p>	<p>Informācija uz plaša patēriņa pārtikas produktu, higiēnas un kosmētikas preču iepakojumiem apdrukas, uzlīmju formātā vai vizītkartes izmēra skrejlapīņā. Informatīvs ziņojums specifiskās sieviešu dzimtes mērķauditorijai paredzētās mobilajās aplikācijās (cikla kalendārs utt.) reklāmas banera formātā.</p> <p>Papildu informācija, pievienota Nacionālā veselības dienesta sūtītajiem uzaicinājumiem uz krūts vēža un dzemdes kakla vēža profilaktisko pārbaudi.</p>	<p>Automašīnu novietnēs lielveikalu tuvumā un citviet. Lielveikalos pilsētas centrā vai perifērijā. Mazos veikaliņos Rīgas pilsētas perifēriskajos rajonos, mazpilsētās, ciemos un lauku teritorijās.</p>
<p>Nepietiekama informācija par cietušās sievietes tiesībām. Finansiālo līdzekļu trūkums, lai samaksātu par juridiskajām konsultācijām.</p>	<p>Informācijas pieejamība par normatīvajos aktos garantētajām cietušās sievietes un viņas bērna/-u tiesībām uz aizsardzību un aizstāvību.</p> <p>Konsultāciju saņemšana par to, kā likumos noteiktajā kārtībā cietušajai sievietei ir iespējams izbeigt savas partnerattiecības ar varmāku, kas šādā situācijā notiek ar bērnu/-iem.</p> <p>Palīdzība juridisku dokumentu sakārtošanā („Pieteikums tiesai par pagaidu aizsardzību pret vardarbību” u.c.), informācija par varmākas vainas pierādīšanai nepieciešamajiem pierādījumiem un liecībām, cietušās personas / sievietes pārstāvība tiesā, bērnu tiesību aizstāvība u.c.</p>	<p>Informācija par maksas un bezmaksas juridiskajām konsultācijām konkrētajā problēmjasūtājumā varētu tikt veidota digitālā vai drukātā banera formātā un izvietota palīdzības un atbalsta platformu atsevišķajās mājaslapās vai jaunizveidotajā vienotajā palīdzības un atbalsta vietnē. Tuvojoties kampaņas laikam, tās novietne varētu pārvietoties uz ekrāna kreiso augšējo stūri (UX Design principi) – visvairāk pamanāmajā vietā no lietotāja uztveres aspekta.</p> <p>Mazformāta skrejlapu vai uzlīmju formātā informācija varētu tikt izvietota tikai sieviešu dzimtes personu lietotajā vidē.</p>	<p><i>Piemēri:</i></p> <p>* krīzes centra „Skalbes” WAV projekta ietvaros veidotas 5 Tematiskās Cietušo atbalsta tālrūņa kampaņas «Pajautā juristam» (pro bono);</p> <p>* centra „Marta” sniegtā profesionālā palīdzība – juristu konsultācijas;</p> <p>* Latvijas Juristu biedrības bezmaksas konsultāciju kampaņas.</p>



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Informācijas trūkums par rīcību pēc piedzīvotā vardarbības akta – sievietes tiesību, aizsardzības mehānisma un procesa virzīšanas nepārziņāšana. Bailes no policijas iesaistes.</p>	<p>Paralēli sieviešu dzimtes mērķauditorijas informēšanas kampaņai par policijas aizsardzības izmantošanu izglītot arī policijas darbiniekus par viņu rīcības modeli konkrētā problēmjaudātājuma risināšanā, lai aizsardzības pakalpojuma saņēmējai (cietušajai sievietei) un pakalpojuma sniedzējam (policistam) būtu vienāds informētības līmenis.</p>	<p>Veidot jaunas policijas un sabiedrības mijiedarbības, līdzdalības un iesaistes formas elektroniskajā vidē, vairojot savstarpējo uzticēšanos, ieinteresētību un toleranci.</p> <p>Redizainēt Valsts policijas un pašvaldības policiju mājaslapas un saturu, strukturējot informāciju par dažādiem sabiedrībā satopamiem vardarbības veidiem, tostarp vardarbību pret sievieti, sniedzot konkrētu informāciju / instrukciju, kā jārikojas šādā situācijā.</p>	<p>Kompleksas kampaņas, kombinējot dažādus medijus, kanālus un formas atkarībā no iesaistīto pušu ieinteresētības līmeņa un iespējā.</p>
<p>Informācijas trūkums par tālākās rīcības modeli pēc nošķiršanas.</p>	<p>Drukāto un elektronisko materiālu izveide / infografika, vienkāršā grafiskā un tekstuālā valodā soli pa solim izklāstot, kādas ir cietušās sievietes tiesības, rīcības modelis pēc piedzīvotās vardarbības, informācija par atbalsta / palīdzības platformām.</p> <p>Redizainēt pieteikuma formas tādiem dokumentiem kā „Pieteikums policijas lēmuma par nošķiršanu pieņemšanai” un „Pieteikums tiesai par pagaidu aizsardzību pret vardarbību”, vienkāršojot tajos ietvertos terminus vai tos papildinot ar skaidrojumiem.</p>	<p>Drukātā materiāla (bukleta, skrejlapas) izveide – infografika (viena A4 formāta lapa), kas paredzēta salocīšanai A6 formātā un ievietošanai kabatā. Plašākas informācijas ievietošanai iespējama abpusēja apdruka.</p> <p>Tādu pašu informāciju saturošs elektroniskais materiāls.</p>	<p>Notikuma vietā, uz kuru ir veikts policijas izsaukums, policists iedod informatīvo materiālu cietušajai sievietei.</p> <p>Latvijas Valsts policijas mājaslapā. Rīgas un citu pašvaldības policiju mājaslapās.</p> <p>Medicīnas aprūpes iestādēs – pie ģimenes ārsta, pediatra, ginekologa vai cita speciālista vai personāla.</p> <p>Publikācijas „sieviešu žurnālos” vai elektroniskajos medijos.</p>
<p>Neuzticēšanās policijai / policistiem, jo lielākoties pirmā saskarsme bijusi negatīva.</p>	<p>Veicināt policijas un sabiedrības saliedētību kopīgas dzīves kvalitātes labā, vairojot savstarpējo uzticēšanos.</p> <p>Vairot informāciju par policijas profesionalitāti šī problēmjaudātājuma risināšanā.</p>	<p>Veidot videomateriālus (televīzijas klipus, videointervijas, dokumentālas filmas u.c.), izmantojot dokumentālus „sieviešu stāstus” par pozitīvo pieredzi saskarsmē ar policiju.</p> <p>Veidot jaunas policijas un sabiedrības mijiedarbības, līdzdalības un iesaistes formas elektroniskajā vidē, vairojot savstarpējo uzticēšanos, ieinteresētību un toleranci.</p>	<p>Dzīvesvietā ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību (televīzija, radio, ziņu portāli u.c.).</p> <p>Sieviešu un vīriešu dzimtes mērķauditorijai domātos drukātajos un elektroniskajos izdevumos.</p>



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Nespēja atbrīvoties no vainas, kauna un baiļu kompleksa.</p>	<p>Izmantot cietušo sieviešu dzīvesstāstus par uzdrīkstēšanos, par „uguns apļa” pārraušanu, par dzīvi pēc izšķiršanās.</p> <p>Izmantot reālu personu uz reāliem faktiem balstītus dzīvesstāstus.</p> <p>Stāstus translēt vai retranslēt dažādos medijos vai arī pievienot saites uz tiem dažādās elektroniskās vides situācijās.</p>	<p>Interviju publikācijas. Videointervijas, īsfilmas, dokumentālas filmas.</p>	<p>Publikācijas „sieviešu žurnālos”, elektroniskajos medijos, sociālās vietnēs.</p> <p><i>Piemērs:</i></p> <p><i>ar centra „Marta” līdzdalību veidotās filmas par drosmīgajām sievietēm „Drosmīgu sieviešu stāsti” (http://vimeo.com/88867070).</i></p>

IERĒDŅI



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Nepietiekama savstarpēja aktivitāšu koordinēšana, neeksistē sadarbības stratēģija visu piecu iesaistīto ministriju (LR Labklājības ministrija, LR Iekšlietu ministrija, LR Tieslietu ministrija, LR Izglītības un zinātnes ministrija, LR Veselības ministrija) starpā problēmjaucējuma – varmācība pret sievieti partnerattiecībās – risināšanā.</p> <p>Neregulāra (tikai atsevišķu projektu ietvaros) ministriju sadarbība ar iesaistītajām nevalstiskajām organizācijām, palīdzības platformām un citām institūcijām.</p> <p>Trūkst personisku profesionālu kontaktu visu piecu iesaistīto ministriju ierēdņu starpā.</p> <p>Iesaistīto ministriju / iestāžu / personu atbildības sadalījums nav pārskatāms un saprotams ne pašām iesaistītajām pusēm, ne lietotājam / pakalpojuma saņēmējam.</p>	<p>Radīt rīkus, kas palīdzētu iesaistītajām pusēm izprast savu iesaisti, atbildību un lomu konkrētā problēmjaucējuma risināšanā, kā arī atgriezeniskās saites veidošanā ar dažādiem partneriem, institūcijām un pakalpojumu saņēmēju – cietušo sievieti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • starpministriju elektroniskās informācijas apmaiņas un datu bāzes izveide; • atsevišķu drukāto un /vai elektronisko materiālu izveide, kas darbotos kā rīks / informācijas avots / monitorēšanas iespēja visām iesaistītajām pusēm; • iesaistošo darbnīcu, semināru, konferenču veidošanā izmantot vienotu ar problēmjaucējumu saistītu identitāti. 	<p>Elektroniskā / interneta vietne, kas pilda gan informācijas apmaiņas, gan datu bāzes funkciju, izmantojot lietotājam draudzīgus digitālā produkta lietošanas UX design principus un identitāti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vienota visu Latvijā esošo iesaistīto / atbildīgo / ieinteresēto pušu karte un kontakinformācija; • vienota visā Latvijā esošo atbalsta vai palīdzības platformu karte un kontakinformācija; • elektroniskie un drukātie informatīvie materiāli, adresēti trim mērķgrupām (cietusi sieviete, varmācīgais vīrietis, policists), skrejlapas, kas vienlaikus ir pieejamas gan elektroniskā, gan drukātā formātā, savā identitātē identiskas un lietojamas kā informācijas rīki arī ministriju ierēdņiem un atbalsta platformām; • blogošanas vai sarunu foruma iespējas atgriezeniskas dzīvas saites uzturēšanai gan valsts, gan citu institūciju, gan konfliktā iesaistīto pušu starpā; • datu bāze kā datu banka, ko regulāri papildina, un vajadzības gadījumā atsevišķus materiālus arī retirāžē. 	<p>Visu piecu iesaistīto ministriju un to pārraudzībā esošo institūciju mājaslapās un kopīgajā starpministriju informācijas apmaiņas un datu vietnē.</p> <p>Valsts un pašvaldības sniegto pakalpojumu elektroniskajā portālā Latvija.lv.</p> <p><i>Piemēri:</i> <i>* vienas pieturas aģentūras principa ieviešana</i> <i>(https://likumi.lv/doc.php?id=192695);</i> <i>* pretkrāpšanās kustība „Atkrāpies”</i> <i>(http://atkrapi.lv/kustiba/), kas veido vairāk nekā divdesmit ministriju, valsts pārvaldības iestāžu, NVO un privātā sektora uzņēmumu iesaisti kopīgā kustībā.</i></p>



! Problēmas identificēšana	Kā to atrisināt vai uzlabot?	Ar kādiem rīkiem?	Kur iegūt / nodot informāciju?
<p>Nav radīts formāts, kurā visas iesaistītās puses varētu izmantot viena otras resursus konkrētajā problēmjaudājumā.</p> <p>Nav vienotas starpministriju informācijas apmaiņas un datu bāzes</p> <ul style="list-style-type: none"> • par realizētajiem un esošajiem projektiem, • par cilvēkresursiem – ierēdņu kompetencēm, pienākumiem un pieredzi šīs problēmas kontekstā u.tml., • par iesaistītajām pusēm – partneriem, • par politiskajiem un tiesiskajiem instrumentiem. 	<p>Starpministriju elektroniskās informācijas apmaiņas un datu bāzes / bankas izveide nodrošinātu gan aktuālās informācijas izmantošanu, gan visu iepriekšējo aktivitāšu pēctecību, kā arī projektu mentorēšanu, rezultātu apkopošanu un analīzi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • apkopojot informāciju par pēdējā desmitgadē dažādās LR ministrijās un to pārraudzībā esošās institūcijās realizētajiem projektiem saistībā ar vardarbību pret sievieti partnerattiecībās; • apkopojot informāciju par pēdējā desmitgadē dažādās NVO un citās institūcijās realizētajiem projektiem saistībā ar vardarbību pret sievieti partnerattiecībās; • apkopojot LR un ES veiktos pētījumus par konkrēto problēmjaudājumu; • apkopojot ar šo problēmjaudājumu saistītos informatīvos materiālus – kampaņas un to elementus – pēc vienotiem principiem. 	<p>Vēlamā situācija:</p> <ul style="list-style-type: none"> • interneta vietne, kas pilda gan informācijas apmaiņas, gan datu bāzes funkciju, izmantojot lietotājam draudzīgus digitālā produkta lietošanas <i>UX design</i> principus. <p>Esošās situācijas uzlabošana:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ievadot meklētājā atslēgas vārdus „varmācība / vardarbība pret sievieti” jebkurā iesaistīto ministriju mājaslapā vai citās informācijas resursu vietnēs latviešu valodā, varētu tikt iegūta vienota informācija par attiecīgo problēmjaudājumu. 	
<p>Likumdošanas valoda likumos, noteikumos, dokumentos u.c. ir pārāk sarežģīta tās tiešajam lietotājam – vardarbībā cietušajai sievietei.</p> <p><i>Piemēram, MK noteikumi Nr. 161 „Kārtība, kādā novērš vardarbības draudus un nodrošina pagaidu aizsardzību pret vardarbību” ir 16 lpp. garš teksts ar 3 pielikumiem, bez jurista konsultācijas termiņi nav izprotami, cietušās tālākā rīcība nav skaidri izklāstīta u.c. (https://likumi.lv/doc.php?id=265314#piel3)</i></p>	<p>Drukāto un elektronisko materiālu izveide / infografika. Vienkāršā grafiskā un tekstuālā valodā soli pa solim veidots izklāsts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cietušās sievietes tiesības, rīcības modelis pēc piedzīvotās vardarbības, informācija par atbalsta / palīdzības platformām; • varmācīgā vīrieša pastrādātās vardarbības juridiskās sekas, tālākās rīcības izklāsts, informācija par naudas sodu, piespiedu ārstēšanos u.tml. • policista rīcība. 		<p><i>Piemēram, Rīgas domes mājokļu un vides departamenta Dzīvokļu pārvaldes izdotie bukleti dažādām mērķauditorijām (http://mvd.riga.lv/parvaldes/dzivoklu-parvalde/bukleti-dzivoklu-parvalde).</i></p>

LIETOTIE TERMINI UN SAĪSINĀJUMI

C4D – komunikācija attīstībai
(communication for development – angļu val.)

ICT4D – informācijas un komunikācijas tehnoloģijas attīstībai (information and communications technology for development – angļu val.)

IeM – Iekšlietu ministrija

IPV – intīmo partneru vardarbība (intimate partner violence – angļu val.)

IZM – Izglītības un zinātnes ministrija

LM – Labklājības ministrija

LE – Latvijas Republika

MK – Ministru Kabinets

QDA – kvalitatīvo datu analīze (qualitative data analysis – angļu val., saīsinājums QDA angļu valodā ietverts datu analīzes programmas QDA Miner Lite nosaukumā)

TM – Tieslietu ministrija

VAW – vardarbība pret sievieti (violence against women – angļu val.)

VM – Veselības ministrija

VP – Valsts policija

IZMANTOTO AVOTU UN LITEARATŪRAS SARAKSTS

1. Eiropas Komisija. (2016). Īpašais Eirobarametrs 449 „Ar dzimumu saistīta vardarbība”.
2. Eiropas Padome. (2011). Eiropas Padomes Konvencija par vardarbības pret sievietēm un vardarbības ģimenē novēršanu un apkarošanu.
3. Eiropas Savienības Pamattiesību aģentūra. (2014). Vardarbība pret sievietēm — ES mēroga apsekojums. Luksemburga: Eiropas Savienības Publikāciju birojs, lpp. 20.
4. Žabicka, A. (2017). Kāpēc nedzirdam? Interneta žurnāls „Satori”, <http://www.satori.lv/article/kapec-nedzirdam>.
5. Burkett I. (2012) raksts blogā „The centre for social impact” (<http://www.csi.edu.au/>)
6. Cohen, S. (2001). States of Denial: Knowing About Atrocities and Suffering. Cambridge: Polity Press.
7. Davey, C.L., Wootton, A.B., et.al. (2005). Design for the surreal world? A new model of socially responsible design. 6th EAD Conference: Design, System, Evolution. Bremen: European Academy of Design.
8. Donovan, R.J., Paterson, D. and Francas, M. (1999.) Targeting male perpetrators of intimate partner violence: Western Australia’s „Freedom from Fear” campaign. Social Marketing Quarterly, V(3): 127 – 144.
9. European Commission. (2016). Special Eurobarometer 449 „Gender- based violence”.
10. Heisecke, K. (2014). Raising awareness of violence against women: Article 12 of the Istanbul Convention, Council of Europe.
11. Jones, S. (2015). Not just a slick TV ad: what makes a good domestic violence awareness campaign? <http://theconversation.com/not-just-a-slick-tv-ad-what-makes-a-good-domestic-violence-awareness-campaign-45041>
12. Papanek, V. (1995). The Green Imperative. Ecology and Ethics in Design and Architecture. London: Thames & Hudson.
13. Pedro, A. (2013.) Communication Strategies for Preventing Violence against Women: Case Study of Timor-Leste. Estudos em Comunicação, No.14, 1 – 38.
14. Raab, M., Rocha, J. (2011). Campaigns to End Violence against Women and Girls, United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women, pp. 11.
15. UNICEF. (2016). Humanitarian action. C4D in humanitarian situations. https://www.unicef.org/cbsc/index_66032.html (Skat. 18.06.2017.)
16. Whiteley, N. (1993). Design for society. London: Reaktion Books.
17. World Health Organization, Department of Reproductive Health and Research, London School of Hygiene and Tropical Medicine, South African Medical Research Council (2013). Global and regional estimates of violence against women: prevalence and health effects of intimate partner violence and non-partner sexual violence.
18. World Health Organization (2012). Understanding and Addressing Violence against Women. http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/77432/1/WHO_RHR_12.36_eng.pdf
19. World Health Organization, Violence Prevention Alliance. <http://www.who.int/violenceprevention/approach/ecology/en/>
20. Wright, E.M. (2011). Neighborhoods and Intimate Partner Violence, El Paso: LFB Scholarly Publishing LLC.
21. Young, I. M. (1997). Interesting Voices: Dilemmas of Gender, Political Philosophy, and Policy. Princeton, NJ: Princeton University Press.