



PROJEKTA  
«Izpratnes veidošanas kampaņa  
par nulles toleranci attiecībā uz  
vardarbību pret sievietēm  
«Vardarbībai patīk klusums»»  
IZVĒRTĒJUMS

(Nr. JUST/2016/RGEN/AG/VAWA/9944)

Rīga, 2018



Līdzfinansē  
Eiropas Savienības programma  
*Tiesības, vienlīdzība un pilsonība*



Labklājības ministrija

Projekta «Izpratnes veidošanas kampaņa par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm «Vardarbībai patīk klusums»» izvērtējums  
(projekta Nr. JUST/2016/RGEN/AG/VAWA/9944)

SIA COMPERIO un  
SIA SAFEGE Baltija

comperio



Par izvērtējuma saturu un rekomendācijām ir atbildīgi izvērtējuma autori: : Gunta Misāne, Inga Uvarova, Iveta Ozoliņa Ozola, Ieva Cēbura. Ziņojumā paustie viedokļi ne vienmēr atspoguļo Labklājības ministrijas viedokli.

# SATURS

|                                                                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| KOPSAVILKUMS.....                                                                                                                     | 4  |
| I. IEVADS UN SITUĀCIJAS APRAKSTS.....                                                                                                 | 9  |
| II. IZVĒRTĒŠANAS METODOLOĢIJA.....                                                                                                    | 11 |
| 2.1. Izvērtēšanas metodes.....                                                                                                        | 11 |
| III PROJEKTA IZNĀKUMI.....                                                                                                            | 12 |
| 3.1. Pirmais darbības virziens: Mediju informatīvā kampaņa nulles tolerances veicināšanai attiecībā uz vardarbību pret sievietēm..... | 12 |
| 3.2. Otrais darbības virziens. Sociālo normu mārketinga kampaņa vardarbības pret sievietēm prevencijai jauniešu<br>vidū.....          | 17 |
| 3.3. Trešais darbības virziens: Atbalsta pieejamības veicināšana vardarbībā cietušajiem.....                                          | 22 |
| 3.4. Darbības virziens: Projekta vadība.....                                                                                          | 29 |
| IV. PROJEKTA IETEKME.....                                                                                                             | 35 |
| 4.1. Uzskati par vardarbību pret sievietēm.....                                                                                       | 35 |
| 4.2. Ilgtermiņa ietekme.....                                                                                                          | 38 |
| 4.3. Vai kampaņa ir pamanīta?.....                                                                                                    | 39 |
| V. SECINĀJUMI UN REKOMENDĀCIJAS.....                                                                                                  | 44 |
| 1. pielikums. Ziņojumā izmantotie saīsinājumi.....                                                                                    | 47 |

# KOPSAVILKUMS

Projekta «Izpratnes veidošanas kampaņas par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm “Vardarbībai patīk klusums»» mērķis ir vairot sabiedrības izpratni un veicināt nulles tolerances izplatību pret visa veida vardarbību pret sievietēm un meitenēm, kā arī mainīt sabiedrības attieksmi un rīcību, saskaroties ar vardarbību (it īpaši jauniešu vidū). Projektu finansē ES programma «Tiesības, vienlīdzība un pilsonība (Nr. JUST/2016/RGEN/AG/VAWA/9944). Projekta kopējais budžets ir 267 318 EUR (80% sedz ES finanšu instruments, 20% Latvijas budžets).

Lai sasniegtu projekta mērķi ir nosprausti vairāki specifiski **apakšmērķi**, kas ir saistīti ar projekta darbības virzieniem<sup>1</sup>. Papildus darbības virzieniem, kas ir vērsti uz satura mērķu sasniegšanu (1., 2., 3., darbības virzieni), projekta 0. darbības virziens nodrošina projekta vadību.

Projektu ievieš Labklājības ministrija kā vadošais partneris sadarbībā ar biedrību «Streetbasket» (jeb *Ghetto Games*) un biedrību «Krīžu un konsultāciju centrs «Skalbes»». Projekta asociētie partneri ir Izglītības un zinātnes ministrija un Juridiskās palīdzības administrācija.

<sup>1</sup> 1.darbības virziens: Mediju informatīvā kampaņa nulles tolerances veicināšanai attiecībā uz vardarbību pret sievietēm; 2. darbības virziens: Sociālo normu mārketinga kampaņa vardarbības pret sievietēm prevencijai jauniešu vidū; 3. darbības virziens: Atbalsta pieejamības veicināšana vardarbībā cietušajiem.

Šī ziņojuma **mērķis ir**: veikt izvērtējumu pirmajai daudzkomponentu nacionāla līmeņa izpratnes veicināšanas kampaņai “Izpratnes veidošanas kampaņas par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm “Vardarbībai patīk klusums””.

## *Vai viss tika ieviests kā plānots?*

Projekts tika ieviests sākotnēji plānotajā laikā. Lai arī projekta ieviešanas grafikā bija dažas nobīdes, tas nav ietekmējis iznākumu un rezultātu sasniegšanu. No 36 plānotajiem iznākumiem, 26 jau ir sasniegti un 8 tiks sasniegti līdz projekta beigām. Viens iznākums<sup>2</sup> netiks sasniegts līdz projekta beigām, kā arī viena iznākuma rādītāja<sup>3</sup> sasniegšanu šobrīd nevar pārbaudīt, jo vēl nav pieejami atbilstoši statistikas dati. Izvērtējuma laikā tika konstatēti vēl papildus 11 iznākumi.

<sup>2</sup> t.i. dalībnieku un skatītāju skaits Ghetto Games pasākumos. Šo nepilnību kompensē auditorija, kas ir sasniegta ar sociālo mediju starpniecību (lielāka nekā bija plānots).

<sup>3</sup> t.i., Sieviešu, kas cietušas no vardarbības zvanu skaits uz cietušo atbalsta tālruni netika atsevišķi uzskaitīts pirms projekta, tāpēc nav iespējams aprēķināt vai ir sasniegts plānotais zvanu skaita pieaugums. Dati par sociālās rehabilitācijas saņēmējiem dzimumu griezumā tiek apkopoti vienu reizi gadā, un dati par 2018.gadu būs pieejami tikai 2019.gadā. Tāpēc nav arī iespējams aprēķināt vai plānotais sieviešu rehabilitācijas pakalpojumu saņēmēju skaits ir sasniegts un vai sasniegts plānotais pieaugums.

|                      | Plānotie<br>iznākumi | Sasniegtie<br>iznākumi | t.sk.<br>pārsnie<br>gtie<br>iznāku<br>mi | Iznākumi,<br>kas tiks<br>sasniegti | Iznākumi,<br>kas netiks<br>sasniegti | Iznākumi,<br>kurus<br>nevar<br>apstiprināt | Papildus<br>iznākumi |
|----------------------|----------------------|------------------------|------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------|
| 1. darbības virziens | 11                   | 9                      | 3                                        | 2                                  |                                      |                                            | 4                    |
| 2. darbības virziens | 8                    | 7                      | 4                                        |                                    | 1                                    |                                            | 4                    |
| 3. darbības virziens | 12                   | 7                      | 3                                        | 4                                  |                                      | 1                                          | 3                    |
| 0. darbības virziens | 5                    | 3                      | 1                                        | 2                                  |                                      |                                            |                      |
| <b>KOPĀ</b>          | <b>36</b>            | <b>26</b>              | <b>11</b>                                | <b>8</b>                           | <b>1</b>                             | <b>1</b>                                   | <b>11</b>            |

1.attēls: Iznākumu pārskats. Avots: COMPERIO & SAFEGE Baltija

### Vai projekts ir radījis ietekmi?

Projekta mērķis ir visai ambiciozs, īpaši plānojot sabiedrības un jauniešu attieksmes un uzvedības maiņu. Šādu mērķu sasniegšana nav pilnībā iespējama ierobežota projekta laikā ar salīdzinoši nelielu budžetu (267 318 EUR). Tomēr lielākā daļa projekta rezultātu un apakšmērķi ir sasniegti, un ir pārliecinoši pierādījumi tam, ka projekts ir ietekmējis sabiedrības uzskatus par sievietēm, kas cietušas no vardarbības. Vienlaikus jāatceras, ka projekta ietekme lielā mērā ir arī atkarīga no citiem notikumiem un faktoriem, kas notika projekta ieviešanas laikā, piem., diskusijas par *Eiropas Padomes Konvencijas par vardarbības pret sievietēm un vardarbības ģimenē novēršanu un apkarošanu* jeb Stambulas konvencijas ratifikāciju, cita vienlaikus īstenota projekta<sup>4</sup> ietekmi.

1. darbības virziens tika vērsts uz pirmā specifiskā mērķa sasniegšanu. Šajā darbības virzienā ar TV reklāmu, radio reklāmu, interneta baneru starpniecību kopumā tika sasniegti vairāk nekā 3 000 000 mediju kontakti. Šie ir augsti sasniegumi, ņemot vērā to, ka kampaņas budžets ir tikai 37 460 EUR.

2. un 3. specifiskie mērķi galvenokārt attiecās uz 2. darbības virzienu. Kopumā plānotā mērķa grupa ir sasniegta veiksmīgi, tomēr tika novērotas dažas problēmas ar rezultātu uzraudzību un novērtēšanu, jo ir zināmas grūtības konstatēt konkrētu ietekmi ielu kultūras un sporta notikumiem.

Attiecībā uz 4. un 5. apakšmērķi ir pārliecinoši pierādījumi tam, ka projekts ir sasniedzis šos mērķus. Pateicoties šim projektam un projektam «Soli tuvāk» ir ievērojami pieaudzis policijas lēmumu skaits par nošķiršanu vai tiesas lēmumu skaits par pagaidu aizsardzību pret vardarbību. Arī tīmekļa vietnes apmeklētāju skaits, zvanu skaits uz cietušo atbalsta tālruni un rehabilitācijas pakalpojumu saņēmēju skaits ir pieaudzis. Pastāv tieša saikne starp skaita pieaugumu un projekta aktivitātēm. Šo projekta specifisko mērķu sasniegšanas līmenis ir vērtējams kā augsts.

### Vai partnerība bija veiksmīga?

Projekta ietvaros izveidotais sadarbības mehānisms nodrošina partnerorganizāciju iesaistīšanos, kas ir eksperti specifiskās nozarēs ar pieredzi darbā ar savām mērķa grupām. Tādēļ projekts ir ideālā pozīcijā, lai darbotos ar dažādiem vardarbības pret sievieti aspektiem un mērķa grupām. Neskatoties uz dažiem kavējumiem saistībā ar iepirkuma procedūru un garāku laiku, kas bija nepieciešams dažu aktivitāšu ieviešanai, sadarbība bija efektīva, kas nodrošināja vislabākās cenas un vērtības attiecības.

<sup>4</sup> T.i., Projekts „Soli tuvāk: Kopienas vienotā atbilde uz vardarbības pret sievietēm gadījumiem” JUST/2015/RDAP/AG/MULT/9830 <http://www.lm.gov.lv/text/3712>.

## 1. apakšmērķis

## Novērtējums

Novērst vardarbību ģimenē un vardarbību pret sievietēm, veicinot nulles toleranci un attieksmes un rīcības maiņu saistībā ar vardarbību

## Plānotie projekta rezultāti saistībā ar 1. apakšmērķi

- Sabiedrībā mazinās tolerance pret vardarbību pret sievietēm.
- Kampaņas rezultāti ir kopīgoti EIGE tīmekļa vietnē, kā piemērs rīkam izpratnes veidošanai ar dzimumu saistītas vardarbības jautājumos.

## Plānoto rezultātu sasniegšanas līmenis

N/A

Zems

Vidējs

Augsts

Ļoti augsts

Ir iespējams secināt, ka projekts ir veicinājis lielāku informētību par vardarbību pret sievietēm, kā rezultātā mazinājusies tolerance pret vardarbību:

- 2018. gadā respondenti biežāk nekā iepriekš piekrīt ka vardarbība pret sievietēm nav pieņemama un tai būtu jābūt pretlikumīgai: 2016 - 64%, 2018 - 75%.
- 2018. gadā tikai 19% respondentu piekrīt ka vardarbība pret sievieti ir privāta lieta, salīdzinot ar 31% 2016 gadā.
- 18,9% aptaujas dalībnieku atzīst, ka pēdējo 12 mēnešu laikā tie ir kļuvuši vairāk pārliecināti par to, ka ir nepieciešams iesaistīties, ja redzētu vardarbīgu attieksmi pret sievieti.

Pēc novērtējuma rezultātiem kampaņas rezultāti tiks publiskoti EIGE tīmekļa vietnē.

## 2. apakšmērķis

## Novērtējums

Novērst vardarbīgu uzvedību jauniešu vidū un veicināt cieņu pret sievietēm, iedvesmojot jauniešus un stiprinot uzskatu, ka līdzvērtīgas attiecības ir vērtība.

## Plānotie projekta rezultāti saistībā ar 2. apakšmērķi

- Jaunieši ir spējīgi noteikt emocionālu un fizisku vardarbību, un iegūst attieksmi, ka vardarbība ir slikta.
- Starp jauniem vīriešiem un sievietēm tiek stiprināts priekšstats par abpusēju cieņu, līdzvērtīgām attiecībām un ģimeni kā vērtību.

## Plānoto rezultātu sasniegšanas līmenis

N/A

Zems

Vidējs

Augsts

Ļoti augsts

Ir pierādījumi, ka projekts ir radījis ietekmi uz mērķa grupu.

- Sieviešu skaits Ghetto Games ir pieaudzis no 10% līdz 20%.
- Sievietes tiek uzskatītas par līdzvērtīgām partnerēm sportā un citās Ghetto Games aktivitātēs (piem., brīvrunu sacensības)

## 3. apakšmērķis

## Novērtējums

Iedrošināt jaunus vīriešus aktīvi iesaistīties cīņā, lai izskaustu vardarbību pret sievietēm.

## Plānotie projekta rezultāti saistībā ar 2. apakšmērķi

Zēni un jauni vīrieši aktīvi iesaistās cīņā pret vardarbību pret sievietēm.

## Plānoto rezultātu sasniegšanas līmenis

N/A

Zems

Vidējs

Augsts

Ļoti augsts

Tiek secināts, ka mērķis ir ilgtermiņa, tāpēc ietekmi nevar pārbaudīt projekta laikā. Tomēr ir novērotas dažas pazīmes, kas var liecināt par projekta ietekmi.

Ir pierādījumi, ka 2018. gadā 76,5% gados jaunu vīriešu (vecuma grupa 15 -24) uzskata, ka vardarbība pret sievietēm nav pieņemama un tai būtu jābūt pretlikumīgai, salīdzinot ar 58% 2016. Arī lielākā daļa personu, kas centās iesaistīties, mēģināja palīdzēt sociālā eksperimenta laikā, bija jauni vīrieši.

## 4. apakšmērķis

## Novērtējums

Nodrošināt atbalstu vardarbībā cietušām sievietēm, padarot pieejamāku gan informāciju, gan atbalsta resursus.

## Plānotie projekta rezultāti saistībā ar 2. apakšmērķi

- Sievietes, kas cietušas no vardarbības saņem tādu informāciju, apgūst prasmes, attieksmi un attīsta tādu uzvedību, kas veicina ziņošanu un novērš vardarbības gadījumu atkārtošanos
- Tiek ierosinātas tiesību aktu izmaiņas, lai izveidotu sistēmu, kas veicinātu atbalsta pakalpojumu saņemšanu.

## Plānoto rezultātu sasniegšanas līmenis

N/A

Zems

Vidējs

Augsts

Ļoti augsts

Pateicoties šim projektam un projektam «Soli tuvāk», ir būtiski pieaudzis policijas lēmumu par nošķiršanu un tiesas lēmumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību skaits. Ir pierādījumi, ka projekts ir sasniedzis apakšmērķi.

Optimālo pakalpojumu vardarbības upuriem scenārijs ir izstrādāts un tiks izmantots, lai ierosinātu izmaiņas tiesību aktos, tādējādi veidojot sistēmu, kas atvieglo atbalstu vardarbības upuriem.

|                |             |
|----------------|-------------|
| 5. apakšmērķis | Novērtējums |
|----------------|-------------|

Palielināt cietušo atbalsta tālruņa popularitāti vardarbībā cietušo atbalstam un palielināt to cilvēku skaitu, kas vēršas pēc palīdzības, tostarp sociālās rehabilitācijas pakalpojumiem no vardarbības cietušām personām

Plānotie projekta rezultāti saistībā ar 2. apakšmērķi

- Zvanu skaits uz cietušo atbalsta tālruni palielinājies par 20%.
- Vardarbības upuru skaits, kas saņem valsts finansētus rehabilitācijas pakalpojumus palielinājies par 15%.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |     |      |        |        |             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------|--------|--------|-------------|
| Plānoto rezultātu sasniegšanas līmenis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | N/A | Zems | Vidējs | Augsts | Ļoti augsts |
| Ir pieaudzis kopējais zvanu skaits uz cietušo atbalsta tālruni un pieaudzis zvanu skaits, ko veikušas no vardarbības cietušas sievietes. Vidējais zvanu skaits mēnesī palielinājies par 29%. <sup>5</sup> Šo pieaugumu iespējams saistīt ar kampaņas aktivitātēm. Tīmekļa vietnes <i>cietusajiem.lv</i> apmeklējumu skaita pieaugums parādās ciešā saistībā ar mediju kampaņas laiku. Vardarbības upuru skaits, kas saņem sociālās rehabilitācijas pakalpojumus ir pieaudzis par 82%. Ir pārliecinoši pierādījumi tam, ka projekts ir sasniedzis apakšmērķi. |     |      |        |        |             |

Vispārējs novērtējums par projekta mērķu sasniegšanu: AUGSTS

5

<sup>5</sup> Vidējais ikmēneša zvanītāju skaits ir aprēķināts neņemot vērā mēnesi, kad sākas cietušo atbalsta tālruņa darbība (2016. janvāris), kad tika saņemts rekordaugsts zvanu skaits.

# I. IEVADS UN SITUĀCIJAS APRAKSTS

Projektu «Izpratnes veidošanas kampaņas par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm “Vardarbībai patīk klusums»» finansē ES programma «Tiesības, vienlīdzība un pilsonība (Nr. JUST/2016/RGEN/AG/VAWA/9944)<sup>6</sup>.

**Projekta ieviešanas laiks:** 2017. gada 1. marts – 2018. gada 30. augusts.

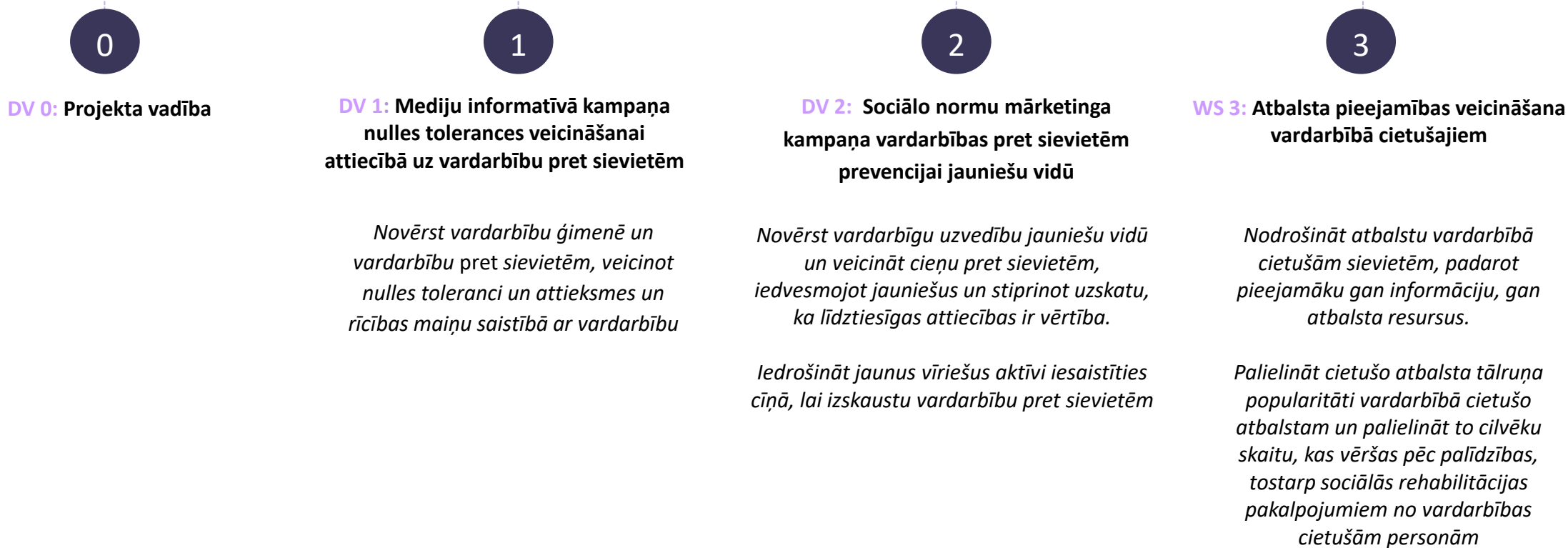
**Projekta kopējais finansējums:** 267 318 EUR (80% sedz ES finanšu instruments, 20% Latvijas budžets).

Projektu ievieš Labklājības ministrija kā vadošais partneris sadarbībā ar biedrību «Streetbasket» (jeb *Ghetto Games*) un biedrību «Krīžu un konsultāciju centrs «Skalbes»». Projekta asociētie partneri ir Izglītības un zinātnes ministrija un Juridiskās palīdzības administrācija.

Projekta mērķis ir vairo sabiedrības izpratni un veicināt nulles tolerances izplatību pret visa veida vardarbību pret sievietēm un meitenēm, kā arī mainīt sabiedrības attieksmi un rīcību, saskaroties ar vardarbību (it īpaši jauniešu vidū).

Lai sasniegtu projekta mērķi ir noteikti vairāki specifiski **apakšmērķi**, kas ir saistīti ar projekta darbības virzieniem (skat. 1.attēlu). Papildus darbības virzieniem, kas ir vērsti uz satura mērķu sasniegšanu (1., 2., 3., darbības virzieni), projekta 0. darbības virziens nodrošina projekta vadību.

<sup>6</sup> [http://ec.europa.eu/justice/grants1/calls/2015\\_action\\_grants/just\\_2015\\_rgen\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/grants1/calls/2015_action_grants/just_2015_rgen_en.htm)

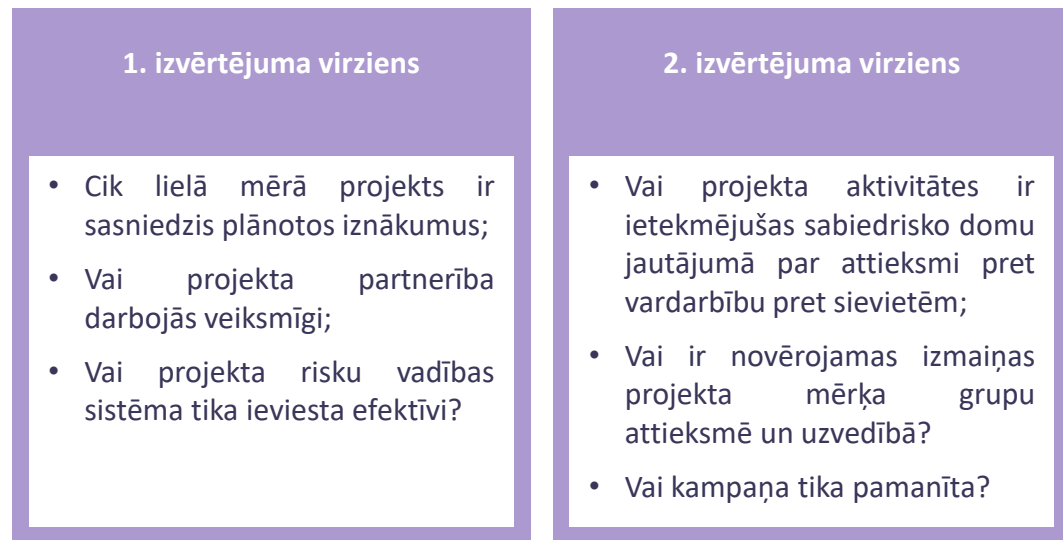


## II. IZVĒRTĒŠANAS METODOLOĢIJA

### 2.1. Izvērtēšanas metodes

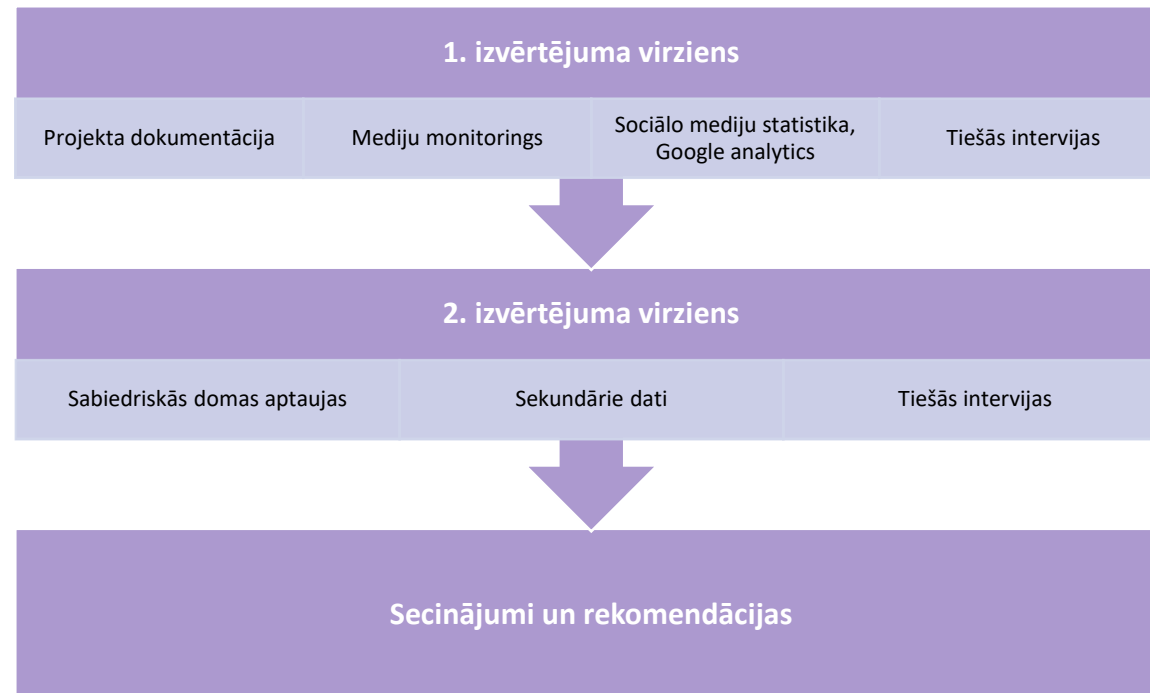
Ziņojuma **mērķis ir**: veikt izvērtējumu pirmajai daudzkomponentu nacionāla līmeņa izpratnes veicināšanas kampaņai "Izpratnes veidošanas kampaņas par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm "Vardarbībai patīk klusums"".

Izvērtējumam ir noteikti divi galvenie virzieni:



Izvērtējuma rezultātā ir sagatavoti secinājumi un rekomendācijas turpmākām komunikācijas aktivitātēm šajā jomā.

Lai atbildētu uz izvērtējumam izvirzītajiem jautājumiem, tika izmantots vairāku kvalitatīvu un kvantitatīvu metožu kopums. Tālāk ir minēti informācijas avoti, kas tika izmantoti, lai atbildētu uz katru no izvērtējuma jautājumiem.



Izvērtējuma beigu termiņš ir 2018. gada 28. jūnijs, t.i., divi mēneši pirms projekta beigām. Tā kā dažas no aktivitātēm novērtējuma laikā vēl tiek ieviestas, vairāki projekta iznākumi vēl nav sasniegti. Saskaņā ar pieejamo informāciju tie tiks sasniegti līdz projekta noslēgumam.

## III PROJEKTA IZNĀKUMI

### 3.1. Pirmais DV: Mediju informatīvā kampaņa nulles tolerances veicināšanai attiecībā uz vardarbību pret sievietēm

#### Sasniegto iznākumu pārskats

Pirmajā darbības virzienā bija plānots sasniegt 11 iznākumus. Līdz izvērtējuma noslēguma termiņam ir sasniegti un pārsniegti 9 no plānotajiem iznākumiem un 4 papildus iznākumi. Divi iznākumi (mediju pasākumi un mediju pārstāvji pasākumā) vēl nav sasniegti, jo projekta noslēguma pasākums notiks 2018. gada augustā. Plānots, ka šajā pasākumā tiks piesaistīts plānotais mediju pārstāvju skaits. Skat. 1. tabulu.

1. tabula. Pirmā darbības virziena sasniegtie iznākumi

| Pasākums                                                                                                  | Plānotais iznākums | Sasniegtais iznākums | Novērtējums                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------|------------------------------------------------|
| Sākotnēji plānotie iznākumi                                                                               |                    |                      |                                                |
| Dizaina izpētes ziņojums ar rekomendācijām un ieteikumiem kampaņai                                        | 1                  | 1                    | Sasniegts                                      |
| Video klipi                                                                                               | 2                  | 2                    | Sasniegts                                      |
| Video klipu izvietojuma ilgums TV un youtube.com                                                          | 2 mēneši           | 2 mēneši             | Sasniegts                                      |
| Plakāti                                                                                                   | 2                  | 3                    | Pārsniegts                                     |
| Pilsētu skaits, kur plakāti ir ievietoti                                                                  | 10                 | 10                   | Sasniegts                                      |
| Radio reklāmas                                                                                            | 1                  | 1                    | Sasniegts                                      |
| Radio reklāmu izvietojuma ilgums                                                                          | 2 mēneši           | 2 mēneši             | Sasniegts                                      |
| Mediju pasākumi                                                                                           | 2                  | 1                    | Nav sasniegts līdz izvērtējuma beigu termiņam* |
| Mediju pārstāvju dalība pasākumos                                                                         | 10                 | 5                    | Nav sasniegts līdz izvērtējuma beigu termiņam* |
| Radio interviju / programmu skaits nacionālā radio ar projekta partneru dalību                            | 2                  | 4                    | Pārsniegts                                     |
| Auditorija, kas sasniegta ar kampaņas vēstījumiem                                                         | 100 000            | 3 466 242**          | Pārsniegts                                     |
| Papildus iznākumi                                                                                         |                    |                      |                                                |
| Interneta baneru skaits                                                                                   | NA                 | 2                    | NA                                             |
| Interneta baneru izvietojuma ilgums                                                                       | NA                 | 2 mēneši             | NA                                             |
| Publikāciju skaits medijos, ieskaitot internetu, TV un radio par mediju kampaņu/ par projekta aktivitātēm | NA                 | 76 / 177             | NA                                             |
| Sociālais eksperiments <a href="http://www.skaties.lv">www.skaties.lv</a>                                 | NA                 | 1                    | NA                                             |

\* Otrs mediju pasākums notiks 2018. gada augustā

\*\* Kopējā ar TV un radio reklāmām, video skatījumiem youtube.com, interneta baneru skatījumiem, sociālā eksperimenta skatījumiem sasniegtā auditorija (neskaitot auditoriju, kas tika sasniegta ar laikrakstiem, interneta publikācijām, TV un radio raidījumiem)

## Īstenotie pasākumi

Laikā no 2017. gada aprīļa līdz decembrim projekta dizaina ekspertes (B.Ābele, A.Žabicka, J.Stakle) izstrādāja ziņojumu «Sociālā dizaina perspektīva». ([http://www.lm.gov.lv/upload/projekts/faili/dizaina-izpete-12-15\\_1.pdf](http://www.lm.gov.lv/upload/projekts/faili/dizaina-izpete-12-15_1.pdf)). Tajā tika identificēti efektīvai komunikācijai piemērotākie informācijas kanāli. Ziņojumā tika arī novērtētas dažādas komunikācijas pieejas un piedāvāti vēstījumi atbilstoši katras mērķa grupas vajadzībām.

Ziņojuma secinājumi un rekomendācijas tika ņemtas vērā izstrādājot mediju kampaņu. Vislatvijas mediju kampaņa «Sitieni pie kaimiņiem un savējiem skar arī tevi» norisinājās no 2017. gada 5. decembra līdz 2018. gada 26. janvārim<sup>7</sup>. Tās laikā tika pārraidītas TV un radio reklāmas, izvietoti interneta baneri, plakāti un tika rīkoti pasākumi, lai pievērstu uzmanību vardarbībai pret sievietēm. Kampaņā piedalījās arī trīs *Baltās lentītes vēstnieki*: pasaules čempions boksā (2017. – 2018.) un policijas virsnieks **Mairis Briedis**, pasākumu vadītājs un sabiedrībā plaši pazīstama persona **Renārs Zeltniņš** un Valsts policijas priekšnieks **Ints Ķuzis**.

Kampaņas pirmā posma laikā 2017. gada decembrī tika izstrādātas divas TV reklāmas, kas uzrunāja kaimiņus (<https://www.youtube.com/watch?v=LTShhXd4ImQ>) un radniekus (<https://www.youtube.com/watch?v=WvQSPSwz1hQ>). Reklāmas tika izvietotas divos televīzijas kanālos – LTV1 and TV3, kopā sasniedzot vairāk nekā 700 tūkstošus skatījumu. Kampaņas otrais posms norisinājās 2018. gada janvārī. Tā laikā tika uzrunātas sievietes, kas cietušas no vardarbības, reklamējot iespēju saņemt sociālās rehabilitācijas pakalpojumus. 2018. gada janvārī divās radio stacijās – LR1 un Star FM skanēja radio reklāma, kopā sasniedzot vairāk nekā 950 tūkstošus klausītāju.

<sup>7</sup> Mediju kampaņu īstenoja sabiedrisko attiecību aģentūra “MRS grupa” sadarbībā ar radošo aģentūru “Dingo&Schwarz”.



2. attēls. Kampaņas plakāts

Trīs dažādi plakāti tika izstrādāti un izplatīti pašvaldībās. Divi no šiem plakātiem tika iespiesti (125 eksemplāros katrs) un nosūtīti pašvaldībām sadarbībā ar Latvijas Pašvaldību savienību (LPS)<sup>8</sup>. Saskaņā ar publicitātes pārskatu, plakātu elektroniskās versijas tika izvietotas vismaz 14 pašvaldību tīmekļa vietnēs.

## Papildus aktivitātes

Lai iesaistītu sociālo mediju auditoriju, tika nofilmēts sociālais eksperiments. Tas tika ievietots skaties.lv Facebook kontā 2017. gada 7. decembrī. (<https://www.facebook.com/skatieslatvija/videos/10212201530132429/>).

Sociālā eksperimenta video Facebook kontā un raksts par to sasniedza gandrīz 160 tūkstošus cilvēku.

<sup>8</sup> Atskaitēs nebija atrodami tieši pierādījumi par plakātu izvietojumu skaitu pašvaldībās. Lai to noteiktu, izvērtētāji sazinājās ar mediju kampaņas īstenošanā, kas iesniedza rakstiskus desmit pašvaldību apliecinājumus par plakātu izvietojumu.

Sociālā eksperimenta laikā aktieri inscenēja vardarbīgu situāciju un filmēja garāmgājēju reakciju ar slēpto kameru. Vēlāk viņi uzdeva jautājumus tiem cilvēkiem, kas centās novērst vardarbību, par viņu rīcības iemesliem.

Populāros interneta portālos – skaties.lv un la.lv tika izvietoti divi interneta baneri, kas uzrunāja kaimiņus un reklamēja pieejamos sociālās rehabilitācijas pakalpojumus no vardarbības cietušām personām.

Projekta vadošais partneris un arī citi projekta partneri īstenoja papildus komunikācijas pasākumus, kā rezultātā par citām projekta aktivitātēm tika publicēti 177 raksti laikrakstos, internetā, TV un radio raidījumi (līdz izvērtējuma beigu termiņam).

### Sasniegto iznākumu izvērtējums

Kampaņas pieeja un izmantotās metodes ir atzīstamas par veiksmīgām. Viens no apliecinājumiem šādam secinājumam ir kampaņas gūtā atzinība Baltijas līmeņa sabiedrisko attiecību konkursā *Baltic Communication Awards*, kurā kampaņa ieguva 2018. gada labākās publiskā sektora kampaņas titulu. Kampaņa tika novērtēta tās praktisko rezultātu, tvēruma un gūtās publicitātes dēļ. (<http://miitandlinks.com/en/>). Intervētie eksperti, savukārt, novērtēja to, ka kampaņas sauklis «Sitieni starp kaimiņiem un savējiem skar arī tevi» ļoti precīzi izceļ kampaņas mērķi.

Lai arī tas, ka kampaņai tika izvēlētas divas būtiski atšķirīgas mērķa grupas (kaimiņi/radinieki un sievietes, kas cietušas no vardarbības), radīja risku, ka tiks mazināta kampaņas efektivitāte, šis risks tika veiksmīgi novērsts.

Risku palīdzēja novērst izvēlētie informācijas kanāli un atšķirīgie vēstījumi. Lai arī vairākas nozares organizācijas pauda uzskatu, ka kampaņā būtu jārunā arī par vīriešiem, kas cietuši no vardarbības, un varmākām, tas būtu mazinājis kampaņas efektivitāti un izpludinājis kampaņas vēstījumu.

Ar TV reklāmām sasniegtā auditorija ir uzskatāma par augstu (TV3 – 30 izvietotās reklāmas filmu un seriālu laikā sasniedza 563 148 auditoriju. LTV 1 – 2 izvietotās reklāmas vakara Panorāmas laikā sasniedza 141 000 35+ gadu vecuma auditorijā). Tomēr, jāatzīmē, ka kampaņai pieejamais budžets (37 460 EUR) ir uzskatāms par ļoti mazu nacionāla līmeņa kampaņai ar tik plašu un atšķirīgu auditoriju. Tāpēc projekta vadības lēmums atkārtot reklāmas TV un radio projekta noslēgumā 2018. gada augustā uzskatāms par ļoti atbilstošu un dos iespēju sasniegt plašāku auditoriju<sup>9</sup>.

Radio reklāmas par sociālās rehabilitācijas pakalpojumiem tika izvietotas divās būtiski atšķirīgās radio stacijās, dodot iespēju sasniegt atšķirīgas auditorijas dažādās vecuma grupās. (116 reklāmas izvietojumi Star FM deva iespēju sasniegt 756 000 auditoriju jaunāka un vidēja vecuma grupā, un 29 reklāmu izvietojumi LR1 sasniedza 198 000 vidēja un vecāka gada gājuma vecuma grupā). Papildus radio reklāmas tika izvietotas LR1 un LR2 radio kanālos 2018. gada augustā, sasniedzot papildus auditoriju<sup>9</sup>.

Interviju laikā īpaši tika uzteikts sociālais eksperiments, jo tas deva iespēju izcelt apkārtējo cilvēku lomu: no 50 garāmgājējiem tikai 8 centās pārtraukt vardarbību un palīdzēt upurim. Sociālais eksperiments rosināja diskusijas sociālajā tīklā Facebook: 458 cilvēki dalījās ar ierakstu, 1764 – nospieda uz saites, tika sniegti 70 komentāri, kopā sasniedzot 160 000 cilvēkus. Šī materiāla kvalitāti novērtēja arī divas televīzijas, kas to iekļāva vakara ziņu raidījumā.

<sup>9</sup> Lai izvietotu papildus reklāmas, tiek izmantots citās aktivitātēs ietaupītais budžets.

Kampaņas laikā tika sasniegti 3 miljoni mediju kontaktu. Papildus mediju kontakti tika sasniegti ar 75 rakstiem, TV un radio raidījumiem un sociālo mediju ierakstiem. Tomēr daļa no auditorijām (piemēram, jaunieši, īpaši vīrieši, krieviski runājošie) netika sasniegti pietiekošā apmērā. Lai arī tika īstenota atsevišķa sociālo mediju kampaņa vērsties pie Ghetto Games auditorijas, projektā nebija paredzēta reklāma sociālajos medijos, ko var uzskatīt par zaudētu iespēju. Citu darbības virzienu ietvaros tika veikti pasākumi, lai vērstos pie krievvalodīgās auditorijas, piem., subtitri krievu valodā animācijas filmās, tomēr to efektīvs izmantošanas veids vēl ir jāmeklē.

*Baltās lentītes* vēstnieku dalība kampaņā bija nozīmīgs faktors, kas palīdzēja iegūt papildus publicitāti: «*Noteikti slavenību iesaiste kampaņās dod pienesumu kampaņā. Ja autoritāte Mairis Briedis, kas ir fizisks spēks saka, ka vardarbība pret sievieti ir vienkārši glēvu vīriešu rīcība un vājums, nevis spēks, tad es domāju, ka tas ir ietekmīgi!*» Tomēr, sadarbības principi kampaņas laikā ar vēstniekiem nebija skaidri definēti, tāpēc to līdzdalība, lai arī augstu novērtēta, bija visai ierobežota.

Kampaņas ieviešanas laikā tika veikti nelieli pielāgojumi. Piemēram, sākotnējais nosaukums un sauklis «Vardarbībai patīk klusums», uzrunājot atšķirīgas mērķa grupas, tika papildināts ar citiem saukļiem un mirklībirkām («Sitieni starp kaimiņiem un savējiem trāpa tev», #GhettoLady, #Respect). Tikai mirklībirku #neklusē izmantoja visi partneri. Lai arī jāatzīst katra partnera atšķirīgie uzdevumi un mērķa auditorijas, tas, ka netika izmantota vienoti saukļi, iespējams, mazināja kampaņas un projekta ietekmi un atpazīstamību.

Viens no kampaņas praktiskajiem rezultātiem ir zvanu pieaugums uz atbalsta tālruni noziegumos cietušajiem 2017. gada decembrī un 2018. gada janvārī un februārī. (Skat. 6. attēlu ziņojuma 3.3 sadaļā). Tāpat, to cilvēku skaits, kas saņem sociālās rehabilitācijas pakalpojumus vardarbībā cietušām personām ir pieaudzis pēc kampaņas otrā posma, kura laikā tika reklamēti šie pakalpojumi. (Skat. 10. attēlu ziņojuma 3.3. sadaļā).

Jāatzīmē gan, ka vienlaikus norisinājās arī cits Labklājības ministrijas īstenots projekts «Soli tuvāk»<sup>10</sup>, kas pievērsa uzmanību līdzīgiem jautājumiem. Projektā «Soli tuvāk» tika apmācīti speciālisti, kas ikdienā saskaras ar vardarbības upuriem – valsts un pašvaldību policisti, sociālie un medicīnas darbinieki, NVO pārstāvji. Projekta laikā tika izstrādāts visaptverošs vardarbības risku novērtēšanas instruments, vairākās pašvaldībās tika pārbaudīts Kopienas vienotās atbildes modelis, ar kura rezultātiem tika iepazīstināti speciālistu un mediju apmācību dalībnieki. Šie pasākumi stiprināja iesaistīto speciālistu spējas un palielināja to izpratni, tā nodrošinot atbilstošāku rīcību vardarbības ģimenē gadījumos. Tas arī veicināja sociālās rehabilitācijas pakalpojumu plašāku izmantošanu.

Abos projektos bija paredzētas informācijas un komunikācijas aktivitātes, bet plānotās aktivitātes bija atšķirīgas un tika izmantoti atšķirīgi informācijas kanāli. Piemēram, projektā «Soli tuvāk» norisinājās reģionālo mediju žurnālistu apmācības, lai parādītu iespējas rakstīt par vardarbību pret sievietēm nesensacionālā veidā, tikmēr šajā projektā tika izstrādātas animācijas filmas, informatīva brošūra par cietušo atbalsta tālruni. Šo projektu sinerģija deva iespēju sasniegt atšķirīgas, bet vienlīdz nozīmīgas mērķa grupas: vardarbības upurus, jauniešus, kaimiņus, reģionālos žurnālistus un speciālistus.

<sup>10</sup> Projekts „Soli tuvāk: Kopienas vienotā atbilde uz vardarbības pret sievietēm gadījumiem”  
JUST/2015/RDAP/AG/MULT/9830 <http://www.lm.gov.lv/text/3712>

## Secinājumi un rekomendācijas

Visi pirmā darbības virziena iznākumi ir sasniegti vai tiks sasniegti līdz projekta noslēgumam 2018. gada augustā. Turklāt vairāki (3) iznākumi ir pārsniegti un ir sasniegti 4 papildus iznākumi.

Kopumā vairāk nekā 3 miljoni mediju kontakti tika sasniegti ar TV un radio reklāmu, interneta baneru, video youtube.com un sociālo eksperimentu Facebook starpniecību. Tas nozīmē, ka potenciāli katrs pieaugušais iedzīvotājs Latvijā kampaņas vēstījumus ir redzējis 2,5 reizes. Papildus auditorija tika sasniegta ar publikācijām plašsaziņas līdzekļos, internetā TV un radio raidījumiem un sociālo mediju ierakstiem. times. Tas ir **ļoti augsts sasniegums** ņemot vērā to, ka kampaņas budžets ir tikai 37 460 EUR.

| Plānoto iznākumu sasniegšanas līmenis                                                                                                                                                                                                      | Novērtējums  |      |        |        |             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|--------|--------|-------------|
|                                                                                                                                                                                                                                            | Nav novērots | Zems | Vidējs | Augsts | Ļoti augsts |
| Sākotnēji plānotie iznākumi ir sasniegti vai tiks sasniegti līdz projekta beigām. Ir sasniegti arī papildus iznākumi. Sasniegtie iznākumi ir tieši saistīti ar projekta mērķi un apakšmērķiem un ir snieguši pienesumu nozares attīstībai. |              |      |        |        |             |

Novērtējuma laikā tika gūti secinājumi un identificētas vairākas rekomendācijas saistībā ar nākotnes mediju kampaņu plānošanu un ieviešanu.

| Rekomendācija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Adresāts               | Līmenis     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------|
| Gadījumos, ja ir pieejams ierobežots budžets reklāmu izvietojšanai, daudz efektīvāka būtu kampaņa, kura uzrunātu tikai vienu mērķa grupu. Savukārt, ja ir plānots sasniegt plašas un atšķirīgas auditorijas, TV reklāmām būtu nepieciešams paredzēt nozīmīgāku budžetu.                                                                     | Labklājības ministrija | Stratēģisks |
| Ņemot vērā mediju patēriņa izmaiņas, ir ieteicams, vienlaikus ar citām sociālo mediju aktivitātēm, daļu no kampaņas finansēm paredzēt arī reklāmām sociālajos medijos un citviet internetā. Īpaši nozīmīgi tas būtu, lai sasniegtu jaunākas auditorijas.                                                                                    | Labklājības ministrija | Stratēģisks |
| Lai veiktu projekta rezultātu uzraudzību un novērtēšanu, ir ieteicams nodrošināt tiešu sasaisti starp projekta pieteikumā noteiktajiem un iepirkumu Tehniskajās specifikācijās minētajiem rādītājiem (T.sk., definējot precīzas atskaišu prasības par sasniegtajiem rādītājiem, piemēram, pierādījumi par plakātu izvietojumu pašvaldībās). | Labklājības ministrija | Tehnisks    |

# 3.2. Otrais DV: Sociālo normu mārketinga kampaņa vardarbības pret sievietēm prevencijai jauniešu vidū

## Sasniegto iznākumu pārskats

Otrajā darbības virzienā bija plānots sasniegt 8 iznākumus. Līdz izvērtējuma noslēguma termiņam 7 no plānotajiem iznākumiem ir sasniegti (ieskaitot 4, kas ir pārsniegti). Ir sasniegti arī 4 papildus iznākumi. Viens iznākums – jaunieši (dalībnieki, skatītāji un mediju patērētāji), kas sasniegti ar vēstījumiem sporta un ielu kultūras pasākumos, nav sasniegts. Šis iznākums netiks sasniegts līdz projekta beigām. (Plašāk par šo skatīt sadaļā «Sasniegto rezultātu izvērtējums»). Skat. 2. tabulu.

2. tabula. Otrā darbības virziena sasniegtie iznākumi

\* Projekta pieteikumā minēts, ka plānots īstenot 28 pasākumus, tomēr, saskaitot visus atsevišķos plānotos pasākumus, pareizais kopējais skaits ir 29 pasākumi.  
\*\* Vairāki ielu futbola pasākumi tika aizvietoti ar papildus ielu basketbola turnīriem un ielu kultūras pasākumiem, piemēram, *beatbox*, *dance hardcore* sacensībām.  
\*\*\* Projekta aprakstā minēts, ka plānots piesaistīt 150 000 dalībniekus un skatītājus, tomēr saskaitot atsevišķo pasākumu plānoto dalībnieku un skatītāju skaitu pareizais skaits ir 287 500.

| Pasākums                                                                                                                          | Plānotais iznākums      | Sasniegtais iznākums | Novērtējums                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------------|
| Sākotnēji plānotie iznākumi                                                                                                       |                         |                      |                               |
| 1. Kampaņa sociālajos medijos:                                                                                                    |                         |                      |                               |
| Sasniegti jaunieši un jaunas ģimenes                                                                                              | 250 000                 | 690 166              | Pārsniegts                    |
| Ieraksti sociālajos medijos                                                                                                       | 130                     | 145                  | Pārsniegts                    |
| 2. Ielu kultūras un sporta pasākumi:                                                                                              |                         |                      |                               |
| Ielu kultūras un sporta pasākumu skaits, ieskaitot:                                                                               | 29*                     | 29                   | Sasniegts                     |
| Ielu basketbola turnīri                                                                                                           | 10                      | 12                   | Apakšiznākums pārsniegts      |
| Ielu futbola turnīri                                                                                                              | 10                      | 5                    | Apakšiznākums nav sasniegts** |
| Ielu florbola turnīri                                                                                                             | 5                       | 5                    | Apakšiznākums sasniegts       |
| Ielu cīņas sporta pasākumi "Ghetto Fight"                                                                                         | 2                       | 2                    | Apakšiznākums sasniegts       |
| Ielu kultūras un sporta festivāls "GGFEST"                                                                                        | 1                       | 1                    | Apakšiznākums sasniegts       |
| Brīvrunas sacensības                                                                                                              | 1                       | 1                    | Apakšiznākums sasniegts       |
| Ghetto Beatbox sacensības                                                                                                         | NA**                    | 1                    | NA                            |
| Ghetto Dance Hardcore sacensības                                                                                                  | NA**                    | 1                    | NA                            |
| Ghetto Academy hike                                                                                                               | NA**                    | 1                    | NA                            |
| Jaunieši (dalībnieki, skatītāji un mediju patērētāji), kas sasniegti ar vēstījumiem sporta un ielu kultūras pasākumos, ieskaitot: | 150 000 vai 287 500 *** | 214 328              | Nav sasniegts                 |
| Ielu basketbola turnīri                                                                                                           | 150 000                 | 108 265              | Apakšiznākums nav sasniegts   |
| Ielu futbola turnīri                                                                                                              | 70 000                  | 37 345               | Apakšiznākums nav sasniegts   |
| Ielu florbola turnīri                                                                                                             | 50 000                  | 13 378               | Apakšiznākums nav sasniegts   |
| Ielu cīņas sporta pasākumi "Ghetto Fight"                                                                                         | 4 000                   | 6 567                | Apakšiznākums pārsniegts      |
| Ielu kultūras un sporta festivāls "GGFEST"                                                                                        | 10 000                  | 31 256               | Apakšiznākums pārsniegts      |
| Brīvrunas sacensības                                                                                                              | 3500                    | 3 646                | Apakšiznākums pārsniegts      |
| Ghetto Beatbox sacensības                                                                                                         | NA                      | 2 975                | NA                            |
| Ghetto Dance Hardcore sacensības                                                                                                  | NA                      | 10 881               | NA                            |
| Ghetto Academy hike                                                                                                               | NA                      | 15                   | NA                            |
| Auditorija, kas sasniegta ar sociālajiem medijiem ielu kultūras un sporta festivāla "GGFEST" laikā                                | 1 000 000               | 1 200 000            | Pārsniegts                    |
| Brīvrunas sacensību video skatītāju skaits                                                                                        | 100 000                 | 165 271              | Pārsniegts                    |
| Izstrādāto un izplatīto suvenīru/ dāvanu skaits                                                                                   | 1 100                   | 1 100                | Sasniegts                     |
| 3. Video jauniešiem par spēju identificēt fizisku un emocionālu vardarbību                                                        | 2                       | 2                    | Sasniegts                     |

| Pasākums                                                               | Plānotais<br>iznākums | Sasniegtais<br>iznākums | Novērtējums |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------|
| Papildus iznākumi                                                      |                       |                         |             |
| Ghetto Akadēmijas un Ghetto komandas<br>apmācību pasākums              | NA                    | 1                       | NA          |
| Ghetto Akadēmijas un Ghetto komandas<br>pasākumos sasniegtā auditorija | NA                    | 23                      | NA          |
| One Voice Flashmob pasākums                                            | NA                    | 1                       | NA          |
| Pasākums ar Improvizācijas teātra dalību                               | NA                    | 1                       | NA          |

2. tabula Otrā darbības virziena sasniegtie iznākumi (turpinājums)

## Īstenotie pasākumi

Lai veicinātu savstarpēju cieņu jauniešu vidū, Latvijā visatpazīstamākā jauniešu sporta organizācija «*Streetbasket*», kas vairāk pazīstama ar nosaukumu - Ghetto Games, rīkoja virkni pasākumu.

Ghetto Games ir Baltijas valstīs lielākā ielu kultūras un jauniešu kustība, kas strādā ar 13 – 44 gadus vecu auditoriju, tomēr tās galvenā auditorija ir 18 - 24 gadu vecumā. Viņu auditorija bieži vien ir jaunieši, kas nāk no sociāli mazaizsargātām ģimenēm, kas reti piedalās formālos skolas pasākumos, ne vienmēr ir izcilnieki skolā un izvairās no saskarsmes ar formālām iestādēm. Ghetto Games ir aktīvi jau 10 sezonas, kuru laikā ir kļuvuši par vienu no visietekmīgākajām jauniešu organizācijām Latvijā, kas katru gadu piesaista jaunus dalībniekus un atbalstītājus.

Vēsturiski Ghetto Games dalībnieki vairumā gadījumu (90%) ir bijuši zēni un vīrieši. Lai mazinātu šo disproporciju un veicinātu meiteņu un sieviešu plašāku dalību Ghetto Games sporta pasākumos, 2017. gada vasarā (2017. gada maijs – augusts), pateicoties projekta aktivitātēm, tika iedzīvināta *Ghetto lady* kustība. *Ghetto lady* kustība tika ieviesta arī citos Ghetto Games organizētajos ielu kultūras pasākumos, piem., brīvrunu cīņa «Štuka par bazāru», deju turnīri.

Kustības mērķis bija parādīt sievietes kā līdzvērtīgas partneres sportā un citos dzīves aspektos. Tās galvenais vēstījums bija cieņa (#*Respect*) starp vīriešiem un sievietēm. Ghetto Games līderi (gan sievietes, gan vīrieši, kuru vidū ir arī *Baltās lentītes* vēstnieks R.Zeltiņš) bija kustības pārstāvji, kuru uzdevums bija pārliecināt jauniešus, īpaši zēnus un jaunus vīriešus, ka cieņa un nevardarbīga attieksme ir vīrieša cienīga pazīme. Lai veicinātu #*Respect* (#*cieņa*) kustības atpazīstamību, tika sagatavoti un izdalīti nelieli suvenīri (T-krekli, piespraudes un kartiņas).

3. attēls. Raksturīgs  
Ghetto Games sociālo  
mediju ieraksts

Lai pievērstu uzmanību līdztiesības un vardarbības jautājumiem, papildus sporta pasākumiem, laikā no 2017. gada jūlija – 2018. gada janvārim Ghetto Games īstenoja intensīvu sociālo mediju kampaņu. Kampaņas laikā tika izmantotas vairākas mirklbirkas, katra pievēršot uzmanību kādam kampaņas aspektam - #GhettoLady, #Respect, #Neklusē. Projekta vēstījumu plašākai izplatīšanai tika izveidota efektīva sadarbība ar sabiedrībā atpazīstamām personām, piemēram, dziedātāju Aminatu, pasākumu vadītāju Renāru Zeltiņu, TV personību Lindu Lietavieti, reperu Edgaru Gertneru (t.i. Sniegs).

Ghetto Games sociālo tīklu profili tika izmantoti, lai nodrošinātu saziņu ar jauniešiem, skaidrojot cieņas un līdztiesības nozīmību sievietēm un vīriešiem attiecībās, kā arī, lai veicinātu fiziskas un emocionālas vardarbības atpazīstamību attiecībās un ģimenē. Piemēram, tika radīti divi video klipī, kas sasniedza iespaidīgu 160 000 auditoriju sociālajos tīklos. Pirmais klips ir veltīts vienlīdzības un cieņas jautājumiem (<https://www.facebook.com/ghettogames/videos/1470781926324383/>), savukārt otrs klips stāsta par fizisku vardarbību (<https://www.facebook.com/ghettogames/videos/1537032539699321/>).

### *Papildus aktivitātes*

Lai radītu noderīgu saturu komunikācijai sociālajos medijos, papildus tika organizēti vairāki pasākumi, piemēram, Ghetto Academy and Ghetto Team apmācību pasākums, improvizācijas teātra uzvedums, One Voice flash-mob pret vardarbību Ghetto Games pasākumā. [https://www.facebook.com/pg/MrsUniverse2017/posts/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/MrsUniverse2017/posts/?ref=page_internal)

### *Sasniegto iznākumu izvērtējums*

Ielu kultūras un sporta pasākumos kā dalībnieki vai skatītāji piedalījās 214 328 cilvēki, kas ir mazāk nekā projekta pieteikumā plānotie – 287 500. Plānojot projektu, kā atskaitei rādītāji tika izmantoti iepriekšējo gadu dalībnieku un skatītāju skaits Ghetto Games pasākumos, tomēr 2017. gadā dažādu neparedzētu apstākļu dēļ (piem., laikapstākļi) dalībnieku un skatītāju skaits bija mazāks, kā rezultātā šis projekta iznākums netika sasniegts.

Tomēr, ņemot vērā to, ka ar sociālo mediju starpniecību tika sasniegta ievērojami lielāka auditorija nekā sākotnēji plānots, mazāks pasākumu dalībnieku un skatītāju skaits ir uzskatāms par nenozīmīgu novirzi. Turklāt jāatzīmē, ka tieši sociālajos medijos daudz plašāk un precīzāk tika pievērsta uzmanība dzimumu vienlīdzības, cieņas un vardarbības jautājumiem.

Projekta īstenoto aktivitāšu rezultātā sievietes īpatsvars Ghetto Games pasākumos ir pieaudzis no 10% līdz 20%. Arī 2018. gadā tas turpina palielināties.

Projekta izvēlēta sociālo mediju stratēģija ir bijusi veiksmīga: 145 ieraksti Ghetto Games un tā atbalstītāju profilos Facebook, Instagram un Twitter tīklos ir sasnieguši 690 166 kopējo auditoriju, kas ir ievērojami vairāk nekā plānotie 250 000. Turklāt 1,2 miljonu auditorija tika sasniegta sociālajos tīklos ielu kultūras un sporta festivāla «GGFEST» laikā, plānotā 1 miliona vietā.

Ghetto Games sociālo mediju profilu galvenā auditorija ir 13 – 40 gadus vecumā, tātad, šādi tika sasniegta projektā plānotā auditorija. Jauniešu un īpaši jaunu vīriešu uzskatu maiņa tiek analizēta plašāk šī ziņojuma 4.3. sadaļā.

Facebook tīklā ievietotie video klipī guvuši atšķirīgu uzmanību. Video par savstarpējo cieņu ir skatīts 44 tūkstošus reizes, ar to dalījušies 97 reizes, veikti 6 komentāri kopā sasniedzot 90 754 cilvēkus. Otrs video, kas skar vardarbības jautājumus, guvis mazāku uzmanību – tas skatīts 29 tūkstošus reizes, ar to dalījušies 99 reizes, veikti 3 komentāri sasniedzot 68 411 cilvēkus. Zināmā mērā tas atspoguļo auditorijas intereses.

4. attēls. Ghetto Games sociālo mediju ieraksts ar dziedātājas Aminatas dalību.



Novērtējot paveikto, Ghetto Games pārstāvis atzina, ka ir nepieciešams laiks, lai mainītu Ghetto Games kopienas uzskatus un sāktu runāt par tik jūtīgiem tematiem. Tika atzīmēts, ka sākotnējie projekta uzstādītie mērķi bija ļoti ambiciozi tik salīdzinoši īsam projektam: *«Ja godīgi, reāli mēs tikai šogad varētu sākt Ghetto lēdiju projektu, jo tas, kas notika pagājušajā gadā - tas gāja ļoti grūti, [...] Gada sezonas laikā mūsu meitenes parādīja ar saviem sporta rezultātiem, attieksmi, un šogad mēs, meitenes, esam iemantojušas to respektu rajonā, lai mūs uztvertu kā neatņemamu sastāvdaļu no visa Ghetto».*

Tāpēc projekts izvēlējās ļoti jutīgu un pakāpenisku komunikāciju par savstarpējās cieņas un vardarbības jautājumiem: *«Mēs esam jauniešu skola, un sports ir instruments. [...] Tu ar viņu runā par disciplīnu, par veselīgu uzturu, dzīves veidu, par kārtību. Tad tu ar viņu runā par brīvprātīgo darbu kā tādu. Tā brīvprātīgā darba ietvaros tu viņam dod konkrētas zināšanas, prasmes».*

Ņemot vērā tēmas komplicēto būtību, projekta partnera sasniegumi atzīstami par nozīmīgiem un to ietekme turpinās. Piemēram, 2018. gadā brīvrunu cīņai izdevās piesaistīt talantīgu reperu – meiteni, kas turnīra laikā repoja par cieņu un dzimumu līdztiesību. Tas parāda, ka projekta vēstījumi ir iekļauti organizācijas ikdienā, bet tam bija nepieciešams ilgāks laiks nekā paredzēts projekta laika grafikā. Partneru pārstāvji atzīst, ka arī organizācijas iekšienē ir manāma attieksmes maiņa. Pārmaiņas parādās gan organizācijas līderu attieksmē, gan plašākā sieviešu dalībā Ghetto Games pasākumos uz vienlīdzīgiem nosacījumiem. Ar projekta atbalstu sasniegtās izmaiņas organizācijā un mērķa auditoriju attieksmē ir vērtējamā kā nozīmīgas.

### Secinājumi un rekomendācijas

Otrā darbības virziena iznākumi kopumā ir sasniegti, turklāt 4 no iznākumiem ir pārsniegti (piem., ar sociālajiem medijiem sasniegtā auditorija, GGFEEST sasniegtā auditorija). Viens no iznākumiem (dalībnieku un skatītāju skaits pasākumos) nav sasniegts un netiks sasniegts līdz projekta beigām. Bet šo trūkumu pilnībā kompensē ar sociālo mediju starpniecību sasniegtā auditorija, kas ir plašāka par sākotnēji plānoto. Šos sasniegumus izdevās lielā mērā panākt pateicoties veiksmīgai sadarbībai ar sabiedrībā atpazīstamām personām (dziedātāji, reperi, TV personības). Tāpēc otrā darbības virziena sasniegumi **vērtējami kā augsti.**

Ghetto Games iesaiste projektā ir devusi iespēju sasniegt tādu jauniešu grupu, ko gandrīz nav iespējams sasniegt ar formāliem komunikācijas kanāliem. Pateicoties tam, šī mērķa grupa tika veiksmīgi sasniegta. Tomēr šāda veida projekta sasniegumu uzraudzība un novērtēšana ir izaicinājums, tāpēc ir grūti konstatēt tiešu ielu kultūras un sporta pasākumu ietekmi uz mērķa grupas viedokli. Vienlaikus, aktīvā sadarbība ar vadošo partneri projekta laikā ir palīdzējusi palielināt Ghetto Games kā organizācijas izpratni par vardarbību pret sievietēm un stiprinājusi tās projekta vadības spējas.

| Plānoto iznākumu sasniegšanas līmenis                                                                                                                                                              | Novērtējums  |      |        |        |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|--------|--------|-------------|
|                                                                                                                                                                                                    | Nav novērots | Zems | Vidējs | Augsts | Ļoti augsts |
| Vairums iznākumu ir sasniegti un daži ir pārsniegti. Ir sasniegti arī papildus iznākumi. Sasniegtie iznākumi ir saistīti ar projekta mērķi un apakšmērķiem un devuši pienesumu nozares attīstībai. |              |      |        |        |             |

Novērtējuma laikā tika gūtas atziņas un identificētas rekomendācijas saistībā ar nākotnes projektiem un pasākumu turpināšanu.

| Rekomendācija                                                                                                                                                            | Adresāts     | Līmenis     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| Lai nodrošinātu sasniegto rezultātu ilgtspēju, projekta partneris tiek aicināts turpināt #GhettoLady kustību sociālajos medijos un pasākumos.                            | Ghetto Games | Stratēģisks |
| Ieteicams būtu turpināt pasākumus un diskusijas, kas detalizētāk apskata vardarbības cēloņus, atšķirīgus vardarbības veidus un izvērtē vardarbības prevencijas iespējas. | Ghetto Games | Tehnisks    |

### 3.3. Trešais DV: Atbalsta pieejamības veicināšana vardarbībā cietušajiem

#### Sasniegto iznākumu pārskats

Trešajā darbības virzienā bija plānots sasniegt 12 iznākumus. Līdz izvērtējuma noslēguma termiņam 7 no plānotajiem iznākumiem ir sasniegti, no tiem 3 ir pārsniegti. Ir sasniegti arī papildus 3 iznākumi. 4 iznākumi nav vēl sasniegti, bet tiks sasniegti līdz projekta beigām. Nepietiekošu statistikas datu dēļ, nav iespējams pārliecināties par viena iznākuma sasniegšanu. Skat. 3. tabulu.

3. tabula. Trešā darbības virziena sasniegtie iznākumi

| Pasākums                                                                                                                                                   | Plānotais iznākums       | Sasniegtais iznākums       | Novērtējums                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Sākotnēji plānotie iznākumi                                                                                                                                |                          |                            |                                                                                      |
| Cietušo atbalsta tālruņa konsultantu apmācības                                                                                                             | 2                        | 2                          | Sasniegts                                                                            |
| Dalībnieku skaits cietušo atbalsta tālruņa konsultantu apmācības                                                                                           | 20                       | 21                         | Pārsniegts                                                                           |
| Scenārijs optimālam dizainam valsts finansētiem sociālās rehabilitācijas pakalpojumiem vardarbībā cietušām pilngadīgām personām                            | 1                        | 0                          | Nav sasniegts līdz izvērtējuma beigu termiņam*                                       |
| Animācija par pieejamajiem atbalsta resursiem vardarbībā cietušajām sievietēm                                                                              | 1                        | 1 animācijas filma 6 daļās | Sasniegts                                                                            |
| Animāciju rādīšanas ilgums kino teātros                                                                                                                    | 1 nedēļa vai 1 mēnesis** | 2 nedēļas                  | Pārsniegts                                                                           |
| Informatīvais materiāls drukātā un digitālā formātā par pieejamajiem atbalsta resursiem vardarbībā cietušajām sievietēm                                    | 1                        | 0                          | Nav sasniegts līdz izvērtējuma beigu termiņam***                                     |
| Informatīvā materiāla iespiesto eksemplāru skaits                                                                                                          | 3 000                    | 0                          | Nav sasniegts līdz izvērtējuma beigu termiņam***                                     |
| Tematiskās cietušo atbalsta tālruņa akcijas "Pajautā juristam!"                                                                                            | 5                        | 5                          | Sasniegts                                                                            |
| Tematiska rakstura publikācijas masu medijiem par vardarbības pret sievietēm tematiku                                                                      | 5                        | 4                          | Nav sasniegts līdz izvērtējuma beigu termiņam***                                     |
| Cietušo atbalsta tīmekļa vietnes <a href="http://www.cietusajiem.lv">www.cietusajiem.lv</a> atjaunošana                                                    | 1                        | 1                          | Sasniegts                                                                            |
| Sieviešu – vardarbības upuru zvanu skaits uz Cietušo atbalsta tālruni (Zvanu skaita procentuāls pieaugums)                                                 | 250 (20%)                | 670                        | Pārsniegts. Procentuālo pieaugumu nav iespējams pārbaudīt nepietiekamu datu dēļ **** |
| Sieviešu – vardarbības upuru skaits, kas saņem valsts finansētus sociālās rehabilitācijas pakalpojumus (Pakalpojumu saņēmēju skaita procentuāls pieaugums) | 350 (15%)                |                            | Iznākuma sasniegšanu nav iespējams pārbaudīt nepietiekamu datu dēļ *****             |

\* Scenārijs tiks izstrādāts līdz projekta beigām 2018. gada augustā.

\*\* Projekta aprakstā minēts, ka tiks nodrošināta animācijas filmu demonstrēšana kino teātros 1 mēnesi, bet darbības virziena aprakstā minēta 1 nedēļa.

\*\*\* Informatīvais materiāls tiks izstrādāts līdz projekta beigām 2018. gada augustā. Plānots, ka informatīvais materiāls tiks iespiests 5000 eksemplāros, tātad plānotais iznākums tiks pārsniegts.

\*\*\*\* Piekta tematiskā raksta publicēšana ir plānota 2018. gada augustā.

\*\*\*\*\* Periodā pirms projekta ieviešanas, atsevišķi netika uzskaitīti sieviešu – vardarbības upuru zvanu skaits, tāpēc nav iespējams aprēķināt vai plānotais 20% pieaugums ir sasniegts. Informācija par sociālās rehabilitācijas pakalpojumu saņēmēju skaitu dzimumu griezumā 2018. gadā būs pieejama tikai 2019. gadā, tāpēc nav iespējams precīzi aprēķināt vai plānotais sieviešu rehabilitācijas pakalpojumu saņēmēju skaits ir sasniegts un vai ir sasniegts plānotais 15% pieaugums.

| Pasākums                                                                  | Plānotais<br>iznākums | Sasniegtais<br>iznākums | Novērtējums |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------|
| Papildus iznākumi                                                         |                       |                         |             |
| Auditorija, kas tika sasniegta demonstrējot animācijas filmas kinoteātros | NA                    | 35 730                  | NA          |
| Izstrādāts tiešsaistes čata rīks                                          | NA                    | 1                       | NA          |
| Sniegtas tiešsaistes konsultācijas                                        | NA                    | 412                     | NA          |

3. tabula. Trešā darbības virziena sasniegtie iznākumi (turpinājums)

## Īstenotie pasākumi

Šī darbības virziena galvenais uzdevums bija nodrošināt pakalpojumus sievietēm, kas cietušas no vardarbības, kā arī sniegt informāciju un konsultācijas. Papildus cietušo atbalsta tālruņa sniegtajiem pakalpojumiem, tika regulāri papildināta cietušo atbalsta tīmekļa vietne *cietusajiem.lv*, tika organizētas konsultāciju dienas «Pajautā juristam» kā arī īstenotas citas informatīvas aktivitātes par dažādiem vardarbības veidiem. Vairumu trešā darbības virziena aktivitātes ieviesa biedrība «Krīzes un konsultāciju centrs «Skalbes»», bet vienu aktivitāti - Scenāriju optimālam dizainam valsts finansētiem sociālās rehabilitācijas pakalpojumiem vardarbībā cietušām pilngadīgām personām – īsteno ministrija.

2017. gada 23. - 24. augustā notika visaptverošas cietušo atbalsta tālruņa konsultantu apmācības. Papildus apmācības tika noorganizētas 2018. gada 28. - 29. martā. Apmācību laikā tika skats plašs tematu loks, tajā skaitā pievērsta uzmanība valsts un pašvaldību sniegtajiem pakalpojumiem vardarbības upuriem, kas līdz šim ne vienmēr tika pietiekoši izmantoti.

Populāros interneta portālos tika publicēta rakstu sērija par dažādiem vardarbības ģimenē aspektiem. Raksti tika publicēti 2017. gada jūlijā un novembrī, kā arī 2018. gada aprīlī, maijā, augustā (plānots). Rakstos tika apskatītas tādas tēmas kā kibervardarbība, atkarība, bērni kā vardarbības liecinieki, draugu atbalsts un citas tēmas.

2018. gada martā vairākos Latvijas kinoteātros pirms filmām tika demonstrēta projekta izstrādātā animācijas filma sešās daļās. Animācijas filmas skaidroja dažādus vardarbības veidus – fizisku, seksuālu, finansiālu, psiholoģisku un kibervardarbību<sup>11</sup>.

2017. gada septembrī un novembrī kā arī 2018. gada februārī, aprīlī un jūnijā sadarbībā ar Latvijas Zvērinātu advokātu kolēģiju notika «Pajautā juristam» dienas, kuru laikā juristi sniedza juridiskas konsultācijas vardarbības upuriem pa cietušo atbalsta tālruni.

Tīmekļa vietne *cietusajiem.lv* tika atjaunota un regulāri papildināta ar jaunāko informāciju par pieejamajiem pakalpojumiem un pasākumiem saistībā ar vardarbību pret sievietēm.

Informatīvs materiāls par vardarbību, vardarbības novēršanu, sociālās rehabilitācijas pakalpojumiem tiek izstrādāts projekta noslēguma posmā. Tas aizvieto novecojušos materiālus, kas tika izdoti pirms diviem gadu desmitiem. Materiāls tiks iespiests 5000 eksemplāros 2018. gada augustā. Projekta noslēgumā 2018. gada augustā arī tiek pabeigts darbs pie Scenārija optimālam dizainam valsts finansētiem sociālās rehabilitācijas pakalpojumiem vardarbībā cietušām pilngadīgām personām.

<sup>11</sup> Pieejams: <https://www.youtube.com/watch?v=UbaU7w4fcDg>  
<https://www.youtube.com/watch?v=PFzXpSIDT30>  
<https://www.youtube.com/watch?v=CjpjZAXv75k>

## Papildus aktivitātes

Projekta pieteikumā netika norādīts, kādu skatītāju skaitu plānots sasniegt demonstrējot animācijas filmas kinoteātros. Divu nedēļu laikā projekta partnera izstrādātās animācijas filmas redzēja vairāk nekā 35 tūkstoši kino apmeklētāju.

Tīmekļa vietnē *cietusajiem.lv* tika izstrādāta jauna iespēja – tiešsaistes čats, kas dod iespēju arī tiem, kas vēlas saglabāt pilnīgu anonimitāti, nevar vai nevēlas runāt, saņemt konsultācijas. Kopš tiešsaistes čata darbības uzsākšanas 2017. gada novembrī (astoņu mēnešu laikā) ir sniegtas 412 tiešsaistes konsultācijas.

DELFI &gt; VĪNA &gt; ATPŪTA

## Kibervardarbība – bīstama 21. gadsimta vardarbības forma. Psihologe skaidro, kā sevi pasargāt

DELFI Vīna | 15. novembris 2017 11:07

pievienot komentāru



Neskatoties uz to, ka no jebkura vardarbības veida var ciest abu dzimumu pārstāvji, statistikas dati liecina par nomācošu tendenci, ka cietušās pārsvarā ir sievietes. Pēdējos gados daudz tiek runāts par vardarbību partnerattiecībās, biežāk minot tās redzamākās izpausmes – zilumus zem acīm vai pašvērtību zaudējušu cilvēku, kas gadiem ticis noniecināts un kontrolēts. Taču daļa vardarbības formu joprojām netiek pienācīgi atpazītas, tāpēc turpinājumā Krīžu un konsultāciju centra "Skalbes" klīniskā psihologe Santa Ozoliņa paskaidros vairāk par mūsdienās ļoti aktuālu vardarbības veidu – kibervardarbību.

Ja arī tu esi saskārusies ar to, ka draugs vai vīrs neinformējot ir izsekojis, izmantojot navigāciju, vai noklausījies sarunas, izmantojot speciālas programmas tālrunī, vai pārbauda personīgo saraksti, bankas kontus utml., iespējams, esi kļuvusi par kibervardarbības upuri. Tāpēc svarīgi atpazīt šo mūsdienu virtuālās pasaules ēnas pusi, un zināt, kā sevi pasargāt un kur vērsties pēc palīdzības.

Kas ir kibervardarbība?

Interneta un citu elektronisko digitālo komunikāciju tehnoloģiju straujā attīstība 21.

## Sasniegto iznākumu izvērtējums

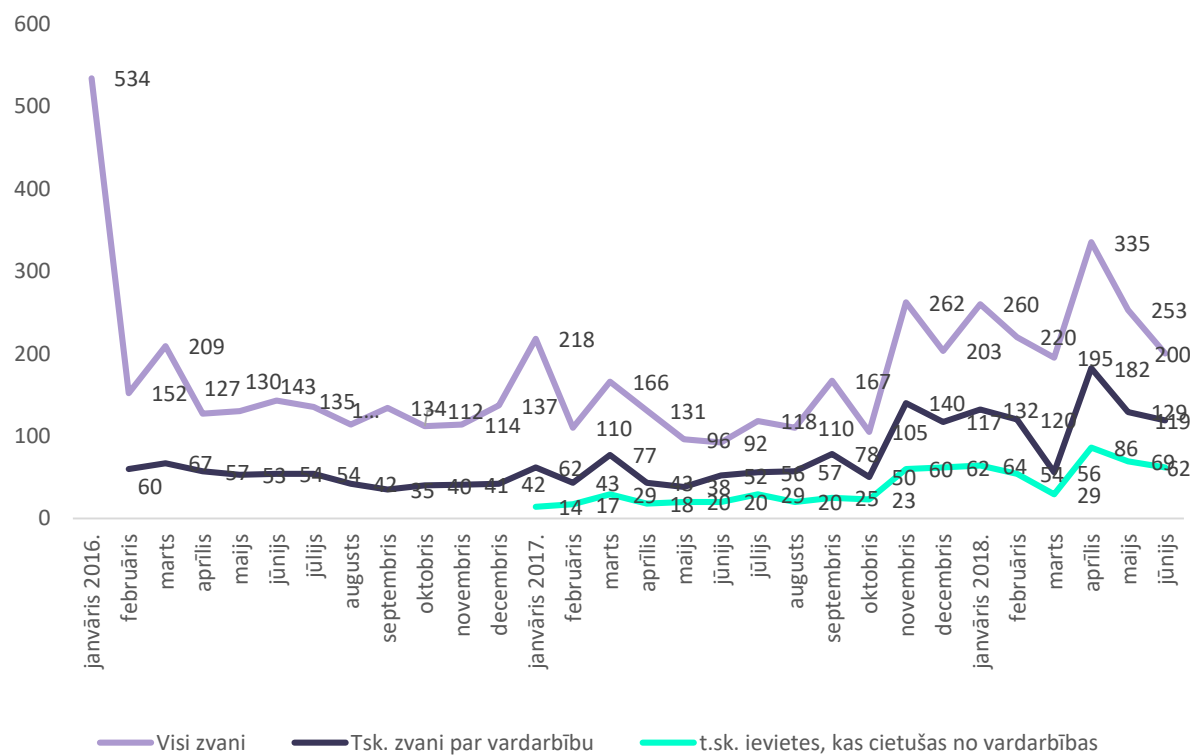
Cietušo atbalsta tālrunis (116006) uzsāka darbību 2016. gada janvārī. 14 mēnešu laikā līdz projekta uzsākšanai tālrunis saņēma 2369 zvanus (169 zvani vidēji mēnesī). Savukārt, projekta 16 mēnešu laikā tika saņemti 2913 zvani (182 zvani vidēji mēnesī).

Jāatzīmē, ka ļoti liels zvanu skaits (534) tika saņemti 2016. gada janvārī - tālruņa pirmajā darbības mēnesī, kas tika panākts ar ļoti vērienīgu reklāmas kampaņu 2015. gada noslēgumā. Pārējā periodā vidējais zvanu skaits mēnesī bija 141 zvani, t.i., daudz zemāks nekā projekta īstenošanas laikā. Tātad, var secināt, ka projekts ir palīdzējis palielināt zvanu skaitu uz cietušo atbalsta tālruni.

Projekta laikā tika saņemti 670 zvani no sievietēm – vardarbības upuriem (vidēji 42 zvani mēnesī). Šis skaits ievērojami pārsniedz projektā plānoto sasniedzamo sieviešu – vardarbības upuru zvanu skaitu (250).

Diemžēl, pirms projekta netika veikta atsevišķa sieviešu – vardarbības upuru - zvanu uzskaitē, tāpēc nav iespējams aprēķināt vai ir izdevies sasniegt plānoto procentuālo zvanu skaita pieaugumu 20% apmērā.

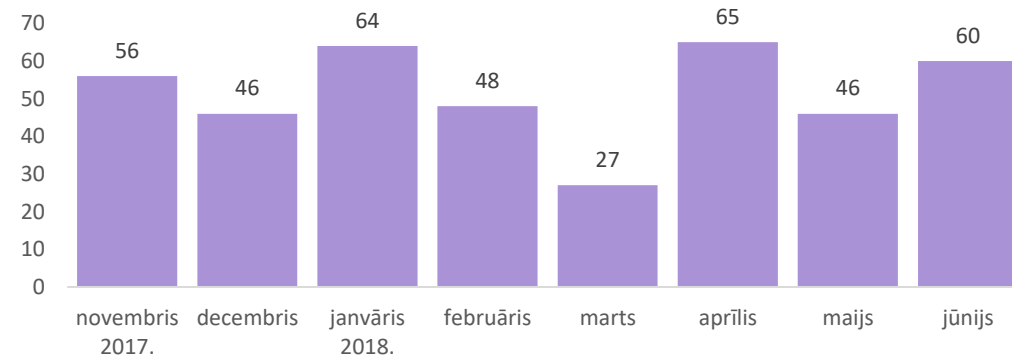
Interviju laikā cietušo atbalsta tālruņa konsultanti norādīja, ka novērojuši to, ka projekta laikā cilvēki, kas zvina uz tālruni, ir kļuvuši informētāki un tagad uzdod daudz konkrētākus jautājumus par pieejamajiem pakalpojumiem.



6. attēls. Zvanu skaits uz cietušo atbalsta tālruni. Avots: «Skalbes», 2018

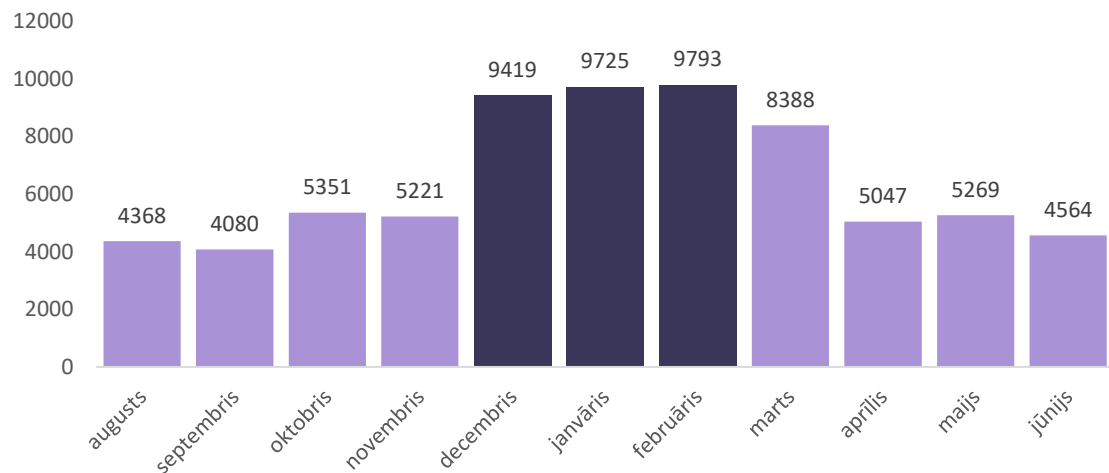
Analizējot zvanu skaita dinamiku projekta laikā, redzams zvanu skaita pieaugums sākot ar 2017. gada novembri, kam seko straujss kāpums 2018. gada aprīlī. Zvanītāju aktivitāti novembrī iespējams skaidrot ar vairākām aktivitātēm, kas norisinājās šajā laikā, piem., otrā «Pajautā juristam» diena, publicētais tematiskais raksts, Ghetto Games sociālo mediju aktivitātes. Tālākais pieaugums, domājams, ir saistīts ar mediju kampaņu 2017. gada decembrī un 2018. gada janvārī. Tomēr nav acīmredzama skaidrojuma straujam kāpumam 2018. gada aprīlī, ja neskaita kārtējo «Pajautā juristam» dienu un tematisko rakstu. Iespējams, ka iespaidu uz zvanu skaitu 2018. gada aprīlī, radījušas marta vidū kinoteātros demonstrētās animācijas filmas.

Jaunais konsultāciju rīks – tiešsaistes čats – tīmekļa vietnē *cietusajiem.lv* darbību uzsāka 2017. gada novembrī. Projekta laikā sniegta 412 konsultācijas. Cietušo atbalsta tālruņa un čata konsultanti ir novērojuši, ka šo rīku bieži vien izmanto varmākas, kas cenšas izskaidrot savu pozīciju. Čata konsultāciju intensitāte ir līdzīga zvanu intensitātei, t.i. ir vērojams pieaugums mediju kampaņas laikā 2018. gada janvārī un 2018. gada aprīlī.



7. attēls. Sniegto tiešsaistes konsultāciju skaits. Avots: «Skalbes», 2018

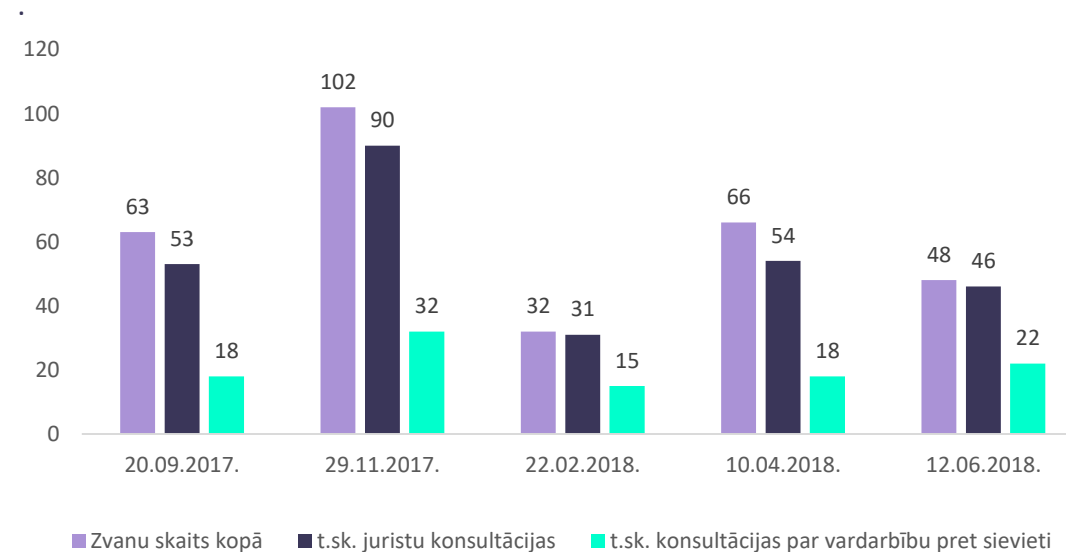
Straujais tīmekļa vietnes cietusajiem.lv pieaugums 2017. gada decembrī un 2018. gada janvārī un februārī parāda ciešu saistību ar mediju kampaņas veiktajiem pasākumiem. Tas ļauj secināt, ka daudzi cilvēki, kurus sasniedza kampaņas vēstījumi, ir apmeklējuši tīmekļa vietni. Tātad, mērķa auditorijas – cietušie, kaimiņi, radnieki u.c. pirms zvanīšanas uz konsultāciju tālruni, sākotnēji izvēlējušies meklēt informāciju tiešsaistē. Tas parāda, cik nozīmīga ir vispusīgas informācijas pieejamība šajā tīmekļa vietnē.



8. attēls Unikālo apmeklētāju skaits tīmekļa vietnē cietusajiem.lv mēnesī. Avots: «Skalbes», 2018

Saskaņā ar projekta partneru teikto, viens no veiksmīgākajiem projekta īstenotajiem pasākumiem bija «Pajautā juristam» dienas, kuru laikā profesionāli juristi sniedza bezmaksas konsultācijas visiem zvanītājiem uz cietušo atbalsta tālruni.

Kopumā piecu «Pajautā juristam» dienu laikā tika saņemti 311 zvani, no tiem 247 zvanītāji saņēma juridiskas konsultācijas un 105 no šīm konsultācijām bija par vardarbību pret sievietēm. 67% zvanītāju šajās dienās bija sievietes. Vidēji 70% konsultācijas tika sniegtas latviešu valodā, 30% krievu valodā. Šī pasākuma sasniegumi pamudinājuši projekta partneri «Skalbes» domāt par līdzīgu pasākumu turpināšanu nākotnē, apsverot arī iespēju iekļaut juristus savā pastāvīgajā komandā.



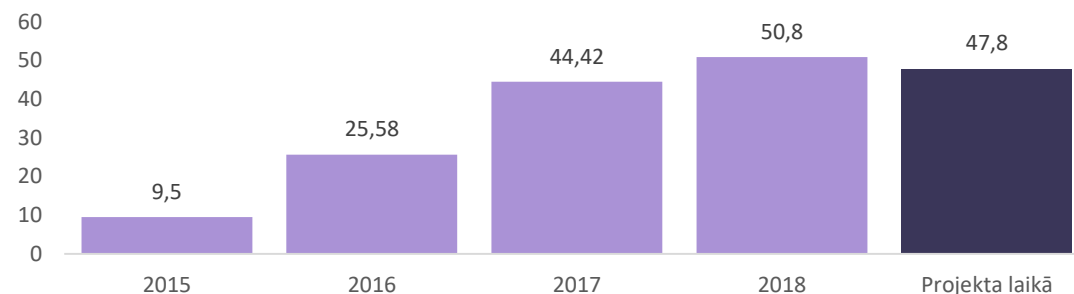
9. attēls Zvanu skaits «Pajautā juristam» dienu laikā. Avots: «Skalbes», 2018

Sākotnēji tika plānots izstrādāt vienu apjomīgāku animācijas filmu par vardarbību, tomēr projekta ieviešanas laikā tika nolemts mainīt formātu un izstrādāt sešas īsākas filmiņas. Jaunais formāts bija daudz piemērotāks izrādīšanai kinoteātros pirms filmām. Katra filmiņa tika veltīta atšķirīgam vardarbības veidam: *«Specifiski vardarbības veidi palielina iespējamību, ka trāpīs vajadzīgajai auditorijai - jo, ja es netieku sista, tas nenozīmē, ka neciešu no vardarbības. Īsāk un intensīvāk ir iedarbīgāk nekā viens liels blāķis.»* Animācijas filmas ir arī pieejamas Labklājības ministrijas YouTube kanālā un tīmekļa vietnē *cietusajiem.lv*. Tomēr tās guvušas visai vidēju skatītāju interesi. YouTube kanālā to skatījumi sasnieguši tikai 2 - 891 skatītājus. Visskatītākā epizode ir tā, kurā stāstīts par fizisko vardarbību. Lai gan filmiņas YouTube kanālā tika izvietotas jau vairākus mēnešus pirms izvērtējuma norises laika (2018. gada martā – maijā), tās joprojām tiek skatītas un piesaista uzmanību. Papildus auditoriju nodrošina tas, ka animācijas filmām ir pievienoti subtitri latviešu un krievu valodā. Interviju laikā tika pausts viedoklis, ka, iespējams, šo filmu demonstrēšana kinoteātros nebija veiksmīgākā izvēle, jo vardarbības upuri varētu nebūt bieži kino apmeklētāji, ņemot vērā to, ka viena no vardarbības iezīmēm ir arī upura izolācija no citiem cilvēkiem, tajā skaitā publisku pasākumu apmeklēšanas ierobežošana.

Izvērtēšanas laikā, informatīvais materiāls vardarbības upuriem vēl tiek izstrādāts, tāpēc nav iespējams izvērtēt tā kvalitāti un rezultātus. Kavējumi izstrādes procesā ir saistāmi ar informācijas sarežģītību un atšķirīgajām mērķa grupām, ko plānots sasniegt ar informatīvo materiālu – sievietes, kas cietušas no vardarbības un nozares speciālisti (juristi, sociālie darbinieki). Projekta partneri norāda, ka šis informatīvais materiāls būs ļoti nozīmīgs atbalsts viņu darbā, jo aizvieto novecojušos informatīvos materiālus. Tiek uzsvērts arī, ka ir vērts veltīt ilgāku laiku izstrādes procesam, lai pasniegtu šo informāciju viegli uztveramā valodā.

Projekta laikā «Skalbes» eksperti sagatavoja piecus tematiskos rakstus par dažādiem vardarbības aspektiem. Šie raksti tika publicēti vairākās interneta vietnēs, tajā skaitā Latvijā populārākajā portālā «Delfi». Šie raksti izpelnījušies vērā ņemamu portāla lietotāju uzmanību. Šobrīd portāls «Delfi» ir nolēmis turpināt rakstu sēriju par vardarbību atsevišķā portāla sadaļā, kurā tiek ievietoti raksti un video, turpinot sadarbību ar «Skalbes» ekspertiem arī pēc projekta noslēguma. Kā atzīmē projekta partnera pārstāvis: *«Mediju atsaucība ir redzama. Mediji ir gatavi par to rakstīt [....]. Es domāju, ka tas liecina par to, ka cilvēkiem ir interese par šo.»*

Viens no projekta plānotajiem rezultātiem bija palielināt sieviešu vardarbības upuru skaitu, kas saņem sociālās rehabilitācijas pakalpojumus. Projekta īstenošanas 15 mēnešu laikā (2017. gada marts – 2018. gada maijs) sociālās rehabilitācijas pakalpojumus ir saņēmuši 717 vardarbības upuri (ieskaitot sievietes un vīriešus). Salīdzinot ar līdzvērtīgu periodu pirms projekta ieviešanas, kad pakalpojumus saņēma 393 personas, tas ir 82% pieaugums.



10. attēls. Sociālās rehabilitācijas pakalpojumu saņēmēju skaits vidēji mēnesī. Avots: Labklājības ministrija, 2018.

Diemžēl, nav pieejami dati tieši par sievietu - vardarbības upuru īpatsvaru pakalpojumu saņēmēju vidū projekta laikā, jo dati par 2018. gadu dzimumu griezumā būs pieejami tikai 2019. gadā. Līdzšinējā statistika rāda, ka vidēji 97% no pakalpojumu saņēmējiem ir sievietes, tātad var pieņemt, ka projekta laikā pakalpojumus saņēmušas vismaz 695 sievietes, kas ievērojami pārsniedz plānoto skaitu – 350.

### Secinājumi un rekomendācijas

Trešā darbības virziena iznākumi kopumā ir sasniegti vai tiks sasniegti līdz projekta beigām 2018. gada augustā. No 12 plānotajiem iznākumiem, 7 jau ir sasniegti uz izvērtējuma noslēguma termiņu (no tiem 4 pārsniegti) un papildus sasniegti 3 iznākumi. Trīs iznākumi tiks sasniegti līdz projekta beigām. Viena iznākuma sasniegšanu nevar pārbaudīt, jo vēl nav pieejami statistiskie dati par 2018. gadu.

Trešā darbības virziena iznākumi vērtējami kā **ļoti augsti**, ņemot vērā to, ka darbības virziena īstenošanai 18 mēnešu periodā, tajā skaitā projekta vadībai, bija pieejami tikai aptuveni 25 000 EUR.

Papildus projekta tiešajai ietekmei, projekts arī sniedza nozīmīgu ieguldījumu projekta partner organizācijas projektu vadības prasmju stiprināšanā.

#### Plānoto iznākumu sasniegšanas līmenis

Iznākumi ir sasniegti vai tiks sasniegti līdz projekta beigām. Vairāki iznākumi ir pārsniegti un sasniegti vairāki papildus iznākumi. Sasniegtie iznākumi ir tieši saistīti ar projekta mērķi un apakšmērķiem un devuši pienesumu nozares attīstībai.

#### Novērtējums

| Nav novērots | Zems | Vidējs | Augsts | Ļoti augsts |
|--------------|------|--------|--------|-------------|
|--------------|------|--------|--------|-------------|

Novērtējuma laikā tika gūtas atziņas un identificētas rekomendācijas saistībā ar nākotnes projektiem un pasākumu turpināšanu.

| Rekomendācijas                                                                                                                                                                                                                                                | Adresāts                             | Līmenis     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------|
| Atbalsta tālruņa un tiešsaistes čata konsultanti ievērojuši, ka tiešsaistes čatu bieži izmanto varmākas, tāpēc šo rīku iespējams izmantot nākotnes pasākumos, kas uzrunā tieši varmākas.                                                                      | «Skalbes»                            | Stratēģisks |
| Tīmekļa vietnes cietusajiem.lv apmeklētāju skaita pieaugums mediju kampaņas laikā parāda, ka cilvēki pirms rīkoties veic tēmas izpēti internetā. Tāpēc svarīgi, lai informācija šajā tīmekļa vietnē būtu viegli pieejama, visaptveroša, saprotama un aktuāla. | Labklājības ministrija/<br>«Skalbes» | Tehnisks    |

### 3.4. Darbības virziens: Projekta vadība

#### Sasniegto iznākumu pārskats

Šajā darbības virzienā bija plānots sasniegt 5 iznākumus. Uz izvērtējuma beigām, ir sasniegti vai pārsniegti trīs no iznākumiem. Divi no iznākumiem nav sasniegti, bet sagaidāms, ka tie tiks sasniegti plānotajā laikā.

| Pasākums                                                                                                                   | Plānotais iznākums                       | Sasniegtais iznākums                 | Novērtējums                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Sākotnēji plānotie iznākumi                                                                                                |                                          |                                      |                                                  |
| Projekta vadības grupas tikšanās                                                                                           | 4 tikšanās                               | 4 tikšanās                           | Sasniegts                                        |
| Dalībnieku skaits projekta vadības grupas tikšanās                                                                         | 6 cilvēki katrā tikšanās reizē (kopā 24) | 13-20 katrā tikšanās reizē (kopā 64) | Pārsniegts                                       |
| Izvērtējuma ziņojums                                                                                                       | 1 ziņojums                               | 1 ziņojums                           | Sasniegts*                                       |
| Atskaite un novērtēšana                                                                                                    | 1 ziņojums                               | 0                                    | Nav sasniegts līdz izvērtējuma beigu termiņam**  |
| Kampaņas rezultāti ievietoti EIGE tīmekļa vietnē, kā piemērs tam, kā piesaistīt uzmanību ar dzimumu saistītai vardarbībai. | 1                                        | 0                                    | Nav sasniegts līdz izvērtējuma beigu termiņam*** |

4. tabula. Darbības virziena sasniegtie iznākumi

\* Ieskaitot atsevišķu sabiedriskās domas aptaujas rezultātu atskaiti, kurā salīdzināti 2016. un 2018. gada aptauju dati.  
\*\* Projekta gala atskaite tiks iesniegta pēc projekta beigām saskaņā ar projekta nosacījumiem.  
\*\*\* Kampaņas rezultāti tiks izplatīti pēc izvērtējuma ziņojuma analīzes un projekta noslēguma.

## Īstenotie pasākumi

Labklājības ministrija ir atbildīga par projekta kopējo vadību, t.sk., ministrijas iepirkumu procedūru organizēšanu un konsultācijām par iepirkumu procedūrām partneriem, finanšu vadību, dalību projekta aktivitātēs, uzraudzību, atskaitēm un projekta partneru koordinēšanu.

Saturiski ministrija ir atbildīga par pirmā darbības virziena – mediju kampaņas īstenošanu. Projekta partneris Ghetto Games projektā tika piesaistīts, lai uzrunātu jauniešu mērķa grupu (Otrais darbības virziens), «Skalbes» strādā ar sievietēm, kas cietušas no vardarbības (Trešais darbības virziens). Projekta īstenošanai katrs projekta partneris ir nozīmējis projekta koordinātoru un finanšu koordinātoru. Ministrijā projektam tika piesaistīts arī iepirkumu speciālists. Lai nodrošinātu plašāku projekta publicitāti, Ghetto Games un ministrijā ir piesaistīti arī sabiedrisko attiecību speciālisti. Papildus projekta galvenajiem partneriem, projektam ir arī asociētie partneri - Izglītības un zinātnes ministrija un Juridiskās palīdzības administrācija.

Lai nodrošinātu veiksmīgu projekta īstenošanu, ministrija ar katru no partneriem noslēdza divpusēju līgumu, nosakot projekta vadības, atskaitīšanās, sadarbības un maksājumu veikšanas principus un kārtību.

Tika izstrādāta iekšējā atskaišu sistēma, kas, papildus informācijai par nozīmīgu projekta aktivitāšu paveikšanu, paredzēja arī kvartāla ziņojumus no partneriem.

Projekta vadības grupa tika izveidota, lai nepārtraukti uzraudzītu projekta ieviešanas gaitu. Tās sastāvā ir projekta partneru organizāciju un asociēto partneru pārstāvji. Kopumā notikušas 4 vadības grupas tikšanās, kuru laikā projekta koordinātori informēja vadības grupas pārstāvjus par sasniegto progresu, pārrunāja nozīmīgus satura un sasniegamo rezultātu jautājumus un aktivitāšu norises gaitu.

| Labklājības ministrija                                                                                                                                                                                           | Ghetto Games                                                                                                                       | Skalbes                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>•Projekta vadītājs/koordinators .....</li> <li>•Projekta grāmatvedis</li> <li>•Finanšu administrators</li> <li>•Iepirkumu speciālists</li> <li>•SA speciālists</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Projekta koordinators</li> <li>•Finanšu administrators</li> <li>•SA speciālists</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Projekta koordinators</li> <li>•Finanšu administrators</li> </ul> |

11. attēls Projekta vadības komanda

## Sasniegto iznākumu izvērtējums

Projekts norisinājās laikā, kad Latvijā notika karstas diskusijas par Stambulas konvencijas ratifikāciju, kur Labklājības ministrija pārstāv «par», bet Tieslietu ministrija «pret» viedokli. Tā kā projekta partneris «Skalbes» ir cieši saistīts ar Juridiskās palīdzības administrāciju, kas atrodas tiešā Tieslietu ministrijas pārraudzībā, tas radīja papildus spriedzi projekta partneriem.

Neskatoties uz to, kopumā visi partneri atzīst, ka sadarbība projekta laikā bija veiksmīga, savlaicīga un profesionāla. Partneri atzīst, ka tiem bija visa projekta īstenošanai nepieciešamā informācija. Aģentūra, kas īstenoja mediju kampaņu, augstu novērtē savlaicīgo sadarbību pirms-Ziemassvētku laikā un atzīmē: *«Lai kampaņa iegūtu atzinību, tiktu atzīta par veiksmīgu ir svarīgi, lai ne tikai aģentūras darbs būtu labs, bet arī klienta pusē būtu veiksmīga koordinācija. Un, ja abas puses nav “uz vienas lapas”, tad tas nevar būt veiksmīgi. Aģentūra nevar izdarīt visu, lai cik tā nebūtu radoša, lai cik tās ziņas nebūtu pareizas.»*

Partneri atzīst abu vadošā partnera projekta vadītāju<sup>12</sup> un citu darbinieku dziļo iesaisti visu darbības virzienu aktivitātēs. Jāatzīmē arī ministrijas iepirkumu speciālista pienesums, izvērtējot visu projekta iepirkumu dokumentāciju, tā izvairoties no iespējamiem riskiem un neatbilstībām.

Vadošā partnera projekta vadītājs izskatīja un komentēja visus partneru ceturkšņa ziņojumus. Tieši administratīvais atbalsts no vadošā partnera puses guvis lielu atzinību no partneru puses, kas deva iespēju izvairīties no sarežģījumiem projekta ieviešanā.

Lai arī projekta partneri pauda uzskatu, ka tie būtu vēlējušies lielāku profesionālo izvēļu brīvību: *«Bija daudz ideju, bet vienā brīdī mums likās, mēs taču esam profesionāļi ar šo auditoriju. Kāpēc jūs sakāt, ka vajag tā un tā?»*, ministrijas galvenais mērķis bija pārliecināties, ka projekta mērķi tiek sasniegti. Piemēram, lai gan Ghetto Games bija iepriekšēja iespaidīga pieredze darbā ar jauniešiem, projekta sākuma posmā tie nepilnīgi attēloja dažus dzimumu līdztiesības, cieņas un vardarbības ģimenē aspektus. Tāpēc bija nepieciešams papildus laiks, lai panāktu vienotu skatījumu. Ar cita veida izaicinājumiem saskarās «Skalbes», kas, lai gan ļoti pieredzējuši darbā ar vardarbības upuriem, tomēr nav pieredzējuši komunikācijas eksperti. Tāpēc saskārās ar grūtībām nodrošinot pasākumu publicitāti, rakstot rakstus, informatīvo materiālu, preses relīzes. Tam bija nepieciešams papildus ministrijas atbalsts.

Nemot vērā to, ka katram darbības virzienam bija atšķirīgi mērķi un mērķa grupas ar nelielu to pārklāšanos, ministrija bija galvenā, kas nodrošināja saziņu un sadarbību starp partneriem. Tikai dažu aktivitāšu īstenošanā bija iesaistīts vairāk nekā viens partneris, piem., mediju kampaņas atklāšana, vadības grupas tikšanās, sociālajā eksperimentā. Asociēto partneru loma projektā nebija līdz galam saprotama citiem partneriem.

<sup>12</sup> 2018. gada februārī notika vadošā partnera projekta vadītāja nomaņa

Īstenojot projektu, partneri saskārās ar laika nepietiekamību, jo sākotnēji ne visi partneri apzinājās projekta administrācijai, it īpaši atskaišu sagatavošanai, nepieciešamo laika resursu apjomu. Tāpēc ziņojumi tika iesniegti ar kavēšanos vai arī nepilnīgi sagatavoti. Kā rezultātā atsevišķos gadījumos ir grūti izsekot projekta sasniegumiem, balstoties tikai uz iesniegtajām atskaitēm<sup>13</sup>. Projekta veiksmīgai īstenošanai būtu bijis noderīgi, ja vadošais partneris būtu varējis piesaistīt divus projekta vadītājus, nošķirot projekta satura un administratīvo vadību.

Projekta reālais ieviešanas grafiks būtiski atšķiras no plānotā laika grafika – mediju kampaņa notika projekta vidū nevis projekta sākuma posmā, informatīvais materiāls vardarbībā cietušajiem un optimālais pakalpojumu sniegšanas scenārijs tiek sagatavots projekta pēdējā mēnesī. Tās nozīmē, ka nav iespējams novērtēt šo aktivitāšu iespējamo ietekmi jau projekta laikā. Galvenais kavējumu iemesls ir ieilgušī Dizaina izpētes ziņojuma ar rekomendācijām un ieteikumiem kampaņai izstrāde (9 mēneši plānoto 3 vietā) un ministrijas iekšējās prioritātes, kas kavēja mediju kampaņas iepirkuma izsludināšanu. Gandrīz visu informatīvo materiālu izstrāde ir prasījusi vairāk laika nekā sākotnēji tika plānots, jo to izstrādei bija nepieciešama detalizēta satura un dizaina saskaņošana starp partneriem un vadošo partneri.

<sup>13</sup> Piem., atskaitēs nav norādītas saites uz rakstiem vai pievienotas rakstu kopijas, nav pierādījumu par plakātu izvietojumu pašvaldībās, atskaitēs nepietiekoši detalizēti sniegta cietušo atbalsta tālruņa zvanītāju statistika, katra «Pajautā juristam» atskaite sagatavota atšķirīgi, iekļaujot atšķirīgu informāciju.

## Risku vadība

Projekta pieteikumā minēti vairāki iespējamie riski un krīzes, papildinot šo sarakstu, interviju laikā projekta partneri nosauca arī citus, iepriekš neidentificētus riskus.

| Risks                                                                                                                                                                                                                                                             | Risku vadība                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Politiskie riski</b>                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Pateicoties karstajām debatēm par Stambulas konvencijas ratificēšanu, projekta partneris «Skalbes» izjuta spiedienu, jo ir cieši saistīti ar JPA, kas ir Tieslietu ministrijas pakļautībā. T.i., bija grūti paust viedokli par Stambulas konvencijas jautājumiem. | Lai gan bija liels risks, ka, saistot projektu ar Stambulas konvencijas ratifikāciju, tas kļūs pārlietu politizēts un tas varētu traucēt projekta ieviešanu, projekta vadība un partneri spēja no tā izvairīties saglabājot neitrālu pozīciju un neiesaistoties diskusijās par šo tematu.      |
| Arī mediju kampaņas vadītāji aicināja ministriju kā vadošo partneri iesaistīties un mediju kampaņas laikā paust viedokli par Stambulas konvenciju, kas dotu iespēju gūt plašāku publicitāti, tomēr tika nolemts neiesaistīties un no šī temata izvairīties.       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <i>(Šis risks daļēji tika identificēts projekta plānošanas laikā kā projekta partneru organizāciju kultūru atšķirības)</i>                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Satura riski</b>                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Sākotnēji Ghetto Games sastapās ar grūtībām sasaistot savas aktivitātes un vīziju ar projekta kopējo pieeju un skatījumu, tāpēc pasākumu saturs sākumā nebija skaidrs un radīja neskaidrības projekta partnerim Ghetto Games.                                     | Ghetto Games un ministrijas projekta koordinatori veltīja papildus laiku, lai atrastu tēmu un atbilstošāko pieeju, kas būtu pieņemama Ghetto Games auditorijai. Diskusijās tika pārrunāta uzmanības centrā esošā mērķa grupa meitenes/ jaunas sievietes un to iesaiste Ghetto Games pasākumos. |
| <i>(Šis risks daļēji tika identificēts projekta plānošanas laikā kā risks, kas saistīts ar iespējamu nespēju sasniegt dažas no plānotajām auditorijām.)</i>                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

| Risks        | Risku vadība |
|--------------|--------------|
| Satura riski |              |

Projekts un kampaņa saņēma kritiku par to, ka izceltas tiek tikai sievietes, kas cietušas no vardarbības, bet netiek runāts par vīriešiem, kas cietuši no vardarbības.

Risks tika identificēts jau projekta sākumā un tika izstrādāts atbilstošs vēstījums, kuru pauda visi partneri brīžos, kad šāda kritika tika pausta.

Publiskā vidē tika pausti pārmetumi, ka projektā netiek runāts par varmākām, ka netika sniegti pakalpojumi un konsultācijas arī tiem.

Lai arī bija skaidrs, ka projekts nevarēja iekļaut tik plašu aktivitāšu loku, no sabiedrisko attiecību viedokļa būtu bijis noderīgi, ja būtu sagatavots vienots vēstījums.

| Cilvēkresursu riski |  |
|---------------------|--|
|---------------------|--|

Projekta īstenošanas laikā gan projekta vadošais partneris, gan citi partneri piedzīvoja projekta komandas mainību, kas var radīt nepietiekošu vadības un administrācijas principu nepārtrauktību.

Projekta vadībai tika izvēlēts pieredzējis aizvietotājs un iepriekšējais projekta vadītājs ir pieejams konsultācijām arī pēc darba līguma beigām.

*(Šis risks tika identificēts projekta plānošanas laikā.)*

Partneri (īpaši «Skalbes») atzina, ka sākotnēji nebija aptvēruši darba apjomu saistībā ar projekta ieviešanu, kas radīja «izdegšanas» risku un pārstrādāšanos.

Lai mazinātu riska ietekmi, vadošais partneris pieļāva ilgākus termiņus atskaišu iesniegšanai un pasākumu ieviešanai bez finanšu sankcijām.

| Risks         | Risku vadība |
|---------------|--------------|
| Finanšu risks |              |

Mediju kampaņas plānošanas laikā 2017. gada noslēgumā vēl nebija zināmas mediju reklāmu izvietojuma cenas 2018. gada sākumā, kad bija jānotiek mediju kampaņas otrajam posmam.

Mediji un reklāmu izvietojuma laiki tika izvēlēti esošā budžeta ietvaros, vienlaikus cenšoties nodrošināt efektīvākās izvietojuma vietas un skaitu.

| Laika risks |  |
|-------------|--|
|-------------|--|

18 mēneši nav pietiekošs laika periods, lai sasniegtu nozīmīgas izmaiņas cilvēku uzskatos un vērtībās, ieskaitot jauniešus – t.i., ir nepieciešams vairāk laika, lai redzētu pārmaiņas.

Šāda veida risku nav iespējams risināt esošā projekta ietvaros. Šis aspekts jāņem vērā plānojot nākošos projektus, paredzot ilgākus projektu īstenošanas periodus.

Secinājumi un rekomendācijas

Visi darbības virziena iznākumi ir sasniegti vai tiks sasniegti atbilstošā laika periodā, tāpēc darbības virziena rezultāti **vērtējami kā augsti**.

Projekta ietvaros izveidotais sadarbības mehānisms nodrošina partnerorganizāciju iesaistīšanos, kas ir eksperti specifiskās nozarēs ar pieredzi darbā ar savām mērķa grupām. Tādēļ projekts ir ideālā pozīcijā, lai darbotos ar dažādiem vardarbības pret sievieti aspektiem un mērķa grupām. Neskatoties uz dažiem kavējumiem saistībā ar iepirkuma procedūru un garāku laiku, kas bija nepieciešams dažu aktivitāšu ieviešanai, sadarbība bija efektīva, ar salīdzinoši neielicām izmaksām.

| Plānoto iznākumu sasniegšanas līmenis                                                                                                                                                                     | Novērtējums  |      |        |        |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|--------|--------|-------------|
|                                                                                                                                                                                                           | Nav novērots | Zems | Vidējs | Augsts | Ļoti augsts |
| Visi darbības virziena iznākumi ir sasniegti vai tiks sasniegti atbilstošā laika periodā. Sasniegtie iznākumi ir tieši saistīti ar projekta mērķi un apakšmērķiem un devuši pienesumu nozares attīstībai. |              |      |        |        |             |

Novērtējuma laikā tika gūtas atziņas un identificētas rekomendācijas saistībā ar nākotnes projektiem un pasākumu turpināšanu.

| Rekomendācijas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Adresāts               | Līmenis  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------|
| Neliecās nepilnības projekta vadībā, kavētā atskaišu sagatavošana, īpaši projekta sākumā, parāda nepieciešamību paredzēt vairāk cilvēkresursus tieši administratīvo pienākumu veikšanai. Lai nodrošinātu netraucētu projekta ieviešanu, vairāk laika nepieciešams paredzēt administratīvo procedūru izskaidrošanai projekta sākumā. | Labklājības ministrija | Tehnisks |
| Turpmākaajos projektos būtu noderīgi paredzēt garāku uzsākšanas periodu, kas ļautu panākt kopēju skatījumu partneru vidū par projekta mērķiem un saturu.                                                                                                                                                                            | Labklājības ministrija | Tehnisks |

## IV. PROJEKTA IETEKME

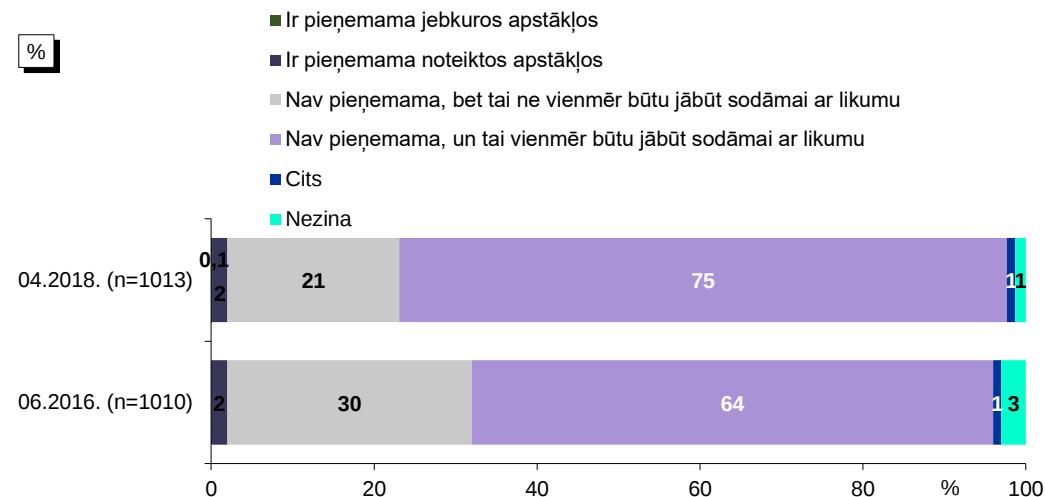
### 4.1. Izpratne par vardarbību pret sievietēm

Galvenie informācijas avoti, kas ļauj novērtēt izmaiņas uzskatos par vardarbību pret sievietēm, ir 2016. gada «Speciālais Eirobarometrs 449: Uz dzimumu balstīta vardarbība» (pieejams: [https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S816\\_73\\_2\\_EBS344](https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S816_73_2_EBS344)) un sabiedriskās domas aptauja, kas tika veikta 2018. gada aprīlī ([http://www.lm.gov.lv/upload/atskaite\\_lm\\_042018\\_iesniegta.pdf](http://www.lm.gov.lv/upload/atskaite_lm_042018_iesniegta.pdf)). Šajā aptaujā tika izmantotas tās pašas metodes, izlase un anketa kā Eirobarometra aptaujā.

Aptauju rezultāti rāda, ka 2018. gadā respondenti biežāk nekā iepriekš piekrīt, ka vardarbība pret sievietēm ģimenē nav pieņemama un tai vienmēr būtu jābūt sodāmai ar likumu: 2016. gadā šim apgalvojumam piekrita 64%, 2018. gadā - 75%. (skat. 12. attēlu). Jāatzīmē, ka 2018. gadā sievietes (79%) biežāk nekā vīrieši (69,4%) piekrīt šim apgalvojumam (2016. gadā attiecīgi 69% un 58%)

Pastāv ievērojamas atšķirības starp dažām vecuma grupām. 2018. gadā 79,9% 15 – 24 gadus veco respondentu vidū uzskata, ka vardarbība pret sievietēm ģimenē nav pieņemama un tai vienmēr būtu jābūt sodāmai ar likumu, bet šim apgalvojumam piekrīt tikai 70% 64 – 75 gadus veco vidū (2016. gadā attiecīgi 68% un 62%). Tātad **ir vērojama nedaudz nozīmīgāka viedokļu maiņa gados jaunāko vidū** (11,9% un 8% pieaugums). Tomēr šīs atšķirības ir pieļaujamās kļūdas robežās.

2016. un 2018. gada datu salīdzinājums rāda, ka ir vērojama uzskatu maiņa 15 - 24 gadus veco vīriešu vidū. 2016. gadā viņu vidū 58,8% uzskatīja, ka vardarbība pret sievieti ģimenē nav pieņemama un tai būtu vienmēr jābūt sodāmai ar likumu, salīdzinot ar 76,5% 2018. gadā. Tomēr dati neliecina par uzskatu maiņu 25 - 34 gadu veco vīriešu vecuma grupā. Sieviešu uzskatu maiņa ir vērojama abās vecuma grupās (15 - 24 un 25 - 34) abās demonstrējot 10% pieaugumu.

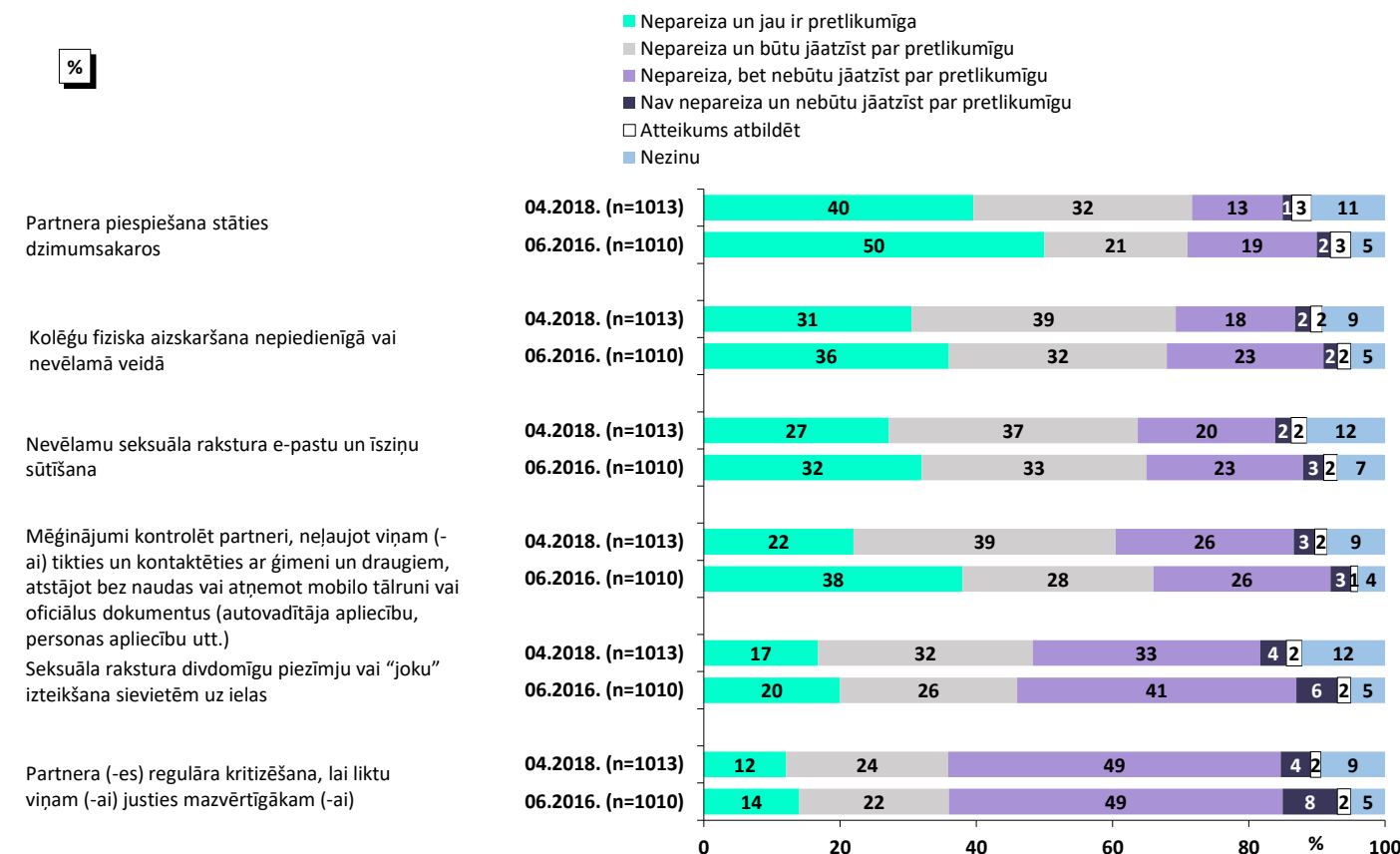


Bāzes: LR pilsoņi

2018. gadā mazāk respondentu uzskata, ka situācijās, kas minētas aptaujā ir nepareizas un jau ir nelikumīgas. Biežāk tiek pausts viedoklis, ka šīs situācijas ir nepareizas, un tās būtu jāatzīst par pretlikumīgām. **Tātad respondentu vidū ir labākas zināšanas par pašreizējo tiesisko regulējumu attiecībā uz vardarbību pret sievietēm, jo lielākā daļa aprakstīto situāciju pašlaik nav pretlikumīgas.**

Vērojams arī nozīmīgs to respondentu skaita pieaugums, kas atsakās sniegt atbildi vai izvēlējušies atbildi «Grūti pateikt». Īpaši tas novērojams pie apgalvojuma «*Seksuāla rakstura divdomīgu piezīmju vai “joku” izteikšana sievietēm uz ielas*». Kopumā, vairāk vīriešu nekā sieviešu ir atteikušies paust viedokli šajā jautājumā. Tas varētu būt saistīts ar #metoo kustības ietekmi. Kādā no ekspertu intervijām tika atzīmēts: «*#metoo - savā ziņā palīdzēja, bet savā ziņā traucēja, jo radīja sajūtu, ka visi uzbrūk vīriešiem arī normāliem, labiem vīriešiem.*»

Par katru no šīm situācijām, lūdzu, pasakiet, vai, Jūsuprāt, tā ir vai nav pretlikumīga. Par katru situāciju, lūdzu, pasakiet, vai, Jūsuprāt, tā ir nepareiza un jau ir



Bāzes: LR pilsoņi

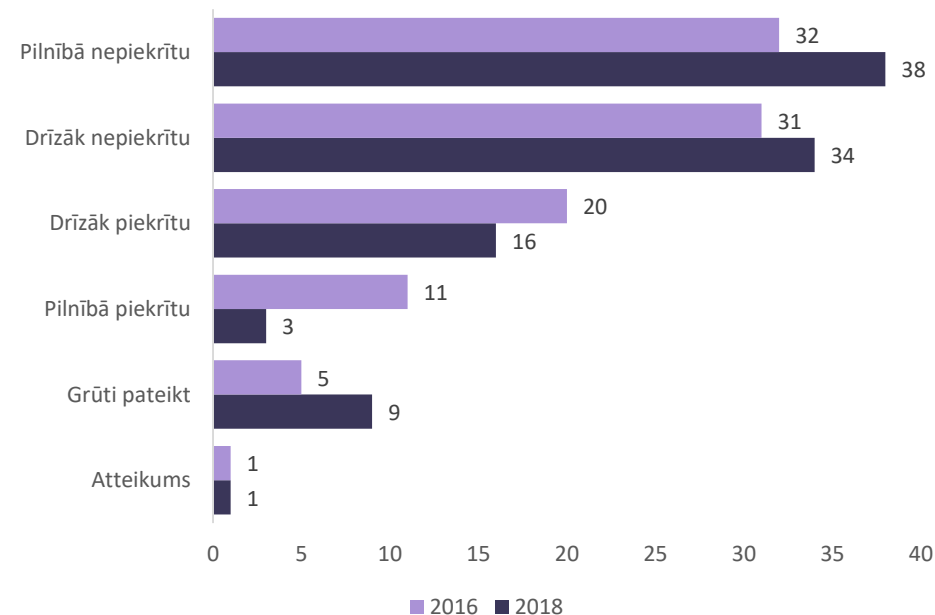
13. attēls. Viedoklis par piedāvāto situāciju likumību: 2016. un 2018. gada aptauju datu salīdzinājums. Avots: SKDS, 2018. gada aprīlis un Eurobarometrs 2016.

2018. gadā tikai 19% vairāk vai mazāk piekrīt tam, ka vardarbība pret sievieti ģimenē ir privāta lieta, salīdzinot ar 31% 2016. gadā. (skat. 14. attēlu) 2018. gadā mazāks īpatsvars aptaujāto (39%) uzskata, ka vardarbību pret sievietēm bieži provocē pašas cietušās (57% 2016. gadā). Arī to, ka sievietes biežāk izvaro svešinieki, nevis kāds, ko viņas pazīst, uzskata mazāk aptaujāto (28% 2018. gadā un 39% 2016. gadā). Tāpat apgalvojumam *Sievietes bieži izdomā vai pārspīlē apgalvojumus par vardarbību vai izvarošanu* 2018. gadā piekrīt mazāk aptaujāto (28% 2018. gadā un 39% 2016. gadā). Šīs izmaiņas liecina par pārmaiņām sabiedrības uzskatos par vardarbību pret sievieti.

Daži no aptaujā iekļautajiem apgalvojumiem tieši ir saistīti ar kampaņas laikā skartajām tēmām (piem., uzskats, ka vardarbība ģimenē ir privāta lieta). T.i., **šie dati apstiprina secinājumu, ka kampaņa un citi saistītie pasākumi ir ietekmējuši sabiedrisko domu.**

Jāatzīmē, ka ir novērojamas būtiskas atšķirības sieviešu un vīriešu vidū. 2018. gadā tikai 14,1% sieviešu uzskata, ka vardarbība ģimenē ir privāta lieta, turpretī tā uzskata 27,9% vīriešu (2016. gadā attiecīgi 23% un 41%). Arī izglītībai ir nozīme: 28,5% cilvēku ar pamatzglītību piekrīt tam, ka vardarbība ģimenē ir privāta lieta, bet tikai 14,1% respondentu ar augstāko izglītību piekrīt šim apgalvojumam. T.i., **sieviešu un labāk izglītotu cilvēku vidū ir labāka izpratne par šiem jautājumiem.** Vienlaikus, izmaiņas jauniešu (15 - 24) viedokļos ir nenožīmīgas. No 23%, kas 2016. gadā uzskatīja, ka vardarbība ģimenē ir privāta lieta, šādi domājošo skaits ir samazinājies nebūtiski uz 20,2% 2018. gadā. T.i., **dati apstiprina secinājumu, ka kampaņas vēstījumi nav pietiekošā mērā sasnieguši gados jaunākas auditorijas.**

Vardarbība ģimenē ir privāta lieta, un ar to būtu jātiek galā ģimenē



14. attēls. Attieksmes maiņa par vardarbību ģimenē. Avots: SKDS, 2018. gada aprīlis, Eurobarometrs 499, 2016.

## 4.2. Ilgtermiņa ietekme

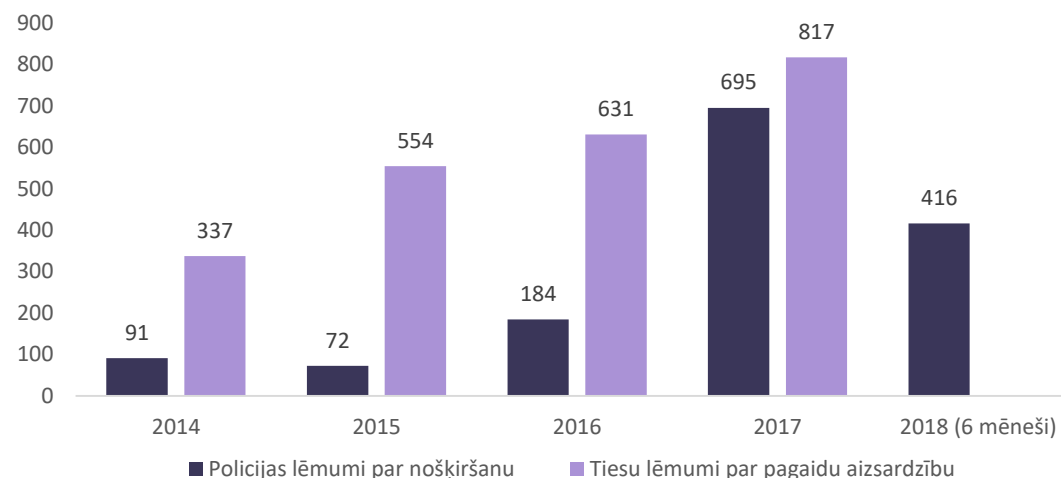
Papildus projekta ietekmei uz sabiedrības viedokļu maiņu ir iespējams novērot arī projekta aktivitāšu negaidītu blakus ietekmi ar ilgtermiņa nozīmi.

Latvijas populārākais interneta portāls *Delfi*, paši pēc savas iniciatīvas ir uzsākuši publikāciju sēriju par vardarbību ģimenē. Šajos rakstos tiek apskatīti dažādi vardarbības aspekti un sniegti dažādu ekspertu un speciālistu viedokļi. Rakstos sniegtā informācija palīdzēs lasītājiem atpazīt vardarbību pret sievietēm ģimenē, ziņot par to un gūt palīdzību nepieciešamības gadījumā. Šī iniciatīva turpināsies arī pēc projekta beigām. Tātad tā turpināsies, balstoties uz kampaņas veiktajiem pasākumiem.

Ghetto Games atzina, ka projekta otrajā gadā, kad viņu darbības virziena aktivitātes jau bija noslēgušās, viņi novērojuši projekta īstenoto aktivitāšu ietekmi. 2018. gadā meiteņu un jaunu sieviešu skaits Ghetto Games pasākumos ir pieaudzis un tas turpina pieaugt. Šajā gadā viņiem arī izdevās piesaistīt reperu meteni, kas pauž kampaņas vēstījumus.

Pēc «Pajautā juristam» dienu veiksmīgās norises, «Skalbes» apsver iespēju turpināt līdzīgus pasākumus sadarbībā ar Latvijas Zvērinātu advokātu kolēģiju bez projekta finansējuma. Tas dos iespēju sniegt bezmaksas juridiskas konsultācijas vardarbības upuriem, kas, domājams, palīdzēs upuriem atbrīvoties no vardarbīgām attiecībām.

Atsevišķos gadījumos ir nepieciešams nošķirt sievietes, kas cieš no vardarbīgiem partneriem vai radniekiem. Šādos gadījumos ir nepieciešami policijas lēmumi par nošķiršanu vai tiesu lēmumi par pagaidu aizsardzību pret vardarbību. Iepriekš šī iespēja tika nepietiekami atzīta un tika izmantota reti. Pateicoties šī projekta un projekta «Soli tuvāk»<sup>14</sup> kopīgiem centieniem, šādu lēmumu skaits ir ievērojami pieaudzis. Tas parāda visu iesaistīto pušu labāku izpratni par rīcību, kas nepieciešama, lai risinātu vardarbības ģimenē gadījumus.



15. attēls. Lēmumu skaits. Avots: Latvijas valsts policija, 2018.

<sup>14</sup> T.i., Projekts „Soli tuvāk: Kopienas vienotā atbilde uz vardarbības pret sievietēm gadījumiem” JUST/2015/RDAP/AG/MULT/9830 <http://www.lm.gov.lv/text/3712>.

## Secinājumi un rekomendācijas

Dati liecina, ka **sabiedrības izpratne un informētība par vardarbību pret sievietēm pieaug**. 2018. gadā vairāk cilvēku uzskata, ka vardarbība pret sievietēm nav pieļaujama (Vardarbība ģimenē nav pieļaujama un tai vienmēr būtu jābūt sodāmai ar likumu: 2016.- 64%, 2018. – 75%). Cilvēki ir labāk informēti par pašreizējo tiesisko regulējumu attiecībā uz vardarbību pret sievietēm. Kā arī pieaug to cilvēku skaits, kas uzskata, ka vardarbība ģimenē nav privāta lieta: 2016. gadā 31% uzskatīja, ka vardarbība ģimenē ir privāta lieta. Šis skaits ir samazinājies līdz 19% 2018. gadā. Šie dati apstiprina secinājumu, ka projekts Latvijā ir ietekmējis informētību un izpratni par vardarbību pret sievietēm.

Ir **novērota arī jaunu vīriešu (15 -24) viedokļu** maiņa: 2018. gadā 76,5% jaunu vīriešu uzskata, ka vardarbība pret sievietēm nav pieņemama un tai vienmēr būtu jābūt sodāmai ar likumu, kas ir vairāk nekā 2016. gadā – 58,8%. Tomēr nav novērota viedokļu maiņa 25-34 gadu vīriešu vecumā grupā.

Projekts ir radījis arī negaidītu blakus ietekmi – pateicoties projektam **medijos plašāk tiek atspoguļota vardarbība pret sievietēm**. Piem., jauna rakstu sērija tika uzsākta interneta portālā *Delfi*, Ghetto Games pasākumos pieaug sieviešu skaits, veicinot vienādu sieviešu un vīriešu pārstāvniecību pasākumos.

Visām iesaistītajām pusēm (policija, sociālie dienesti) ir labāka izpratne par tādu darbību nozīmīgumu, kas jāīsteno, lai risinātu vardarbības ģimenē situācijas, ko pierāda **policijas lēmumu par laulāto nošķiršanu un/vai tiesas lēmumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību skaita pieaugums**.

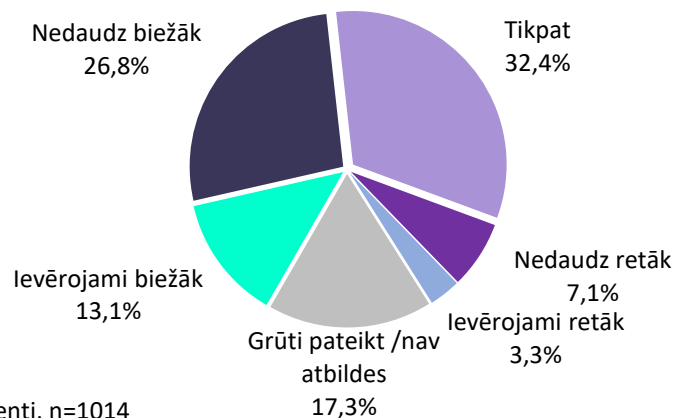
## 4.3. Vai kampaņa ir pamanīta?

Lai novērtētu kampaņas ietekmi, 2018. gada jūlijā tika veikta sabiedriskās domas aptauja. Tā kā novērtējums notika gandrīz 6 mēnešus pēc mediju kampaņas pabeigšanas, tika nolemts, ka nav iespējams uzdot tiešus jautājumus par kampaņā izmantotajiem saukļiem. Tā vietā aptauja koncentrējās uz galvenajiem jautājumiem un kampaņas vēstījumiem, t.i. informētība par vardarbību ģimenē un cietušajiem pieejamajiem rehabilitācijas pakalpojumiem.

Aptaujas dati liecina, ka gandrīz 40% respondentu uzskata, ka pēdējo 12 mēnešu laikā informācija par vardarbību ģimenē medijos ir novērota ievērojami vai mazliet biežāk (t.sk., sociālajos medijos) (skat. 16. attēlu). Tādējādi **ir iespējams saistīt kampaņas aktivitātes ar pieaugušu informētības līmeni par vardarbību ģimenē**.

Ir novērojams, ka **sievietes (45,5%) vairāk nekā vīrieši (34%)** publikācijas par vardarbību ģimenē plašsaziņas līdzekļos ir pamanījuši biežāk. Šis rezultāts nav pretrunā ar kampaņas mērķi - palielināt izpratni sieviešu mērķa grupā, tostarp sasniegto tās sievietes, kas cietušas no vardarbības. Vecuma grupā 55 - 63 ir lielāks to respondentu īpatsvars, kuri publikācijas par vardarbību ģimenē ir pamanījuši biežāk: 46,6% salīdzinot ar 24,1% 18 - 24 vecuma grupā. Tas nav pārsteidzoši, ņemot vērā, ka mediju kampaņa galvenokārt izmantoja TV un radio. Tāpat ir arī **etniskās atšķirības** – latviski runājošie respondenti ir vairāk pamanījuši, ka temats ir ticis skarts biežāk (46,7%) salīdzinot ar 30% krieviski runājošo respondentu vidū.

Kā jums šķiet, vai Latvijas medijos, sociālos tīklos, citviet pēdējo 12 mēnešu laikā uzmanība tādai problēmai kā vardarbība ģimenē tiek pievērsta:



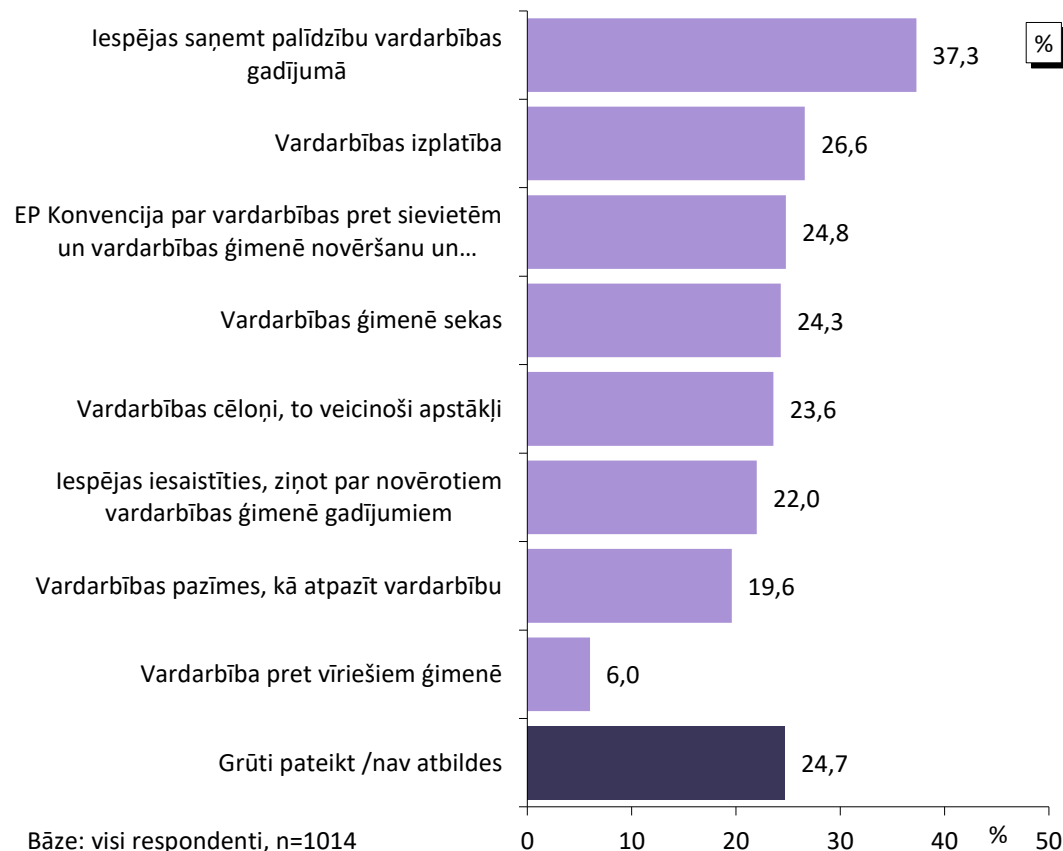
Bāze: visi respondenti, n=1014

16. attēls. Novērtējums par informāciju medijos par vardarbību ģimenē. Avots: SKDS, 2018. gada jūlijs

Liela daļa respondentu ir pamanījuši informāciju par iespējām saņemt palīdzību vardarbības gadījumā – to pamanījuši 37,5% respondentu. 22% ir pamanījuši arī informāciju par nepieciešamību iejaukties un ziņot par vardarbību ģimenē (skat. 17. attēlu). Šie rezultāti liecina, ka **kampaņa ir veiksmīgi izplatījusi vienu no kampaņas vēstījumiem - par atbalsta pieejamību vardarbības gadījumos**, kas ir viena no galvenajām 1. un 3. darbības virziena tēmām.

Tēmu par pieejamo atbalstu vairāk ir pamanījušas sievietes (42,7%) nekā vīrieši (31,3%). **Jaunākā vecuma grupa** (18 - 24) ir mazāk pamanījuši visas tēmas, kas minētas aptaujā, kas liecina, ka **kampaņa tos nav spējusi sasniegt pietiekamā apmērā**.

Kādas ar vardarbību ģimenē saistītas tēmas Jūs esat pamanījis pēdējo 12 mēnešu laikā Latvijas medijos, sociālos tīklos, citviet?

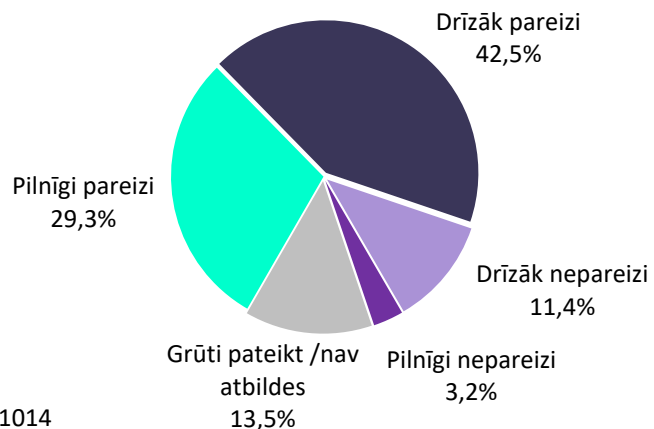


Bāze: visi respondenti, n=1014

17. attēls. Biežāk pamanītie temati saistībā ar vardarbību ģimenē. Avots: SKDS, 2018. gada jūlijs

Aptaujas dati liecina, ka 71,8% respondentu uzskata, ka ir pilnīgi vai drīzāk pareizi iejaukties, ja redz vardarbību ģimenē. (skat. 18. attēlu). Īpaši jāatzīmē tas, ka **18,9% cilvēku atzīst, ka pēdējo 12 mēnešu laikā viņi ir kļuvuši vairāk pārliecināti, ka viņiem vajadzētu iejaukties.** (skat. 19. attēlu). Tas ir uzskatāms par kampaņas galveno sasniegumu. Vairāk sieviešu (23,5%) nekā vīriešu (13,9%) ir kļuvuši pārliecinātākas, ka ir nepieciešams iejaukties. Aptaujā nav novērotas būtiskas atšķirības dažādu vecuma grupu starpā, izņemot to, ka 35 – 44 gadus vecie mazākā mērā mainījuši savus uzskatus. Viņu vidū tikai 15,3% domā, ka kļuvuši pārliecinātāki, ka nepieciešams iejaukties salīdzinot ar 18,9% vidējo rādītāju. Rīdnieki (23%) pēdējo 12 mēnešu laikā ir kļuvuši pārliecinātāki par nepieciešamību iejaukties nekā citās pilsētās (17,4%) vai laukos dzīvojošie (15,3%).

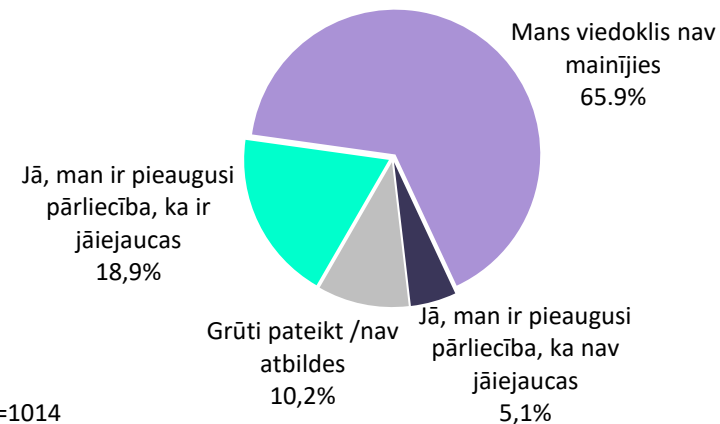
*Ir cilvēki, kas uzskata, ka redzot vardarbību ģimenē iejaukties (palīdzēt, aizstāvēt, ziņot par to atbildīgajām institūcijām, jāizsauc policija u.tml.) ir pareizi, citi uzskata, ka tā ir ģimenes iekšēja lieta un iejaukties ir nepareizi. Kā uzskatāt Jūs, iejaukties ir:*



Bāze: visi respondenti, n=1014

18. attēls. Viedoklis par nepieciešamību iejaukties. SKDS, 2018. gada jūlijs.

*Vai Jūsu viedoklis par nepieciešamību iejaukties, redzot vardarbību ģimenē, ir mainījies pēdējo 12 mēnešu laikā?*



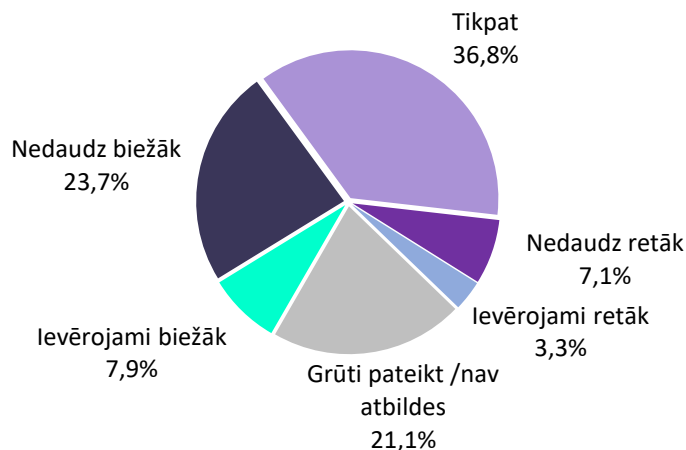
Bāze: visi respondenti, n=1014

19. attēls. Viedoklis par uzskatu maiņu pēdējo 12 mēnešu laikā. Avots: SKDS 2018. gada jūlijs.

Respondenti atzīst, ka ir informācija par pieejamo atbalstu vardarbības upuriem ir kļuvusi pamanāmāka. **31,6% respondentu atzīst, ka pēdējo 12 mēnešu laikā viņi ir ievērojami vai nedaudz biežāk pamanījuši šāda veida informāciju.** (skat. 20. attēlu). Tas ir tikai nedaudz mazāk nekā tie, kuri uzskata, ka informācija ir bijusi tādā pašā daudzumā (36,8%) un ievērojami vairāk nekā tie, kas uzskata, ka viņi šo informāciju ir pamanījuši ievērojami vai nedaudz retāk (10,4%).

Sievietes (36,7%) biežāk nekā vīrieši (26%) ir pamanījuši informāciju par pieejamo atbalstu. Šie dati apstiprina secinājumu, ka kampaņa sasniedza paredzēto mērķauditoriju – sievietes, ieskaitot vardarbības upurus. Arī šo informāciju biežāk ir pamanījuši vecāka gada gājuma cilvēki (55-63), nekā jaunieši (18-24): attiecīgi 36,8% un 27,5%.

*Domājot par pēdējiem 12 mēnešiem, vai informāciju par atbalsta iespējām cilvēkiem, kas cietuši no vardarbības ģimenē (konsultācijas, krīzes centri, rehabilitācija u.tml.) Jūs esat pamanījuši:*

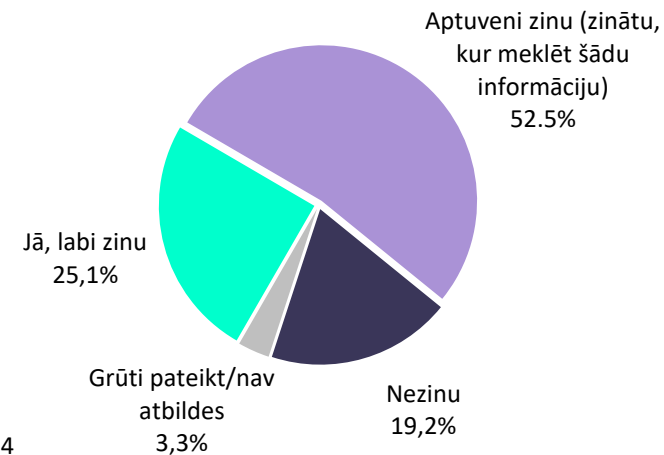


Bāze: visi respondenti, n=1014

20. attēls. Informācija par vardarbības upuriem pieejamo atbalstu. Avots: SKDS, 2018. gada jūlijs

Aptauja liecina, ka 25% respondentu noteikti zinātu, kur saņemt palīdzību vai zinātu, kur ziņot par vardarbību ģimenē. Vēl 52,5% aptuveni zinātu, kur vērsties pēc palīdzības. (skat. 21. attēlu). Sievietes ir labāk informētas nekā vīrieši par pieejamo atbalstu: 30,2% sieviešu un 19,6% vīriešu zinātu, kur saņemt palīdzību vai ziņot.

*Sakiet lūdzu, vai Jūs zināt, kur var vērsties, kur meklēt palīdzību, ziņot, ja pamana vardarbību ģimenē vai pats ar to saskaras?:*



Bāze: visi respondenti, n=1014

21. attēls. Zināšanas, kur vērsties vardarbības gadījumā. Avots: SKDS, 2018. gada jūlijs

Aptauja, ko īstenoja SKDS 2018. gada aprīlī, liecina, ka gandrīz 22% ir dzirdējuši par cietušo atbalsta tālruni (116006), kas bija iekļauts mediju kampaņas reklāmās. 36% respondentu ir dzirdējuši par projekta partneri «Skalbes» un 26% ir dzirdējuši par centru «Marta», kas ir viens no galvenajiem sociālās rehabilitācijas pakalpojumu sniedzējiem vardarbības upuriem. **Kopumā sievietes ir labāk informētas par organizācijām un pakalpojumiem, kas pieejami vardarbībā cietušajiem.**

Tikai 5% respondentu atpazīna mirkļbirku #Neklusē, kā saistītu ar vardarbības jautājumiem. Citi respondenti uzskata, ka tie ir saistīti ar vēlēšanām, politisku un sociālu aktivitāti, korupciju, nodokļu nemaksāšanu utt.

## Secinājumi

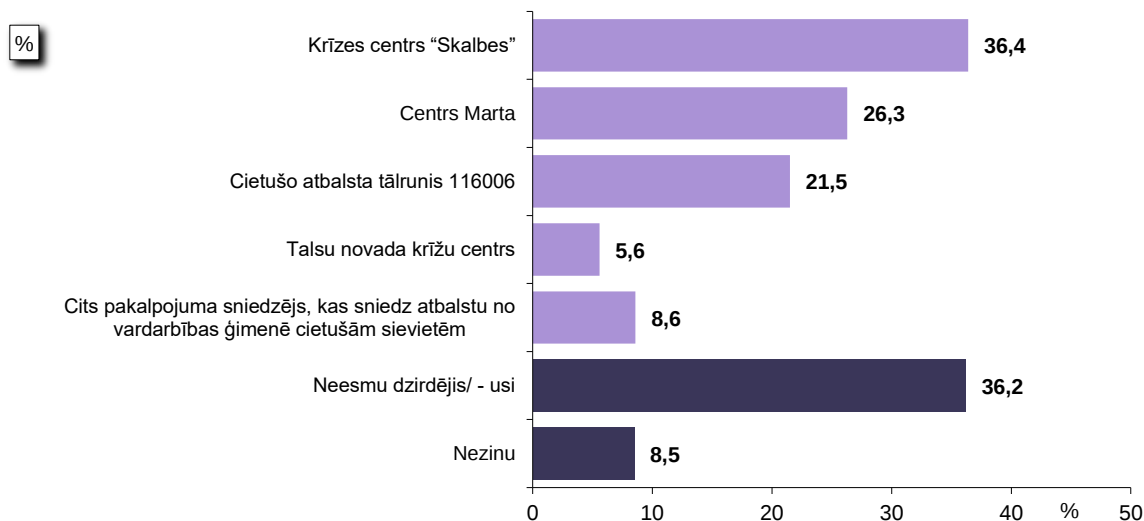
Tiek secināts, ka sabiedrība ir pamanījusi projekta tēmas. Dati liecina, ka gandrīz 40% respondentu pēdējo 12 mēnešu laikā ir pamanījuši, **ka informācija par vardarbību ģimenē ir bijusi plašāk atspoguļota.**

Visvairāk pamanītais temats ir iespējas **saņemt palīdzību vardarbības gadījumā**, kas ir viens no galvenajiem tematiem 1. un 3 darbības virzienā.

Pēdējo 12 mēnešu laikā **18,9% respondentu ir kļuvuši vairāk pārliecināti, ka viņiem būtu jāiejaucas redzot vardarbību ģimenē**, un 21,5% aptaujāto atpazīst cietušo atbalsta tālruņa numuru. Tos var uzskatīt par kampaņas galvenajiem sasniegumiem.

Sievietes ir labāk pamanījušas kampaņas vēstījumus. Kampaņā izmantotie komunikācijas kanāli ļāvuši sasniegt gados vecākus cilvēkus labāk nekā jauniešus. Latviski runājošie ir sasniegti vairāk nekā krievvalodīgie<sup>15</sup>. Cilvēki Rīgā cilvēki ir vairāk atvērti idejai, ka, redzot vardarbību, būtu jāiejaucas.

<sup>15</sup> Tam pamatojums ir ierobežojumi, ko nosaka Latvijas Valsts valodas likums.



Bāze: LR pilsoņi, n=1013

22. attēls. Informētība par organizācijām, kas sniedz atbalstu vardarbībā cietušām sievietēm. Avots: SKDS, 2018. gada aprīlis.

## V. SECINĀJUMI UN REKOMENDĀCIJAS

Balstoties uz veikto izvērtējumu, ir sagatavoti ieteikumi turpmākai rīcībai, īstenojot komunikāciju aktivitātes, kas nodrošinātu plašāku izpratni par vardarbību pret sievietēm. Rekomendācijas galvenokārt skar ieteicamos komunikācijas kanālus un rīkus, kā arī vēstījumus un mērķa grupas.

| Secinājums                                                                                                                        | Rekomendācija                                                                                                                                                                                                                                                           | Līmenis     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>1. Darbības virziens</b>                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                         |             |
| Aptaujas <sup>15</sup> rezultāti ļauj secināt, ka gados jaunākas auditorijas (18-24) ir mazāk sasniegtas ar kampaņas vēstījumiem. | Gadījumos, ja ir pieejams ierobežots budžets reklāmu izvietojšanai, daudz efektīvāka būtu kampaņa, kura uzrunātu tikai vienu mērķa grupu. Savukārt, ja ir plānots sasniegt plašas un atšķirīgas auditorijas, TV reklāmām būtu nepieciešams paredzēt nozīmīgāku budžetu. | Stratēģisks |
|                                                                                                                                   | Nemot vērā mediju patēriņa izmaiņas, ir ieteicams, vienlaikus ar citām sociālo mediju aktivitātēm, daļu no kampaņas finansēm paredzēt arī reklāmām sociālajos medijos un citviet internetā. Īpaši nozīmīgi tas būtu, lai sasniegtu jaunākas auditorijas.                | Stratēģisks |
|                                                                                                                                   | Papildus citām aktivitātēm, ieteicams skolu un bērnudārzu mācību programmās ieviest tēmas par nevardarbīgām konfliktu risināšanas iespējām.                                                                                                                             | Stratēģisks |
| Aptaujā <sup>15</sup> tikai 5% mirklbirku #neklusē saistīja ar vardarbības jautājumiem.                                           | Papildus mirklbirkai #neklusē, iespējams lietot mirklbirku #stopvardarbībai.                                                                                                                                                                                            | Tehnisks    |

| Secinājums                                                                                                                                | Rekomendācija                                                                                                                                                                                                                                                            | Līmenis     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>1. darbības virziens</b>                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                          |             |
| Pastāv risks, ka tēma var kļūt pārāk politizēta, turklāt, pastāv pretošanās no konservatīvu grupu puses saistībā ar Stambulas konvenciju. | Nākotnē ieteicams rīkot kampaņu vēršoties pie jauniem vecākiem, skaidrojot tiem vardarbības ietekmi uz bērnu attīstību.                                                                                                                                                  | Stratēģisks |
|                                                                                                                                           | Atsevišķu mediju kampaņu būtu ieteicams rīkot tās centrā izceļot bērnus kā vardarbības lieciniekus, parādot šīs pieredzes ietekmi uz viņu nākotni. Šāds kampaņas fokuss būtu pieņemams un saprotams arī tai sabiedrības daļai, kas vardarbību uzskata par privātu lietu. | Stratēģisks |
| Ir novērota kampaņas pasākumu ietekme uz zvanu skaita pieaugumu uz cietušo atbalsta tālruni.                                              | Ieteicams regulāri atgādināt sabiedrībai par vardarbības pret sievietēm jautājumiem. To iespējams darīt saistībā, piemēram, ar Starptautisko dienu vardarbības pret sievietēm izskaušanai (2. novembris) vai Starptautisko pretvardarbības dienu (2. oktobris).          | Tehnisks    |
|                                                                                                                                           | Lai gūtu atbalstu sievietēm, kas cietušas no vardarbības, ieteicams palielināt iedzīvotāju empātiju, iepazīstinot ar cietušo personīgiem stāstiem. Ieteicams uzsvērt, ka vardarbība neskar tikai mazāk izglītotas vai mazāk pārtikušas ģimenes.                          | Tehnisks    |
|                                                                                                                                           | Kampaņā ieteicams rādīt konkrētu cilvēku rīcības piemērus, kas parāda kaimiņu, garāmgājēju un radnieku lomu, radot sabiedrībā viedokli, ka iesaistīšanās ir publiski pieņemama rīcība.                                                                                   | Tehnisks    |

<sup>15</sup> Avots: SKDS, 2018. gada jūlijs.

| Secinājums                                                                                                                                                                                                                                                                    | Rekomendācija                                                                                                                                                                     | Līmenis     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>2. darbības virziens</b>                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                   |             |
| Novērtējot paveikto, Ghetto Games pārstāvis atzina, ka ir nepieciešams laiks, lai mainītu Ghetto Games kopienas uzskatus un sāktu runāt par tik jūtīgiem tematiem. Tika atzīmēts, ka sākotnējie projekta uzstādītie mērķi bija ļoti ambiciozi tik salīdzinoši īsam projektam. | Lai nodrošinātu sasniegto rezultātu ilgtspēju, projekta partneris tiek aicināts turpināt #GhettoLady kustību sociālajos medijos un pasākumos.                                     | Tehnisks    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                               | Ieteicams būtu turpināt pasākumus un diskusijas, kas detalizētāk apskata vardarbības cēloņus, atšķirīgus vardarbības veidus un izvērtē vardarbības prevencijas iespējas.          | Tehnisks    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                               | Ieteicams iedrošināt biežu un regulāru sociālo viedokļu līderu dalību vēstījumu izplatīšanā sociālajos tīklos.                                                                    | Tehnisks    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                               | Lai sasniegtu arī citas jauniešu auditorijas, piem., studentus, ieteicams sadarboties arī ar citām jauniešu organizācijām, piem., Avantis, Jaunatnes padome, studentu biedrības). | Stratēģisks |
|                                                                                                                                                                                                                                                                               | Nākotnē, plānojot pasākumus jauniešiem, ieteicams paredzēt ilgāku to ieviešanas laiku.                                                                                            | Stratēģisks |

| Secinājums                                                                                                                                       | Rekomendācija                                                                                                                                                                               | Līmenis  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>3. darbības virziens</b>                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                             |          |
| Atbalsta tālruna un tiešsaistes čata konsultanti ievērojuši, ka tiešsaistes čatu mēdz izmantot varmākas.                                         | Tāpēc šo rīku iespējams izmantot nākotnes projektos, kas uzrunātu tieši varmākas.                                                                                                           | Tehnisks |
| Timekļa vietnes cietusajiem.lv apmeklētāju skaita pieaugums mediju kampaņas laikā parāda, ka cilvēki pirms rīkoties veic tēmas izpēti internetā. | Svarīgi, lai informācija šajā tīmekļa vietnē būtu viegli pieejama, visaptveroša, saprotama un aktuāla.                                                                                      | Tehnisks |
|                                                                                                                                                  | Ieteicams iespiestus materiālus par vardarbību pret sievietēm izplatīt vietās, kuras ir viegli pieejamas gan upuriem, gan lieciniekiem, piem., ārstu pieņemšanas telpas, skolas, slimnīcas. | Tehnisks |

| Secinājums                                                                                                                     | Rekomendācija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Līmenis  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 0. darbības virziens                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |          |
| Projekta sākumā tika novērotas nelielas nepilnības projekta vadībā un atskaišu sagatavošanā                                    | Administratīvo projekta vadības nozīmi nedrīkst novērtēt par zemu, tāpēc nepieciešams paredzēt vairāk cilvēkresursus tieši administratīvo pienākumu veikšanai. Lai nodrošinātu netraucētu projekta ieviešanu, vairāk laika nepieciešams paredzēt administratīvo procedūru izskaidrošanai projekta sākumā.                                 | Tehnisks |
|                                                                                                                                | Turpmākajos projektos būtu noderīgi paredzēt garāku uzsākšanas periodu, kas ļautu panākt kopēju skatījumu par projekta mērķiem un saturu.                                                                                                                                                                                                 | Tehnisks |
| Par dažu rādītāju sasniegšanu nebija pieejami dokumentāli pierādījumi, kas bija jāiegūst papildus sazinoties ar izpildītājiem. | Lai veiktu projekta rezultātu monitoringu un novērtēšanu ir ieteicams nodrošināt tiešu sasaisti starp projekta pieteikumā minētajiem un iepirkumu Tehniskajās specifikācijās minētajiem rādītājiem (t.sk., definējot precīzas atskaišu prasības par sasniegtajiem rādītājiem, piemēram, pierādījumi par plakātu izvietojumu pašvaldībās). | Tehnisks |

## 1. pielikums. Ziņojumā izmantotie saīsinājumi

| Termins                                                                                                                                                                                                                         | Saīsinājums           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Labklājības ministrija                                                                                                                                                                                                          | Ministrija            |
| Biedrība "Streetbasket"                                                                                                                                                                                                         | Ghetto Games          |
| Biedrība «Krīzes un konsultāciju centrs «Skalbes»»                                                                                                                                                                              | Skalbes               |
| Izglītības un zinātnes ministrija                                                                                                                                                                                               | IZM                   |
| Juridiskās palīdzības administrācija                                                                                                                                                                                            | JPA                   |
| Latvijas Pašvaldību savienība                                                                                                                                                                                                   | LPS                   |
| Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS                                                                                                                                                                               | SKDS                  |
| Projekts «Izpratnes veidošanas kampaņas par nulles toleranci attiecībā uz vardarbību pret sievietēm "Vardarbībai patīk klusums»» ko finansē ES programma «Tiesības, vienlīdzība un pilsonība (Nr. JUST/2016/RGEN/AG/VAWA/9944). | Projekts              |
| Projekts „Soli tuvāk: Kopienas vienotā atbilde uz vardarbības pret sievietēm gadījumiem» JUST/2015/RDAP/AG/MULT/9830                                                                                                            | Projekts «Soli tuvāk» |
| Eiropas Padomes Konvencija par vardarbības pret sievietēm un vardarbības ģimenē novēršanu un apkarošanu                                                                                                                         | Stambulas konvencija  |



Līdzfinansē  
Eiropas Savienības programma  
*Tiesības, vienlīdzība un pilsonība*



Labklājības ministrija